



Mi Universidad

Nombre del Alumno: Priscila Alejandra López Gómez

Nombre del tema: Naturaleza del proyecto

Parcial: 11

Nombre de la Materia: Desarrollo Empresarial

Nombre del profesor: Lucero del Carmen García Hernández

Nombre de la Licenciatura: Licenciatura en administración y
estrategia de negocios

Cuatrimestre: 6to

→ NATURALEZA DEL PROYECTO

→ CONCEPTO

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.

→ EL PRIMER ELEMENTO

Es 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.

→ PROPUESTA DE VALOR

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.

La propuesta de valor relaciona los aspectos más destacados de una empresa y la posiciona entre sus consumidores, lo que mejora su capacidad para resolver los problemas que ellos tienen.

→ DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Tipo de empresa (giro) El giro de una empresa es su objeto u ocupación principal. En México existen tres giros en los que toda empresa se puede clasificar, de acuerdo con la Secretaría de Economía (SE).

→ ANALISIS FODA

.- Ventajas competitivas. Peculiaridades del producto y/o servicio que lo hacen especial, lo cual garantiza su aceptación en el mercado; por lo general estas características son aspectos que hacen "únicos" a los productos y/o servicios de la empresa, en comparación con otros ya existentes en el mercado.

→ NATURALEZA DEL PROYECTO

→ MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA.

La misión debe contener y manifestar características que le permitan permanecer en el tiempo.

→ CARACTERÍSTICAS

- Atención (orientación al cliente).
- Alta calidad en sus productos y/o servicios.
- Mantener una filosofía de mejoramiento continuo.
- Innovación y/o distingos competitivos,

→ VISIÓN

capacidad del ser humano para ver más allá, del tiempo y del espacio, en otras palabras es visualizar. Esto quiere decir, ver desde la imaginación los objetivos que se pretenden alcanzar.

→ OBJETIVOS DE LA EMPRESA A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZOS

Los objetivos son los puntos intermedios de la misión.
• En los objetivos los deseos se convierten en metas y compromisos específicos, claros y ubicados en el tiempo.

→ ELEMENTOS

- Asignación de recursos (qué).
- Asignación de actividades (cómo).
- Asignación de responsables (quién).
- Asignación de tiempos (cuándo).

→ OBJETIVOS

- Ser alcanzables en el plazo fijado.
- Proporcionar líneas de acción específicas (actividades).
- Ser medibles (cuantificables).
- Ser claros y entendibles

→ VENTAJAS COMPETITIVAS

1.- Ventajas competitivas.
Peculiaridades del producto y/o servicio que lo hacen especial, lo cual garantiza su aceptación en el mercado; por lo general estas características son aspectos que hacen "únicos" a los productos y/o servicios de la empresa, en comparación con otros ya existentes en el mercado.