

UDOS

Nombre del alumno: Esthela Nahomy Álvarez Cruz.

Nombre del tema: Unidad II.

Parcial: II.

Nombre de la materia: Taller del Emprendedor.

Nombre del profesor: Gladis Adilene Hernandez Lopez..

Nombre de la licenciatura: Derecho.

Cuatrimestre: IX.

Lugar y fecha de elaboración: Comitán de Domínguez, Chiapas, 15 de Junio de 2025.

UNIDAD II. NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

2.1 Propuesta de valor

Una idea original es aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento

La clave del éxito de un negocio es desarrollar una ventaja competitiva única, que le permita crear valor para los consumidores y que le sea difícil de emular a la competencia.

La fidelidad del cliente se busca mostrando los beneficios que ofrecen los productos o servicios.

2.2 Generación de ideas

la importancia de generar propuestas de valor innovadoras y atractivas para los clientes.

No siempre se requiere una inversión extraordinaria para crear una propuesta de valor.

La propuesta de valor puede variar en diferentes aspectos como el precio, el servicio, el proceso de producción o la utilidad posterior al envase.

2.3 Modelo de negocio

describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social

un modelo de negocio podría ser un diagrama de los componentes clave de la empresa a integrar al iniciar y operar la misma.

Al planear un negocio es necesario definir hacia quién se quiere enfocar el producto o servicio

2.4 Características de los modelos de negocios

Describe las operaciones de la compañía, incluyendo todos sus componentes, procesos y funciones

El objetivo de un modelo de negocio es mantener los costos fijos bajos y el valor para el cliente alto para maximizar las ganancias

2.4.1 Bajos costos

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

Algunas medidas que se pueden tomar para mantener los costos lo más bajo posible son

Ser el número uno en el área o sector, teniendo un muy buen control, esquema administrativo modesto, materias primas superiores y tecnología con alto control de calidad. L

2.4.2 Innovación y diferenciación

La empresa debe hacer algo diferente al resto de sus competidores en la cadena de valor

La razón por la que es necesario este punto es que si la empresa ofrece lo mismo que sus competidores, entonces los consumidores no tendrían por qué preferirla sobre las demás

La diferenciación o innovación debe ser de valor para el comprador, y se proporciona al reducir el costo o aportar una mejor o mayor utilidad al producto,