



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

# **Emprendiendo con mi Primer Negocio**

**Evaluación final**

Pablo Montoya Gutiérrez  
Ingeniería de Ejecución en Computación e Informática  
Universidad del Bio-Bio  
2020-2



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

**Nombre:** Pablo Israel Montoya Gutiérrez.

**Rut:** 20.259.152-3

### **I.- Desarrollo práctico de emprendimiento.**

*“...Ud. tiene la posibilidad de generar una empresa de manera individual, para comercializar la venta de productos de salud para personas de 3era edad, en un local ubicado en el centro comercial de la comuna de Talcahuano”*

**Pregunta 1:** Describa y desarrolle en base al enunciado descrito, los primeros 4 componentes del Canvas para este caso de emprendimiento (16 pts.)

1. **Segmentos de clientes:** Personas mayores de edad con domicilio en Talcahuano y alrededores. Personas naturales que necesiten productos de salud.
2. **Propuesta de valor:** Facilitar todo tipo de productos de salud de la manera más confiable en toda el área comercial de la comuna de Talcahuano. Seguridad y calidad en nuestros productos junto con atención personalizada para los adultos mayores superando las expectativas de nuestros clientes.
3. **Canales:** Tienda física ubicada en centro comercial de Talcahuano, página web, redes sociales (Facebook y Whatsapp para atención personalizada).
4. **Relación con clientes:** Asesoramiento en tienda, atención inmediata, reservas, varios métodos de pago y feedback.

**Pregunta 2:** De acuerdo al mismo enunciado descrito al inicio, responda: ¿Qué tipo de empresa podría constituirse como persona jurídica e indique una ventaja de este tipo de empresa como persona jurídica? (4 pts.)

- **Tipo de empresa:** Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL).
- **Ventaja del tipo de empresa:** No es necesario incluir socios para llevar a cabo la administración de la empresa, pasando a ser uno mismo su propio jefe.

**Pregunta 3:** Explique con sus palabras “el dolor del cliente” (3 pts.)

En palabras resumidas el “Dolor del cliente” son las expectativas, necesidades y preocupaciones que tiene nuestro cliente. La idea de detectar estos puntos nos ayuda a prevenir y encontrar las mejores soluciones para llegar de la mejor manera al público objetivo.