



**Nombre de alumnos: LOPEZ MUNDO MARIO  
ALBERTO**

**Nombre de la profesora: KARINA MARICRUZ PEREZ**

**Nombre del trabajo: ENSAYO**

**Materia: TALLER DEL EMPRENDEDOR**

**PASIÓN POR EDUCAR**

**Grado: 9**

**Grupo: A**

Comitán de Domínguez Chiapas a 19 de JUNIO de 2020.

## **Naturaleza del proyecto**

Ahora bien antes de iniciar cualquier negocio, es necesario definir la esencia del mismo, es decir, cuáles son los objetivos de crearlo, cuál es la misión que persigue y por qué se considera justificable desarrollarlo. A partir de la definición de la naturaleza del proyecto, el emprendedor establece y define qué es su negocio. Debemos de identificar el proceso creativo para determinar el producto o servicio de la empresa. El primer elemento a considerar en la formación de una empresa de éxito radica en lo creativo de la idea que le da origen. Las oportunidades están en cualquier parte, sólo hay que saber buscarlas. Al tener una idea de vamos realizar la justificación de la empresa. Una vez que ha seleccionado una idea, debe justificar la importancia de la misma, especificar la necesidad o carencia que satisface, o bien el problema concreto que resuelve. Y por lo siguiente la propuesta de valor, nombre de la empresa, descripción de la empresa. Propuesta de valor. Ya que tiene claro cuál es el producto o servicio que ofrecerá la empresa, el siguiente paso es redactar la propuesta de valor, es aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento, la idea que diferenciará un producto de elementos similares a los de la competencia; dentro de su contenido especifica los aspectos que motivarán al consumidor a preferirlo, puede ser su precio, calidad, servicio posventa, utilidad, y cualquier otro atributo al que el cliente potencial le otorgue valor. Lo siguiente sería el nombre de la empresa que debe ser Descriptivo. La denominación, por sí misma, debe reflejar el giro de la empresa y/o sus características distintivas de especialización. Original. La ley establece que el nombre de una empresa debe ser nuevo (que no exista ya en el mercado) y se puede constituir por cualquier signo o símbolo, palabra o palabras, figura, forma geométrica o tridimensional, o bien por el nombre propio de una persona. Atractivo. Debe ser llamativo y fácil de recordar; visible, esto es, que esté bien identificado en el lenguaje verbal común, para facilitar su aceptación y memorización. Claro y simple. Que se escriba como se pronuncia y viceversa. Significativo. Que se pueda asociar con formas o significados positivos; por ejemplo, Excellence o Excelenti, reflejan su significado: excelencia, lo cual se asocia con cosas muy bien hechas, con clase, etcétera. Agradable. Una característica muy importante es que el nombre sea agradable, de buen gusto; que

no implique dobles sentidos o términos vulgares, ya que esto provoca rechazo inmediato en el consumidor, aun cuando en un principio pudiera parecer gracioso. Debemos tomar en cuenta la descripción de la empresa si es Comercial. Se dedica a la compraventa de un producto determinado. Industrial. Cualquier empresa de producción (manufacturera o de transformación) que ofrezca un producto final o intermedio (a otras empresas) se ubica en este giro, o Servicios. Las empresas que ofrecen un producto intangible al consumidor se clasifican en este giro y por ultimo Ubicación y tamaño de la empresa La ubicación de la empresa permite determinar el medio ambiente cercano a ésta. Una empresa de productos especializados en electrónica quizá no tenga tanto éxito en un poblado pequeño, como pudiera serlo en una ciudad grande a menos, por supuesto, de que las características particulares de ese poblado lo distinguan por tener una fuerte industria en el área.

### **Análisis FODA**

El análisis FODA es una herramienta que el emprendedor puede utilizar para valorar la viabilidad actual y futura de un proyecto, es decir, es un diagnóstico que facilita la toma de decisiones Se denomina FODA por las iniciales de sus cuatro componentes Fortalezas, Debilidades (ambas, directamente relacionadas con el proyecto y son de tipo interno, es decir, bajo el control del emprendedor para aprovecharse o complementarse Oportunidades y Amenazas variables externas difíciles de modificar pero predecibles y, por tanto, que hasta cierto punto se pueden prevenir o aprovechar Para redactar la lista de fortalezas y debilidades, es necesario pensar en aspectos como la experiencia que se pueda tener en el área en la que se piensa incursionar, además de los recursos con los que cuenta, por ejemplo, humanos, financieros, tecnológicos o de tiempo. Las fortalezas son todo lo que se tiene y que coloca al proyecto por encima de otros similares. Por el contrario, las debilidades son todas las áreas de oportunidad para mejorar y complementar. Cuando toca el turno a las oportunidades y amenazas, es necesario observar aspectos como, las barreras de entrada y de salida, las tendencias sociales, culturales y económicas, además de los competidores actuales; se trata de factores que resultan positivos,

favorables, 57 explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas. Las oportunidades, son todos aquellos aspectos favorables para la empresa y las amenazas, las que atentan o pudieran actuar contra el desarrollo de la empresa Cabe aclarar que es necesario realizar constantemente el análisis FODA pues es una herramienta muy útil en las revisiones periódicas indispensables para toda empresa. Después del análisis, es tarea del emprendedor utilizar esa información para planear acciones que conviertan las debilidades en fortalezas y las amenazas en oportunidades.