Guía de Valor Agregado Empresarial

|  |  |
| --- | --- |
| **Lista de productos** | |
| Producto A |  |
| Producto B |  |
| Producto C |  |
| Producto D |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Lista de servicios** | |
| Servicio A |  |
| Servicio B |  |
| Servicio C |  |
| Servicio D |  |

El “Valor Agregado” es todo beneficio extra que se le entrega al cliente adicional al producto o servicio básico, el cual también lo puede tener su competencia y por eso el cliente evalúa dónde comprar. Mientras que “Diferenciación” es ese algo que su empresa tiene y la competencia no.

Por eso debemos identificar claramente lo que la empresa ofrece en “Valor Agregado” para buscar ese “Diferenciador” que se ofrecerá al cliente. Ejemplo: El parque temático A tiene un tobogán gigante al igual que el parque temático. El valor agregado del parque A es que su tobogán es 3 metros más alto y tiene 2 curvas más que el B, empero la diferenciación del parque B es que cuenta con un mini golf, y el A no.

## Valor esencial

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Productos** | | **Valor Esencial Esperado**  **Necesidades que satisface** |
| Producto A | (nombre del producto) | (describir qué beneficios ofrece el producto, y cuáles necesidades no satisface, según lo que necesita el consumidor) |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Productos** | | **Valor Esencial Esperado**  **Necesidades que satisface** |
| Producto  B, C… | (nombre del producto) | (describir qué beneficios ofrece el producto, y cuáles necesidades no satisface, según lo que necesita el consumidor) |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Características del**  **Valor Esencial (VE)** | **Calificativo de los Productos** | | | | | | | | |
| **A** | **B** | **C** | **D** | **E** | **F** | **G** | **H** | **Total** |
| Necesidades que satisface | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| Beneficios del producto y/o servicio | (identificar qué beneficios ofrece el producto y/o servicios, y cuáles necesidades no satisface, según lo que necesita el consumidor) | | | | | | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Servicios** | | **Valor Esencial Esperado**  **Necesidades que satisface** |
| Servicio  A, B, C… | (nombre del servicio) | (describir qué beneficios ofrece el servicio, y cuáles necesidades no satisface, según lo que necesita el consumidor) |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Características del**  **Valor Esencial (VE)** | **Calificativo de los Servicios** | | | | | | | | |
| **A** | **B** | **C** | **D** | **E** | **F** | **G** | **H** | **Total** |
| Necesidades que satisface | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| Beneficios del producto y/o servicio | (identificar qué beneficios ofrece el producto y/o servicios, y cuáles necesidades no satisface, según lo que necesita el consumidor) | | | | | | | | |

## Valor formal

|  |  |
| --- | --- |
| **Características del**  **Valor Formal (VF)** | **Producto A** |
| 1. Calidad de las Materias Primas | (explicar la calidad aplicada de las materias primas a ser procesadas) |
| 1. Calidad tecnológica de insumos | (explicar las características aplicadas de las tecnologías utilizadas) |
| 1. Personal calificado | (explicar el nivel técnico-académico de operarios según su especialidad) |
| 1. Marcas desarrolladas | (explicar el impacto de las marcas desarrolladas) |
| 1. Prestigio o Marcas reconocidas | (explicar cómo el negocio ha obtenido prestigio por su nombre o marcas) |
| 1. Certificados de procesos de creación | (explicar si la empresa ha obtenido algún certificado de calidad: ISO, otro) |
| 1. Acabado del producto y/o servicio | (explicar cuál es el motivo de las propiedades de textura, color, sabor, olor) |
| 1. Forma de presentación | (explicar los objetivos del producto y/o servicio en información breve) |
| 1. Envases, empaques o diseño | (explicar las características de imagen relacionadas al acabado) |
| 1. Forma de exhibición | (explicar características de cuido para preservar el producto y/o servicio) |

