

**Nombre de alumnos:** Vanessa Monserrat Gómez Ruiz.

**Nombre del profesor:**

Juan Manuel Jaime**.**

**Nombre del trabajo:**

Cuadro sinóptico.

**Materia:** Taller del emprendedor.

**Grado:** ´´9´´

**Grupo:** ´´B´´

 Comitán de Domínguez Chiapas a 12 de junio del 2022.

Reflejar la funcionalidad, el servicio, la imagen, la oportunidad, la calidad y el precio que una empresa ofrece a los clientes

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

Es

**2.1 PROPUESTA DE VALOR**

Características:

Incluir información importante para los clientes, como plazos de entrega y riesgos o expectativas

Son

Buscar la fidelidad del cliente al mostrar los beneficios que ofrecen sus productos o servicios.

Elegir un posicionamiento amplio para el producto como punto de partida

Divide

Determinar una postura de valor para el producto, tal como más por más, más por lo mismo, lo mismo por menos, menos por mucho menos, más por menos

Kotler menciona que para el desarrollo de la propuesta de valor se dan por etapas

Son

Desarrollar la propuesta de valor total del producto, en la que se debe responder a la pregunta del cliente

Una inversión extraordinaria, y que si se tiene la capacidad para detectarlas pueden convertirse en la solución a las necesidades o problemas que las personas requieren.

Es

Descripción del público al que va dirigida la propuesta de valor.

 En

El mercado:

Características de emprendedor

La experiencia que recibió el cliente:

Divide

**2.2 GENERACIÓN DE IDEAS**

Análisis de la opinión de los clientes en cuanto a la propuesta de valor

 En

Son

Ofrece al cliente en términos de características o atributos de valor para el cliente.

El producto o servicio

En

Qué otros productos existen en el mercado y qué hace diferente al producto que la empresa ofrece

Las alternativas y las diferencias

En

* Mejor compra o menor costo total
* Vanguardia en el desarrollo de productos
* Llave en mano
* Cautiverio
* Ofrecer mejor calidad
* Lujo y aspiración, también llamado “más por más”
* Ofrecer lo mismo por menos:

Son

Categorías propuestas por Kaplan y Norton (2004

Divide

* Características del mercado potencial.
* Necesidad que cubrirán.
* Beneficios de permanencia con el producto, servicio y/o la marca.
* Descripción del producto que resalte sus ventajas sobre la competencia.

Elementos relacionados con el cliente:

Son

* Objetivo estratégico de la empresa
* Cómo logrará la empresa ser percibida por el cliente de forma apropiada
* Recursos físicos, logísticos, tecnológicos y humanos necesarios
* Inversiones necesarias, presentes o futuras.
* Riesgos calculados y posibles acciones.

**2.2 GENERACIÓN DE IDEAS**

Elementos relacionados con el punto de vista de la empresa:

Son

1. Utilizar una nueva tecnología para producir un nuevo producto. Por lo general las tecnologías avanzadas atraen a las personas y les ofrecen algo adicional a lo que ya reciben.

 2. Utilizar una tecnología existente para producir un nuevo bien que cubra una necesidad que los ya existentes no puedan cubrir.

 3. Utilizar una tecnología ya existente para crear un producto viejo de una forma nueva, esto aprovecha la confianza que los clientes ya han depositado en el producto anterior.

4. Encontrar nuevas fuentes de recursos que brinden al productor la capacidad para realizar el producto de una forma más eficiente, tanto económica como probablemente de mayor calidad.

 5. Identificar cómo el producto puede ser llevado a mercados en los que antes no se distribuía, así amplía el mercado y, por lo tanto, las ganancias del productor

Según Mariotti (2007), existen cinco elementos

Divide

* 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.

Son

Planeación estratégica

**2.3 MODELO DE NEGOCIO**

* 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.

Divide

Los modelos de negocio

Son

* 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 a “aterrizar” sus ideas en la realidad.

Modelo de negocio tiene tres funciones esenciales

Son

* Políticas: forma en la que se deben hacer las cosas.
* Activos: forma en la que el dinero debe invertirse (obtenerse y utilizarse).
* Legales: condiciones legales y administrativas que deben seguirse para el control de las categorías políticas y de activos.

Casadesus-Masanell y Ricart (2007), denominan a las acciones necesarias para establecer el modelo de negocio

Son

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.

Definición

Es

**2.4 CARACTERÍSTICAS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS**

Mantener los costos fijos bajos y el valor para el cliente alto para maximizar las ganancias

Es

Objetivo

Divide

Los modelos de negocio con más éxito cuentan con una especie de “secreto” que los diferencia de otros.

La estrategia de la compañía de combinar y poner a trabajar sus áreas de producción, capital, mercado, trabajo y administrativa, determinan un modelo de negocio único.

