



Mi Universidad

**TALLER DEL
EMPRENDEDOR**

**Nombre del alumno: ALEXIS JOSUE LOPEZ
SOLÓRZANO**

**Nombre del maestro: Yaneth Fabiola
Solórzano Penagos**

Nombre del tema: SÚPER NOTA

**Nombre de la materia: TALLER DEL
EMPRENDEDOR**

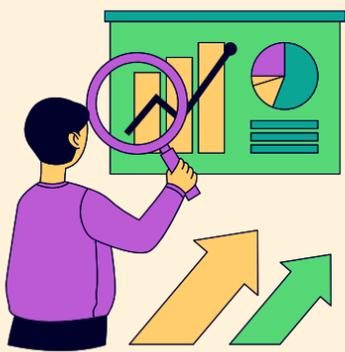
**Nombre de la licenciatura: ENFERMERÍA
GENERAL**

9 CUATRIMESTRE

UNIDAD II. NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

Identificación de una necesidad o problema

Observación de carencias, problemas o demandas insatisfechas en un sector específico.



Generación de ideas



- Involucra creatividad, observación y análisis.
- Se pueden usar técnicas como lluvia de ideas, mapa mental, SCAMPER, etc.
- No se limita a una sola idea; se generan múltiples opciones.

Análisis del mercado

Evaluación del entorno donde se quiere lanzar el negocio, para entender clientes, competencia y oportunidades.



Evaluación de la viabilidad



- Se revisan aspectos técnicos, legales, financieros y logísticos.
- Requiere estudio de costos, canales de distribución y recursos.
 - Ayuda a evitar riesgos innecesarios.

Definición de la propuesta de valor

Es el beneficio único que tu negocio ofrece al cliente y que lo diferencia de la competencia.



Desarrollo de un modelo de negocio

Estructura que define cómo se creará, entregará y capturará valor con la idea de negocio.

Propuesta de valor

Objetivo principal:

ofrecerles un valor único y relevante que responda directamente a sus necesidades y expectativas, generando una ventaja competitiva sostenible.



Claridad

El cliente debe captar en segundos qué ganas al elegir tu producto o servicio.

Relevancia

La propuesta debe estar alineada con las necesidades, deseos o problemas del cliente objetivo.



Diferenciación

Debe mostrar claramente en qué es mejor o diferente respecto a la competencia.

Orientación al cliente

Centrada en lo que el cliente gana o experimenta, no en lo que la empresa hace.



Basada en el valor, no en el precio

Se enfoca en el beneficio total ofrecido, no solo en ser más barato.

Generación de ideas

Objetivo principal

Estimular la creatividad para encontrar ideas innovadoras, útiles y viables que puedan convertirse en proyectos, productos o negocios exitosos.



Creatividad

Definición: Capacidad de crear ideas originales y novedosas.

Objetivo: Salir de lo común y proponer soluciones únicas que generen valor.

Fluidez

Definición: Habilidad para producir muchas ideas en poco tiempo.
Objetivo Generar un abanico amplio de opciones antes de seleccionar la mejor.



Flexibilidad

Explorar distintas posibilidades y enfoques del mismo problema.

Enfoque en la necesidad

Asegurar que las ideas sean relevantes y útiles para el público o mercado objetivo.



Análisis y evaluación

Después de generar ideas, deben analizarse y evaluarse para seleccionar las más adecuadas.

Características de los modelos de negocios

Definición general

Define cómo gana dinero una empresa, cómo opera, y a quién va dirigido su producto o servicio.



Segmento de clientes

Define a quién se dirige el negocio, es decir, el público objetivo o los diferentes grupos de consumidores que se beneficiarán de la propuesta.

Propuesta de valor

Es el conjunto de beneficios o soluciones que el negocio ofrece para satisfacer las necesidades del cliente

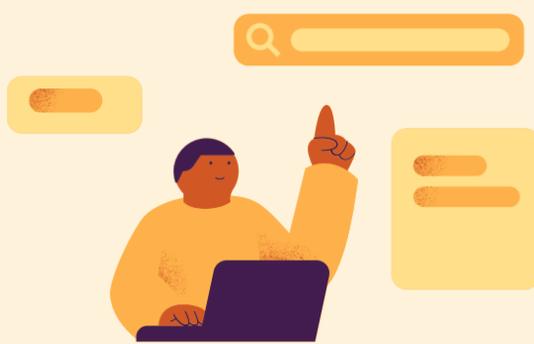


Canales de distribución

Son los medios a través de los cuales el producto o servicio llega al cliente (físicos o digitales).

