



**Mi Universidad**

## **Mapa conceptual**

*Nombre del Alumno: Jessenia Lizbeth Cruz Monzón*

*Nombre del tema: Mapa conceptual de unidad 1 y 2*

*Parcial: 1*

*Nombre de la Materia: Taller del emprendedor*

*Nombre del profesor: Beatriz Adriana Méndez*

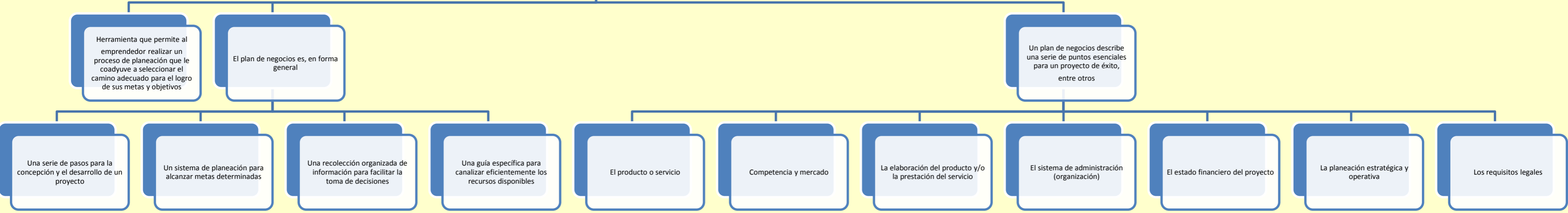
*Nombre de la Licenciatura: Lic. En enfermería*

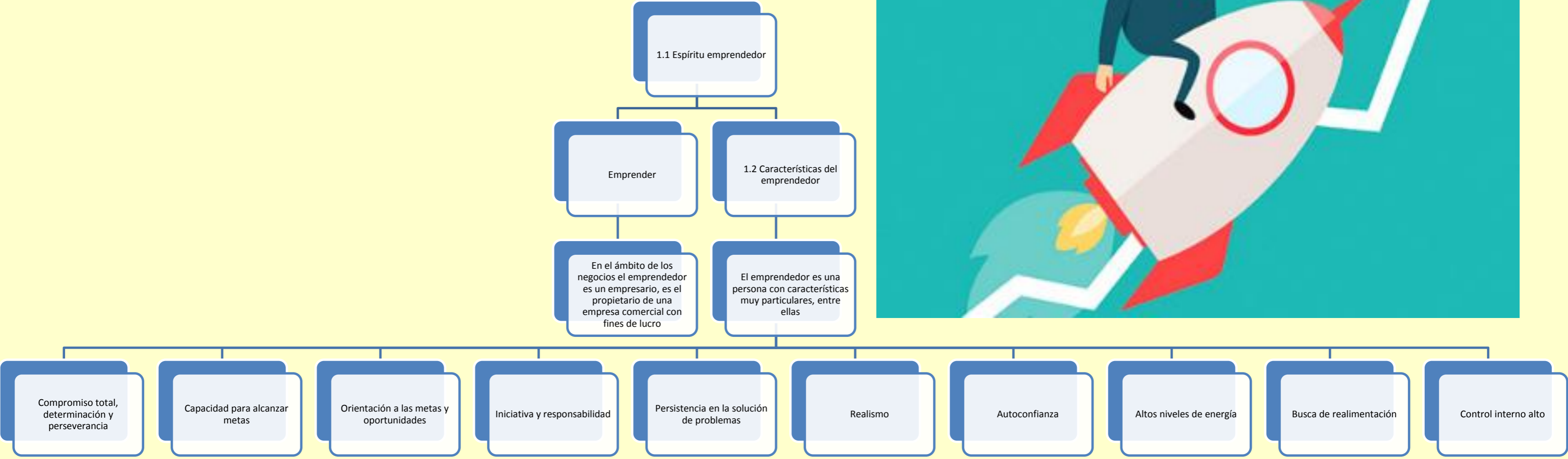
*Cuatrimestre: 9*



UNIDAD 1. INTRODUCCIÓN AL EMPRENDEDURISMO

Plan de negocios





### 1.3 Tipos de emprendedores



El emprendedor administrativo

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

El emprendedor oportunista

Busca constantemente las oportunidades y se mantiene alerta ante las posibilidades que le rodean

