



Nombre de alumna: *Daniela Monserrat Méndez Guillén*

Nombre del profesor: Lic. Ana Laura Culebro Torres

Nombre del trabajo: *SUPER NOTA*

Materia: *Taller del emprendedor*

Grado: 9° Grupo: A Nutrición

PASIÓN POR EDUCAR

Comitán de Domínguez Chiapas a 03 de JUNIO de 2020

PROPUESTA DE VALOR

LA PROPUESTA DE VALOR ES UNA OFERTA TOTAL DE MARCA



Mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes. - Metzgel y Donaire (2007)



La propuesta de valor debe cumplir con las siguientes características:



- Reflejar la funcionalidad
- Incluir información importante para los clientes
- Conocer y reflejar las características
- Comunicar lo que hace mejor la empresa o la diferencia de la competencia
- Ser lo suficientemente simple y entendible



Kotler menciona que para el desarrollo de la propuesta de valor se dan etapas

Postura de valor para el producto (¿por qué debo comprarle a usted?)

Posicionamiento amplio para el producto como punto de partida.

Postura de valor para el producto



NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

MODELO DE NEGOCIO

GENERACIÓN DE IDEAS

Alex Osborn (2005) propone para generar ideas:

¿Por qué es necesario el producto? ¿Dónde puede hacerse? ¿Cuándo debería hacerse? ¿Cómo se hace?



Se trata de tener una estrategia que permita entrar en el mercado con ciertas ventajas que le brinden perspectivas de éxito

El emprendedor requiere analizar:

- Mercado: descripción del público al que va dirigida la propuesta de valor
- Experiencia que recibió el cliente
- El producto o servicio que ofrece al cliente en términos de características o atributos de valor para el cliente
- Alternativas y las diferencias



Cuando ya se tiene una idea de lo que representará la propuesta de valor, los valores son cuantitativos o cualitativos y se miden con los siguientes parámetros:

- Facilita el trabajo del cliente en algún aspecto
- ¿Mejora el desempeño o rendimiento del producto o servicio?
- ¿El producto o servicio se adapta a las necesidades específicas de un consumidor?



"EL MECANISMO POR EL CUAL UN NEGOCIO DESCRIBE LA MECÁNICA PARA LA CREACIÓN DE VALOR ECONÓMICO" (RAPPA, 2005).

El término fue empleado por primera vez en 1954, por Peter Drucker



Conocido como diseño de negocios

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



El término abarca las actividades que conforman la empresa como: propósito, estrategias, infraestructura, bienes, estructura organizacional, operaciones, políticas, relación con los clientes, esquemas de financiamiento y obtención de recursos.



Factores Internos	Factores Externos
Debilidades	Amenazas
Fortalezas	Oportunidades

Elementos fundamentales de planeación estratégica para un negocio:

- Análisis FODA
- Análisis de la industria y del mercado
- Análisis técnico-operativo
- Análisis organizacional y de gestión del recurso humano
- Análisis financiero



Aspectos de los modelos de negocio:

- Selección de clientes
- Segmentar sus ofertas de producto/servicio
- Crear valor para sus clientes
- Conseguir y conservar a los clientes
- Salir al mercado
- Configurar recursos para utilizarlos

Un modelo de negocio tiene tres funciones esenciales:

- Guía las operaciones de una compañía
- Atrae a líderes e inversionistas
- Obliga a los emprendedores a aterrizar sus ideas en la realidad

