



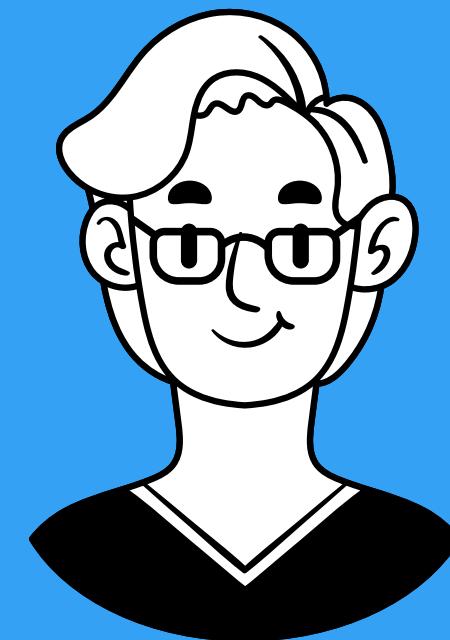
Universidad del
Rosario

UR emprende
CENTRO DE EMPRENDIMIENTO

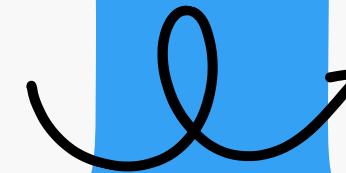
S.2

PROTOTIPO ÁGIL

¿QUÉ BUSCA el proyecto?



Necesidades
Problemas



Oportunidades

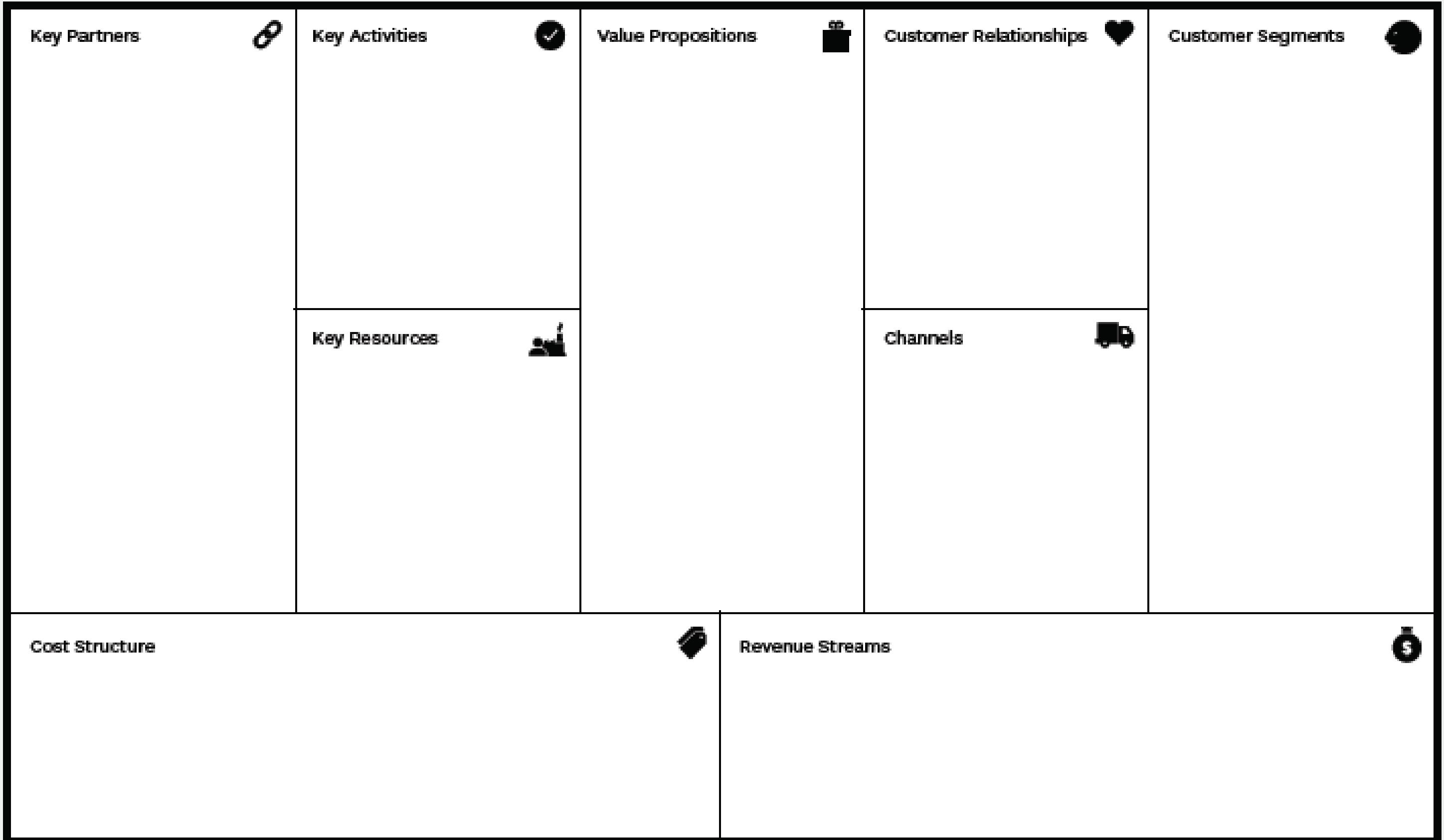
The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:



