



**Mi Universidad**

## **Cuadro Sinóptico.**

*Nombre del Alumno: Siomara Grisel Vázquez Gómez.*

*Nombre del tema: Nacimiento de la idea de negocio.*

*Parcial: 2*

*Nombre de la Materia: Taller del Emprendedor.*

*Nombre del profesor: Gladis Adilene Hernández López.*

*Nombre de la Licenciatura: Administración y Estrategia de Negocios.*

*Noveno Cuatrimestre.*

*Comitán de Domínguez, Chiapas, 14 de junio del 2025.*

# NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO.

## 2.1 Propuesta de valor.

Zimmerer (2005) describe que la meta de elaborar y desarrollar un plan estratégico es crear una ventaja competitiva, agregar factores que identifiquen y diferencien a la compañía de sus competidores y le den una posición única y superior en el mercado.

La mejor manera para comenzar a alinear a los empleados y a la dirección, es entender el beneficio que la empresa trata de entregar a sus clientes. Por tal motivo, la propuesta de valor debe cumplir con las siguientes características:

- Reflejar la funcionalidad, el servicio, la imagen, la oportunidad, la calidad y el precio.
- Ser lo suficientemente simple y entendible, para que el cliente potencial.
- Buscar la fidelidad del cliente al mostrar los beneficios que ofrecen sus productos o servicios.

### Elementos a considerar para generar una propuesta de valor.

- Cualidades del producto.
  - Se refiere a los beneficios que ofrece el producto: funcionalidad, calidad y precio.
- Relación con el consumidor.
  - Es la respuesta de los clientes hacia el producto/servicio.
- Imagen y prestigio.
  - Son factores que atraen a un cliente hacia una empresa.



## 2.2 Generación de ideas.

En todas partes hay ideas que no requieren, al menos en un principio, una inversión extraordinaria, y que si se tiene la capacidad para detectarlas pueden convertirse en la solución a las necesidades o problemas que las personas requieren.

El emprendedor requiere, además, analizar con cuidado:

- El mercado.
- La experiencia que recibió el cliente.
- Las alternativas y las diferencias.
- Las evidencias o pruebas que tiene la empresa sobre las ventajas en el mercado.

La propuesta de valor debe considerar una serie de elementos muy importantes tanto para el cliente como para la empresa.

### Elementos relacionados con el cliente.

Características del mercado potencial, necesidad que cubrirán, beneficios de permanencia con el producto y servicio.

### Elementos relacionados con el punto de vista de la empresa.

Objetivo estratégico de la empresa, inversiones necesarias, presentes o futuras, controles de calidad del producto y del servicio a ofrecer.

## 2.3 Modelo de negocio.

Un modelo de negocio (también conocido como diseño de negocios) describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social.

El emprendedor puede auxiliarse de la planeación estratégica como una buena herramienta, considerando que existen elementos fundamentales, entre los más recomendados se encuentran:

- Análisis FODA.
- Análisis de la industria y del mercado.
- Análisis técnico operativo.
- Análisis financiero.

Al planear un negocio es necesario definir hacia quién se quiere enfocar el producto o servicio, ya que el cliente tiene una influencia positiva en el posicionamiento y la rentabilidad de la empresa.

### Los modelos de negocio comprenden los aspectos que se enlistan a continuación:

- Seleccionar a sus clientes.
- Segmentar sus ofertas de producto/servicio.
- Crear valor para sus clientes.
- Conseguir y conservar a los clientes.
- Definir los procesos clave de negocio.



# NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO.

## 2.4 Características de los modelos de negocios.

Un modelo de negocio describe las operaciones de la compañía, incluyendo todos sus componentes, procesos y funciones que tienen como resultado un costo para la empresa y un valor para el consumidor.

Los modelos de negocio con más éxito cuentan con una especie de "secreto" que los diferencia de otros.

La estrategia de la compañía de combinar y poner a trabajar sus áreas de producción, capital, mercado, trabajo y administrativa, determinan un modelo de negocio único.

La combinación de estas variables y el nivel de superioridad del modelo determinan sus ventajas competitivas (el "secreto" del modelo).



## 2.4.1 Bajos costos.

Si la compañía tiene los mismos costos que sus competidores, entonces tendrá las mismas ganancias. Por tanto, para aumentar el margen de ganancias debe disminuir los costos y así hacer frente a la competencia.

Algunas medidas que se pueden tomar para mantener los costos lo más bajo posible son: ser el número uno en el área o sector, teniendo un muy buen control, esquema administrativo modesto, materias primas superiores y tecnología con alto control de calidad.

Las compañías que buscan ahorrar en tecnología y calidad a la larga pueden presentar un aumento en los costos de sus productos, ya que éstos suelen tener más fallas y/o rechazo por parte de los compradores.

El consumidor concibe como mayor valor el hecho de que el costo se disminuya, y esto se puede dar mediante diferentes medidas: aumento de la confiabilidad del producto, que éste sea de más fácil uso, aumento de la garantía y entrega rápida, entre otras.



## 2.4.2 Innovación y diferenciación.

La empresa debe hacer algo diferente al resto de sus competidores en la cadena de valor, es decir, en todas sus actividades y costos en el proceso de producción, desde la adquisición y manejo de materias primas, el procesamiento y el resultado final o producto terminado.

Algunas otras formas de establecer diferenciación en la cadena de valor incluyen trato al cliente, tiempo de entrega, garantía, calidad y servicio, entre otras. Las compañías que agregan diferenciación en sus productos y procesos son atractivas también para hacer inversiones en ellas, contrario a las empresas que venden productos simples o sin valor.

**Los modelos de negocios deben de tener en cuenta las siguientes características.**

- El uso de tecnologías apropiadas (que favorezcan su eficiencia técnica, operativa, administrativa, financiera y de mercado).
- Basar el modelo en la eficiencia en el uso de recursos como el capital y el trabajo.
- La producción local, por una cuestión lógica de reducción de costos, y para una mayor adaptabilidad del producto a las características y necesidades locales.

**Referencia:** Antología (WDS) Taller del Emprendedor.

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LAN/af9ef6Dee1b7b83da28c05d2a257ed80-LC-LAN906%20TALLER%20DEL%20EMPREENDEDOR.pdf>