



NOMBRE DEL ALUMNO:

ALAN FRANCISCO GALLEGOS MORALES

NOMBRE DEL CATEDRÁTICO :

GLADIS ADILENE HERNANDEZ LÓPEZ

NOMBRE DEL TRABAJO:

MAPA CONCEPTUAL

PASIÓN POR EDUCAR

MATERIA:

TALLER DEL EMPRENDEDOR

GRADO: NOVENO CUATRIMESTRE

GRUPO: LDE08EMC0122-A

UNIDAD II. NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

2.1 PROPUESTA DE VALOR

Es el beneficio claro, relevante y diferencia que una empresa ofrece a sus clientes, explicando por qué deberían elegir sus productos o servicios por encima de los competidores.

Elementos clave:

- Relevancia: Responde a una necesidad o problema del cliente.
- Valor: Ofrece un beneficio claro (ahorro, comodidad, calidad, exclusividad, etc.).
- Diferenciación: Explica qué hace única a la oferta frente a otras alternativas del mercado.

2.2 GENERACION DE IDEAS

Identificación de oportunidades mediante la observación de necesidades o mejoras, sin requerir gran inversión, buscando innovar en producto, precio, servicio, proceso o mercado.

1. Fuentes de ideas: necesidades, problemas, procesos, mercado.
2. Estrategias: menor costo, mejor calidad, más valor, innovación.
3. Análisis necesario: cliente, producto, competencia, percepción.
4. Preguntas guía: ¿Qué mejorar? ¿Cómo hacerlo diferente o mejor?

2.3 MODELO DE NEGOCIO

Es la forma en que una empresa crea, entrega y captura valor, combinando elementos como: Propuesta de valor, Clientes, Recursos e actividades clave, Ingresos y costos.

- Guía la operación y estrategia de la empresa
- Aterriza ideas y atrae inversión
- Debe adaptarse al entorno para seguir siendo rentable

2.4 CARACTERÍSTICAS

Describe cómo opera una empresa:

- Componentes, procesos y funciones
- Relación entre costos y valor al cliente
- Busca bajos costos fijos y alto valor percibido

¿Qué lo hace exitoso?

- Tener un "secreto" o ventaja competitiva
- Integrar eficazmente producción, capital, mercado, trabajo y administración
- Ofrecer una combinación única que genere mayor rentabilidad

2.4.1 BAJOS COSTOS

¿Por qué es importante reducir costos?

- Menores costos → mayor margen de ganancia
- Costos iguales a la competencia = mismas utilidades

¿Cómo reducirlos eficazmente?

- Control administrativo eficiente
- Materia prima y tecnología de calidad, no barata
- Mayor confiabilidad, facilidad de uso, garantía, rapidez de entrega

2.4.2 INNOVACION Y DIFERENCIACION

¿Qué implica diferenciarse?

- Hacer algo distinto en la cadena de valor (materias primas, producción, entrega, servicio)
- El cliente debe percibir la diferencia y valorarla

¿Cómo lograrlo?

- Agregar valor real al producto (calidad, servicio, rapidez, trato)
- Uso eficiente de recursos, tecnologías adecuadas y producción local
- Aumenta el precio y la inversión potencial si hay valor agregado