El emprendedor adquisitivo

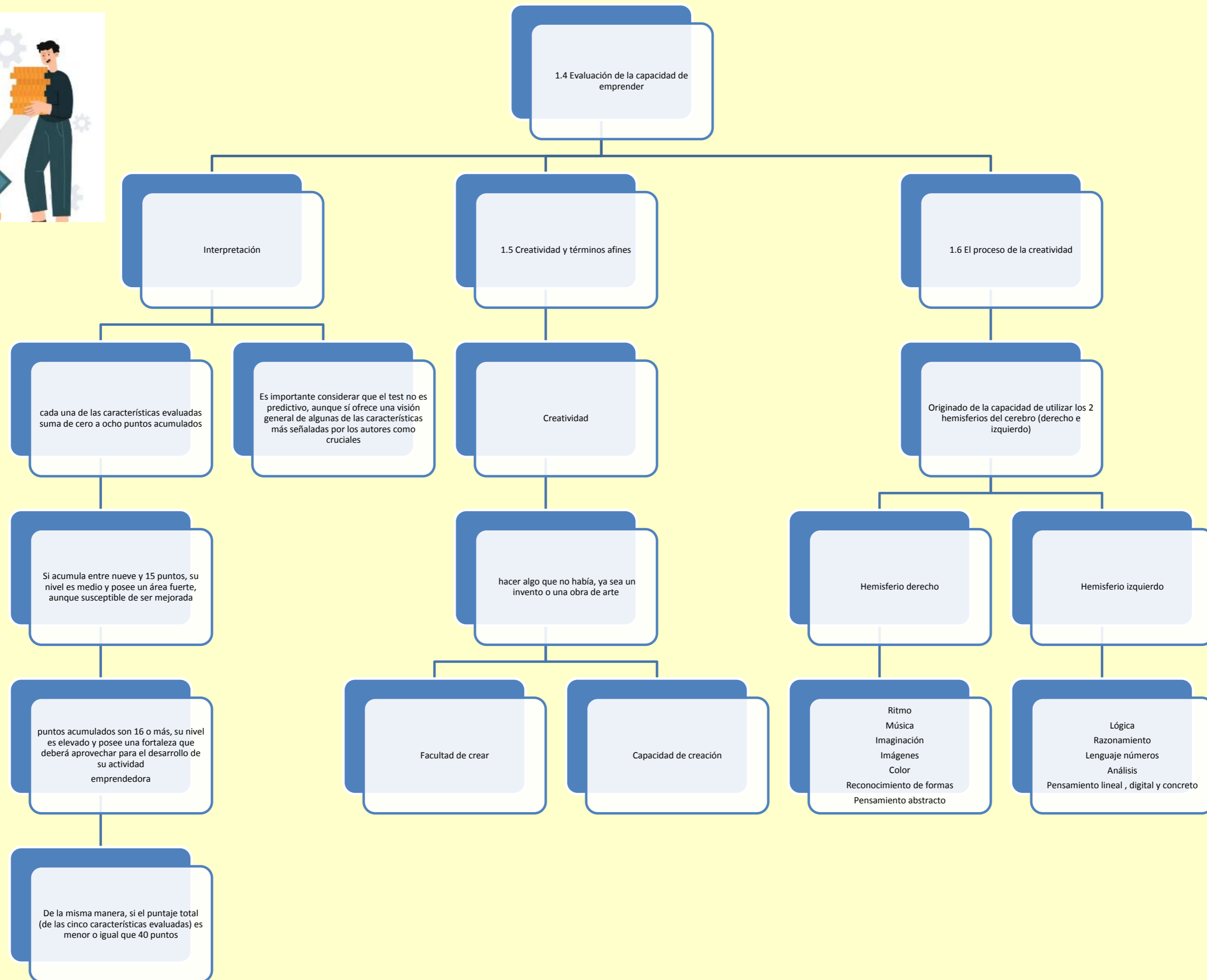
Se mantiene en continua innovación, la cual le permite crecer y mejorar lo que hace

