

UDS

NOMBRE DEL ALUMNO:

JHONATAN MEZA GONZALEZ.

NOMBRE DEL MAESTRO:

GLADIS ADILENE HERNANDEZ LOPEZ.

NOMBRE DE LA MATERIA:

TALLER DEL EMPRENDEDOR.

UNIDAD:

1

CUATRIMESTRE:

9

CARRERA:

ADMINISTRACION Y ESTRATEGIAS DE NEGOCIOS.

Nacimiento de la idea de negocio

2.1 Propuesta de Valor

- Objetivo: Crear una ventaja competitiva única.
- Definición: Mezcla de productos, servicios y valores ofrecidos al cliente.

- Características:

- simplicidad.
- - Diferenciación y fidelización.
- - Refleja funcionalidad, precio, calidad, imagen, servicio.

- Etapas (Kotler):

1. posicionamiento general.
2. Postura de valor: mas por menos, lo mismo por menos, etc.
3. Propuesta de valor total.

2.2 Generación de Ideas

- Las ideas pueden surgir en producto, precio, proceso o servicio.
- No siempre implica innovacion, a veces basta con mejorar o modificar.
- Metodo Osborn: Que?, Como?, Donde?, Cuando?, Para que?

- Estrategias posibles:

- - Mas por menos, mejor calidad, lujo, crear necesidad, lo mismo por menos.
- - Factores clave:
- Publico objetivo, experiencia del cliente, competencia, diferenciacion.

- 5 fuentes de valor (Mariotti):

- Nueva tecnologia + nuevo producto.
- 2. Tecnologia existente + nuevo uso.
- 3. Producto viejo en forma nueva
- 4. Nuevos recursos eficientes.
- 5. Nuevos mercados

2.3 Modelo de Negocio

- Describe como una empresa crea, entrega y captura valor.
- Elementos clave: estrategia, infraestructura, clientes, recursos, ingresos.

- Herramientas de analisis:

- FODA, analisis del mercado, tecnico, organizacional, financiero. -
- Autores clave: Rappa, Osterwalder, Zimmerer, Betz.

- Funciones del modelo:

- operaciones y estrategia.
- - Atraer socios o inversionistas.
- - Aterrizar ideas en la realidad.

- Componentes comunes:

- - Segmentos de clientes, propuesta de valor, canales, ingresos, recursos, socios clave.

Nacimiento de la idea de negocio

2.4 Características de los Modelos de Negocio

- Objetivo: maximizar valor para el cliente y minimizar costos.

- Características:

- - Modelos exitosos tienen una ventaja competitiva única (su 'secreto').

2.4.1 Bajos Costos

- Clave para aumentar el margen de ganancia.

- Estrategias:

- - Control administrativo.
- - Tecnología confiable.
- - Buenas materias primas.

- Valor para el cliente:

- Reducción de precio sin pérdida de calidad.
- - Garantía, entrega rápida, facilidad de uso

2.4.2 Innovación y Diferenciación

- Necesaria para diferenciarse del resto.

- Formas de diferenciación:

- - Calidad, servicio, experiencia, tiempo de entrega.

- Debe ser:

- - Real, percibida por el cliente y valiosa.

- Impacto:

- justifica precios más altos.
- - Aumenta fidelidad y valor percibido.
- - Atrae inversión.