Relación con el cliente

Estrategias para atraer, mantener y fidelizar a los clientes.



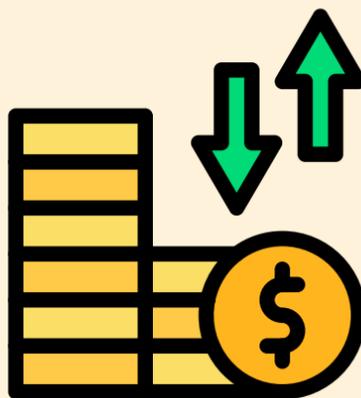
Fuentes de ingreso

Es la forma en que la empresa gana dinero (ventas, suscripciones, licencias, publicidad, etc.).

Bajos costos

Definición general

consiste en reducir al mínimo posible los costos de operación, producción o distribución de un negocio



Eficiencia operativa

Optimización de procesos internos para reducir el uso de recursos (tiempo, personal, energía, etc.).

Economías de escala

Obtener ventajas por producción en masa, disminuyendo el costo por unidad.



Automatización y tecnología

Ahorrar en mano de obra, mejorar tiempos de producción y reducir desperdicios.

Distribución eficiente

Uso de rutas, canales y medios de entrega más baratos y ágiles. Reducir gastos logísticos y acelerar la llegada del producto al cliente.



Control estricto del presupuesto

Supervisión constante de gastos y asignación de recursos. Evitar fugas de dinero y mantener las operaciones dentro de lo planeado.

Innovación y diferenciación

Objetivo principal

Ofrecer productos o servicios únicos y valiosos que generen una ventaja competitiva sostenible, permitiendo captar y fidelizar clientes dispuestos a pagar más por algo distinto y mejor.



Originalidad

El producto, servicio o proceso se distingue por ser único y no una copia.

Mejora continua

La innovación no es puntual; requiere evolución constante. Mantener la relevancia en un mercado que cambia rápidamente.

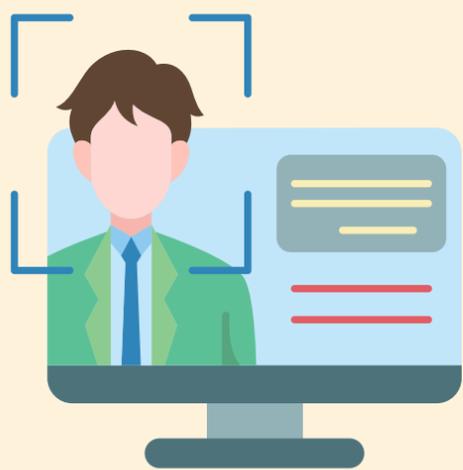


Enfoque en el cliente

Toda innovación o diferenciación debe responder a una necesidad o deseo del cliente.

Valor agregado

Se ofrece algo más que la competencia no entrega (calidad, diseño, experiencia, funcionalidad).



Identidad de marca

Construcción de una imagen sólida basada en atributos únicos y coherentes.

Elementos de los modelos de negocios

Propuesta de Valor

Define la solución que ofrece la empresa a un problema específico del cliente. Su objetivo es diferenciarse de la competencia y atraer a los consumidores.



Estructura de Costos:

Detalla todos los costos asociados con la operación del modelo de negocio. Su objetivo es gestionar los gastos de manera eficiente para maximizar la rentabilidad.



Socios Clave

Identifica las alianzas y colaboraciones que la empresa establece para optimizar su modelo de negocio. Su objetivo es reducir riesgos y adquirir recursos o capacidades que no se poseen internamente.



Son los activos necesarios para ofrecer la propuesta de valor, como personal, tecnología o infraestructura. Su objetivo es asegurar que la empresa tenga lo necesario para operar eficazmente.

Actividades Clave

Flujos de Ingresos

Detalla cómo la empresa genera ingresos a partir de su propuesta de valor. Los objetivos son diversificar las fuentes de ingresos y maximizar la rentabilidad.



