



**Nombre de alumno:**

**Espinosa Mauricio Ana Patricia**

**Nombre del profesor: MYREILLE ERENDIRA RODRIGUEZ ALFONZO**

**Nombre del trabajo: mapa conceptual**

**Lic. En Enfermería**

**Materia: TALLER DEL EMPRENDEDOR**

**Taller de Elaboracion de Tesis**

**Grado: 9°**

**Grupo: "D"**

Comitán de Domínguez Chiapas a 11 de JULIO de 2020

UNIDAD II 2.  
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, el factor que dará a los compradores una razón para escoger ese producto y no otro.

2.1 PROPUESTA DE VALOR

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

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

- Reflejar la funcionalidad, el servicio, la imagen, la oportunidad, la calidad y el precio que una empresa ofrece a los clientes.
- Incluir información importante para los clientes, como plazos de entrega y riesgos o expectativas.
- Conocer y reflejar las características, visibles o no, que atraen a un posible comprador, lo que define a la empresa como proactiva

2.2 GENERACIÓN DE IDEAS

El mercado: descripción del público al que va dirigida la propuesta de valor. - La experiencia que recibió el cliente: análisis de la opinión de los clientes en cuanto a la propuesta de valor, ya que es importante recibir realimentación directa y verídica. - El producto o servicio que ofrece al cliente en términos de características o atributos de valor para el cliente. - Las alternativas y las diferencias: qué otros productos existen en el mercado y qué hace diferente al producto que la empresa ofrece. - Las evidencias o pruebas que tiene la empresa sobre las ventajas en el mercado.

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 término abarca un amplio rango de actividades que conforman aspectos clave de la empresa, tales como el propósito de la misma, estrategias, infraestructura, bienes que ofrece, estructura organizacional, operaciones, políticas, relación con los clientes, esquemas de financiamiento y obtención de recursos, entre otros

## 2.4 CARACTERÍSTICAS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS

El objetivo de un modelo de negocio es mantener los costos fijos bajos y el valor para el cliente alto para maximizar las ganancias.

### 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.

### 2.4.2 INNOVACIÓN Y DIFERENCIACIÓN

La diferenciación o innovación 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 (esto es, no sólo tangible, sino de importancia para el cliente), de otra forma no habrá una preferencia por el producto

## 2.5 ELEMENTOS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS

El modelo de negocio proporciona información importante acerca de la selección de clientes, el producto o servicio a ofrecer, de cómo saldrá al mercado, de los recursos necesarios, por lo que se aconseja, antes de redactarla, dar a respuesta a las siguientes preguntas: - ¿Quién es el cliente potencial para la empresa? - ¿Está perfectamente clara la propuesta de valor que se ofrece al cliente potencial? - ¿Cuáles son las ventajas competitivas que diferencian a la empresa? - ¿Qué apoyos son necesarios para la eficiente producción o prestación del servicio? - ¿Con qué recursos se cuenta y cuáles es necesario conseguir? - ¿Hasta dónde se quiere llegar con este proyecto (futuro esperado de la empresa)? - ¿Cómo obtendrá ganancias la empresa?

## 2.6 NATURALEZA DEL PROYECTO

Antes de iniciar cualquier negocio, es necesario definir la esencia del mismo, es decir, cuáles son los objetivos de crearlo, cuál es la misión que persigue y por qué se considera justificable desarrollarlo. A partir de la definición de la naturaleza del proyecto, el emprendedor establece y define qué es su negocio.

## 2.7 JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

UNA VEZ QUE HA SELECCIONADO UNA IDEA, DEBE JUSTIFICAR LA IMPORTANCIA DE LA MISMA, ESPECIFICAR LA NECESIDAD O CARENCIA QUE SATISFACE, O BIEN EL PROBLEMA CONCRETO QUE RESUELVE. EJERCICIO. A CONTINUACIÓN SEÑALA LA JUSTIFICACIÓN DE TU EMPRESA Y DESCRIBE DETALLADAMENTE LA NECESIDAD QUE ÉSTA SATISFACE O EL PROBLEMA QUE RESUELVE.

### 2.4.2 INNOVACIÓN Y DIFERENCIACIÓN

La diferenciación o innovación 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 (esto es, no sólo tangible, sino de importancia para el cliente), de otra forma no habrá una preferencia por el producto

### 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.