

Nombre del alumno (a): Josefa Pérez Magaña

Nombre del profesor: Alejandro Aguilar Morales

Nombre del trabajo: Actividad 2. Súper Nota Unidad IV. La estrategia vista a través de un modelo de negocio

Materia: Innovación de Modelos de Negocios y Gestión de Empresas Familiares

Grado: Sexto cuatrimestre

Villahermosa, Tab, a 7 de junio de 2025

UNIDAD IV. LA ESTRATEGIA VISTA A TRAVÉS DE UN MODELO DE NEGOCIO

- 4.1 Naturaleza del proyecto.
- 4.2 Ubicación y tamaño de la empresa.
- 4.3 Objetivos de la empresa a corto, mediano y largo plazo.
- 4.4 Análisis de la industria o sector.
- 4.5 Finanzas.
- 4.6 Costos y gastos.

Introducción

Antes de comenzar cualquier empresa, es imprescindible establecer su esencia, cuáles son las metas de su creación, qué misión busca cumplir y por qué se ve como justificable su desarrollo.

Desde la determinación de la esencia del proyecto, el empresario establece y determina qué es su empresa.

Propuesta de valor

Procedimiento creativo para establecer el producto o servicio corporativo. El primer factor a tener en cuenta al crear una empresa exitosa reside en la creatividad de la idea que la origina

Las oportunidades se encuentran en todo lugar, solo es necesario saber encontrarlas, una vez que se producen las ideas, se deben valorar a través de los criterios que el emprendedor considere apropiados, con el objetivo de elegir la más adecuada.

Nombre de la empresa

El nombre de la compañía es su carta de presentación, representa su imagen, su rasgo distintivos y debe poseer atributos particulares. Su nombre debe ser: El nombre, por si mismo representar el sector de la empresa sus rasgos únicos de especialización.

Primera: La legislación dicta que el nombre de una compañía debe ser reciente (que no esté en el mercado) y puede ser formado por cualquier símbolo o emblema, palabra o palabras, figura, forma geométrica o tridimensional, o bien por el nombre propio de un individuo.

Atrayente: Debe ser llamativo y sencillo de recordar; es decir, visible, que esté bien identificado el registro.

En México existen tres giros en los que toda empresa se puede clasificar:

Comercial: Se encarga de la compraventa de un producto en específico.

Industrial: Es la empresa de producción (manufacturera o de transformación) cuyo giro es ofrecer un producto final o intermedio.

Servicios: Son las que ofrecen productos intangibles a sus clientes.



Las diez empresas más grandes de México



La posición de la compañía ayuda a identificar el entorno que la rodea. Un negocio dedicado a productos electrónicos específicos podría no tener el mismo nivel de éxito en una localidad pequeña que en una gran ciudad, a menos que, claro, las particularidades de esa localidad la hagan destacar por contar con una industria sólida en ese sector.

¿De qué tamaño es tu empresa?

(Estratificación)

Diario Oficial de la Federación 30/06/2009

Tamaño	Sector	Trabajadores	Ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado
Micro	Todos	Hasta 10	Hasta \$ 4	4.6
	Comercio	11 - 30	\$4.01 - \$100	93
Pequeña	Industria y Servicios	11 - 50	\$4.01 - \$100	95
	Comercio	31 - 100	\$100.01 - \$250	235
Mediana	Servicios	51 - 100	\$100.01 - \$250	250
	Industria	51 - 250	\$100.01 - \$250	250

Puntaje de empresa: = (Trabajadores x 10%) + (Ventas anuales x 90%)

Las empresas son clasificadas de acuerdo al tamaño, esto lo establecen los organismos gubernamentales, en México, es normado por la Secretaría de Economía (SE).



El análisis FODA es una herramienta útil para el emprendedor donde puede valorar la viabilidad tanto presente como futura de un proyecto. Se trata de un diagnóstico que ayuda en el proceso de toma de decisiones.

Sus iniciales provienen de las letras iniciales de sus cuatro elementos: Fortalezas, Debilidades (Ambos relacionados directamente con el proyecto y son de naturaleza "interna", es decir, están bajo el control del emprendedor y se pueden usar y/o complementar.), Oportunidades y Amenazas (factores externos que son complicados de alterar, pero que pueden anticiparse, por lo tanto, en cierta medida se pueden evitar o aprovechar).

Este análisis es importante realizarlo periódicamente, es una herramienta que el emprendedor puede usar para valorar la viabilidad actual de su empresa.