Creación de valor

- ¿Cuál es el valor del producto o servicio de la empresa para tus clientes en pesos?
- ¿Cómo puedes incrementar los precios de la empresa?
- ¿Alguna de las 8 formas de incrementar el valor para tus clientes funcionaría especialmente bien para tu empresa?
- ¿Deberías mejorar la comunicación acerca de la creación de valor para tus clientes?
- ¿Puedes cambiar tu concepto de negocio de forma que el valor de los clientes pueda ser aún mayor de lo que ahora es

8 Propuestas de Valor en Negocios para Negocios

Creando valor para ayudar a ganar más

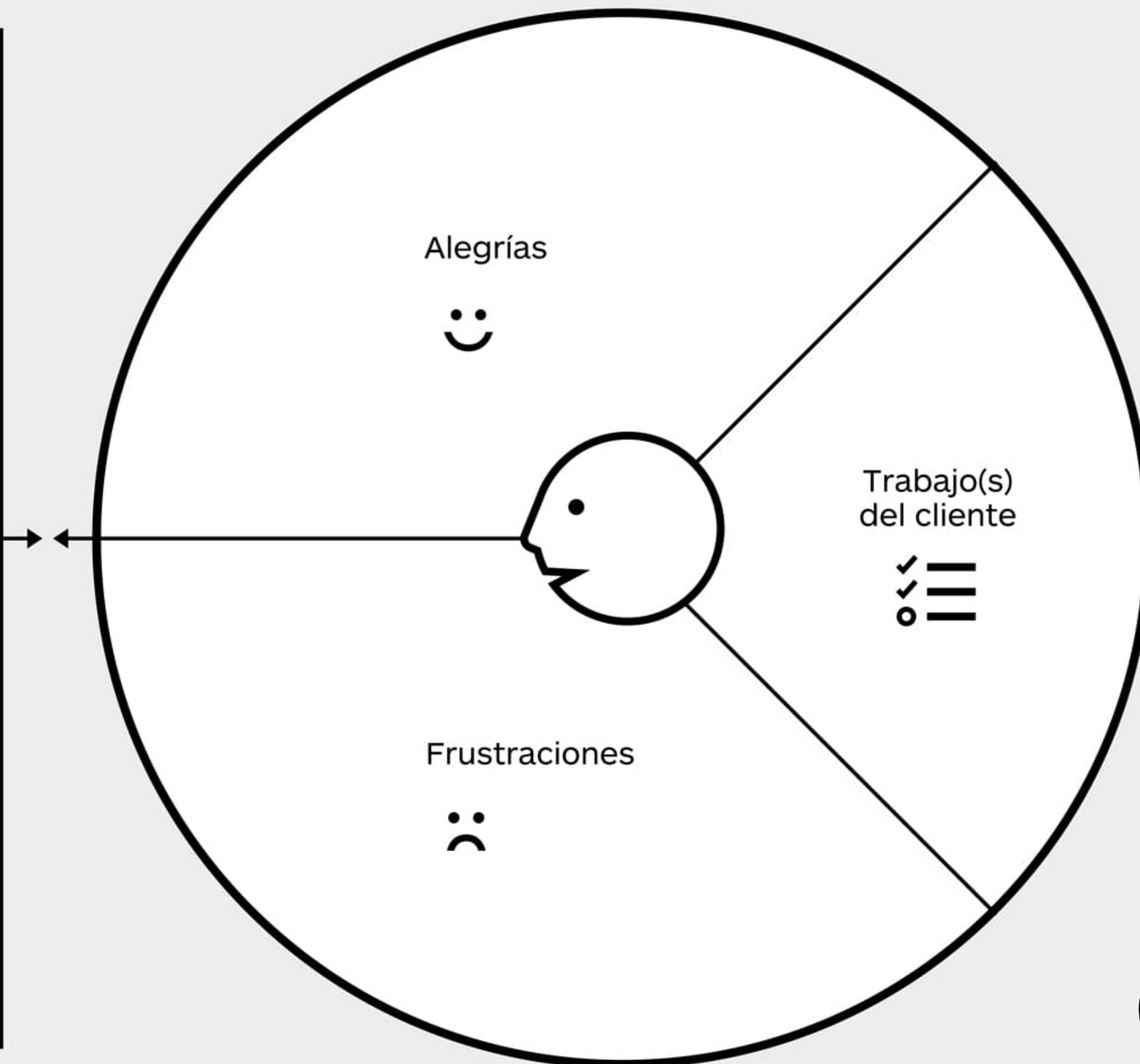
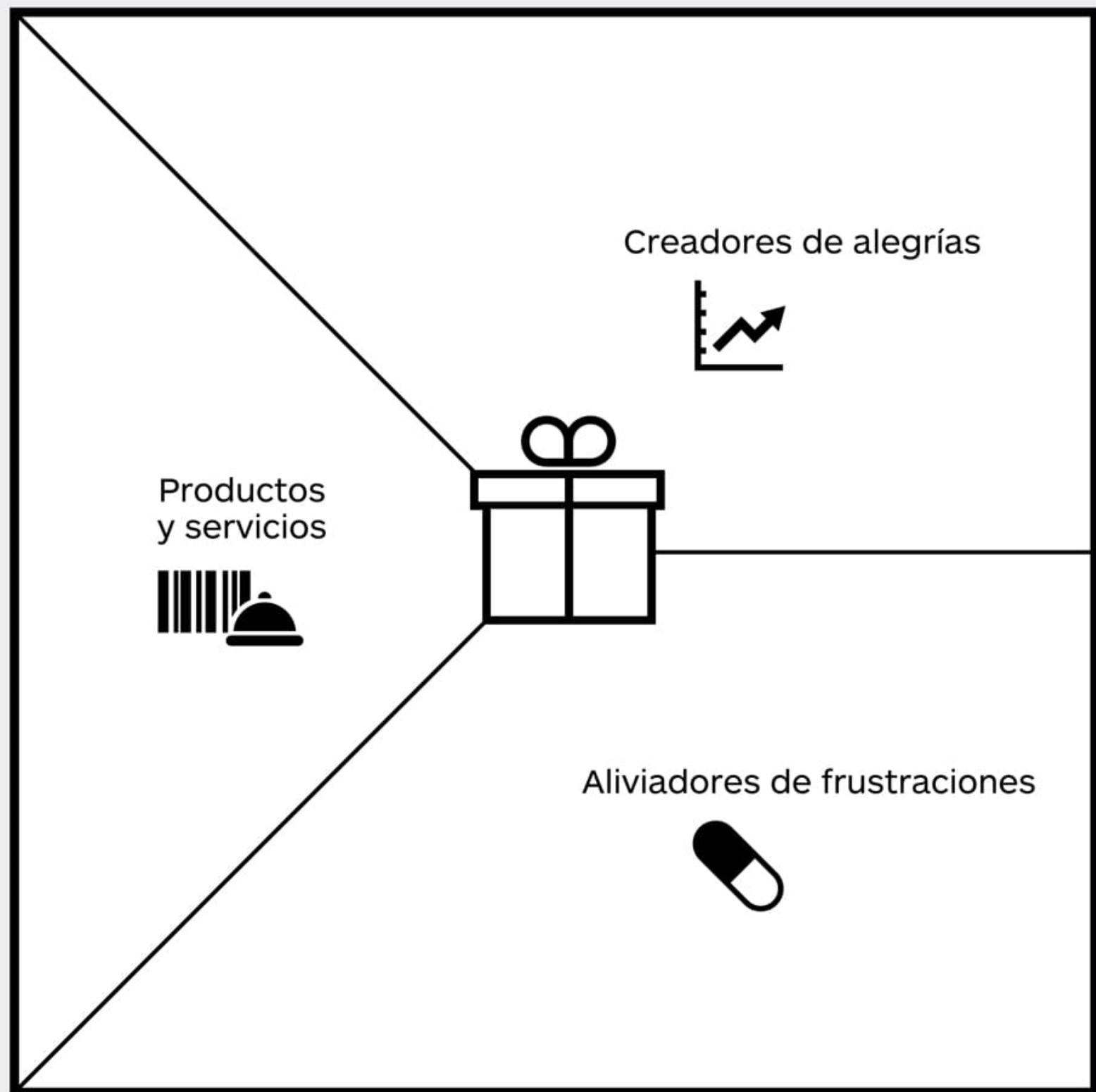


