



**Nombre de alumno:** Diana Belén García Pérez.

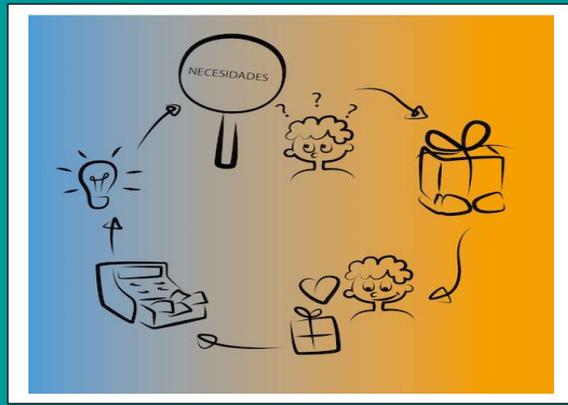
**Nombre del profesor:** Andrés Alejandro Reyes.

**Nombre del trabajo:** "Súper Nota"

**Materia:** Taller del Emprendedor.

**Grado:** 9°

**Grupo:** "B"



Es aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento.

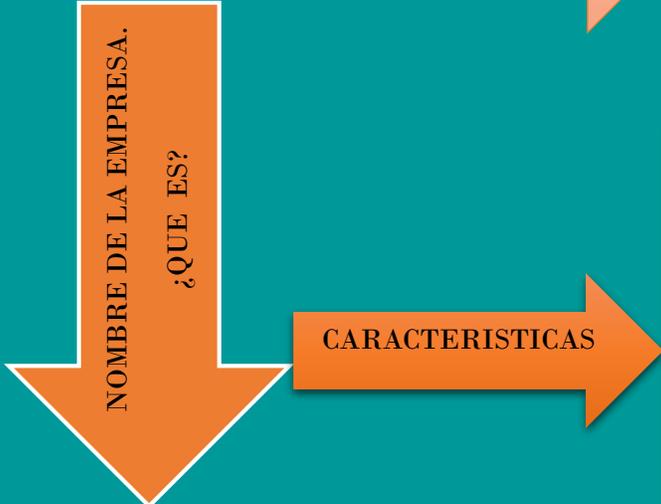
- Aspectos que motivan al consumidor.
- Precio
- Calidad.
- Servicio.
- Utilidad.



PROPUESTA DE VALOR,  
NOMBRE DE LA EMPRESA,  
DESCRIPCION DE LA EMPRESA



- **COMERCIAL:** se dedica a la compraventa de un producto determinado.
- **INDUSTRIAL:** cualquier empresa de producción que ofrezca un producto final o intermedio.
- **SERVICIOS:** las empresas que ofrezcan un producto intangible al consumidor se clasifica en este giro.



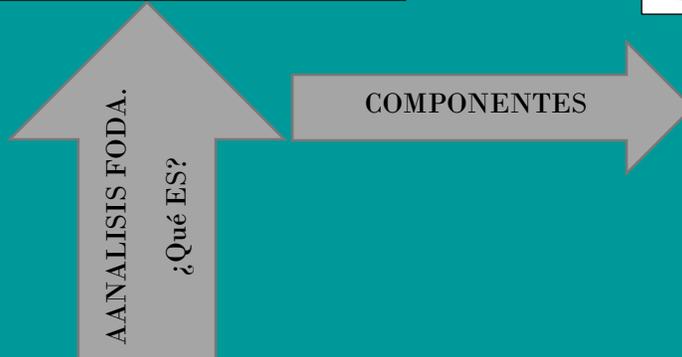
Es una carta de presentación es el reflejo de su imagen, su sello distintivo.

- **DESCRIPTIVO:** debe reflejar el giro de la empresa, sus características distintivas de especialización.
- **ORIGINAL:** tiene que ser nuevo.
- **ATRACTIVO:** debe ser llamativo y fácil de recordar.
- **CLARO Y SIMPLE:** que se escriba como se pronuncia y viceversa.
- **SIGNIFICATIVO:** que se pueda asociar con formas o significados.
- **AGRADABLE:** es una característica importante que el nombre sea agradable.





Es una herramienta que el emprendedor puede utilizar para valorar la variabilidad actual y futuro de un proyecto.