Relaciones con Clientes

Establece el tipo de relación que la empresa mantiene con sus clientes, que puede ser personal, automatizada, o comunitaria. Su objetivo es fomentar la lealtad y satisfacción del cliente

Naturaleza del proyecto

Definición

Define el contexto, área de impacto y alcance inicial, permitiendo identificar su orientación: social, económico, tecnológico, ambiental, educativo, etc.



Tipo de proyecto

Se refiere a la categoría funcional del proyecto, es decir, si es productivo, social, ambiental, educativo, cultural, científico, tecnológico, entre otros.

Ámbito o sector de aplicación

Es el entorno específico donde el proyecto tendrá impacto, como salud, educación, industria, comercio, medio ambiente, turismo, etc.



Propósito general

Es la razón de ser del proyecto, aquello que se espera lograr como transformación o solución ante una problemática o necesidad identificada.

Enfoque metodológico

Es la forma en que se desarrollará el proyecto: su lógica de intervención, herramientas, fases y técnicas empleadas.



Justificación del proyecto (complementaria)

Explica el por qué se desarrolla el proyecto, con base en datos, evidencias y necesidades reales.

Justificación de la empresa

Definición

es una sección fundamental dentro del plan de negocios o proyecto empresarial donde se explica por qué es necesario crear la empresa



Detección de una necesidad u oportunidad

Consiste en identificar una carencia, problema o demanda no satisfecha en el mercado o comunidad, que la empresa puede resolver.

Relevancia económica y social

Explica cómo la empresa contribuirá al desarrollo económico (empleos, ingresos, inversión) y/o al bienestar social (servicios, inclusión, sostenibilidad).



Análisis del entorno competitivo

Estudio de las empresas existentes en el mercado y cómo la nueva empresa se diferencia de ellas.



Contribución a la innovación y diferenciación

Describe los elementos únicos o novedosos que la empresa propone, ya sea en producto, proceso, modelo de negocio, tecnología o experiencia al cliente.



Fundamentación estratégica y sustentabilidad

Justifica la solidez del modelo empresarial propuesto y su capacidad para mantenerse en el tiempo.

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

Propuesta de valor

Nombre de la Empresa

El nombre de la empresa es la denominación oficial, creativa y distintiva que representa la identidad del negocio ante el mercado y los consumidores.



Características importantes

- Original y fácil de recordar.
- Relacionado con el giro del negocio.
- Breve, significativo y sin ambigüedad.
- Puede tener un componente creativo o simbólico.
- Debe estar disponible legalmente y en dominios web.

Descripción de la Empresa

La descripción de la empresa resume su identidad, propósito, giro, ubicación, productos o servicios y público objetivo. Explica qué hace la empresa, para quién lo hace y cómo lo hace.



Características importantes

- Expone la visión general del negocio.
- Describe el giro empresarial (comercial, industrial, servicios, etc.).
- Define el mercado objetivo o clientes potenciales.



Propuesta de Valor

La propuesta de valor es la promesa diferenciadora que una empresa ofrece a sus clientes, explicando por qué elegirla frente a otras opciones del mercado.



Características importantes

- Se enfoca en los beneficios reales para el cliente.
- Responde a una necesidad o problema específico.
- Debe ser única, clara y relevante.



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

Análisis FODA

es una herramienta estratégica que permite conocer la situación interna y externa de una empresa para tomar decisiones acertadas.



Características

- Fortalezas: Capacidades internas que dan ventaja.
- Debilidades: Limitaciones internas que afectan el rendimiento.
- Oportunidades: Factores externos favorables que se pueden aprovechar.
- Amenazas: Riesgos externos que podrían afectar negativamente.

Misión de la Empresa

La misión es la razón de ser de la empresa. Define qué hace, a quién sirve y cómo lo hace, en el presente.



Visión de la Empresa

La visión describe el estado futuro deseado de la empresa. Es la meta o aspiración a largo plazo que guía su crecimiento.

Productos y Servicios

Los productos y servicios son los bienes tangibles o intangibles que la empresa ofrece a sus clientes para satisfacer una necesidad o resolver un problema.



Relación entre los elementos

- El FODA permite diagnosticar la situación del negocio.
- La misión explica su propósito actual.
- La visión define su meta futura.
- Los productos y servicios son el medio concreto para cumplir lo anterior.