MISIÓN DE UNA EMPRESA

Una organización representa su propósito fundamental; es la razón por cual existe, y, por ende proporcionado dirección y significado a sus actividades. La misión debe incluir y reflejar ciertas características que le permitan perdurar en el tiempo, tales como:

- Enfoque en el cliente, excelencia en sus productos y/o servicios, compromiso con la mejora constante, innovación o ventajas competitivas que ofrezcan a sus productos y servicios características que atraigan y fidelicen al cliente (durabilidad, garantía, facilidad de uso).

La misión debe cumplir ciertos criterios que otorguen validez y funcionalidad: extensa, inspiradora, cohesionada.

Valores fundamentales: éticos y morales. Responder a tres preguntas esenciales:

1. ¿Qué? (Qué necesidad aborda o qué problema soluciona).
2. ¿Quién? (Quiénes son los clientes a los que se desea llegar).
3. ¿Cómo? (La manera en que se satisfará la necesidad identificada como una oportunidad).



VISIÓN DE LA EMPRESA

Al igual que la misión, la visión de la empresa actúa como una guía que permite al emprendedor mantener el rumbo hacia el futuro. Tener una visión definida facilita la creación de metas y planes que se transforman en acciones que motivan a todo el equipo a alcanzar su objetivo. La palabra visión proviene del latín "visto", lo que implica que es la capacidad de imaginar el futuro; muchas veces nuevas empresas establecen horizontes de 5 a 10 años para concretar su visión.

Una visión debe ser: Inspiradora para todos los miembros de la empresa, clara y fácil de comprender, posible de lograr, aunque no necesariamente sencillo, realista, tomando en cuenta el contexto siempre cambiante en el que se opera.

¿Cómo será mi empresa en algunos años?

- ¿Cómo deseo que los clientes reconozcan a mi empresa?
- ¿Qué servicios o productos brinda esta empresa a clientes, proveedores y a la comunidad?
- ¿Qué tan lejos quiero llegar con esta empresa?
- ¿Cuáles son los principios y valores que guían el funcionamiento de esta empresa?

Objetivos de la empresa a corto, mediano y largo plazos

SÚPER NOTA



Los objetivos son pasos intermedios en la misión de una empresa. Son el segundo paso después de redactar la misión y ayudan a convertir deseos en metas específicas. A través de los objetivos, la misión se vuelve concreta y se traduce en aspectos claros como qué recursos se asignan, qué actividades se realizan, quiénes son responsables y cuándo se llevan a cabo.

Los objetivos deben ser alcanzables, ofrecer acciones específicas, ser medibles y claros. Se establecen. Se establecen objetivos generales para la empresa, que luego se desglosan en específicos para cada área funcional. También se clasifican según el tiempo que tomarán en cumplirse: corto plazo (6 meses a 1 año), mediano plazo (1 a 5 años) y largo plazo (5 a 10 años).

Todo producto o servicio de una empresa debe buscar satisfacer una necesidad o resolver un problema para un grupo específico de consumidores. Esto es fundamental para el éxito de la empresa, por lo que es importante definir claramente estos elementos de éxito. Si se hace correctamente, los productos o servicios tendrán características únicas que los diferenciarán de otros en el mercado. Existen dos términos que describen estas características distintivas.

Las ventajas competitivas son características únicas de un producto o servicio que garantizan su aceptación en el mercado. Estas cualidades los diferencian de otros similares. Ejemplos incluyen un nuevo saborizante para dulces, un innovador sistema para calentar bebidas o un nuevo servicio de comunicación por buzón de voz. Son productos y servicios innovadores que ofrecen aspectos excepcionales no disponibles en el mercado actual.

Los distinguos competitivos son aspectos que pertenecen a la estrategia de una empresa y que ayudan a crear su imagen. Estos factores pueden influir en las preferencias de los consumidores hacia los productos o servicios de la empresa.

Aunque son elementos que ya existen en el mercado, se les dará atención especial para que la empresa se destaque. Ejemplos de distinguos competitivos incluyen el servicio posventa, el sistema de distribución y las garantías.

Análisis de la industria o sector

SÚPER NOTA



Este punto del plan de negocios analiza la situación actual y futura de la industria en la que opera la empresa.

Por ejemplo, una empresa de ropa debe investigar el crecimiento en ventas del sector en los últimos cinco años y hacer proyecciones para los próximos dos años. También debe identificar los riesgos y oportunidades que presenta la industria. es fundamental.



