

NOMBRE DEL ALUMNO:

DIANA BELÉN PEREZ RODRÍGUEZ.

NOMBRE DEL PROFESOR:

MAGNER JOEL HERRERA ORDOÑEZ.

LICENCIATURA EN ENFERMERÍA.

MATERIA:

TALLER DEL EMPRENDEDOR.

PASIÓN POR EDUCAR

NOMBRE DEL TRABAJO:

MAPA CONCEPTUAL DEL TEMA:

“EL NACIMIENTO DE LA IDEA DEL NEGOCIO.”

EL NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO.

Una idea original 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.

Las ideas originales tienen las cualidades de ser atractivas, duraderas y estar sustentadas en productos o servicios.

Jeffrey 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.

Según 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

Es posible fabricar un producto u ofrecer un servicio más barato.

Un producto es susceptible de ser sustituido ventajosamente por otro con mejores atributos.

Un producto susceptible de ser mejorado, ya sea porque es muy costoso.

Una vez que se logran validar estas ideas o potenciales oportunidades, aparece la posibilidad de crear un proyecto emprendedor dinámico.

Propuesta de valor

La propuesta de valor es definida por Metzger 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.

Fayolle define que el emprendimiento es un proceso dinámico de creación de valor incremental.

Metzger (2007) comenta que la mayoría de las personas, no conocen o no tienen clara la propuesta de valor de la empresa.

Por tal motivo, la propuesta de valor debe cumplir con las siguientes características:

Reflejar la funcionalidad, el servicio, la imagen y el precio que una empresa ofrece a los clientes.

Incluir información importante para los clientes, como plazos de entrega

Conocer y reflejar las características, visibles o no, que atraen a un posible comprador.

Comunicar lo que hace mejor la empresa o la diferencia de la competencia.

El concepto de propuesta de valor fue originalmente difundido por Porter (1985), con el nombre de cadena de valor.

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.

El emprendedor requiere, además, analizar con cuidado:

El mercado.

La experiencia que recibió el cliente.

El producto o servicio que ofrece al cliente.

Las alternativas y las diferencias.

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

Características del mercado potencial. Necesidad que cubrirán.

Beneficios de permanencia con el producto, servicio y/o la marca.

Descripción del producto que resalte sus ventajas sobre la competencia.

Elementos relacionados con el punto de vista de la empresa:

Objetivo estratégico de la empresa (rentabilidad, altruismo, posicionamiento, crecimiento, altos ingresos).

Cómo logrará la empresa ser percibida por el cliente de forma apropiada

Objetivos del plan de ventas: precio, ventas esperadas, estrategias de introducción al mercado.

Según Mariotti (2007), existen cinco elementos de entre los cuales un emprendedor puede elegir (uno o varios) y tomar en cuenta para concretar su propuesta de valor y asegurar su éxito:

Utilizar una nueva tecnología para producir un nuevo producto.

Utilizar una tecnología existente para producir un nuevo bien que cubra una necesidad que los ya existentes no puedan cubrir.

