



Nombre de alumno: Marli Paola Vázquez López

Nombre del profesor: Ana Laura Culebro

Nombre del trabajo; súper nota

Grado; 9

Grupo; C

Comitán de Domínguez Chiapas a 01 de junio de 2021

PROPUESTA DE VALOR



- ❖ La propuesta de valor es definida por Metzgel y Donaire (2007), como la mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes.
- ❖ los estudios de mercado nos enseñan que el posicionamiento estratégico consiste en tomar una opción frente al mercado.

- ❖ contextualiza el concepto de propuesta de valor en un ámbito más global al decir que el emprendimiento se trata de crear valor.
- ❖ El producto o servicio por sí mismo puede o no ser nuevo ni único, pero el emprendedor debe buscar la manera de añadirle valor.



- ❖ la propuesta de valor debe cumplir con las siguientes características:
- ❖ 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.

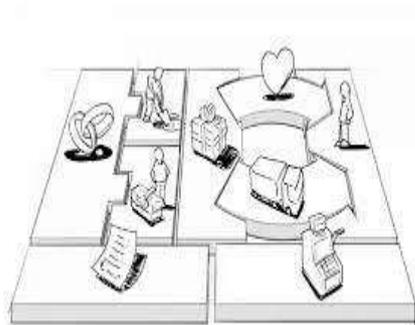
- ❖ Conocer y reflejar las características, visibles o no.
- ❖ Comunicar lo que hace mejor la empresa o la diferencia de la competencia.
- ❖ Ser lo suficientemente simple y entendible, para que el cliente potencial aprecie los beneficios.
- ❖ Buscar la fidelidad del cliente al mostrar los beneficios que ofrecen sus productos o servicios.



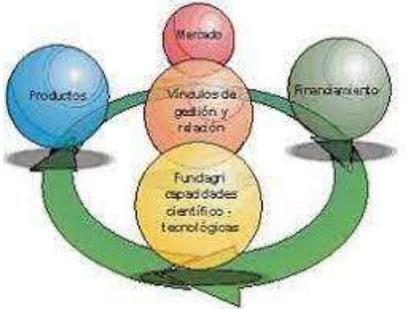
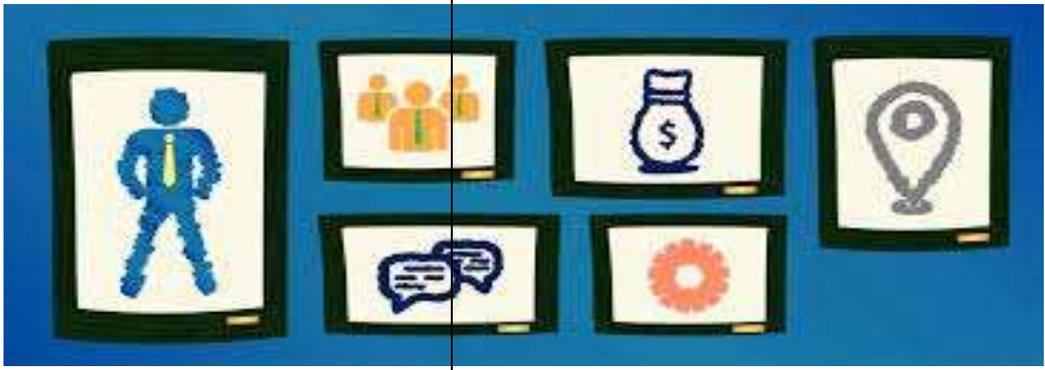
- la propuesta de valor es una oferta total de marca, que es de gran importancia como parte del desarrollo del plan de negocios.
- porque al tener un fuerte impacto hará crecer su mercado y se convertirá en una propuesta competitiva.

- ❖ los atributos de los productos y servicios que generan la propuesta de valor, están relacionados con la funcionalidad, la calidad, la oportunidad y el precio de acuerdo al Grupo Kaizen (2005).

