



MAPA CONCEPTUAL

NOMBRE DEL ALUMNO: LÓPEZ ROBLERO LESLY.

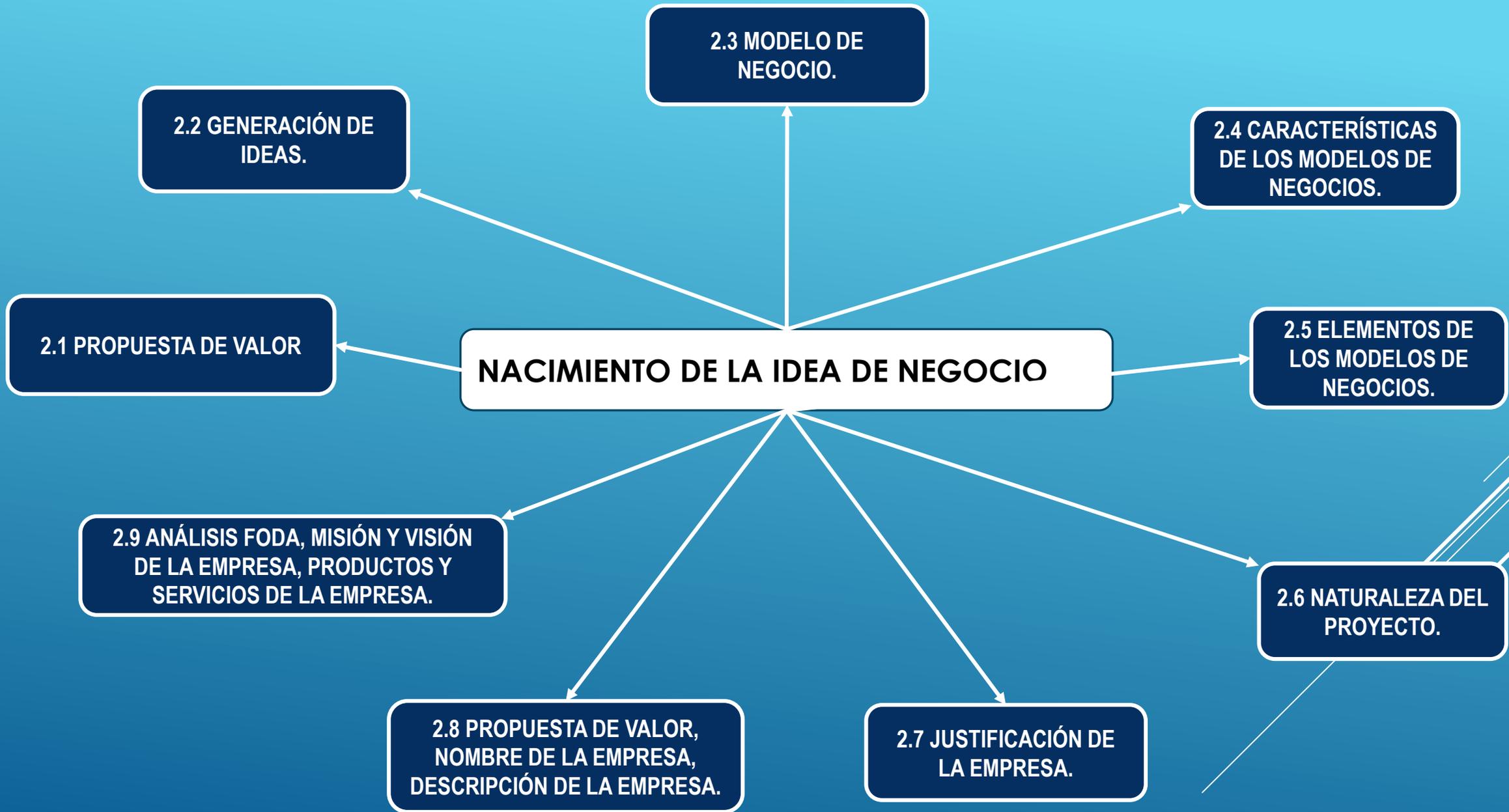
MATERIA:TALLER DEL EMPRENDEDOR

NOMBRE DEL PROFESOR:ISER BERNARDO LEPE  
ARRIAGA

LICENCIATURA: ENFERMERÍA

CUATRIMESTRE: NOVENO CUATRIMESTRE.

12 DE JUNIO 2022; *Frontera Comalapa Chiapas.*



# NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

## 2.1 PROPUESTA DE VALOR

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

- Reflejar la funcionalidad, el servicio, la imagen, la oportunidad, la calidad y el precio.
- Incluir información importante para los clientes
- 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.
- Ser lo suficientemente simple y entendible.
- Buscar la fidelidad del cliente al mostrar los beneficios que ofrecen sus productos o servicios.

## 2.2 GENERACIÓN DE IDEAS

Kaplan y Norton (2004)

- Mejor compra o menor costo total
- Vanguardia en el desarrollo de productos
- Llave en mano
- Cautiverio
- Ofrecer mejor calidad
- Dar más por el dinero
- Lujo y aspiración
- Crear la necesidad de tenerlo
- Ofrecer lo mismo por menos
- Menos por mucho menos

## 2.3 MODELO DE NEGOCIO.

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

- 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.

# NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

## 2.4 CARACTERÍSTICAS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS.

Para que un modelo de negocio resulte atractivo y proporcione ganancias, debe poner especial atención en los siguientes puntos:

### Bajos costos.

- Para aumentar el margen de ganancias debe disminuir los costos y así hacer frente a la competencia.

### Innovación y diferenciación.

- La empresa debe hacer algo diferente al resto de sus competidores en la cadena de valor.

## 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.

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

## 2.6 NATURALEZA DEL PROYECTO.

- Definir la esencia del proyecto
- Objetivos de crearlo.
- Misión que persigue.
- 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.

# NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

## 2.8 PROPUESTA DE VALOR, NOMBRE DE LA EMPRESA, DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

### Propuesta de valor.

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

### Nombre de la empresa

El giro de una empresa es su objeto u ocupación principal. En México existen tres giros en los que toda empresa se puede clasificar, de acuerdo con la Secretaría de Economía (SE).

- Comercial
- Industrial
- Servicios

### Descripción de la empresa

#### Ubicación y tamaño de la empresa

- La ubicación de la empresa permite determinar el medio ambiente cercano a ésta.
- El tamaño de la empresa se determina de acuerdo con la clasificación establecida por organismos de gobierno.

## 2.9 ANÁLISIS FODA, MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA, PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA EMPRESA.

### Análisis FODA

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.

### Misión

- Atención (orientación al cliente).
- Alta calidad en sus productos y/o servicios.
- Mantener una filosofía de mejoramiento continuo.
- Innovación y/o distingos competitivos, que le den a sus productos y servicios especificaciones que atraigan y mantengan al cliente.

### Visión

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.

### Productos y servicios

#### Objetivos de la empresa a corto, mediano y largo plazo

- Objetivos a corto plazo (6 meses a 1 año).
- Objetivos a mediano plazo (1 a 5 años).
- Objetivos a largo plazo (5 a 10 años).