



Nombre del alumno: Daniela calderón Sánchez.

Nombre del profesor: Ana Laura Culebro Torres.

Nombre del trabajo: Súper nota.

Materia: Taller del emprendedor.

Grado: Noveno cuatrimestre.

Grupo: "A"

Comitán de Domínguez Chiapas a 10 de Junio del 2021.

Zimmerer (2005) describe que la meta de elaborar y desarrollar un plan estratégico es crear una ventaja competitiva, agregar factores que identifiquen y diferencien a la compañía de sus competidores y le den una posición única y superior en el mercado.

Propuesta de valor.

Es un recurso para transmitir de manera objetiva y directa las ventajas que una empresa puede aportar a sus clientes.



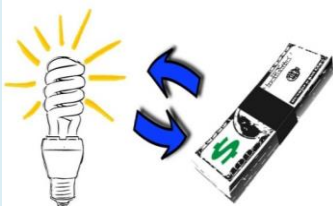
Nacimiento de la idea de negocio.

Modelo de negocios.



¿Qué es?

La base sobre la que va a funcionar tu empresa.



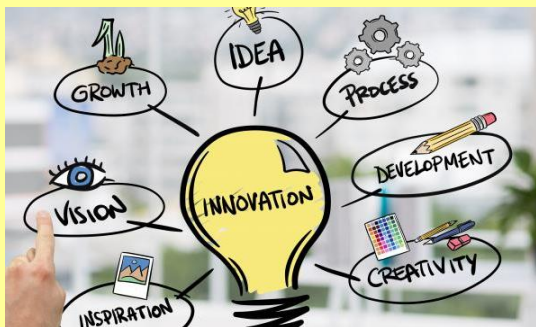
Es una herramienta previa al plan de negocio que te permitirá definir con claridad qué vas a ofrecer al mercado, cómo y con quien vas a vender.

ALGUNOS DE SUS ASPECTOS.

- Seleccionar a sus clientes.
- Segmentar sus ofertas de producto/servicio.
- Crear valor para sus clientes.
- Conseguir y conservar a los clientes.
- Salir al mercado (estrategia/canales/logística/distribución).



Innovación y diferenciación.



Servicio u proceso, que se caracteriza por ser algo nuevo, perfeccionado, que sale de lo convencional, no repetido o común.

Características.



Bajos costos.

Aumentar el margen de ganancias debe disminuir los costos y así hacer frente a la competencia.

Ser el número uno en el área o sector, teniendo un muy buen control.

Esquema administrativo modesto, materias primas superiores y tecnología con alto control de calidad.

VENTAJAS DEL ANÁLISIS FODA

- Facilitan el análisis del quehacer empresarial.
- Facilitan la realización de un diagnóstico para la construcción de estrategias que permitan reorientar el rumbo empresarial.
- Permiten identificar la correspondencia entre la inversión y la rentabilidad.



ANÁLISIS FODA.

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

Permite identificar tanto las oportunidades como las amenazas que presentan nuestro mercado, y las fortalezas y debilidades que muestra nuestra empresa.

FORTALEZAS

- ¿Qué cosas son las que tu empresa hace mejor y que la diferencia de las demás?
- ¿Tu empresa es fuerte en el mercado o en el segmento al que apunta?
- ¿Por qué?
- ¿Tu personal está comprometido con la empresa y con su visión?

OPORTUNIDADES

- ¿Tu mercado está en crecimiento?
- ¿Los productos o servicios satisfacen tendencias de consumo, o podrían adaptarse para hacerlo?
- ¿Existen nuevas tecnologías o cambios en el marco regulatorio que tu empresa puede aprovechar?

DEBILIDADES

- ¿Qué cosas son las que tu empresa no hace bien, incluso peor que otros?
- ¿Cuáles son las razones detrás de los problemas existentes?
- ¿Los defectos vienen de la mano de insuficientes recursos o de una mala asignación de los mismos?

AMENAZAS

- ¿Qué hace la competencia mejor que tu empresa?
- ¿Qué obstáculos legales, impositivos o normativos enfrenta tu negocio?
- ¿Existen nuevas tecnologías o modas de consumo que amenacen el futuro de tus productos o servicios?

UDS. (2021.). Propuesta de valor. Modelo de negocio. Características de los modelos de negocios. Análisis FODA. En UDS., *TALLER DEL EMPRENDEDOR*. (págs. 35-68.). COMITAN DE DOMINGUEZ CHIAPAS.