|  |  |
| --- | --- |
| **Características del**  **Valor Formal (VF)** | **Producto B, C…** |
| 1. Calidad de las Materias Primas | (explicar la calidad aplicada de las materias primas a ser procesadas) |
| 1. Calidad tecnológica de insumos | (explicar las características aplicadas de las tecnologías utilizadas) |
| 1. Personal calificado | (explicar el nivel técnico-académico de operarios según su especialidad) |
| 1. Marcas desarrolladas | (explicar el impacto de las marcas desarrolladas) |
| 1. Prestigio o Marcas reconocidas | (explicar cómo el negocio ha obtenido prestigio por su nombre o marcas) |
| 1. Certificados de procesos de creación | (explicar si la empresa ha obtenido algún certificado de calidad: ISO, otro) |
| 1. Acabado del producto y/o servicio | (explicar cuál es el motivo de las propiedades de textura, color, sabor, olor) |
| 1. Forma de presentación | (explicar los objetivos del producto y/o servicio en información breve) |
| 1. Envases, empaques o diseño | (explicar las características de imagen relacionadas al acabado) |
| 1. Forma de exhibición | (explicar características de cuido para preservar el producto y/o servicio) |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Características del**  **Valor Formal (VF)** | **Calificativo de los Productos** | | | | | | | | |
| **A** | **B** | **C** | **D** | **E** | **F** | **G** | **H** | **Total** |
| 1. Calidad de las Materias Primas | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| 1. Calidad tecnológica de insumos | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| 1. Personal calificado | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| 1. Marcas desarrolladas | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| 1. Prestigio o Marcas reconocidas | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| 1. Certificados de procesos de creación | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| 1. Acabado del producto y/o servicio | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| 1. Forma de presentación | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| 1. Envases, empaques o diseño | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| 1. Forma de exhibición | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| **Sub Total Porcentaje de *Valor Formal*** | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |

|  |  |
| --- | --- |
| **Características del**  **Valor Formal (VF)** | **Servicio A** |
| 1. Calidad de las Materias Primas | (explicar la calidad aplicada de las materias primas a ser procesadas) |
| 1. Calidad tecnológica de insumos | (explicar las características aplicadas de las tecnologías utilizadas) |
| 1. Personal calificado | (explicar el nivel técnico-académico de operarios según su especialidad) |
| 1. Marcas desarrolladas | (explicar el impacto de las marcas desarrolladas) |
| 1. Prestigio o Marcas reconocidas | (explicar cómo el negocio ha obtenido prestigio por su nombre o marcas) |
| 1. Certificados de procesos de creación | (explicar si la empresa ha obtenido algún certificado de calidad: ISO, otro) |
| 1. Acabado del producto y/o servicio | (explicar cuál es el motivo de las propiedades de textura, color, sabor, olor) |
| 1. Forma de presentación | (explicar los objetivos del producto y/o servicio en información breve) |
| 1. Envases, empaques o diseño | (explicar las características de imagen relacionadas al acabado) |
| 1. Forma de exhibición | (explicar características de cuido para preservar el producto y/o servicio) |

|  |  |
| --- | --- |
| **Características del**  **Valor Formal (VF)** | **Servicio B, C…** |
| 1. Calidad de las Materias Primas | (explicar la calidad aplicada de las materias primas a ser procesadas) |
| 1. Calidad tecnológica de insumos | (explicar las características aplicadas de las tecnologías utilizadas) |
| 1. Personal calificado | (explicar el nivel técnico-académico de operarios según su especialidad) |
| 1. Marcas desarrolladas | (explicar el impacto de las marcas desarrolladas) |
| 1. Prestigio o Marcas reconocidas | (explicar cómo el negocio ha obtenido prestigio por su nombre o marcas) |
| 1. Certificados de procesos de creación | (explicar si la empresa ha obtenido algún certificado de calidad: ISO, otro) |
| 1. Acabado del producto y/o servicio | (explicar cuál es el motivo de las propiedades de textura, color, sabor, olor) |
| 1. Forma de presentación | (explicar los objetivos del producto y/o servicio en información breve) |
| 1. Envases, empaques o diseño | (explicar las características de imagen relacionadas al acabado) |
| 1. Forma de exhibición | (explicar características de cuido para preservar el producto y/o servicio) |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Características del**  **Valor Formal (VF)** | **Calificativo de los Servicios** | | | | | | | | |
| **A** | **B** | **C** | **D** | **E** | **F** | **G** | **H** | **Total** |
| 1. Calidad de las Materias Primas | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| 1. Calidad tecnológica de insumos | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| 1. Personal calificado | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| 1. Marcas desarrolladas | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| 1. Prestigio o Marcas reconocidas | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| 1. Certificados de procesos de creación | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| 1. Acabado del producto y/o servicio | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| 1. Forma de presentación | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| 1. Envases, empaques o diseño | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| 1. Forma de exhibición | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| **Sub Total Porcentaje de *Valor Formal*** | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |

