



Nombre del alumno:
Marisol Castro Argueta.

Nombre del profesor:
Juan Manuel Jaime

Nombre del trabajo:
Cuadro sinóptico.

Materia:

Taller del emprndedor

**Grado: Noveno cuatrimestre de la
licenciatura en enfermería.**

Grupo: A

PROPUESTA DE VALOR

Importancia

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 y le den una posición única y superior en el mercado.

Desde una perspectiva estratégica, la clave del éxito de un negocio es desarrollar una ventaja competitiva única, que le permita crear valor para los consumidores y que le sea difícil de emular a la competencia.

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.

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, como plazos de entrega y riesgos o expectativas.
- Conocer y reflejar las características, visibles o no, que atraen a un posible comprador, lo que define a la empresa como proactiva ante sus clientes.
- 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.

GENERACION DE IDEAS

Requiere

- El mercado: descripción del público al que va dirigida la propuesta de valor.
- La experiencia que recibió el cliente: análisis de la opinión de los clientes en cuanto a la propuesta de valor, ya que es importante recibir realimentación directa y verídica.
- El producto o servicio que ofrece al cliente en términos de características o atributos de valor para el cliente.
- Las alternativas y las diferencias: qué otros productos existen en el mercado y qué hace diferente al producto que la empresa ofrece.
- Las evidencias o pruebas que tiene la empresa sobre las ventajas en el mercado.

categorías propuestas por Kaplan y Norton

- ❑ Mejor compra o menor costo total: consiste en fijar precios económicos (bajos), buena calidad y servicio.
- ❑ Vanguardia en el desarrollo de productos: colocar como productos líderes a los más novedosos.
- ❑ Llave en mano: ofrecer la solución a necesidades o gustos específicos de un segmento de población.
- ❑ Cautiverio: busca acaparar a la mayor parte de compradores para dejar sin clientes potenciales a los competidores.

MODELO DE NEGOCIO

¿Qué es un modelo de negocio?

Describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social. El término abarca un amplio rango de actividades que conforman aspectos clave de la empresa, tales como el propósito de la misma.

Un modelo de negocio podría ser un diagrama de los componentes clave de la empresa a integrar al iniciar y operar la misma. Una estructura que será ciertamente útil y eficaz si se sigue paso a paso cada uno de los bloques estratégicos que lo conforman.

El emprendedor puede auxiliarse de la planeación estratégica como una buena herramienta, considerando que existen elementos fundamentales de planeación estratégica para un negocio .

Modelos recomendados

- ✓ 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.
- .

Los modelos de negocio comprenden los aspectos :

- 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
- Definir los procesos clave de negocio que deben llevarse a cabo.
- Configurar sus recursos para utilizarlos eficientemente.
- Asegurar un modelo

CARACTERÍSTICAS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS

Características

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.

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.

Bajos costos

Si la compañía tiene los mismos costos que sus competidores, entonces tendrá las mismas ganancias. Por tanto, para aumentar el margen de ganancias debe disminuir los costos y así hacer frente a la competencia. .

El consumidor concibe como mayor valor el hecho de que el costo se disminuya, y esto se puede dar mediante diferentes medidas: aumento de la confiabilidad del producto, aumento de la garantía y entrega rápida, entre otras. .

Innovación y diferenciación

- El uso de tecnologías apropiadas (que favorezcan su eficiencia técnica, operativa, administrativa, financiera y de mercado).
- Basar el modelo en la eficiencia en el uso de recursos como el capital y el trabajo (el uso óptimo y eficiente de recursos es clave para competir, tal como ya se mencionó).
- La producción local, por una cuestión lógica de reducción de costos, y para una mayor adaptabilidad del producto a las características y necesidades locales, además, no sólo debe centrarse en el consumidor o en el producto, sino que debe observar toda la arquitectura del sistema que crea valor social y económico para poder retener a sus consumidores y aliados.

