



**Nombre de alumno:** Maritza Arabeli Pérez Santiz.

**Nombre del profesor:** Sandra Abigail Hernández Aguilar.

**Nombre del trabajo:** Super Nota.

**Materia:** Taller Del Emprendedor.

**Grado:** 9°. Cuatrimestre.

PASIÓN POR EDUCAR

**Grupo:** sábado.

**Carrera:** Contaduría pública y finanzas.

Comitán de Domínguez Chiapas a 10 de julio de 2024.

# INTRODUCCION AL EMPRENDEDURISMO.

## 1.1. ESPIRITU EMPRENDEDOR.



## 1.2. CARACTERISTICAS DEL EMPRENDEDOR.



## 1.3. TIPOS DE

## EMPRENDEDORES.



## 1.4. EVALUACION DE LA CAPACIDAD DE EMPRENDER.



TODO RUEDAS			
Capacidades	Fuerte	Posible	Insuficiente
Capacidad Financiera		X	
Equipo	X		
Capacidad técnica		X	

## 1.5. CREATIVIDAD Y TERMINOS AFINES.



## 1.6. EL PROCESO DE LA CREATIVIDAD

## 1.7. TIPOS DE CREATIVIDAD

Sin embargo, no todos lo hacemos de la misma manera y para darnos cuenta de ello es muy valioso el reconocer los 5 diferentes tipos de creatividad:

- **Creatividad** mimética.
- **Creatividad** disociativa.
- **Creatividad** analógica.
- **Creatividad** narrativa.
- **Creatividad** intuitiva.

## 1.8. EQUIPO DE TRABAJO

Un equipo de trabajo tiene como base un objetivo, un marco normativo y una identidad definida. Las habilidades y conocimientos son aportados por todos sus miembros, con interdependencia entre ellos para realizar de forma coordinada sus actividades y a través del apoyo mutuo alcanzar sus objetivos y metas.

## 1.9. CARACTERISTICAS DE LOS EQUIPOS EFECTIVOS DE TRABAJO

**CARACTERISTICAS DE LOS EQUIPOS DE TRABAJO EFECTIVO**

- Liderazgo compartido.
- Responsabilidad individual y colectiva.
- Hay un propósito específico con el que se debe cumplir.
- Productos de trabajo colectivos.
- Se alienta al debate abierto y reuniones activas tanto para decidir como para resolver problemas.
- Se mide el desempeño evaluando al trabajo colectivo.

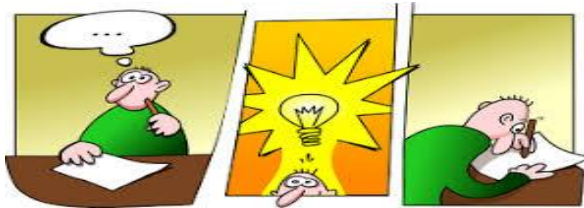


### 2.1. PROPUESTAS DE VALOR

La propuesta de valor es una práctica de marketing cuyo objetivo es transmitir al cliente una idea clara, concisa y transparente de cómo determinado negocio puede ser relevante para él. Así, el desarrollo de ese argumento es una de las principales etapas del planeamiento.

### 2.2. GENERACION DE IDEAS

¿Qué es la generación de ideas? Básicamente, la creación de ideas implica crear, refinar y recopilar conceptos novedosos para los desafíos y oportunidades existentes. Es un proceso de descubrir nuevas ideas y soluciones por medio de lluvia de ideas y mapas mentales.



### 2.3. MODELOS DE NEGOCIOS

#### TIPOS DE MODELOS DE NEGOCIO

- Modelo de negocio de cebo y anzuelo
- Modelo de negocio Eysballs
- Modelo de negocio multicomponente
- Venta de productos virtuales
- Modelo de negocio freemium
- Modelo de negocio B2B
- Modelo de negocio B2C
- Modelo de negocio SaaS



### 2.4. CARACTERISTICAS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS

**Características que debe tener los Modelos de negocio**

01 02 03 04 05

Los negocios necesitan un modelo para ganar dinero. Para ser rentables, para que los ingresos que genera sean superiores a los gastos e inversiones necesarios para su sostenimiento.

