



## CUADRO SINOPTICO

**NOMBRE DEL ALUMNO:** Rubí González Rodríguez

**TEMA:** Propuesta de valor

**PARCIAL:** 2°

**MATERIA:** Taller del emprendedor

**NOMBRE DEL PROFESOR:** Lic. Icel Bernardo Lepe Arriaga

**LICENCIATURA:** Enfermería

**CUATRIMESTRE:** 9°

**FECHA DE ENTREGA:** 15/06/24

# PROPUESTA DE VALOR

Zimmerer	Describe que la meta de elaborar y desarrollar un plan estratégico es crear una ventaja competitiva, agregar factores	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
Metzgel y Donaire	Mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes	El posicionamiento estratégico consiste en tomar una opción frente al mercado y la competencia por anticipado y definir cómo se quiere ser.
Fayolle	Define que el emprendimiento es un proceso dinámico de creación de valor incremental	Es creado por individuos que asumen riesgos en términos de equidad, tiempo y/o entrega profesional para proveerle valor a un producto o servicio.
Metzger	comenta que la mayoría de las personas no pueden explicar qué hace su empresa	Algunas características con las que debe contar son reflejar la funcionalidad, conocer y reflejar las características, Incluir información importante para los clientes
Kotler	Conjunto de beneficios que una empresa promete entregar y no sólo por el posicionamiento de la oferta	Descripción de la experiencia que obtendrá el cliente a partir de la oferta de mercado de la compañía

# GENERACIÓN DE IDEAS

Geberaciin de ideas

A veces ni siquiera es necesario aportar nada nuevo en términos de tecnología o innovación en el producto o servicio

Simplemente se trata de tener una estrategia que permita entrar en el mercado con ciertas ventajas que le brinden perspectivas de éxito

Requisitos del emprendedor

El mercado, experiencia que recibió el cliente, producto o servicio que ofrece al cliente en términos de características o atributos de valor para el cliente, alternativas y las diferencias

Después de esta serie de cuestionamientos y del análisis, es necesario construir la propuesta de valor

Elementos relacionados con el cliente y de la empresa

Características del mercado potencial, necesidad que cubrirán, beneficios de permanencia con el producto, servicio, descripción del producto que resalte sus ventajas

Objetivo estratégico de la empresa, recursos físicos, logísticos, tecnológicos, riesgos calculados y posibles acciones, objetivos del plan de ventas

Según Mariotti existen cinco elementos

Utilizar una nueva tecnología, utilizar una tecnología existente, utilizar una tecnología ya existente para crear un producto viejo de una forma nueva, encontrar nuevas fuentes de recursos, Identificar cómo el producto puede ser llevado a mercados

Valores son cuantitativos o cualitativos

Le da valor a la marca, se ofrecerá a un precio menor que el de los otros competidores, ayuda al consumidor a reducir otros costos, reduce algún tipo de riesgo para el consumidor

# MODELO DE NEGOCIO

Diseño de negocios

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

Abarca un amplio rango de actividades que conforman aspectos clave de la empresa

Aspectos que comprenden los modelos de negocio

- ✓ Análisis FODA
- ✓ Análisis de la industria y del mercado,
- ✓ Análisis técnico-operativo
- ✓ Análisis organizacional y de gestión del recurso humano
- ✓ Análisis financiero.

Los modelos de negocio comprenden son seleccionar a sus clientes, segmentar sus ofertas de producto/servicio, crear valor para sus clientes, conseguir y conservar a los clientes, salir al mercado

Tiene tres funciones esenciales

1. Guía las operaciones de una compañía al prever el curso futuro de la empresa y ayuda a planear una estrategia para el éxito
2. Atrae a líderes e inversionistas
3. Obliga a los emprendedores a “aterrizar” sus ideas en la realidad

# CARACTERÍSTICAS DE LOS MODELOS DE LOS NEGOCIOS

## BAJOS COSTOS

Algunas medidas que se pueden tomar para mantener los costos lo más bajo posible son

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

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, que éste sea de más fácil uso, aumento de la garantía y entrega rápida

## INNOVACIÓN Y DIFERENCIACIÓN

La empresa debe hacer algo diferente al resto de sus competidores en la cadena de valor

Desde la adquisición y manejo de materias primas, el procesamiento y el resultado final o producto terminado

La diferenciación o innovación debe ser de valor para el comprador, y se proporciona al reducir el costo o aportar una mejor o mayor utilidad al producto

Algunas otras formas de establecer diferenciación en la cadena de valor incluyen trato al cliente, tiempo de entrega, garantía, calidad y servicio

## EMPRESAS QUE DESEAN TENER ÉXITO

El uso de tecnologías apropiadas, basar el modelo en la eficiencia en el uso de recursos como el capital y el trabajo, la producción local, por una cuestión lógica de reducción de costos