Fuente: Growthwheel

El lienzo de la propuesta de valor

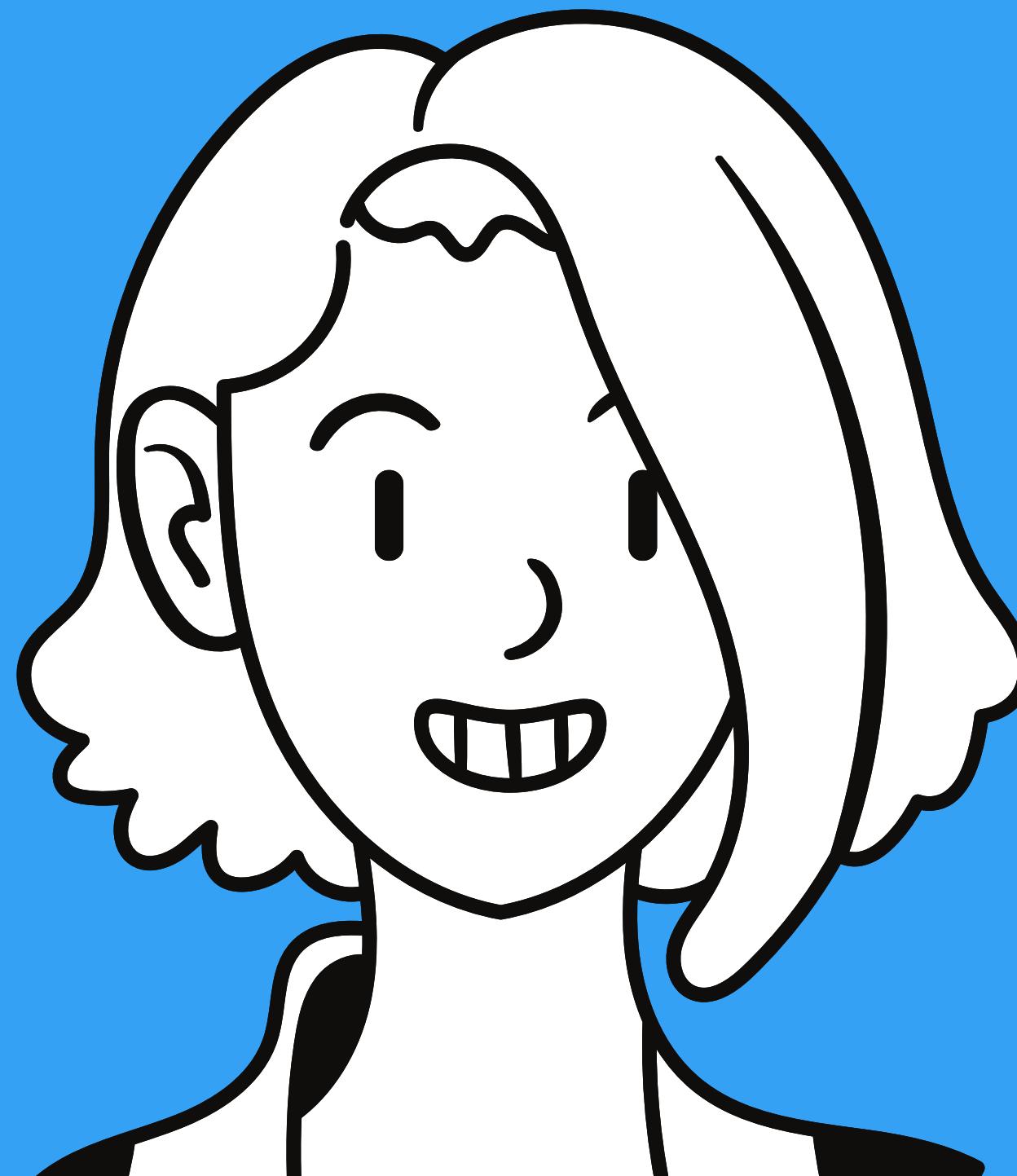
Propuesta de valor

Segmento de mercado



1

PRESENTACIÓN



EL CÍRCULO DORADO

QUÉ

Toda empresa sabe QUÉ hace,
ya sea productos que venda o
servicios que ofrezca.

CÓMO

Sólo algunas empresas
saben CÓMO lo hacen.
Estas son las cosas que
los hacen "especiales"
o los distinguen de
su competencia.

POR QUÉ

Muy pocas organizaciones
saben exactamente POR
QUÉ hacen lo que hacen.
El POR QUÉ no se trata de hacer
dinero; eso es un resultado.
El POR QUÉ es un propósito, una
causa o una creencia. Es la verdadera
razón por la que existe la empresa.



**LA GENTE NO COMPRA LO QUE HACES;
COMPRAN POR QUÉ LO HACES,
Y LO QUÉ HACES SIMPLEMENTE
DEMUESTRA EN LO QUE CREESEN.**

SIMÓN SINEK

**Asesoria para manejo
y
certificación orgánica a pequeño y
medianos agricultores**

**Difundir información y
transferencia tecnologica a los
agricultores**

**Ayudar al ecosistema en
una producción limpia y
mejorar la calidad de los alimentos
que se consumen**



¿Cómo innovamos?

	CONFIGURACIÓN	
	Modelo de Ganancias	
	Redes	
	Estructura	
	Proceso	
	OFERTA	
	Rendimiento de Producto	
	Sistema de Productos	
	Servicio	
	Canales	
	Marca	
	Compromiso del Cliente	
	EXPERIENCIA	
	Configuración	