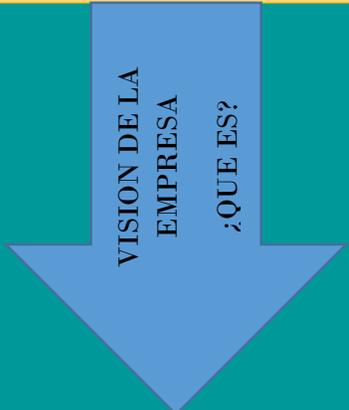


- CUATRO COMPONENTES.
- Fortaleza.
- Oportunidades.
- Debilidades.
- Amenazas.

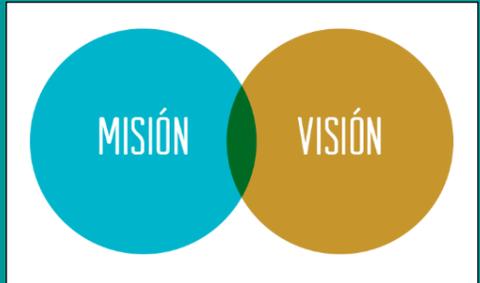
ANÁLISIS FODA, MISION Y VISION, PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA EMPRESA.



Es una razón de ser, es el propósito o motivo por el cual existe y por tanto da sentido y guía sus características.



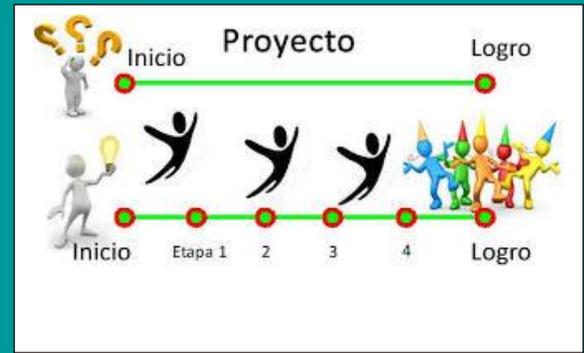
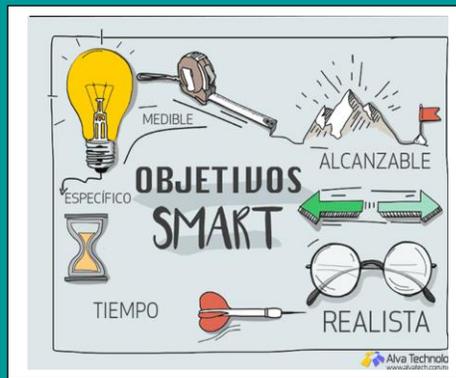
Es una declaración que ayuda al emprendedor a seguir el rumbo al que se dirige a largo plazo.



- **AMPLIA:** dentro de una línea de productos pero con posibilidades de expansión a otros artículos o líneas similares.
- **MOTIVADORA:** que inspire a quienes laboren en la empresa.
- **COGRUENTE:** debe reflejar los valores de la empresa, así como de las personas que la dirigen y trabajan en ella.

- DEBE SER:
- Motivadora.
  - Clara y entendible.
  - Factible o alcanzable.
  - Realista.
  - Alineada con la misión.

Es el segundo paso para determinar el rumbo de la empresa y acercar los proyectos a la realidad.



OBJETIVOS DE LA EMPRESA  
A CORTO, MEDIANO Y  
LARGO PLAZO

ELEMENTOS  
CONCRETOS

- Asignación de recursos.
- Asignación de actividades.
- Asignación de responsables.
- Asignación de tiempos.

SE CLASIFICAN EN

- Objetivos a corto plazo.
- Objetivos a mediano plazo.
- Objetivos a largo plazo.

ANÁLISIS FODA, MISION  
Y VISION, PRODUCTOS Y  
SERVICIOS DE LA  
EMPRESA

### Ventajas Competitivas



VENTAJAS COMPETITIVAS  
CARACTERÍSTICAS.

DISTINGOS  
COMPETITIVOS

- Aspectos que forman parte de la estrategia.
- Preferencias del consumidor.

- Ventajas competitivas. Peculiares del producto.
- Aspectos que hacen únicos.
- Comparación con otros ya existentes en el mercado.

### La Ventaja Competitiva

