



Nombre del alumno: José Ediberto López Jiménez

Nombre del profesor: Myreille Eréndira Rodríguez.

Nombre del trabajo: mapa conceptual.

Materia: Taller del emprendedor.

Grado: 9no Grupo: A

Comitán de Domínguez, Chiapas; a 10 de julio de 2020.

★ Unidad II nacimiento de la idea de negocio. ★

2.1 propuesta de valor.

Es definida por Metz gel y donaire (2007) como la mezcla única de productos, servicios y beneficio.

Fayolle (2007) contextualiza el concepto de propuesta del valor ámbito global.

"El emprendimiento se trata de crear valor"

Metz gel (2007) comenta que la mayoría de las personas no pueden explicar que hace su empresa.

Refleja la funcionalidad.

Incluir información importante.

Conocer y reflejar las características visibles o no

2.2 generación de ideas.

En todas partes hay ideas.

No se requiere de una inversión extraordinaria.

Pueden convertirse en la solución a las necesidades o problemas.

Requiere

Analizar con cuidado.

El mercado.

La experiencia que recibió el cliente.

Producto o servicio que ofrece el cliente

Alternativas y diferencias.

Evidencia o propuestas.

2.3 modelo de negocio.

Conocido como diseño de negocio.

Un diagrama de los componentes claves de la empresa.

Recomendaciones.

Análisis FODA.

Análisis de la industria y del mercado.

Análisis técnico – operativo.

Análisis organizacional y de gestión del recurso humano.

Análisis financiero.

Esta combinada de elementos.

Definir hacia quien enfocar el producto o servicio.

Unidad II
nacimiento de la
idea de negocio.

2.4 características de los modelos de negocios.

Describe las operaciones de la campaña.

Mantener los costos fijos bajos y el valor para el cliente.

Bajos costos.

Para aumentar las ganancias se debe disminuir los costos.

Ser el número uno.

Confiabilidad del producto.

Innovación y diferencia.

2.5 elementos de los modelos de negocio.

Redactar preguntas.

Propuesta de valor.

Segmentos de mercado

Estructura de la cadena de valor.

Generación de ingresos y ganancias.

Posición de la campaña en la red de oferentes.

Estrategia competitiva.

Canales de distribución.

Flujo de efectivo.

2.6 naturaleza del proyecto.

Es necesario definir la esencia.

Objetivos de crearlo.

Misión que se persigue.

Establecer y definir que es su negocio.

Proceso creativo para determinar el producto o servicio de la empresa.

Considerar la información.

Idea que da origen.

Evaluar medidas de criterios.

Unidad II
nacimiento de la
idea de negocio.

2.7 justificación
de la empresa.

Justificar la importancia.

Describir detalladamente la
necesidad que sustituye o el
problema que resuelve.

Especificar la necesidad.

2.8 propuesta de valor
nombre de la empresa
descripción de la empresa.

Nombre de la empresa.

Descriptivo.

Original.

Atractivo.

Claro y simple.

Significativo.

Agradable.

Descripción de la empresa.

Comercial.

Industrial.

2.9 análisis FODA misión y
visión de la empresa,
productos y servicio de la
empresa.

Es una herramienta que el
emprendedor puede utilizar
para valorar la viabilidad.

Misión de la empresa.

Amplia.

Motivadora.

Congruente.

Visión de la empresa.

Clara y entendible.

Factible o alcanzable.

Objetivos.

Asignación de recurso.

Ventajas.

Competitivas.