



Nombre del profesor: Beatriz Adriana
Méndez González

Nombre de licenciatura: enfermería

Nombre del trabajo: mapa conceptual. Unidad
I y II

Materia: taller del emprendedor

Grado: noveno cuatrimestre

Grupo: B semiescolarizado

Pichucalco, Chiapas a 11 de julio del 2023

M A P A

C O N C E P T U A L

Séneca mencionó en alguna ocasión que “ningún viento es favorable para quien no conoce el puerto al que quiere arribar”. Un plan de negocios es una herramienta que permite al emprendedor realizar un proceso de planeación que le coadyuve a seleccionar el camino adecuado para el logro de sus metas y objetivos.

ESPÍRITU EMPRENDEDOR

empresario

Emprender es un término que tiene múltiples acepciones, según el contexto en que se le emplee será la connotación que se le adjudique. En el ámbito de los negocios el emprendedor es un empresario, es el propietario de una empresa comercial con fines de lucro

Los define

Otros le confieren la capacidad para dar un uso adecuado a los recursos disponibles. Tanto Hebert como Link (1989) y Hatten (1997) lo definen como el especialista en asumir la responsabilidad.

Entonces existen diversas formas de definir y entender el término emprendedor; sin embargo, los más variados autores coinciden en que tal vocablo se deriva de la palabra *entrepreneu*

CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR

innovadores

Muchos estudiosos del tema coinciden en que los emprendedores poseen una serie de características que los distinguen del resto de las personas

- comprometidos*
- Compromiso total, determinación y perseverancia.
 - Capacidad para alcanzar metas.

- tienen objetivos*
- Creatividad e innovación.
- Confianza en él mismo y sus capacidades.
 - Perseverancia.

TIPOS DE EMPRENDEDORES

sus metas

El emprendedor administrativo. Hace uso de la investigación y del desarrollo para generar nuevas y mejores formas de hacer las cosas

sus oportunidad

El emprendedor adquisitivo. Se mantiene en continua innovación, la cual le permite crecer y mejorar lo que hace

El emprendedor imitado

CREATIVIDAD Y TÉRMINOS AFINES

actitud

La palabra creatividad deriva del latín *creare*, que significa “dar origen a algo nuevo”, es decir, hacer algo que no había, ya sea un invento o una obra de arte. Incluso el término aplica a la introducción de un cambio en algo ya existente

EL PROCESO DE LA CREATIVIDAD

Determinan

Lo fundamental es contar con la habilidad necesaria para utilizar ambos hemisferios, ya que así se está en un completo balance y se logra una creatividad más efectiva.

Actitud

Las ideas surgen espontáneamente, pero no cuando se está cerrado a las posibilidades y necesidades del medio en el que se desenvuelve.

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

En este sentido, Fayol le da especial importancia al individuo en la propuesta de valor y, al citar a Bruyat (1993), señala que se da una dinámica de interrelación

TIPOS DE CREATIVIDAD

ayudan

Weisberg (1989) divide a la creatividad en dos tipos: científica y artística. En el primer caso es la que actúa en el proceso de reestructuración en el descubrimiento científico, se plasma en la genética, la psicología, la biología y la química, entre otras

La creatividad artística se aplica en las artes, como la narrativa y la poesía, el teatro, la pintura y la escultura.

CARACTERÍSTICAS DE LOS EQUIPOS EFECTIVOS DE TRABAJO

coordinación

Un equipo efectivo es algo más que un simple grupo de individuos cuya coordinación de esfuerzos es buena. Constituir un grupo de alto desempeño, o altamente efectivo,

competividad

La comunicación es el proceso mediante el cual se produce un intercambio de información, opiniones, experiencias, sentimientos, etc., entre dos o más personas a través de un medio (teléfono, voz, escritura y otros).

PROPUESTA DE VALOR

Disponibilidad

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

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

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. Jeffrey Timmons (1990),

Tener buenas ideas no es extraño, todos tienen ideas, ya que el cerebro está en actividad constante y aun de manera inconsciente buscamos soluciones a problemas, carencias y necesidades y por lo regular las generamos como representaciones mentales

GENERACIÓN DE IDEAS

Ayudan

En todas partes hay ideas que no requieren, al menos en un principio, una inversión extraordinaria, y que si se tiene la capacidad para detectarlas pueden convertirse en la solución a las necesidades o problemas que las personas requieren.

Mejor compra o menor costo total: consiste en fijar precios económicos (bajos), buena calidad y servicio

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

CARACTERÍSTICAS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS

Tal como hemos señalado, 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.

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

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.

Análisis FODA (Fuerzas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)
 - Análisis de la industria y del mercado (incluso la competencia).
 - Análisis técnico-operativo.