El modelo debe permitir al cliente recibir un beneficio, un servicio o un producto que le genere un mayor valor que el que el cliente obtiene.

¿Qué se puede hacer para que el negocio sea rentable? ¿Qué se puede hacer para que el negocio sea rentable? ¿Qué se puede hacer para que el negocio sea rentable?

*Borja Pascual tv*

herramienta para testear y validar modelos de negocio

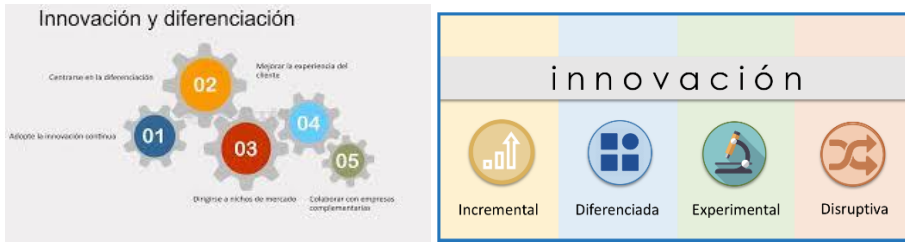


Diseñado por: marketingyfinanzas.net

#### 2.4.1. BAJOS COSTOS

Low cost es un modelo de negocio que se basa principalmente en la reducción de costes, lo que propicia una bajada en el precio de venta. Low Cost ofrece un producto básico, funcional, sin extras, pero de la misma calidad que el producto tradicional equivalente.

#### 2.4.2. INNOVACION Y DIFERENCIACION



**2.5. ELEMENTOS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS**

De acuerdo a Alex Osterwalder & Yves Pigneur, los elementos de un modelo de negocio son los siguientes:

- Propuesta de valor. ...
- Segmentación de clientes. ...
- Canales de distribución y comunicación. ...
- Relación con el cliente. ...
- Flujos de ingreso. ...
- Recursos clave. ...
- Actividades clave. ...
- Red de partners (socios estratégicos).

**2.6. NATURALEZA DEL PROYECTO**

**NATURALEZA DEL PROYECTO**

Antes de Iniciar cualquier negocio, es necesario definir cuáles son los objetivos de crearlo, cuál es la misión que persigue y por qué se considera Justificable desarrollarlo

A partir de la definición de la naturaleza del Proyecto, el Emprendedor establece y define qué es su Negocio.



**2.7. JUSTIFICACION DE LA EMPRESA**

La Justificación del negocio demuestra las razones por las cuales se emprende un proyecto. Responde a la pregunta: ¿Por qué se necesita este proyecto? La Justificación del Negocio dirige toda la toma de decisiones relacionadas con el proyecto.

**2.8. PROPUESTA DE VALOR, NOMBRE DE LA EMPRESA, DESCRIPCION DE LA EMPRESA**





**2.9. ANALISIS FODA, MISION Y VISION DE LA EMPRESA**

SWOT analysis and other systems like this are available everywhere. In terms of the model a Knowledge Base for proprietary knowledge is used. This model gives us a systematic, systematic approach.

## ANÁLISIS FODA



### FACTORES INTERNOS

#### Fortalezas:

Las principales fortalezas de SESOL se encuentran en el conocimiento general que tienen para vender, comprar y para innovar y mejorar sus productos. Todo esto se basa en la buena relación que tienen tanto con sus proveedores como con sus empleados.

#### Debilidades:

Una de las debilidades que tiene SESOL, es que el proveedor pueda tener defectos en la fabricación del producto (sobrecalentamiento), y que las mercancías importadas no puedan llegar a tiempo para su distribución.

### FACTORES EXTERNOS

#### Oportunidades:

Expandir las ventas a nivel local e internacional. Se puede hasta llegar a competir con países europeos que incluso ya cuentan con este tipo de productos, porque SESOL ofrece un mejor precio que ellos y mejor calidad.

#### Amenazas:

La competencia que existe, porque hay otras empresas que ofrecen productos de la misma clase, pero que en realidad no representan un problema para SESOL, ya que son diferentes enfoques en relación con el costo de la mercancía.

## Esquema del Proceso de Planificación Estratégica