El emprendedor incubador

En su afán por crecer y buscar oportunidades y por preferir la autonomía, crea unidades independientes que al final se convierten en negocios nuevos, incluso a partir de alguno ya existente

El emprendedor imitador

Genera sus procesos de innovación a partir de elementos básicos ya existentes, mediante la mejora de ellos





## 1.7 Tipos de creatividad

Weisberg (1989) divide a la creatividad en dos tipos

Científica

Se plasma en la genética, la psicología, la biología y la química, entre otras

Artística

Se aplica en las artes, como la narrativa y la poesía, el teatro, la pintura y la escultura

Ordinaria

Aparece en individuos comunes, en situaciones normales de la vida

Excepcional

Rompe paradigmas y genera cambios relevantes y trascendentes en la vida de los hombres

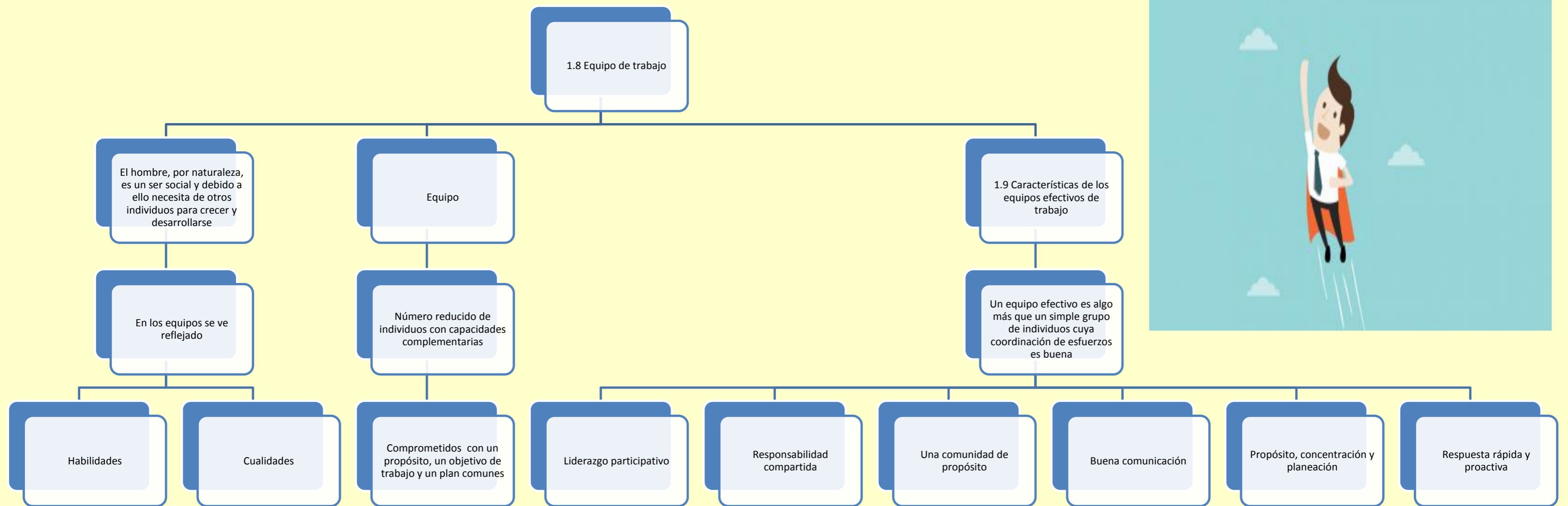
Según la psicología hay 2 tipos

Ordinaria

Aparece en individuos comunes, en situaciones normales de la vida

Excepcional

Rompe paradigmas y genera cambios relevantes y trascendentes en la vida de los hombres



