| **Nombre**: Fernando Daniel Aquino Hernández | **Matrícula**: 421322001 |
| --- | --- |
| **Nombre del curso:** Creación de valor | **Nombre del profesor**: Raymundo Palacios |
| **Módulo**:Módulo I | **Actividad**:Evidencia 1 |
| **Fecha**: 30 de septiembre del 2024 |
| **Bibliografía**:Osterwalder, A., y Pigneur, Y. (2010). Generación de modelos de negocio: Un manual para visionarios, revolucionarios y retadores. Deusto.Porter, M. E. (1985). Ventaja competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior. Continental.Ansoff, H. I. (1957). Estrategias para la diversificación. Harvard Business Review, 35(5), 113-124.Raymundo Palacios (2024). Creación de valor. La importancia de una propuesta de valor diferenciadora en el emprendimiento.  |

**Objetivo:**

Desarrollar y consolidar un negocio de nuestra preferencia, en este caso fue un proyecto de asistencia de cocina con entrega de ingredientes a domicilio, bajo el nombre de *Mixora*. El proyecto busca permitir a las personas, especialmente aquellas con poca experiencia culinaria o limitaciones de tiempo, preparar platillos de manera sencilla y guiada. Este proyecto pretende reducir las barreras que impiden que muchas personas cocinen en casa, fomentar una alimentación casera más saludable, reducir el desperdicio de alimentos y apoyar el consumo de productos locales.

**Procedimiento:**

Para desarrollar el proyecto *Mixora*, se inició con la creación del modelo de negocio utilizando la metodología CANVAS, lo que permitió estructurar los elementos clave del negocio. Posteriormente, se estableció la cadena de valor del proyecto, identificando las actividades primarias y de apoyo esenciales para el funcionamiento eficiente del proyecto. Se seleccionaron dos cadenas de valor principales para un análisis más detallado, examinando minuciosamente sus entradas y salidas. Paralelamente, se llevó a cabo un análisis FODA para evaluar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del negocio en el contexto del mercado de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. Para comprender mejor las necesidades y expectativas del mercado objetivo, se elaboró un mapa de valor y se definió el perfil del cliente ideal. Se aplicaron diversos modelos de creación de valor, incluyendo el Modelo CANVAS, el Modelo Blue Ocean Strategy y se consideró la posible implementación del Modelo de Valor Compartido. Finalmente, se diseñaron e implementaron actividades de apoyo clave, focalizándose en la gestión del talento humano, el desarrollo tecnológico, la infraestructura y gestión de instalaciones, y la gestión eficiente del abastecimiento, elementos cruciales para garantizar la calidad y eficiencia en las operaciones de *Mixora*.

**Resultados:**

El desarrollo del proyecto arrojó resultados significativos en varios aspectos clave del negocio. Se logró elaborar un modelo de negocio completo utilizando la metodología CANVAS, que detalló la propuesta de valor, los segmentos de clientes, las fuentes de ingresos, los recursos y actividades clave, las alianzas estratégicas y la estructura de costos. La cadena de valor establecida permitió visualizar claramente las actividades primarias y de apoyo necesarios para el funcionamiento eficiente del negocio. El análisis FODA realizado reveló importantes insights: se identificaron como principales fortalezas la innovación del concepto y la personalización del servicio, mientras que las debilidades incluyeron la alta dependencia tecnológica y los elevados costos iniciales. En cuanto a factores externos, se detectaron oportunidades prometedoras en la creciente demanda de servicios de conveniencia y la tendencia hacia una alimentación más saludable, aunque también se identificaron amenazas como la potencial competencia y posibles cambios en los hábitos de consumo. La creación del mapa de valor y el perfil del cliente resultó en una comprensión más profunda de las necesidades específicas del mercado objetivo y cómo esta idea podría satisfacerlas de manera efectiva. Además, se logró identificar y categorizar los tipos de valor que *Mixora* ofrece a sus clientes: valor funcional a través de la asistencia en la cocina y la entrega de ingredientes, valor monetario mediante el ahorro de tiempo y dinero, valor social por la reducción del desperdicio de alimentos y el apoyo a agricultores locales, y valor psicológico al proporcionar la satisfacción de cocinar y una experiencia personalizada de aprendizaje culinario.

**Conclusión:**

El proyecto *Mixora* se presenta como una propuesta innovadora en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, al mezclar de manera única la entrega de ingredientes a domicilio con un servicio de asistencia de cocina virtual. Este enfoque tiene el potencial de cambiar la forma en que las personas cocinan en casa, eliminando barreras comunes y ayudando a que más gente aprenda a cocinar. El análisis detallado muestra que este proyecto tiene grandes fortalezas en términos de innovación y personalización del servicio, aunque también enfrenta desafíos importantes, como la alta dependencia en la logística y operación del negocio. El mercado luce prometedor, con oportunidades claras debido a la creciente demanda de servicios que facilitan la vida y la tendencia hacia una alimentación más saludable. Para asegurar el éxito del proyecto, será clave implementar bien las actividades de apoyo, especialmente en la gestión del talento humano y en el desarrollo tecnológico continuo. Además, la capacidad de este proyecto para adaptarse rápidamente a los cambios del mercado y a las necesidades de sus clientes será crucial para su éxito. En resumen, este proyecto tiene el potencial de crear valor tanto para sus clientes como para la comunidad local, promoviendo hábitos alimenticios más saludables, reduciendo el desperdicio de alimentos y apoyando a productores locales. El éxito a largo plazo dependerá de su habilidad para ejecutar bien su modelo de negocio innovador, mantener una estrategia flexible y aprovechar las oportunidades únicas del mercado en Tuxtla Gutiérrez.