	Este tipo de innovación se enfoca en los procesos más íntimos de la compañía y su Sistema de negocio.	
	Oferta	
	Este tipo de innovación se enfoca en los productos o servicios principales de la compañía o un conjunto de productos o servicios.	
	Experiencia	
	Este tipo de innovación se enfoca en los elementos de la compañía y su Sistema de Negocio que mayormente son presentes para el Cliente	

Oferta



performance

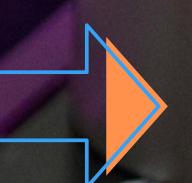
Rendimiento de
Producto
Calidad
Facilidad de uso
Seguridad
Personalización
Focus
Diseño



Sistema del producto

Complemento
Extensión
Sistemas modulares

Oferta



Modelo de Ingresos



Premium
Suscripción
Microtransacciones
Membresía
Licencias
Precio desagregado

Redes

Innovación abierta
Franquicias
Cadena de
suministros



Estructura



Diseño
organizacional
IT Integración
Outsourcing
Estandarizaciones

A woman with long brown hair and blue eyes, wearing a light blue cardigan over a white shirt, stands in front of a whiteboard. She is pointing with her right hand towards a graph she has drawn. The graph shows a line starting around 2000, rising to a peak in 2004, dipping slightly, and then rising again to end near 2008. The word 'PROFITS' is written below the x-axis. A small orange arrow points to the right from the end of the graph.