La combinación de estas variables y el nivel de superioridad del modelo determinan sus ventajas competitivas (el “secreto” del modelo).

Son

Características

Para aumentar el margen de ganancias debe disminuir los costos y así hacer frente a la competencia

Definición

Es

* Ser el número uno en el área o sector, teniendo un muy buen control
* Mantener un esquema administrativo modesto, materias primas superiores
* Tecnología con alto control de calidad.

Tipos de medidas

**2.4.1 Bajos costos**

Son

Divide

Medida si el costo disminuye

Aumento de la confiabilidad del producto, que éste sea de más fácil uso, aumento de la garantía y entrega rápida, entre otras.

Son

Proporcionar información importante acerca de la selección de clientes, el producto o servicio a ofrecer

Definición

Es

* Propuesta de valor: ésta se obtiene mediante una descripción del problema del consumidor
* Segmento de mercado: es el grupo de consumidores a los que va dirigido el producto
* Estructura de la cadena de valor: posición de la compañía y las actividades en la cadena de valor
* Generación de ingresos y ganancias: forma en que se generan los ingresos
* Posición de la compañía en la red de oferentes (competencia): identificación de competidores, compañías complementarias, proveedores y consumidores

Elementos que componen a un modelo de negocio

**2.5 ELEMENTOS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS**

Son

Divide

Según Osterwalder y Pigner (2009), existen nueve elementos esenciales en el modelo de negocio

1. Segmento del mercado:
2. Propuesta de valor
3. Canales de distribución
4. Flujos de efectivo:
5. Recursos clave
6. Recursos clave
7. Actividades clave
8. Socios clave
9. Estructura de costos

Son

 Considerar 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

Definición

Es

Proceso creativo para determinar el producto o servicio de la empresa

Considerar en la formación de una empresa de éxito radica en lo creativo de la idea que le da origen

**2.6 NATURALEZA DEL PROYECTO**

**2.6 Naturaleza del proyecto**

**2.6 Naturaleza del proyecto**

Son

Divide

Características de la cédula del ejercicio

En la cédula del ejercicio, efectúe una lluvia de ideas para seleccionar un producto y/o servicio; en caso de ser necesario, efectúe una segunda evaluación de las ideas.

Son

 Considerar 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

Definición

Es

Proceso creativo para determinar el producto o servicio de la empresa

Considerar en la formación de una empresa de éxito radica en lo creativo de la idea que le da origen

**2.6 NATURALEZA DEL PROYECTO**

**2.6 Naturaleza del proyecto**

**2.6 Naturaleza del proyecto**

Son

Divide

Características de la cédula del ejercicio

En la cédula del ejercicio, efectúe una lluvia de ideas para seleccionar un producto y/o servicio; en caso de ser necesario, efectúe una segunda evaluación de las ideas.

Son

**Método directo:**

* En él, la enfermera debe desarrollar la habilidad de observar detenidamente según objetivos con el propósito de obtener información sobre el cuidado ofrecido a cada uno de los pacientes que atiende.
* En este método se utiliza la observación, los recorridos y planes de rotación del personal.

Dos formas de supervisar:

Son

BIBÑIOGRAFIA.:

REVISTA CONAMED //VOL. 21 Suplemento 3, 2016 //PUBLICADO PRIMERO EN LÍNEA //ISSN 2007-932X. Rescatado el 1 de abril del 2022.. En formato APA.

Divide

Supervisión de enfermería

1. Conocer y trasmitir la política de la institución para el adecuado funcionamiento de las áreas hospitalarias
2. Distribuir y delegar actividades al profesional/ personal de enfermería.
3. Evaluar y monitorear el desempeño del profe- sional/personal de enfermería.
4. Motivar la comunicación y socialización efectiva
5. Organizar y controlar el funcionamiento de los servicios así como los recursos humanos, físicos y materiales.
6. Contribuir a la mejora del desempeño profe- sional de enfermería, por medio de la facilitación del aprendizaje y capacitación continua.
7. Compartir conocimientos y experiencias que permitan orientar a otros profesionales de la enfermería dentro del campo profesional a través de la investigación
8. Mantener los indicadores de calidad, para la atención de los pacientes.
9. 9. Crear y fomentar la competencia laboral entre los profesionales de enfermería, para mejorar el rendimiento de los mismos
10. 10. Proponer mejoras y/o procedimientos para el adecuado desarrollo de las actividades del ser- vicio, encaminadas a la buena atención sanitaria

Son

Decálogo para la supervisión de enfermería

* anterior este tipo se lleva a cabo mediante la revisión de lo escrito en el expediente del paciente, los planes de atención, expedientes del personal, instrumentos técnicos administrativos y planes de rotación del personal.

**Método indirecto:**