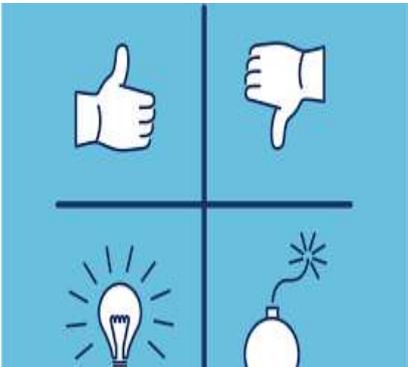
MODELO DE NEGOCIO

	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Un modelo de negocio (también conocido como diseño de negocios) describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social. ◆ un modelo de negocio podría ser un diagrama de los componentes clave de la empresa a integrar al iniciar y operar la misma. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Elementos fundamentales de planeación estratégica en ella se encuentran; ❖ Análisis FODA (Fuerzas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas). ❖ . Análisis de la industria y del mercado (incluso la competencia) ❖ Análisis técnico–operativo ❖ Análisis organizacional y de gestión del recurso humano. ❖ Análisis financiero.
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ La importancia de un modelo de negocio para el emprendedor es que, por lo común, la planeación que se aplica al inicio de las operaciones de la empresa determina su éxito o fracaso. 	<ul style="list-style-type: none"> • 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 (estrategia/canales/logística/distribución).
	<ul style="list-style-type: none"> • De acuerdo con Hisrich el modelo de negocio se describe como un documento escrito, preparado por el emprendedor, que describe todos los elementos internos y externos que sean relevantes y estén relacionados con tomar un nuevo riesgo empresarial (Hisrich, 2008) 	<ul style="list-style-type: none"> • Un modelo de negocio describe la base para saber cómo una organización crea, entrega y captura valor (Alexander Osterwalder, 2009)

CARACTERÍSTICAS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS

	<ul style="list-style-type: none"> • 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. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ El objetivo de un modelo de negocio es 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 secreto que los diferencia de otros.
	<ul style="list-style-type: none"> • La estrategia de la compañía de combinar y poner a trabajar sus áreas de; • Producción • Capital • Mercado • trabajo • administrativa, determinan un modelo de negocio único. 	<ul style="list-style-type: none"> • La combinación de estas variables y el nivel de superioridad del modelo determinan sus ventajas competitivas (el —secreto del modelo).
		

ANÁLISIS FODA

	<ul style="list-style-type: none"> • 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. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Se denomina FODA por las iniciales de sus cuatro componentes: Fortalezas, Debilidades (ambas, directamente relacionadas con el proyecto y son de tipo —interno. ❖ bajo el control del emprendedor para aprovecharse y/o complementarse) Oportunidades y Amenazas.
	<ul style="list-style-type: none"> • La misión de una empresa es su razón de ser; es el propósito o motivo por el cual existe y, por tanto, da sentido y guía sus actividades. • La misión debe contener y manifestar características que le permitan permanecer en el tiempo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ejemplos; • Atención (orientación al cliente). • Alta calidad en sus productos y/o servicios. • Mantener una filosofía de mejoramiento continuo. • Innovación y/o distingos competitivos, que le den a sus productos y servicios especificaciones que atraigan y mantengan al cliente (larga duración, garantía, sencillez de uso).
	<ul style="list-style-type: none"> • Los objetivos son los puntos intermedios de la misión. Es el segundo paso para determinar el rumbo de la empresa y acercar los proyectos a la realidad (el primer paso fue redactar la misión). 	<ul style="list-style-type: none"> • En los objetivos los deseos se convierten en metas y compromisos específicos, claros y ubicados en el tiempo. Así, la misión deja de ser una intención para convertirse en una realidad concreta.

<file:///C:/Users/Usu/Desktop/ANTOLOGIAS%20NOVENO/TALLER%20DEL%20EMPRENDEDOR.pdf>