Procesos

Flexibilidad
Sistema Logístico



Servicio

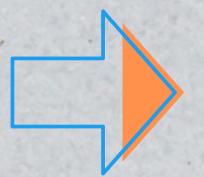
Probar antes de comprar

Multinivel

Sobre demanda

Venta cruzada





Marca

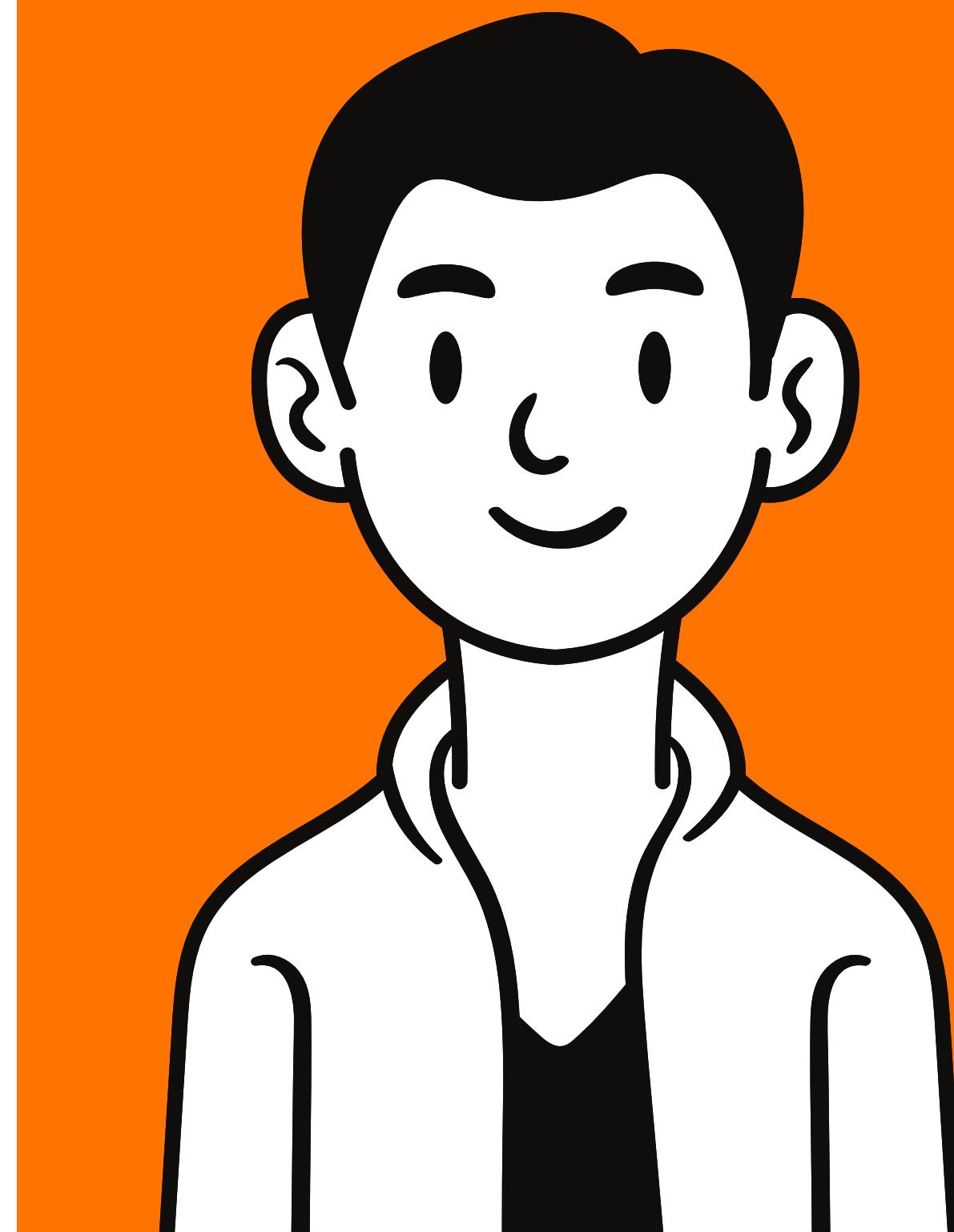
