

UNIVERSIDAD DEL SURESTE

▪ **DANIELA ROCIO VILLARREAL CERDIO**

▪ **LICENCIATURA EN ENFERMERIA**

▪ **TALLER DEL EMPRENDEDOR**

▪ **DOCENTE: LIC. ANDREA ZAMORA**



FECHA: 24/07/23

PROPUESTA DE VALOR

La propuesta de valor es definida como la mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes. Consiste en tomar una opción frente al mercado y la competencia por anticipado y definir cómo se quiere ser y cómo se espera que el mercado me perciba. “El emprendimiento se trata de crear valor”.

NACIMIENTO DE UN NEGOCIO

GENERACION DE IDEAS

Alex Osborn (2005) propone para generar ideas: ¿Por qué es necesario el producto? ¿Dónde puede hacerse? ¿Cuándo debería hacerse? ¿Cómo se hace?, y de ahí podrían derivar otra serie de preguntas, por ejemplo: ¿debe ser algo nuevo?, ¿modificado?, ¿mejorado?, ¿económico?, ¿combinado?, etcétera.

El emprendedor requiere, analizar con cuidado:

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

NATURALEZA DEL PROYECTO

A partir de la definición de la naturaleza del proyecto, el emprendedor establece y define qué es su negocio.

MODELOS DE NEGOCIO

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

EJEMPLOS

- 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.

ELEMENTOS

- Propuesta de valor
- Segmento de mercado
- Estructura de la cadena de valor
- Generación de ingresos y ganancia

CARACTERISTICAS

- **Bajos costos:** Si la compañía tiene los mismos costos que sus competidores, entonces tendrá las mismas ganancias.
- **Innovación y diferenciación:** La empresa debe hacer algo diferente al resto de sus competidores en la cadena de valor.

MERCADO

Se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa en relación con el precio, la promoción, la distribución y la venta de bienes y servicios que ofrece.

OBJETIVOS DE MARKETING

Es necesario definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado.