



**Nombre del alumno:** Ana Karen Argüello Solís

**Nombre del profesor:** Ana Laura  
Culebro Torres

**Nombre del trabajo:** Super Nota, Unidad II

**Materia:** Taller del emprendedor

PASIÓN POR EDUCAR

**Grado:** Noveno

**Grupo:** A

Comitán de Domínguez Chiapas a 11/ Junio/ 2021

# Propuesta de valor

Es un recurso mediante el cual se transmite de manera objetiva y directa las ventajas que una empresa ofrece a sus clientes.



## CARACTERÍSTICAS:

- \*Reflejar la buena funcionalidad, calidad y precios
- \* Reflejar las características que pueden atraer a un posible comprador
- \*Hacer ver lo que hace mejor la empresa de otras
- \* Tratar de mantener a un cliente con los buenos productos que ofrece.

## ¿Que menciona Kotler?

Para Kotler dar el desarrollo de propuesta de valor, se tiene que dar en etapas

- \*Determinar una postura de valor para el producto.
- \*Posicionar nuestro producto
- \* Dar información importante e interesante para los clientes.



## Metzger

Comenta que la mayoría de personas no pueden explicar que finalidad tiene la empresa y el producto que está en venta, no conocen o carecen de información sobre la propuesta de valor

## BIBLIOGRAFÍA

Torres, L. A. (2021). En L. A. Torres, TALLER DEL EMPRENDEDOR( PÁGS. 36-38). Noveno cuatrimestre: Mayo-Agosto.



# MODELO DE NEGOCIO

¿QUE ES UN MODELO DE NEGOCIO?



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

## EL EMPRENDEDOR



Puede auxiliarse de la planeación estratégica como una buena herramienta

## ASPECTOS

Seleccionar a sus clientes

Definir procesos clave del negocio

Segmentar sus ofertas

Crear valor para sus clientes

Asegurar un modelo de ingreso adecuado

Configurar sus recursos para utilizarlos eficientemente

Salir al mercado

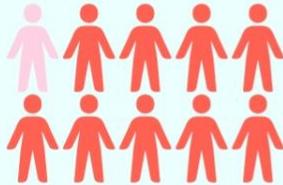
## DESARROLLO DEL MODELO.



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

# Características de los modelos de negocios

## SEGMENTACIÓN DEL MERCADO



Definir los diferentes tipos de clientes que se pretende alcanzar

## Propuesta de valor



Describir como el producto crea utilidad para los clientes

### CANALES DE DISTRIBUCIÓN.



Definir y valorará como será nuestra relación con el cliente

## FUENTES DE INGRESO



Definir y aclarar cómo se obtendrán los beneficios

## ACTIVIDADES CLAVE



Deben ser orientadas al adecuado funcionamiento de las áreas de ma empresa

## RECURSOS CLAVE



Físicos, intelectuales, humanos y financieros

## Socios clave



Estudiar posibles alianzas

# ANÁLISIS FODA

## ¿QUÉ ES?

Es una herramienta que te ayuda para identificar y contrastar tus fortalezas y debilidades contra las posibles amenazas que tiene el mercado.

## FORTALEZAS



- × Lo que la empresa realiza de manera correcta
- × Las cualidades que hace la diferencia de otras empresas.
- × Los recursos y elementos; como la experiencia
- × Bienes tangibles: Propiedades, inversiones, o tecnologías

## OPORTUNIDADES



- Mercados desatendidos
- Pocos competidores en la rama a incursionar
- Cobertura con medios de comunicación

## DEBILIDADES



- ° Aspectos de los cuales la empresa carece
- ° Aspectos que la competencia realiza mejor
- ° Falta de recursos
- ° Propuestas poco comprensibles

## AMENAZAS



- Nuevos competidores
- Mala cobertura con medios de comunicación.
- Cambio de actitud de los clientes hacia el producto