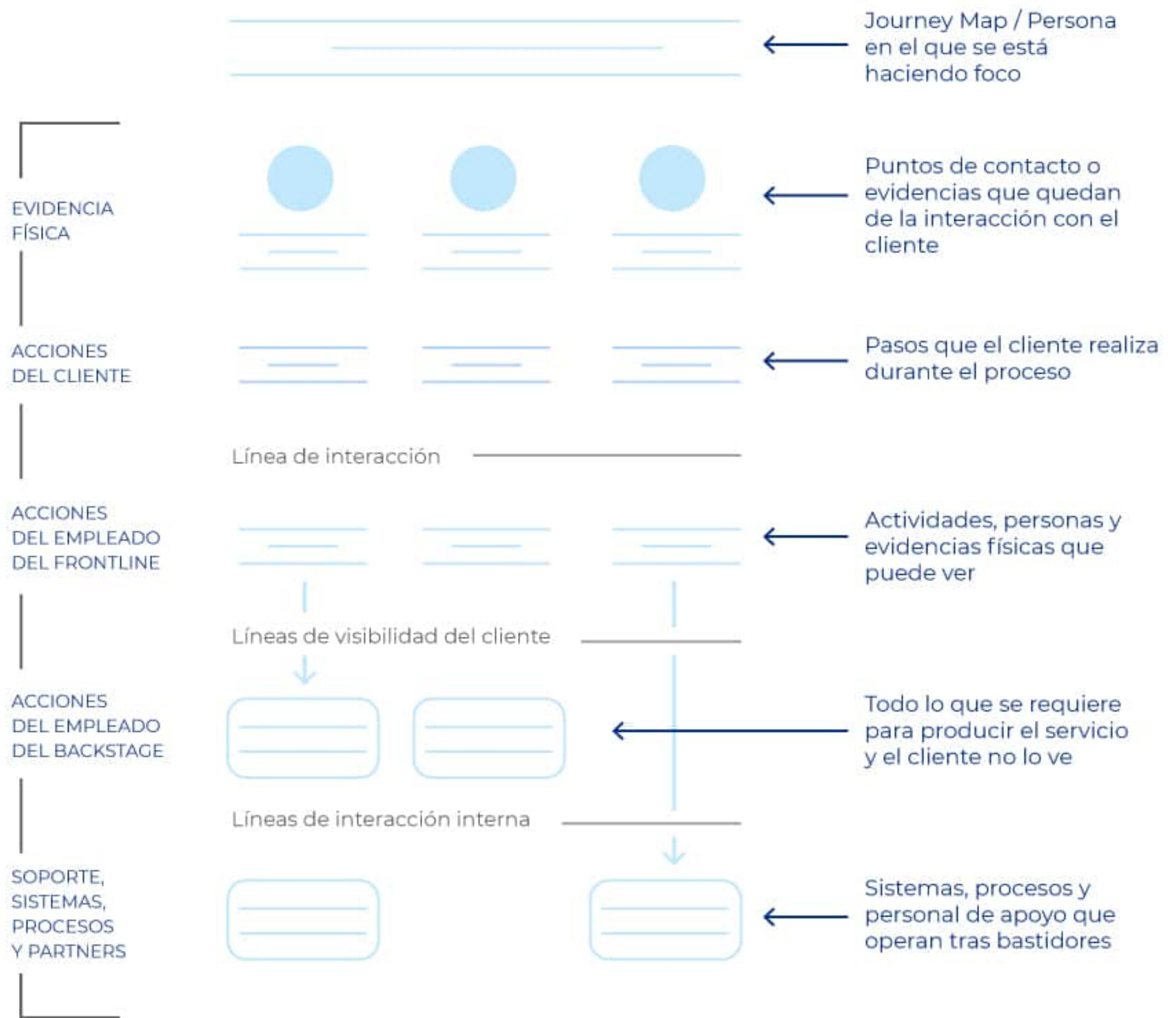
Combinadas
Made by
Transparencia
Certificados



Acercamiento

Personalización
Status
Co-creación
Mastery





Restaurant Service Blueprint: Drinks and Appetizers

