

Gestión de Proyectos de diseño

- Curso Opcional Farq.
- Administración de empresas
- Costos y factibilidad

La Propuesta de Valor

Gestión de Proyectos de Diseño

La Propuesta de Valor

Concepto de “Valor”

- Cadena de Valor
- Activos tangibles e intangibles
- Las personas
- La Propuesta de Valor

Administración Costos y Factibilidad

- Gestionando en función del Valor
- Desempeño y generación de valor
- Conceptos de costos y factibilidad

Formulación de la Propuesta de Valor

Construcción del concepto de “Valor”

- El valor se formula a través de la “Cadena de Valor”
- La cadena articula activos tangibles (materiales, equipos, insumos, etc.) y activos intangibles (Know how, tecnología, experiencia, información experticia, etc.)
- Las personas involucradas, clientes, proveedores, colaboradores, demás involucrados

Concepto de Propuesta de Valor

- Debe responder siempre a una necesidad identificada en el cliente, (ya sea esta explícita o potencial)
- La propuesta de valor define la estrategia de la empresa para el cliente (lo que espera hacer mejor o diferente)
- Describe la combinación única que una empresa ofrece a sus clientes objetivo en términos de:
 - Producto + Servicio + Precio
 - Relación
 - Imagen
- El valor es la utilidad percibida por el cliente, de todas aquellas opciones del mercado y sus precios.

Propuesta de Valor: Mix del Valor

- La propuesta de valor debe combinar eficazmente:
 - La expectativa de los clientes respecto al resultado
 - El comprender el proceso de decisión del cliente
 - Combinar beneficios emocionales y económicos
 - «Trade off» entre costo y beneficio, en sentido amplio
 - Evaluar el efecto del contexto en el usuario final
 - El valor es relativo al de la competencia o sustitutos
 - Requiere actitud de gestionar la cadena de valor
 - Requiere tener un conocimiento profundo de las necesidades, deseos y aspiraciones de los clientes

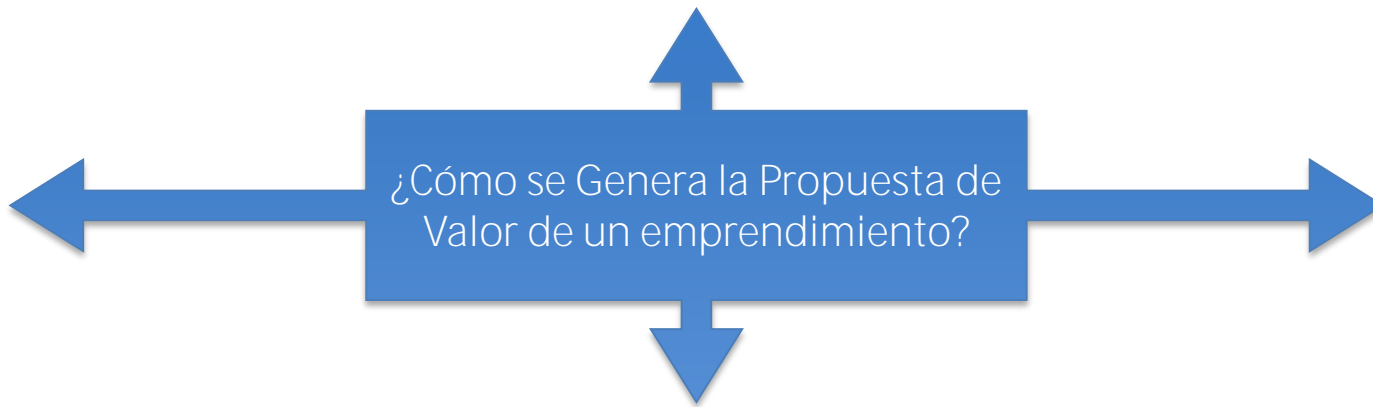
La Estrategia

Gestión de Proyectos de Diseño

La administración en función del Valor

Administración
Costos y
Factibilidad

- Gestionando en función del Valor
- Desempeño y generación de valor
- Conceptos de costos y factibilidad



Concepto de Estrategia:

- La mayoría de las organizaciones compiten en entornos más o menos abiertos, es vital definir el alcance del negocio.
- Las organizaciones necesitan tener un sentido claro de su ventaja, y los medios por los que se lograrán sus objetivos.

