



# Mi Universidad

## Cuadro Sinóptico

*Nombre del Alumno: Densee Lineth Bautista Peralta.*

*Nombre del tema: Unidad 2. Nacimiento de la idea de negocio.*

*Parcial: 2.*

*Nombre de la Materia: Taller del emprendedor.*

*Nombre del profesor: Beatriz Adriana Méndez González.*

*Nombre de la Licenciatura: Enfermería.*

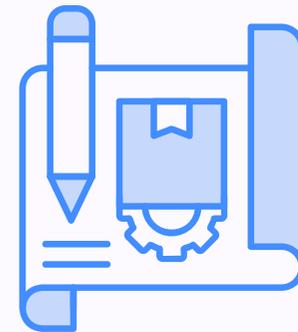
*Cuatrimestre: 9no.*

# UNIDAD II. 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.

Las ideas originales tienen las cualidades de ser atractivas, duraderas y estar sustentadas en productos o servicios que crean o agregan valor a clientes dispuestos a pagar por ello.

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



## 2.1 Propuesta de valor

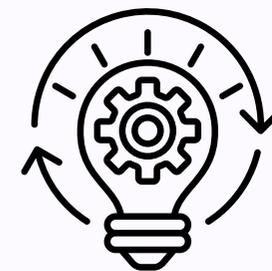
La propuesta de valor es definida por Metzgel y Donaire (2007), como la mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes.

- 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 ante sus clientes.
  - Comunicar lo que hace mejor la empresa o la diferencia de la competencia.
  - Ser lo suficientemente simple y entendible, para que el cliente potencial aprecie los beneficios.
  - Buscar la fidelidad del cliente al mostrar los beneficios que ofrecen sus productos o servicios. Ahora bien, si las propuestas de valor son los beneficios que l

## 2.2 Generación de ideas

Una forma de iniciar la generación de propuestas de valor, es utilizar algunas de las preguntas que Alex Osborn (2005) propone para generar ideas: ¿Por qué es necesario el producto? ¿Dónde puede hacerse? ¿Cuándo debería hacerse? ¿Cómo se hace?, y de ahí podrían derivar otra serie de preguntas, por ejemplo: ¿debe ser algo nuevo?, ¿modificado?, ¿mejorado?, ¿económico?, ¿combinado?, etcétera.

- El emprendedor requiere, además, analizar con cuidado:
- 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.



## UNIDAD II. NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

### 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.

La importancia de un modelo de negocio para el emprendedor es que, por lo común, la planeación que se aplica al inicio de las operaciones de la empresa determina su éxito o fracaso.

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

- ❶ Seleccionar a sus clientes.
- ❷ Segmentar sus ofertas de producto/servicio.
- ❸ Crear valor para sus clientes.
- ❹ Conseguir y conservar a los clientes.
- ❺ Salir al mercado (estrategia/canales/logística/distribución).
- ❻ Definir los procesos clave de negocio que deben llevarse a cabo.
- ❼ Configurar sus recursos para utilizarlos eficientemente.

### 2.4.1 Bajos costos

Define el tema principal y luego los temas secundarios para hacer tu cuadro sinóptico.

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.



### 2.4.2 Innovación y diferenciación

Elige el estilo de tu diagrama y selecciona colores de acuerdo a la temática, puedes usar plumones y marcadores para hacer dibujos a mano.

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.

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

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

- ❶ Propuesta de valor.
- ❷ Segmento de mercado.
- ❸ Estructura de la cadena de valor.
- ❹ Generación de ingresos y ganancias.
- ❺ Posición de la compañía en la red de oferentes (competencia).
- ❻ Estrategia competitiva

El modelo de negocio proporciona información importante acerca de la selección de clientes, el producto o servicio a ofrecer, de cómo saldrá al mercado y de los recursos necesarios.



# UNIDAD II. NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

## 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.

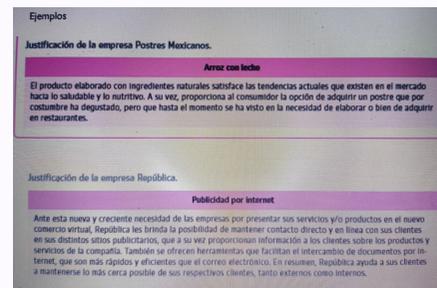
Proceso creativo para determinar el producto o servicio de la empresa. El primer elemento a considerar en la formación de una empresa de éxito radica en lo creativo de la idea que le da origen. Las oportunidades están en cualquier parte, sólo hay que saber buscarlas.

Una vez que selecciona una idea, es necesario que defina con más detalle en qué consiste; con dos ejemplos más, los lectores podrán realizar su proyecto. La idea seleccionada debe describirse lo más explícitamente posible.

## 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.

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.



## 2.8 Propuesta de valor, nombre de la empresa, descripción de la empresa

Es aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento, la idea que diferenciará un producto de elementos similares a los de la competencia;

El nombre de la empresa es su carta de presentación, es el reflejo de su imagen, su sello distintivo y, por ende, debe reunir una serie de características específicas. El nombre de la empresa debe ser, entre otras cosas:

- Descriptivo.
- Original.
- Atractivo.
- Claro y simple.
- Significativo.

La descripción de la empresa es uno de los elementos más importantes de su plan de negocios porque presenta las metas y posibilidades a los inversionistas

## 2.9 Análisis FODA, misión y visión de la empresa, productos y servicios de la empresa

El análisis FODA es una herramienta que el emprendedor puede utilizar para valorar la viabilidad actual y futura de un proyecto, es decir, es un diagnóstico que facilita la toma de decisiones.

La misión de una empresa es su razón de ser; es el propósito o motivo por el cual existe y, por tanto, da sentido y guía sus actividades. La misión debe contener y manifestar características que le permitan permanecer en el tiempo, por ejemplo: ① Atención (orientación al cliente) ② Alta calidad en sus productos y/o servicios. ③ Mantener una filosofía de mejoramiento continuo. ④ Innovación y/o distingos competitivos, que le den a sus productos y servicios especificaciones que atraigan y mantengan al cliente (larga duración, garantía, sencillez de uso).

Al igual que la misión, la visión de la empresa es una declaración que ayuda al emprendedor a seguir el rumbo al que se dirige a largo plazo. Una visión clara permite establecer objetivos y estrategias que se convierten en acciones que inspiren a todos los miembros del equipo para llegar a la meta.

## REFERENCIAS

[https://fileservice.s3mwc.com/storage/uds/biblioteca/2025/05/QJzYtfm4Wnk57FhNiVMv-LC\\_LTS905\\_TALLER\\_DEL\\_EMPRENDEDOR.pdf](https://fileservice.s3mwc.com/storage/uds/biblioteca/2025/05/QJzYtfm4Wnk57FhNiVMv-LC_LTS905_TALLER_DEL_EMPRENDEDOR.pdf)