



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

