



Mi Universidad

Cuadro sinóptico

Nombre del Alumno: Betsaida Vázquez Hernández

Parcial: 2

Nombre de la Materia: Taller del Emprendedor

Nombre del profesor: Juan Manuel Jaime

Nombre de la Licenciatura: Enfermería

Cuatrimestre: 9no.

Propuesta de valor

Zimmerer (2005) describe que la meta de elaborar un plan estratégico es crear una ventaja competitiva.

Una perspectiva estratégica, es la clave del éxito de un negocio es desarrollar una ventaja competitiva única, para crear valor para los consumidores y que le sea difícil 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 propuesta de valor:

Reflejar la funcionalidad, incluir información importante para los clientes, conocer y reflejar características visibles o no.

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

Kotler señala que la propuesta de valor está formada por el conjunto de beneficios que una empresa promete entregar y no solo por el posicionamiento de la oferta.

Generación de ideas

Hay ideas que no requieren, al menos en un principio, una inversión extraordinaria y que se tiene la capacidad para detectarlas y convertirse en solución

Las ideas de valor no siempre tienen que ver con el producto, a veces el producto es el mismo pero lo que varía es el precio.

Una forma de iniciar la generación de propuesta de valor, es utilizar algunas de las preguntas que Alex Osborn (2005) propone para generar ideas.

El emprendedor requiere: el mercado, la experiencia que recibió el cliente, el producto o servicio que se le ofrece al cliente, alternativas y diferencias.

Propuesta de valor Kaplan y Norton

Mejor compra o menor costo total, vanguardia en el desarrollo de productos, llave en mano, cautiverio.

Elementos relacionados con el cliente:

Características del mercado potencial, necesidad que cubrirán, beneficios de permanencia con el producto, servicio y marca.

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 negocios podría ser un diagrama de los componentes clave de la empresa a integrar al iniciar y operar la misma.

El emprendedor puede auxiliarse de la planeación estratégica como una buena herramienta, que faciliten el desarrollo del modelo entre los más recomendados.

Desarrollo del modelo recomendado:

Análisis FODA análisis de la industria y del mercado, técnico, organizacional y financiero.

Ramirez cita a Rappa (2005), quien señala que el modelo de negocio es “el mecanismo por el cual un negocio describe la mecánica para la creación de valor económico).

Aspectos del modelo de negocio:

Seleccionar a sus clientes, segmentar sus ofertas de producto/servicio, crear valor para sus clientes.

Características de los modelos de negocios

Un modelo de negocios describe las operaciones de la compañía incluyendo componentes, procesos y funciones como resultado un costo para la empresa y valor para el consumidor.

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”).

El objetivo de un modelo de negocio es mantener los costos fijos bajos.

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.

Para que un modelo de negocio resulte atractivo y proporcione ganancias debe contener: potencial, nuevas ideas, costos buenos y mejorar el producto.

Elementos de los modelos de negocios

<p>El modelo de negocio proporciona información importante cerca de la selección de clientes, el producto o servicio a ofrecer.</p>	<p>Principales elementos: Propuesta de valor, segmento del mercado, estructura de la cadena de valor, generación de ingresos y ganancias.</p>	<p>Principales áreas del negocio: Segmento del mercado, propuesta de valor, canales de distribución, relación con los consumidores, flujos efectivos.</p>
<p>Recursos clave: bienes más importantes para trabajar el modelo de negocio.</p>	<p>Actividades clave: describe las acciones más importantes que una empresa realiza para hacer funcionar su modelo de negocio.</p>	<p>Estructura de costos: incluye todos los costos en que se incurre, tanto para poner en marcha el modelo de negocio, como para crear y entregar el valor ofertado en la propuesta.</p>

Naturaleza del proyecto

<p>A partir de la definición de la naturaleza del proyecto, el emprendedor establece y define que es su negocio.</p>	<p>El primer elemento a considerar en la formación de una empresa de éxito radica en lo creativo de la idea que le da origen.</p>	<p>Las oportunidades de un proyecto están en cualquier parte, solo hay que buscarlas.</p>
<p>Una vez que se generan las ideas, es necesario evaluarlas mediante los criterios que el emprendedor juzgue convenientes, a fin de seleccionar la mejor de ellas.</p>	<p>En la cedula del ejercicio, efectúe una lluvia de ideas para mejorar un producto o servicio.</p>	<p>Al realizar una nueva idea los emprendedores sabrán seleccionar una mejor respuesta para su emprendimiento.</p>

Justificación de la empresa

Una vez que se haya seleccionado una idea, debe justificar la importancia de la misma.

Es necesario justificar la empresa y describir cada una de ellas los detalles que se pueden resolver mejor.

El producto elaborado con ingredientes naturales satisface las tendencias actuales que existen en el mercado hacia lo saludable y nutritivo.

Propuesta de valor, nombre de la empresa, descripción de la empresa

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.

Serie de características específicas nombre de la empresa:

Descriptivo, original, atractivo, claro y simple, significativo, agradable,

Descripción de la empresa

Comercial, industrial, servicios, ubicación y tamaño de la empresa.

Análisis FODA, misión y visión de la empresa, productos y servicios de la empresa

Es una herramienta que le emprendedor pueda utilizar para valorar la viabilidad actual y futura de un proyecto, es un diagnóstico que facilita la toma de decisiones.

Se denomina FODA las iniciales de sus cuatro componentes, fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.

Ventajas competitivas

Todo producto o servicio de una empresa debe encaminarse a la satisfacción de una necesidad o a la solución de un problema de un segmento definido.

Objetivos de la empresa

Los objetivos se convierten en metas y compromisos específicos, claros y ubicados en el tiempo.

Misión de la empresa

Es su razón de ser; es el propósito o motivo por el cual existe y por tanto, da sentido y guía sus actividades.

Visión de la empresa

Es una declaración que ayuda al emprendedor a seguir el rumbo al que se dirige a largo plazo.