Es esencial definir claramente los productos y/o servicios que la empresa ofrecerá. Se han descrito previamente, por lo que aquí solo se deben resaltar sus características más importantes, brindando una idea clara de lo que se ofrece.

También es crucial que, antes de iniciar un proyecto, se tenga la capacitación y experiencia necesarias para identificar ventajas y problemas. Además, las empresas deben considerar áreas clave como legal, producción, mercados y administración, y buscar apoyo de expertos y contactos para desarrollar el plan de negocios y solucionar posibles dificultades.

Finanzas



El sistema contable de una empresa es una herramienta clave que ayuda al emprendedor a tomar decisiones y a monitorear la salud financiera. Este sistema organiza las cuentas, mostrando la situación de la empresa y buscando maneras de reducir costos o aumentar el rendimiento. La contabilidad permite conocer quién hace cada tarea, dónde, qué resultados se obtienen y cuánto cuesta.

El objetivo principal de la contabilidad es facilitar decisiones para sus usuarios y mantener un registro ordenado de todas las operaciones económicas en un periodo determinado. Por ello, es vital planificar cuidadosamente este proceso. El área de finanzas debe tener objetivos claros, ya que su gestión económica afecta directamente la salud financiera de la empresa.



El proceso contable de una empresa debe definirse antes de comenzar cualquier actividad económica. Es importante planificar el sistema contable a utilizar y contar con la capacitación necesaria o contratar a alguien que lo haga. Las actividades monetarias, como inversiones, ventas, compras y pagos, se registran utilizando un catálogo de cuentas, que ordena las operaciones para facilitar el proceso contable. Este catálogo relaciona los números y nombres de las cuentas, separando activos, pasivos, capital, ingresos y gastos. El diario se utiliza para anotar las operaciones en el orden que ocurren, creando un registro contable. Además, el proceso contable puede automatizarse con software, pero es necesario recibir capacitación para su uso.

Costos y gastos

SÚPER NOTA

\$

COSTOS

GASTOS

\$

Los costos son los pagos necesarios para que una empresa funcione y produzca bienes y servicios. En cambio, los gastos son pagos o deudas que surgen de las operaciones normales que acompañan la producción. La principal diferencia es que los costos están directamente relacionados con el proceso productivo, mientras que los gastos provienen de áreas que apoyan la producción.

Existen diferentes clasificaciones de costos y gastos: según su función, pueden ser Costos de Producción, Gastos de Distribución y Ventas, Gastos de Administración y Gastos Financieros. Según su identificación, pueden ser Costos y Gastos Directos o Indirectos.

Es crucial entender la diferencia entre costos y gastos para organizar mejor las finanzas de una empresa y mantener las cuentas al día. Un costo es cualquier cantidad invertida en recursos necesarios para producir un bien, como tejidos y equipos en la confección de ropa, lo que se considera una inversión necesaria para generar ganancias.



Un gasto es un desembolso de dinero para bienes y servicios necesarios para la operación, como las facturas de luz y agua, que no generan directamente ingresos. En cambio, un costo es el dinero que se gasta en operaciones, sin que su propósito sea la ganancia. Se distinguen dos tipos de costos: los costos variables, que cambian con la producción o ventas, y los costos fijos, que permanecen constantes sin importar el volumen de ventas.

El capital social es el dinero invertido por los dueños de la empresa para iniciar operaciones. Los créditos son préstamos que se utilizan para cubrir necesidades que no pueden ser solventadas con el capital. Las entradas son los ingresos que recibe la empresa, mientras que las salidas son los egresos, incluidos gastos y costos.



Fuente:

Universidad del Sureste, Antología recuperado de

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LAN/344dc959cf7b40a49c3daa1028efb899-LC%20->

[%20LAN603%20INNOVACION%20DE%20MODELOS%20DE%20NEGOCIOS%20Y%20GESTION%20DE%20EMPRESAS%20FAMILIARES.pdf](#) Sexto Cuatrimestre, mayo-agosto

Imagen:

<https://shre.ink/ect1>, <https://shre.ink/ecSP> , <https://shre.ink/ecS4>, <https://shre.ink/ecSO>,
<https://shre.ink/ecSO> , <https://shre.ink/ecSV>, <https://shre.ink/ecSz>, <https://shre.ink/ecSi>,
https://encryptedtbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcT47jOD_15kLwBhYtm_FRHRCNCGKzkRy_Nn_xw&s, <https://shre.ink/ecSi>, <https://shre.ink/ecSC>, <https://shre.ink/ecSK>, <https://shre.ink/ecSj>,