## Unidad II



UNIDAD II. 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

Fayolle (2007) contextualiza el concepto de propuesta de valor en un ámbito más global al decir que “el emprendimiento se trata de crear valor”

Características



Reflejar la funcionalidad

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

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



## 2.4 Características de los modelos de negocios

Todos sus componentes, procesos y funciones que tienen como resultado un costo para la empresa y un valor para el consumidor

### 2.4.1 Bajos costos

Si la compañía tiene los mismos costos que sus competidores, entonces tendrá las mismas ganancias

### 2.4.2 Innovación y diferenciación

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

### 2.5 Elementos de los modelos de negocios

Proporciona información importante acerca de la selección de clientes, el producto o servicio a ofrecer

Unidad II

2.6 Naturaleza del proyecto

Es necesario definir la esencia del mismo, es decir, cuáles son los objetivos de crearlo

Proceso creativo para determinar el producto o servicio de la empresa

Generar ideas

Evaluar mediante criterios

Lluvia de ideas para seleccionar servicio o producto

Segunda evaluación de ideas

Una vez que selecciona una idea, es necesario que defina con más detalle en qué consiste



Unidad II



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

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

Es su carta de presentación, es el reflejo de su imagen, su sello distintivo y, por ende, debe reunir una serie de características específicas

Características

Descriptivo

Original

Atractivo

Claro, simple y significativo

Agradable

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

Descripción de la empresa

El giro de una empresa es su objeto u ocupación principal

Comercial

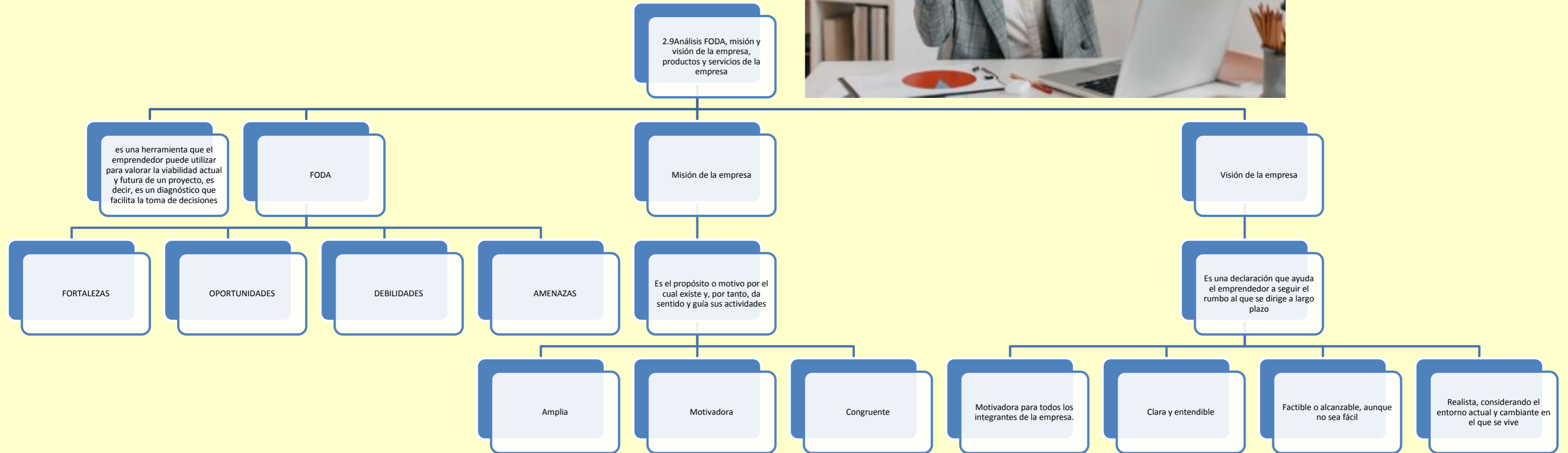
Industrial

Servicios

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



# Referencias

- Antología UDS Taller del emprendedor 2023