



PRESENTA EL ALUMNO:

Carla Yazmin Hernández Espinoza

GRUPO, CUATRIMESTRE Y MODALIDAD:

9no. CUATRIMESTRE "A" LICENCIATURA EN ENFERMERIA ESCOLARIZADO

DOCENTE:

Ana Laura Culebro

MATERIA:

Taller del emprendedor

TRABAJO:

Súper nota

FECHA DE ENTREGA:

10/junio/2021



PROPUESTA DE VALOR

¿QUE ES LA PROPUESTA DE VALOR?

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

¿QUÉ CONSIDERAR EN UNA PROPUESTA DE VALOR?

- Cualidades del producto
- Relación del consumidor
- Imagen y prestigio

CARACTERISTICAS DE LA PROPUESTA DE VALOR

- Reflejar la funcionalidad, el servicio, la imagen, la oportunidad, la calidad y el precio que una empresa ofrece a los clientes.
- Incluir información importante para los clientes, como plazos de entrega y riesgos o expectativas.
- Conocer y reflejar las características, visibles o no, que atraen a un posible
- Ser lo suficientemente simple y entendible
- Buscar la fidelidad del cliente al mostrar los beneficios que ofrecen sus productos o servicios.

ETAPAS DE LA PROPUESTA DE VALOR

- Elegir un posicionamiento amplio para el producto como punto de partida
- Determinar una postura de valor para el producto
- desarrollar la propuesta de valor total del producto

MODELO DE NEGOCIO

¿QUÉ ES EL MODELO DE NEGOCIO?

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

- Estrategias
- Infraestructura
- Bienes que ofrece
- Estructura organizacional
- Operaciones, políticas
- Relación con los clientes
- Esquemas de financiamiento y obtención de recursos

ELEMENTOS FUNDAMENTALES PARA LA PLANEACION DE UN NEGOCIO

- Análisis FODA (Fuerzas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)
- Análisis de la industria y del mercado
- Análisis técnico-operativo
- Análisis organizacional y de gestión del recurso humano
- Análisis financiero.

¿ASPECTOS DE UN MODELO DE NEGOCIO?

- Seleccionar a sus clientes
- Segmentar sus ofertas de producto/servicio.
- Crear valor para sus clientes.
- Conseguir y conservar a los clientes.
- Salir al mercado

FUNCIONES DE UN MODELO DE NEGOCIO

- Guía las operaciones de una compañía al prever el curso futuro de la empresa y ayuda a planear una estrategia para el éxito.
- Atrae a líderes e inversionistas.
- Obliga a los emprendedores a aterrizarll sus ideas en la realidad.

CARACTERÍSTICAS DE LOS MODELOS DE NEGOCIO

Tal como hemos señalado, un modelo de negocio describe las operaciones de la compañía, incluyendo todos sus componentes, procesos y funciones que tienen como resultado un costo para la empresa y un valor para el consumidor.

OBJETIVO

mantener los costos fijos bajos y el valor para el cliente alto para maximizar las ganancias.

Los modelos de negocio con más éxito cuentan con una especie de —secretoll que los diferencia de otros

PARA QUE UN MODELO DE NEGOCIO RESULTE ATRACTIVO Y PROPORCIONE GANANCIAS, DEBE PONER ESPECIAL ATENCIÓN EN LOS SIGUIENTES PUNTOS

- Bajos costos
- Innovación y diferenciación

La estrategia de la compañía de combinar y poner a trabajar sus áreas de producción, capital, mercado, trabajo y administrativa, determinan un modelo de negocio único.

ANÁLISIS FODA

El análisis FODA es una herramienta que el emprendedor puede utilizar para valorar la viabilidad actual y futura de un proyecto, es decir, es un diagnóstico que facilita la toma de decisiones

el análisis FODA pues es una herramienta muy útil en las revisiones periódicas indispensables para toda empresa.

MISIÓN DE UNA EMPRESA

- Atención (orientación al cliente).
- Alta calidad en sus productos y/o servicios.
- Mantener una filosofía de mejoramiento continuo
- Innovación y/o distingos competitivos

VISIÓN DE UNA EMPRESA

- Motivadora para todos los integrantes de la empresa.
- Clara y entendible.
- Factible o alcanzable, aunque no sea fácil.
- Realista, considerando el entorno actual y cambiante en el que se vive.
- Alineada con la misión y los valores de la empresa

LA MISIÓN DEBE REUNIR CIERTOS REQUISITOS QUE LE DEN VALIDEZ Y FUNCIONALIDAD

- Amplia
- Motivadora
- Congruente.

OBJETIVOS DE LA EMPRESA A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO

- En los objetivos los deseos se convierten en metas y compromisos específicos, claros y ubicados en el tiempo.
- Los objetivos deben poseer ciertos rasgos o peculiaridades
- Los objetivos se establecen en forma general para la empresa