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

Propuesta de valor
 Segmento de mercado
 Estructura de la cadena de valor
 Generación de ingresos y ganancias
 • Estrategia competitiva:

PROPUESTA DE VALOR, NOMBRE DE LA EMPRESA, estrategias

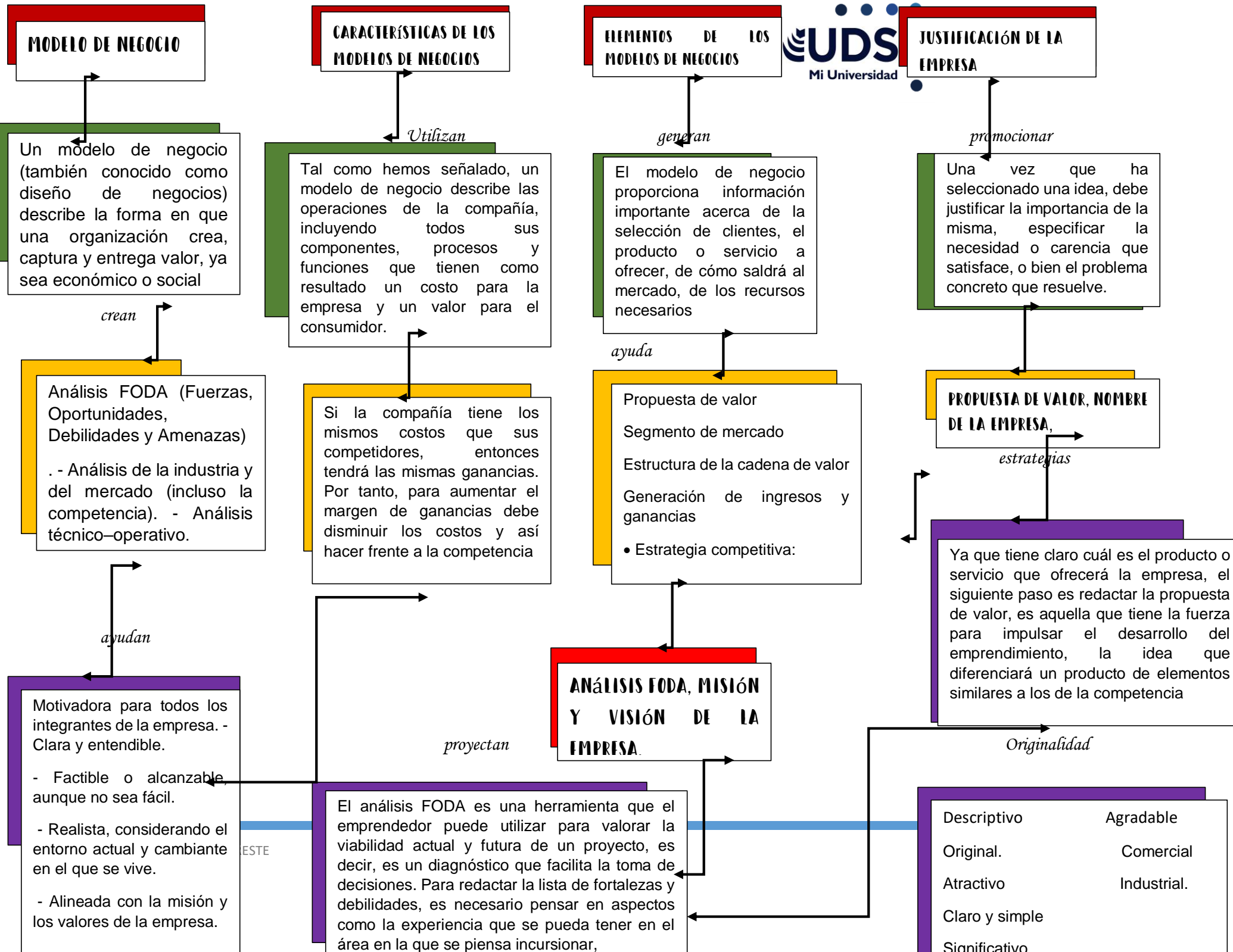
Ya que tiene claro cuál es el producto o servicio que ofrecerá la empresa, el siguiente paso es redactar la propuesta de valor, es aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento, la idea que diferenciará un producto de elementos similares a los de la competencia

Motivadora para todos los integrantes de la empresa. - Clara y entendible.
 - Factible o alcanzable, aunque no sea fácil.
 - Realista, considerando el entorno actual y cambiante en el que se vive.
 - Alineada con la misión y los valores de la empresa.

ANÁLISIS FODA, MISIÓN Y VISIÓN 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. Para redactar la lista de fortalezas y debilidades, es necesario pensar en aspectos como la experiencia que se pueda tener en el área en la que se piensa incursionar,

Descriptivo	Agradable
Original.	Comercial
Atractivo	Industrial.
Claro y simple	
Significativo	



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

fernando Trias de Bes. (2007). El libro negro del emprendedor: no digas que nunca
telo advirtieron. Gestión del conocimiento.: Empresa activa.

Eric Ries. (2011). El método Lean Startup. ISBN:9788423409495: Deusto.

Alcazar Rodríguez I. (2004). El emprendedor de éxito. Guía de planes de negocio.

Mc Graw hill

Alexander Osterwalder y Yves Pigneur. (2010). Tu modelo de negocio.. sf: Deusto.

Rodríguez I. (2000). Planeación, organización y dirección de la pequeña empresa.

Mc

Graw hill