## Valor aumentado

|  |  |
| --- | --- |
| **Características del**  **Valor Aumentado** | **Producto A** |
| 1. Explicaciones o instalaciones | (SC de instruir en beneficios de P/S o asistencias en instalaciones) |
| 1. Información sobre mejores usos | (SC de enseñar las aplicaciones y formas de usos de P/S) |
| 1. Explicaciones sobre vida útil | (SC de las formas de cuidar y proteger los P/S para alargar su vida útil) |
| 1. Servicio de entrega y crédito | (SC de formas de entrega de los P/S y políticas de crédito) |
| 1. Información sobre la compra | (SC sobre los procesos a cumplir para comprar los P/S) |
| 1. Servicios de Garantía | (SC de las políticas a cumplir para la garantía de los P/S) |
| 1. Cuidados correctivos/preventivos | (SC de los tipos de mantenimientos correctivos y preventivos de los P/S) |
| 1. Servicios de información periódica | (SC de calendarios en: mantenimientos, aplicaciones, adaptaciones, otros) |
| 1. Otros servicios e información | (SC de informar sobre futuros SC o P/S que tendrán en existencia) |
| 1. Servicios de pos ventas | (SC de informar sobre otros P/S a vender) |
| 1. Servicios de actualizaciones | (SC de informar sobre nuevos P/S que sustituirán el P/S ya adquirido) |

|  |  |
| --- | --- |
| **Características del**  **Valor Aumentado** | **Producto B, C…** |
| 1. Explicaciones o instalaciones | (SC de instruir en beneficios de P/S o asistencias en instalaciones) |
| 1. Información sobre mejores usos | (SC de enseñar las aplicaciones y formas de usos de P/S) |
| 1. Explicaciones sobre vida útil | (SC de las formas de cuidar y proteger los P/S para alargar su vida útil) |
| 1. Servicio de entrega y crédito | (SC de formas de entrega de los P/S y políticas de crédito) |
| 1. Información sobre la compra | (SC sobre los procesos a cumplir para comprar los P/S) |
| 1. Servicios de Garantía | (SC de las políticas a cumplir para la garantía de los P/S) |
| 1. Cuidados correctivos/preventivos | (SC de los tipos de mantenimientos correctivos y preventivos de los P/S) |
| 1. Servicios de información periódica | (SC de calendarios en: mantenimientos, aplicaciones, adaptaciones, otros) |
| 1. Otros servicios e información | (SC de informar sobre futuros SC o P/S que tendrán en existencia) |
| 1. Servicios de pos ventas | (SC de informar sobre otros P/S a vender) |
| 1. Servicios de actualizaciones | (SC de informar sobre nuevos P/S que sustituirán el P/S ya adquirido) |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Características del**  **Valor Aumentado** | **Calificativo de los Productos** | | | | | | | | |
| **A** | **B** | **C** | **D** | **E** | **F** | **G** | **H** | **Total** |
| 1. Explicaciones o instalaciones | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| 1. Información sobre mejores usos | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| 1. Explicaciones sobre vida útil | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| 1. Servicio de entrega y crédito | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| 1. Información sobre la compra | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| 1. Servicios de Garantía | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| 1. Cuidados correctivos/preventivos | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| 1. Servicios de información periódica | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| 1. Otros servicios e información | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| 1. Servicios de pos ventas | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| 1. Servicios de actualizaciones | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| **Sub Total de *Valor Aumentado (VA)*** | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |