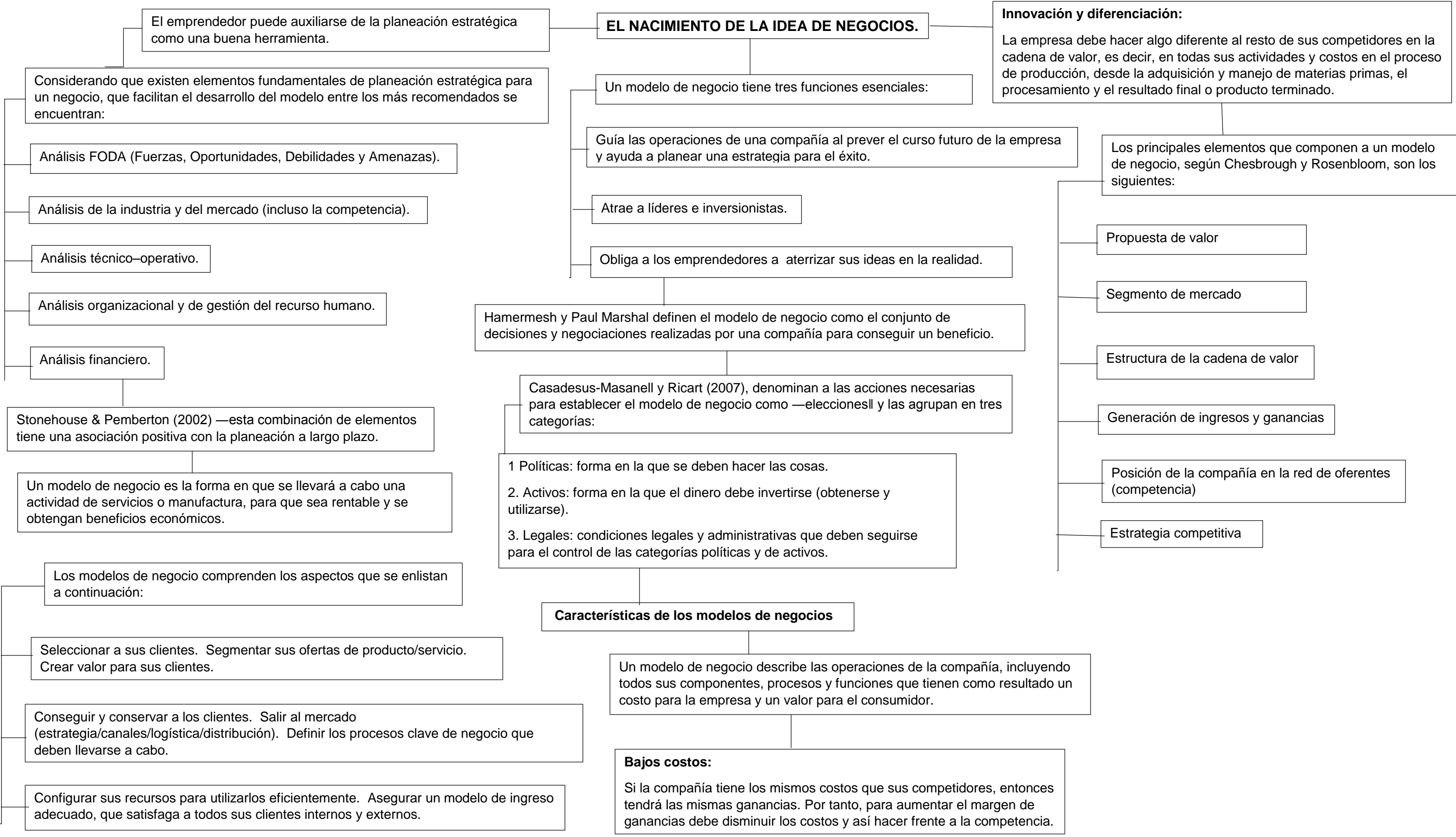
Utilizar una tecnología ya existente para crear un producto viejo de una forma nueva

Encontrar nuevas fuentes de recursos que brinden al productor la capacidad para realizar el producto de una forma más eficiente.

Modelo de negocio

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

Un modelo de negocio podría ser un diagrama de los componentes clave de la empresa a integrar al iniciar y operar la misma.



EL NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIOS.

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.

Un modelo de negocio tiene tres funciones esenciales:

Guía las operaciones de una compañía al prever el curso futuro de la empresa y ayuda a planear una estrategia para el éxito.

Atrae a líderes e inversionistas.

Obliga a los emprendedores a aterrizar sus ideas en la realidad.

Hamermesh y Paul Marshal definen el modelo de negocio como el conjunto de decisiones y negociaciones realizadas por una compañía para conseguir un beneficio.

Casadesus-Masanell y Ricart (2007), denominan a las acciones necesarias para establecer el modelo de negocio como —eleccionesll y las agrupan en tres categorías:

- 1 Políticas: forma en la que se deben hacer las cosas.
2. Activos: forma en la que el dinero debe invertirse (obtenerse y utilizarse).
3. Legales: condiciones legales y administrativas que deben seguirse para el control de las categorías políticas y de activos.

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.

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.

El emprendedor puede auxiliarse de la planeación estratégica como una buena herramienta.

Considerando que existen elementos fundamentales de 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.

Un modelo de negocio es la forma en que se llevará a cabo una actividad de servicios o manufactura, para que sea rentable y se obtengan beneficios económicos.

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. Salir al mercado (estrategia/canales/logística/distribución). Definir los procesos clave de negocio que deben llevarse a cabo.

Configurar sus recursos para utilizarlos eficientemente. Asegurar un modelo de ingreso adecuado, que satisfaga a todos sus clientes internos y externos.

Los principales elementos que componen a un modelo de negocio, según Chesbrough y Rosenbloom, son los siguientes:

Propuesta de valor

Segmento de mercado

Estructura de la cadena de valor

Generación de ingresos y ganancias

Posición de la compañía en la red de oferentes (competencia)

Estrategia competitiva