

UNIVERSIDAD DEL SURESTE

CAMPUS COMITÁN

LICENCIATURA EN DERECHO

NOVENO CUATRIMESTRE

TALLER DEL EMPRENDEDOR.

CATEDRÁTICA: DRA. GLADIS ADILENE HERNÁNDEZ
LÓPEZ.

PRESENTA:

BRANDON OMAR ZAMORANO PÉREZ.

COMITÁN DE DOMÍNGUEZ, CHIAPAS, MÉXICO.

15 DE JUNIO DE 2025.

IDEA DE NEGOCIO.

Propuesta de valor

elaborar y desarrollar un plan estratégico

crear una ventaja competitiva

Metzgel y Donaire

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

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

características:

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.

Generación de ideas

mercado:

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

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.

Elementos relacionados con el cliente:

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 punto de vista de la empresa

Objetivo estratégico de la empresa

Cómo logrará la empresa ser percibida por el cliente de forma apropiada.

Recursos físicos, logísticos, tecnológicos y humanos necesarios.

Objetivos del plan de ventas: precio, ventas esperadas, estrategias de introducción al mercado.

Modelo de negocio

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

elementos fundamentales de planeación

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.

Importancia

la planeación que se aplica al inicio de las operaciones de la empresa determina su éxito o fracaso.

Rappa

Modelo de negocio es

Un mecanismo por el cual un negocio describe la mecánica para la creación de valor económico"

Características de los modelos de negocios

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

describe las operaciones de la compañía

combinar y poner a trabajar sus áreas de producción, capital, mercado, trabajo y administrativa

Bajos costos

Si la compañía tiene los mismos costos que sus competidores, entonces tendrá las mismas ganancias.

El consumidor concibe como mayor valor el hecho de que el costo se disminuya,

Innovación y diferenciación

La compañía puede establecer un precio de entrada al producto y si éste tiene éxito puede vender el producto a mayor precio

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