|  |  |
| --- | --- |
| **Características del**  **Valor Aumentado** | **Servicio A** |
| 1. Explicaciones o instalaciones | (SC de instruir en beneficios de P/S o asistencias en instalaciones) |
| 1. Información sobre mejores usos | (SC de enseñar las aplicaciones y formas de usos de P/S) |
| 1. Explicaciones sobre vida útil | (SC de las formas de cuidar y proteger los P/S para alargar su vida útil) |
| 1. Servicio de entrega y crédito | (SC de formas de entrega de los P/S y políticas de crédito) |
| 1. Información sobre la compra | (SC sobre los procesos a cumplir para comprar los P/S) |
| 1. Servicios de Garantía | (SC de las políticas a cumplir para la garantía de los P/S) |
| 1. Cuidados correctivos/preventivos | (SC de los tipos de mantenimientos correctivos y preventivos de los P/S) |
| 1. Servicios de información periódica | (SC de calendarios en: mantenimientos, aplicaciones, adaptaciones, otros) |
| 1. Otros servicios e información | (SC de informar sobre futuros SC o P/S que tendrán en existencia) |
| 1. Servicios de pos ventas | (SC de informar sobre otros P/S a vender) |
| 1. Servicios de actualizaciones | (SC de informar sobre nuevos P/S que sustituirán el P/S ya adquirido) |

|  |  |
| --- | --- |
| **Características del**  **Valor Aumentado** | **Servicio B, C…** |
| 1. Explicaciones o instalaciones | (SC de instruir en beneficios de P/S o asistencias en instalaciones) |
| 1. Información sobre mejores usos | (SC de enseñar las aplicaciones y formas de usos de P/S) |
| 1. Explicaciones sobre vida útil | (SC de las formas de cuidar y proteger los P/S para alargar su vida útil) |
| 1. Servicio de entrega y crédito | (SC de formas de entrega de los P/S y políticas de crédito) |
| 1. Información sobre la compra | (SC sobre los procesos a cumplir para comprar los P/S) |
| 1. Servicios de Garantía | (SC de las políticas a cumplir para la garantía de los P/S) |
| 1. Cuidados correctivos/preventivos | (SC de los tipos de mantenimientos correctivos y preventivos de los P/S) |
| 1. Servicios de información periódica | (SC de calendarios en: mantenimientos, aplicaciones, adaptaciones, otros) |
| 1. Otros servicios e información | (SC de informar sobre futuros SC o P/S que tendrán en existencia) |
| 1. Servicios de pos ventas | (SC de informar sobre otros P/S a vender) |
| 1. Servicios de actualizaciones | (SC de informar sobre nuevos P/S que sustituirán el P/S ya adquirido) |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Características del**  **Valor Aumentado** | **Calificativo de los Servicios** | | | | | | | | |
| **A** | **B** | **C** | **D** | **E** | **F** | **G** | **H** | **Total** |
| 1. Explicaciones o instalaciones | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| 1. Información sobre mejores usos | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| 1. Explicaciones sobre vida útil | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| 1. Servicio de entrega y crédito | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| 1. Información sobre la compra | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| 1. Servicios de Garantía | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| 1. Cuidados correctivos/preventivos | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| 1. Servicios de información periódica | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| 1. Otros servicios e información | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| 1. Servicios de pos ventas | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| 1. Servicios de actualizaciones | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |
| **Sub Total de *Valor Aumentado (VA)*** | (83%) | (66%) | (50%) | (17%) | (83%) | (66%) | (83%) | (100%) | (69%) |

## Valor agregado

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Valor Agregado del Producto A | Valor Agregado del Producto B | Valor Agregado del Producto C | Valor Agregado del Producto D | Valor Agregado del Producto E |
|  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Valor Agregado del Servicio A | Valor Agregado del Servicio B | Valor Agregado del Servicio C | Valor Agregado del Servicio D | Valor Agregado del Servicio E |
|  |  |  |  |  |

Valores de los productos y/o servicios

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Valores Totales de la empresa | | Porcentaje Total de Valor Agregado  de los Productos y/o Servicios  que su empresa ofrece a los clientes |
| Total *VE* de su empresa | % |
| Total *VF* de su empresa | % |
| Total *VA* de su empresa | % | % |

Se ha aprobado la Guía de Valor Agregado Empresarial para su ejecución, autorizado por (nombre de la persona) quien es el presidente de la Junta Directiva de la empresa, y bajo visto bueno y supervisión por (nombre de la persona), quien funge bajo el cargo de Gerente General.

Dado en la ciudad de (ciudad), a los (día) días, del mes de (mes), del año 202(X).

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |
| Presidente  Junta Directiva |  | Gerente General |  |