



**Nombre de alumno:** Jenifer Elizabeth Velasco Hidalgo

**Nombre del profesor:** Luz Elena Cervantes Monroy

**Nombre del trabajo:** Supernota

**Materia:** Taller del emprendedor

**Grado:** 9º Cuatrimestre.

**Parcial:** II

**Grupo:** LNU17EMC0121- A

Comitán de Domínguez Chiapas, a 12 de junio de 2024

# NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO



## PROPUESTA DE VALOR

LA MEZCLA ÚNICA DE PRODUCTOS, SERVICIOS, BENEFICIOS Y VALORES AGREGADOS QUE LA EMPRESA OFRECE A SUS CLIENTES



## 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.



## MISIÓN DE LA EMPRESA

ES SU RAZÓN DE SER; ES EL PROPÓSITO O MOTIVO POR EL CUAL EXISTE Y, POR TANTO, DA SENTIDO Y GUÍA SUS ACTIVIDADES.

## OBJETIVOS DE LA EMPRESA A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO

LOS OBJETIVOS SON LOS PUNTOS INTERMEDIOS DE LA MISIÓN.  
LOS OBJETIVOS DEBEN POSEER CIERTOS RASGOS O PECULIARIDADES, POR EJEMPLO:

- SER ALCANZABLES EN EL PLAZO FIJADO.
- PROPORCIONAR LÍNEAS DE ACCIÓN ESPECÍFICAS (ACTIVIDADES).
- SER MEDIBLES (CUANTIFICABLES).
- SER CLAROS Y ENTENDIBLES.



LOS OBJETIVOS SE CLASIFICAN EN:

- OBJETIVOS A CORTO PLAZO (6 MESES A 1 AÑO).
- OBJETIVOS A MEDIANO PLAZO (1 A 5 AÑOS).
- OBJETIVOS A LARGO PLAZO (5 A 10 AÑOS)



## MODELO DE NEGOCIO

DESCRIBE LA FORMA EN QUE UNA ORGANIZACIÓN CREA, CAPTURA Y ENTREGA VALOR, YA SEA ECONÓMICO O SOCIAL. SU OBJETIVO ES MANTENER LOS COSTOS FIJOS BAJOS Y EL VALOR PARA EL CLIENTE ALTO PARA MAXIMIZAR LAS GANANCIAS

FUNCIONES ESENCIALES:

- GUÍA LAS OPERACIONES DE UNA COMPAÑÍA AL PREVER EL CURSO FUTURO DE LA EMPRESA Y AYUDA A PLANEAR UNA ESTRATEGIA PARA EL ÉXITO.
- ATRAE A LÍDERES E INVERSIONISTAS.
- OBLIGA A LOS EMPRENDEDORES A "ATERRIZAR" SUS IDEAS EN LA REALIDAD.

## CARACTERÍSTICAS

### BAJO COSTO

SI LA COMPAÑÍA TIENE LOS MISMOS COSTOS QUE SUS COMPETIDORES, ENTONCES TENDRÁ LAS MISMAS GANANCIAS. POR TANTO, PARA AUMENTAR EL MARGEN DE GANANCIAS DEBE DISMINUIR LOS COSTOS Y ASÍ HACER FRENTE A LA COMPETENCIA



### INNOVACIÓN Y DIFERENCIACIÓN



LA EMPRESA DEBE HACER ALGO DIFERENTE AL RESTO DE SUS COMPETIDORES EN LA CADENA DE VALOR. EL VALOR QUE LA COMPAÑÍA OBTIENE DE SU DIFERENCIACIÓN CON OTRAS DEPENDE TAMBIÉN DEL PRECIO Y MARGEN DE GANANCIAS

## ELEMENTOS

- SEGMENTO DEL MERCADO
- PROPUESTA DE VALOR
- CANALES DE DISTRIBUCIÓN
- RELACIÓN CON LOS CONSUMIDORES
- FLUJOS DE EFECTIVO
- RECURSOS CLAVE
- ACTIVIDADES CLAVE
- SOCIO CLAVE
- ESTRUCTURA DE COSTOS



## VISIÓN DE LA EMPRESA

ES LA ACCIÓN DE VER AL FUTURO, LA MAYORÍA DE LAS NUEVAS EMPRESAS UTILIZAN LAPROS DE ENTRE 5 Y 10 AÑOS DE TIEMPO PARA ALCANZAR SU VISIÓN.

## VENTAJAS COMPETITIVAS



PECULIARIDADES DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO QUE LO HACEN ESPECIAL, LO CUAL GARANTIZA SU ACEPTACIÓN EN EL MERCADO

## Bibliografía:

Universidad del Sureste 2024. Antología de taller del emprendedor. Unidad 2. Recuperado el 12 de junio de 2024.