



# UNIVERSIDAD DEL SURESTE

ALVARO EDUARDO MORENO GONZALEZ.

LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO.

CUADRO SINÓPTICO.

TALLER DEL EMPRENDEDOR.

LIC. ALDO NAJERA IRECTA

COMITÁN DE DOMINGUEZ CHIAPAS 27 DE MARZO DEL 2020.

## Propuesta de valor

Zimmerer  
(2005)

describe que la meta de elaborar y desarrollar un plan estratégico es crear una ventaja competitiva, agregar factores que identifiquen y diferencien a la compañía de sus competidores y le den una posición única y superior en el mercado

Metzgel y  
Donaire  
(2007)

la mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes.

Fayolle  
(2007)

el emprendimiento es un proceso dinámico de creación de valor incremental. Este valor es creado por individuos que asumen riesgos en términos de equidad, tiempo y/o entrega profesional para proveerle valor a un producto (o proceso) o servicio.

Metzger  
(2007)

) comenta que la mayoría de las personas no pueden explicar qué hace su empresa; es decir, no conocen o no tienen clara la propuesta de valor de la empresa. La mejor manera para comenzar a alinear a los empleados y a la dirección, es entender el beneficio que la empresa trata de entregar a sus clientes.

Porter  
(1985),

cadena de  
valor.

la cadena de valor es un concepto muy importante, ya que a través de ella se identifican los procesos a seguir dentro del negocio, ayuda a elegir indicadores y necesidades de recursos.

Para Mejía  
(2007)

se acuña a partir de estudios sobre estrategia empresarial y se define como una mezcla que se forma con la descripción de los productos o servicios, así como los beneficios que ofrece y los valores agregados que lo hacen diferente a los de su clase y que pueden ser disfrutados por los clientes.

(Kotler,  
2005

señala que la propuesta de valor está formada por el conjunto de beneficios que una empresa promete entregar y no sólo por el posicionamiento de la oferta.

## Generación de ideas

utilizar algunas de las preguntas que Alex Osborn (2005)

propone para generar ideas:  
¿Por qué es necesario el producto? ¿Dónde puede hacerse? ¿Cuándo debería hacerse? ¿Cómo se hace?, y de ahí podrían derivar otra serie de preguntas, por ejemplo: ¿debe ser algo nuevo?, ¿modificado?, ¿mejorado?, ¿económico?, ¿combinado?, etcétera.