ELEMENTOS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS

Elementos principales

- **Propuesta de valor:** ésta se obtiene mediante una descripción del problema del consumidor, el producto que resuelve ese problema y el valor de ese producto desde la perspectiva del consumidor.
- **Segmento de mercado:** es el grupo de consumidores a los que va dirigido el producto, reconociendo que los distintos segmentos del mercado tienen diferentes necesidades. ☐
- **Estructura de la cadena de valor:** posición de la compañía y las actividades en la cadena de valor, así como la forma en que la compañía captura o genera el valor creado en la cadena.
- **Generación de ingresos y ganancias:** forma en que se generan los ingresos el costo de la estructura y los márgenes de ganancia.
- **Posición de la compañía en la red de oferentes (competencia):** identificación de competidores, compañías complementarias, proveedores y consumidores.
- **Estrategia competitiva:** manera en que la compañía intentará desarrollar una ventaja competitiva, aprovechable y sostenible, por ejemplo, a partir de los costos, diferenciación o eficiencia de operaciones.

Elementos esenciales de negocio

1. **Segmento del mercado:** los consumidores constituyen el elemento primordial de cualquier modelo de negocio, sin ellos la compañía sería incapaz de sobrevivir mucho tiempo
2. **Propuesta de valor:** es la razón por la cual los consumidores prefieren a esa empresa sobre las demás.
3. **Canales de distribución:** es la forma en que la empresa hará llegar los productos a sus consumidores
4. **Relación con los consumidores:** la empresa debe establecer el tipo de relación que desea con los segmentos de mercado que le interesan.
5. **Flujos de efectivo:** es imprescindible que la empresa se cuestione hasta qué precio estaría dispuesto a pagar por su producto un consumidor del segmento de mercado al que se dirige.
6. **Recursos clave:** bienes más importantes para trabajar el modelo de negocio.
7. **Actividades clave:** describe las acciones más importantes que una empresa realiza para hacer funcionar su modelo de negocio.
8. **Socios clave:** red de proveedores y socios que hacen funcionar el modelo de negocio.

Naturaleza del proyecto

Antes de iniciar cualquier negocio, es necesario definir la esencia del mismo, es decir, cuáles son los objetivos de crearlo, cuál es la misión que persigue y por qué se considera justificable desarrollarlo

Proceso creativo

Las oportunidades están en cualquier parte, sólo hay que saber buscarlas.

El primer elemento a considerar en la formación de una empresa de éxito radica en lo creativo de la idea que le da origen

Lluvia de ideas

- Producto o servicio
- Características
- Necesidad o problema que satisface

- Criterios e ideas
- Nivel de innovación
- Mercado potencial
- Conocimiento técnico
- Requerimiento de capital

Justificación de la empresa

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.

Justificación

La Justificación del negocio demuestra las razones por las cuales se emprende un proyecto. Responde a la pregunta: ¿Por qué se necesita este proyecto?.

La Justificación del Negocio dirige toda la toma de decisiones relacionadas con el proyecto.

Publicidad

La publicidad ofrece un gran medio para llevar a cabo una campaña de branding. Mediante esta, es posible crear una percepción positiva de una empresa o mejorar una imagen negativa.

El objetivo es posicionar la marca como la primera opción para productos y servicios relacionados

Propuesta de valor

la propuesta de valor, es aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento, la idea que diferenciará un producto de elementos similares a los de la competencia; dentro de su contenido especifica los aspectos que motivarán al consumidor a preferirlo.

Importancia

Una propuesta de valor no es solo el producto o servicio que se entrega al cliente, es el ingrediente de un negocio que resuelve un problema que los competidores no pueden.

Es el núcleo de la ventaja competitiva, así como el identificador único.

Publicidad por internet

La propuesta de valor tiene que hacer sentir a todo cliente las ventajas que obtendrá al comprar un producto. Se debe comunicar cada una de las ventajas que brinda el producto que se vende para lograr convencer al cliente

Análisis FODA, misión y visión de la empresa

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.

Misión de la empresa

- ✓ 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).

- Amplia. Dentro de una línea de productos, pero con posibilidades de expansión a otros artículos o líneas similares
- Motivadora. Que inspire a quienes laboran en la empresa
- Congruente. Debe reflejar los valores de la empresa

Visión de la empresa

- Motivadora para todos los integrantes de la empresa.
- Clara y entendible.
- Factible o alcanzable, aunque no sea fácil.
- Realista, considerando el entorno actual y cambiante en el que se vive.
- Alineada con la misión y los valores de la empresa.

Los objetivos se establecen en forma general para la empresa y se deberán reflejar en objetivos específicos para cada área funcional de la misma.