



# Cuadro sinóptico

*Nombre del alumno (a): Lucero del Milagro Bastard Mazariego.*

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

*Parcial: 2°.*

*Nombre de la Materia: Taller del emprendedor*

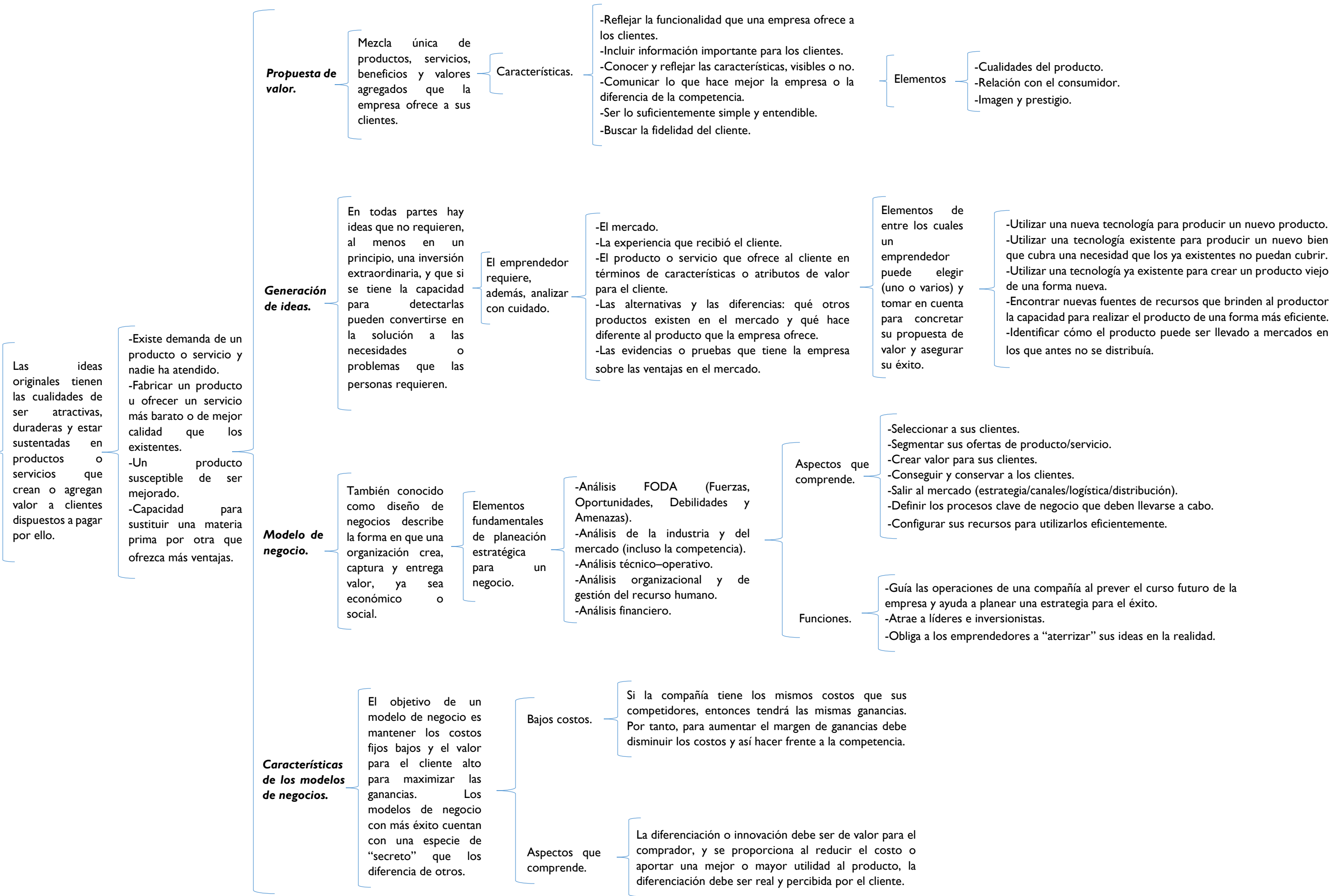
*Nombre del profesor: Beatriz Adriana Méndez González.*

*Nombre de la Licenciatura: Enfermería.*

*Cuatrimestre: 9°.*

*Pichucalco Chiapas a 15 de junio de 2025.*

**Nacimiento de la idea de negocio**



Nacimiento de la idea de negocio

Elementos de los modelos de negocios.

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

- 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.

Según Osterwalder y Pigner (2009), existen nueve elementos esenciales en el modelo de negocio, y éstos cubren las principales áreas del negocio: consumidores, oferta, infraestructura y viabilidad financiera.

- Segmento de mercado.
- Propuesta de valor.
- Canales de distribución.
- Relación con los consumidores.
- Flujos de efectivo.
- Recursos clave
- Actividades clave.
- Socios clave.
- Estructura de costos.

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.

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 se generan las ideas, es necesario evaluarlas mediante los criterios que el emprendedor juzgue convenientes, a fin de seleccionar la mejor de ellas.

-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.

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.

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

Propuesta de valor.

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.

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

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

Descripción de la empresa.

Tipo de empresa.

- 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

Análisis FODA, misión y visión de la empresa, productos y servicios de la empresa.

Análisis FODA.

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.

- Fortalezas, Debilidades (ambas, directamente relacionadas con el proyecto y son de tipo “interno”).
- Oportunidades y Amenazas (variables externas difíciles de modificar, pero predecibles).

Misión.

Es su razón de ser; es el propósito o motivo por el cual existe y, por tanto, da sentido y guía sus actividades.

- Amplia.
- Motivadora.
- Congruente.

Visión.

Permite establecer objetivos y estrategias que se convierten en acciones que inspiren a todos los miembros del equipo para llegar a la meta.

- 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.

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

Los deseos se convierten en metas y compromisos específicos, claros y ubicados en el tiempo. Así, la misión deja de ser una intención para convertirse en una realidad concreta.

Ventajas competitivas.

Peculiaridades del producto y/o servicio que lo hacen especial, lo cual garantiza su aceptación en el mercado.

## Referencias:

- Universidad Del Sureste. UDS. (s.f.). Antología Taller del Emprendedor.  
[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)