- La mayoría de las organizaciones compiten en entornos más o menos abiertos, es vital definir el alcance del negocio.
- Las organizaciones necesitan tener un sentido claro de su ventaja, y los medios por los que se lograrán sus objetivos.

La Estrategia: debe ser una manifestación que

- Defina el objetivo, alcance y la ventaja de la empresa.
- Evalúe cuidadosamente el entorno del sector.
- Requiere decisiones de “trade – off´s” orientadas a segmentar clientes y las formas de entregarles valor
- Implica un análisis de las estrategias actuales de los competidores y predicciones de cómo cambiar.



- La mayoría de las organizaciones compiten en entornos más o menos abiertos, es vital definir el alcance del negocio.
- Las organizaciones necesitan tener un sentido claro de su ventaja, y los medios por los que se lograrán sus objetivos.
- Defina el objetivo, alcance y la ventaja de la empresa.
- Evalúe cuidadosamente el entorno del sector.
- Requiere decisiones de “trade – off´s” orientadas a segmentar clientes y las formas de entregarles valor
- Implica un análisis de las estrategias actuales de los competidores y predicciones de cómo cambiar.

La Estrategia: Es encontrar el lugar ideal donde las capacidades de la firma se alinean con las necesidades de clientes de forma diferenciada de la competencia

Cómo se genera la Propuesta de Valor

Se genera por medio del diseño de su Estrategia

Se identifican tres familias estratégicas

- La Excelencia Operativa
- La intimidad con el Cliente
- El liderazgo de Producto
(según Michael Porter)

La Estrategia: Es encontrar el lugar ideal donde las capacidades de la firma se alinean con las necesidades de clientes de forma diferenciada de la competencia.

Estrategia de | Excelencia Operativa

- Mantener el costo más bajo frente a los competidores
- Lograr un volumen alto de ventas es el objetivo y tema central.
- El énfasis está en maximizar la calidad, el servicio, la reducción de costos mediante una mayor experiencia.
- Construcción eficiente de economías de escala, rígido control de costos y muy particularmente de los costos variables.



Estrategia de | Intimidad con el Cliente

- Crearle al producto/servicio algo que sea percibido como único.
- La diferenciación actúa de barrera protectora con la competencia debido a la lealtad de marca, y a una menor sensibilidad al precio.
- Diferenciarse es sacrificar participación de mercado e involucrarse en actividades costosas como investigación, diseño del producto, materiales de alta calidad o incrementar el servicio al cliente, etc.



Estrategia de | Liderazgo de Producto

- Concentrarse en un grupo específico de clientes, en un segmento de la línea de productos o en un mercado geográfico.
- Alcanzar condiciones de servir a un objetivo estratégico más reducido en forma más eficiente que los competidores.
- La empresa se diferencia al atender mejor las necesidades de un mercado-meta específico, y/o reduciendo los costos de servirlo.



Trabajo 02_15

Enviar trabajos
por mail

- Dado el emprendimiento escogido por cada equipo para el Trabajo 01_15, de acuerdo a lo que el equipo definió como el “negocio” _su misión, se pide:
- Determinar cual es la _estrategia de generación de valor más adecuada a la Misión identificada para este emprendimiento
- Definir _atributos del producto o del servicio, de la _relación con los clientes y de la _imagen de la marca del emprendimiento estudiado, que sostienen la estrategia escogida por el equipo.
- Redefinir la _propuesta de valor tomando en cuenta la estrategia identificada en el caso.

Trabajo 02_15 (cont.)

Presentación en equipos

En clase 06-15

- Identificar 5 acciones que la organización estudiada SI debería realizar ara avanzar en el desarrollo de la estrategia que se ha determinado.
- Identificar 5 acciones que la organización estudiada NO debería realizar ara avanzar en el desarrollo de la estrategia que se ha determinado.
- Fundamentar los motivos de cada acción. En total de 6 a 10 slides.
- Enviar presentación en formato PDF a cyaeucd@gmail.com

Muchas gracias