

(Mapa conceptual Nacimiento de la idea del negocio)

(LIC.Magner Joel Herrera Ordoñez)

PRESENTA EL ALUMNO:

(Estrella Lisseth Morales Montejo)

GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:

(_A"9" ENFERMERIA)

Lugar: FRONTERA COMALAPA CHIAPAS

Fecha: 17/05/2020

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

El término modelo de negocio es un concepto relativamente nuevo como tal, aunque su utilización ha existido y ha sido recomendada desde hace varias décadas

MODELO DE NEGOCIO

Describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social

planeación estratégica para un negocio, que facilitan el desarrollo del modelo entre los más recomendados se encuentran:

- Análisis FODA (Fuerzas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).
- Análisis de la industria y del mercado (incluso la competencia).
- Análisis técnico-operativo.
- Análisis organizacional y de gestión del recurso humano.
- Análisis financiero

Stonehouse & Pemberton (2002) "esta combinación de elementos tiene una asociación positiva con la planeación a largo plazo"

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 recursos para utilizarlos eficientemente.

CARACTERÍSTICAS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS

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

BAJOS COSTOS

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.

INNOVACIÓN Y DIFERENCIACIÓN

debe ser de valor para el comprador, y se proporciona al reducir el costo o aportar una mejor o mayor utilidad al producto, la diferenciación debe ser real y percibida por el cliente.

ELEMENTOS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS

- Respuesta de valor
- Segmento mercado
- Estructura de la cadena de valor
- Generación de ingresos y ganancias
- Estrategia competitiva

Es aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento.

Es la idea que diferenciará un producto con elementos similares a los de la competencia, el factor que dará a los compradores una razón para escoger ese producto y no otro.

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

Metzgel y Donaire (2007), como la mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes.

Fayolle (2007) contextualiza el concepto de propuesta de valor en un ámbito más global al decir que "el emprendimiento se trata de crear valor"

Jeffry Timmons (1990), creador de varios libros que tratan acerca del desarrollo emprendedor

Asegura que:

"Una idea original es un requisito para el éxito posterior, pero de ninguna manera asegura el éxito en el negocio".

Se logran validar estas ideas o potenciales oportunidades, aparece la posibilidad de crear un proyecto emprendedor dinámico.

El concepto de propuesta de valor fue originalmente difundido por

Porter (1985), con el nombre de "cadena de valor".

¿Por qué es necesario el producto?
¿Dónde puede hacerse? ¿Cuándo debería hacerse? ¿Cómo se hace?

Propuestas por Kaplan y Norton (2004):

- 3-Necesidades o gustos específicos de un segmento de población.
- 4- Cautiverio:

Puchol (2005), las oportunidades que se convertirán en ideas de negocio caben en alguna de las siguientes categorías:

Existe demanda de un producto o servicio y nadie ha atendido o satisfecho bien esta necesidad

Es posible fabricar un producto u ofrecer un servicio más barato o de mejor calidad que los existentes en este momento

Posibilidad de reciclar una materia prima o desperdicios de algún tipo en la industria

GENERACIÓN DE IDEAS

Las ideas tienen que ver con el producto; a veces el producto es el mismo pero lo que varía es el precio

Alex Osborn (2005) propone para generar ideas:

1- Mejor compra o menor costo total: consiste en fijar precios económicos (bajos), buena calidad y servicio

2-Vanguardia en el desarrollo de productos: colocar como productos líderes a los más novedosos