

Nombre de alumnos: Yélice
Gabriela Hernández
Maldonado

Nombre del profesor: Ana
Laura Culebro

Nombre del trabajo: Súper
nota

Materia: Taller del
emprendedor

Grado y grupo: 9vo "A"

11-06-21

Lic. no pude pasar el formato de la portada ya
que lo hice en una aplicación

Propuesta de valor

¿Qué es?

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



Propuesta de valor por Metzgel y Donaire (2007),

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

Características

- Reflejar la funcionalidad, el servicio, la imagen, la oportunidad
- Incluir información importante para los clientes
- Conocer y reflejar las características, visibles o no
- Comunicar lo que hace mejor la empresa o la diferencia de la competencia
- Ser lo suficientemente simple y entendible, para que el cliente
- Buscar la fidelidad del cliente al mostrar los beneficios que ofrecen



Elementos a considerar

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

Kotler

Propuesta de valor se dan etapas

- Elegir un posicionamiento amplio
- Determinar una postura de valor para el producto
- Desarrollar la propuesta de valor total del producto

GENERACIÓN DE IDEAS

EN TODAS PARTES HAY IDEAS QUE NO REQUIEREN, AL MENOS EN UN PRINCIPIO, UNA INVERSIÓN EXTRAORDINARIA,

EL EMPRENDEDOR REQUIERE DE:



- El mercado
- La experiencia que recibió el cliente
- El producto o servicio que ofrece al cliente
- Las alternativas y las diferencias
- Las evidencias o pruebas que tiene la empresa sobre las ventajas en el mercado

Propuestas por Kaplan y Norton

- Mejor compra o menor costo total
- Vanguardia en el desarrollo de productos
- Llave en mano
- Cautiverio



Elementos relacionados con el cliente:

- Características del mercado potencial.
- Necesidad que cubrirán
- Beneficios de permanencia con el producto, servicio y/o la marca.
- Características de las personas vendedoras o puntos de venta
- Servicios de posventa

ELEMENTOS RELACIONADOS CON EL PUNTO DE VISTA DE LA EMPRESA

- Objetivo estratégico de la empresa
- Recursos físicos, logísticos, tecnológicos y humanos necesarios
- Objetivos del plan de ventas
- Controles de calidad, del producto y del servicio a ofrecer
- Inversiones necesarias, presentes o futuras



SEGÚN MARIOTTI (2007), EXISTEN CINCO ELEMENTOS PARA CONCRETAR SU PROPUESTA DE VALOR Y ASEGURAR SU ÉXITO

- Utilizar una nueva tecnología para producir un nuevo producto
- Utilizar una tecnología existente para producir un nuevo bien
- Utilizar una tecnología ya existente para crear un producto viejo de una forma nueva
- Encontrar nuevas fuentes de recursos para realizar el producto de una forma más eficiente
- Identificar cómo el producto puede ser llevado a mercados

EN DEFINITIVA, PARA TENER ÉXITO ES INDISPENSABLE QUE AMBOS, EL CONSUMIDOR Y LA EMPRESA, RESULTEN BENEFICIADOS EN EL PROCESO DE PRODUCCIÓN Y VENTA DE BIENES Y SERVICIOS



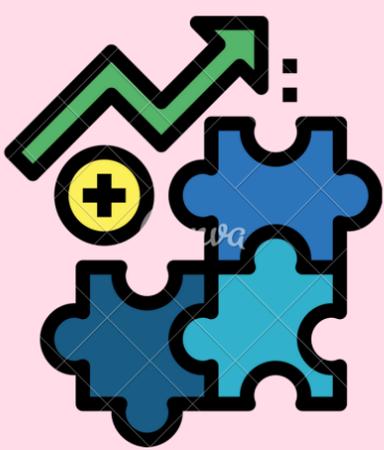
MODELO DE NEGOCIO



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

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.



Los modelos de negocio comprenden los aspectos que se enlistan a continuación

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

Un modelo de negocio tiene tres funciones esenciales

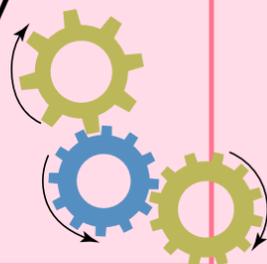
- Guía las operaciones de una compañía al prever el curso futuro de la empresa y ayuda a planear una estrategia para el éxito.
- Atrae a líderes e inversionistas.
- Obliga a los emprendedores "aterrizar" sus ideas en la realidad.



Un modelo de negocio se determinará a partir de las elecciones que tome la empresa

Un modelo de negocio es una herramienta conceptual que contiene un conjunto de elementos y sus relaciones, y que nos permite expresar la lógica de negocios de una empresa específica".

Osterwalder, Pigneur y Tucci (2005).



Justificación de la empresa

Un modelo de negocio es una herramienta conceptual que contiene un conjunto de elementos y sus relaciones, y que nos permite expresar la lógica de negocios de una empresa específica". Osterwalder, Pigneur y Tucci (2005). Una vez que ha seleccionado una idea, debe justificar la importancia de la misma, especificar la necesidad o carencia que satisface, o bien el problema concreto que resuelve



Bibliografía

(Culebro, Antología Taller Del Emprendedor, 2021)

(2021). En A. L. Culebro, Antología Taller Del Emprendedor
(págs. 32-53).