



Nombre de alumnos:

Miriam Guadalupe Pérez Alfonzo

Nombre del profesor:

Andrés Alejandro Reyes molina

Nombre del trabajo:

Súper nota

Materia:

Taller del emprendedor

Grado:

9no cuatrimestre

Grupo: "B"

Propuesta de valor

Presentar las características del producto, lo que lo hace diferente de la competencia

Nombre de la empresa

-carta de presentación
-reflejo de la imagen
-sello distintivo

CARACTERISTICAS



Descriptivo: se actividad de la empresa y la distinción entre las demás

Original: crear nuestra propia idea (que aún no exista en el mercado)

Atractivo: que tenga los elementos necesarios para llamar la atención del público

Claro y simple: que logre entender lo que se dice, que se escriba como se pronuncie

Significativo: formas y significados positivos

Agradable: que se eviten las malas interpretaciones de las cosas



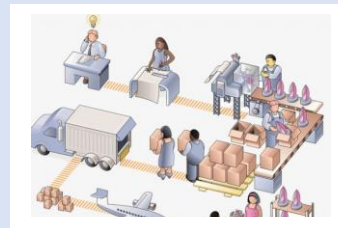
DESCRIPCION DE LA EMPRESA



INDUSTRIAL: que ofrezca un producto final o intermedio (manufacturera o de transformación)



COMERCIAL: compraventa de un producto determinado



SERVICIO: producto intangible al consumidor

UBICACION

Determinar el medio más adecuado para la buena venta de nuestro producto o servicio



TAMAÑO DE LA EMPRESA

Eso depende de la clasificación que le da SECRETARIA DE ECONOMIA



ANÁLISIS FODA

Herramienta que facilite que el emprendedor pueda utilizar para valorar la viabilidad actual y futura de un proyecto

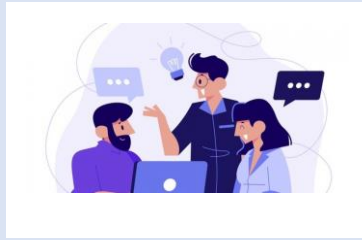
Diagnostico que facilita la toma de decisiones



FODA
Fortalezas
Oportunidades
Debilidades
Amenazas

Fortalezas y debilidades: son internos, bajo el control del emprendedor
Oportunidades y amenazas. Externas, difíciles de modificar

MISION DE LA EMPRESA



Razón de ser
Motivo por el cual existe
Guía sus actividades

CARACTERÍSTICAS

Atención
(orientación al cliente)

Alta calidad en sus productos y servicios

Mantener una filosofía de mejoramiento continuo

Innovación (especificaciones que atraigan al cliente)

VALIDEZ Y FUNCIONALIDAD



AMPLIA: posibilidades de expansión a otros artículos o líneas similares

MOTIVADORA: que inspire a quienes laboran en la empresa

CONGRUENTE: valores de la empresa (éticos y morales)

VISION DE LA EMPRESA



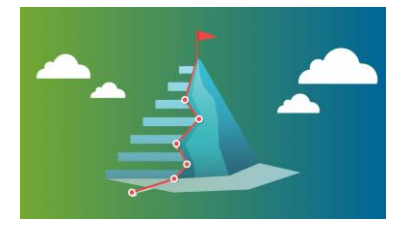
Debe ser:
Motivadora para los integrantes
Clara entendible
Factible o alcanzable
Realista
Alineada a la misión

Establecer objetivos y estrategias que se conviertan en acciones que inspiren a los miembros del equipo

Tendencias actuales para enfocarse en algo realista

OBJETIVOS DE LA EMPRESA

Ser alcanzables en el plazo fijado
Proporcionar actividades
Ser medible
Ser claros y entendibles



Los deseos se convierten en metas

Son puntos intermedios de la misión



Objetivo de corto plazo (6 meses, 1 años)
Objetivo a mediano plazo (1 a 5 años)
Objetivo de largo plazo (5 a 10 años)

VENTAJAS COMPETITIVAS



PLAN DE NEGOCIOS:
industria o sector en que participa la empresa

VENTAJAS COMPETITIVAS:
el producto se garantice su aceptación al mercado, resaltando sus características que los harán únicos

DISTINGOS COMPETITIVAS:
estrategia de la empresa, las preferencias del consumidor, elementos que existen ya en el mercado



Bibliografía

UDS. (2020). Creacion de la empresa. *Antologia, taller del emprendedor*, 52-61.