

**Nombre del alumno: Edison moises  
Pimentel cruz**

**Nombre del profesor: Ana Laura  
Culebro**

**Nombre del trabajo: súper nota**

**Materia: Taller del Emprendedor**

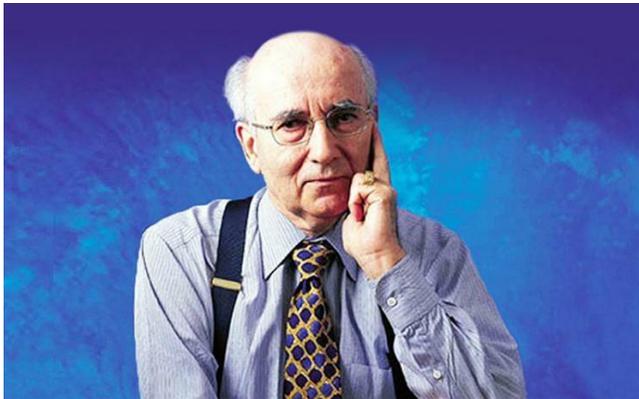
**Grado: 9º cuatrimestre**

**Grupo: C**

## 2.1 Propuesta de valor

### La 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. Además, comenta que los estudios de mercado nos enseñan que el posicionamiento estratégico



Kotler también menciona que para el desarrollo de la propuesta de valor se dan etapas (o posicionamientos):

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

Una propuesta de valor depende de los elementos;

El concepto de propuesta de valor fue originalmente difundido por Porter (1985), con el nombre de —cadena de valor.



## 2.2 Modelo de negocio

### Modelo de negocio

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.



### Planear un negocio

Al planear un negocio es necesario definir hacia quién se quiere enfocar el producto o servicio, ya que el cliente tiene una influencia positiva en el posicionamiento y la rentabilidad de la empresa, hecho que se ha confirmado en diversos estudios

### Definición

El término modelo de negocio es un concepto relativamente nuevo como tal, aunque su utilización ha existido y ha sido recomendada desde hace varias décadas.



### ¿Que es un modelo de negocio?



•Es una estrategia seleccionada para desarrollar un negocio o empresa.  
•Definición de la estructura operativa, de mercado, logística productiva, etc.  
•"La estructura estratégica y funcional que permite el logro de los objetivos operacionales y financieros de una organización"

### Alexander Osterwalder

—Un modelo de negocio describe la base para saber cómo una organización crea, entrega y captura valor

## 2.3 Características de los modelos de negocios

### Función

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

### Características de Modelos de Negocios

#### Características de un modelo de negocio rentable:

- ❖ Ser considerado de **gran valor** para los usuarios y/o clientes.
- ❖ Modelo de negocio debe poder ser **utilizado masivamente**.
- ❖ Altamente **escalable**: el incremento de ingresos no debe implicar el mismo incremento en costos.



### Objetivo

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

### Modelo de negocio

Para que un modelo de negocio resulte atractivo y proporcione ganancias, debe poner especial atención en los siguientes puntos:

- Bajos costos.
- Innovación y diferenciación.



## 2.4. Análisis foda

### 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.



### Iniciales

Se denomina FODA por las iniciales de sus cuatro componentes: Fortalezas, Debilidades (ambas, directamente relacionadas con el proyecto y son de tipo interno, es decir, bajo el control del emprendedor para aprovecharse y/o complementarse) Oportunidades y Amenazas (variables externas difíciles de modificar pero predecibles y, por tanto, que hasta cierto punto se pueden prevenir o aprovechar).

### Misión de la empresa

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, por ejemplo:

- 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).



## Bibliografía

REYES Ponce, A. (2008). Administración de empresas. Teoría y práctica. México: Limusa.

Alcazar Rodríguez I. (2004). El emprendedor de éxito. Guía de planes de negocio. Mc Graw hill

Rodríguez I. (2000). Planeación, organización y dirección de la pequeña empresa. Mc Graw hill

Kotler, p., & armstrong, g. (2003). Fundamentos de marketing. México: pearson.