



ALUMNO:

Suemi Monserrat Gasca Ramírez

MATERIA:

Innovación de modelos de negocios y gestión de
empresas familiares

Unidad IV

La estrategia vista a través de un
modelo de negocio

Lic. Administración y Estrategia de Negocios

6to Cuatrimestre

DOCENTE:

Lic. Alejandro Aguilar



INNOVACIÓN DE MODELOS DE NEGOCIOS Y GESTIÓN DE EMPRESAS FAMILIARES

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

4.1 NATURALEZA DEL PROYECTO

El primer elemento a considerar en la formación de una empresa de éxito radica en lo creativo de la idea que le da origen.

Una vez que selecciona una idea, es necesario que defina con más detalle en qué consiste:

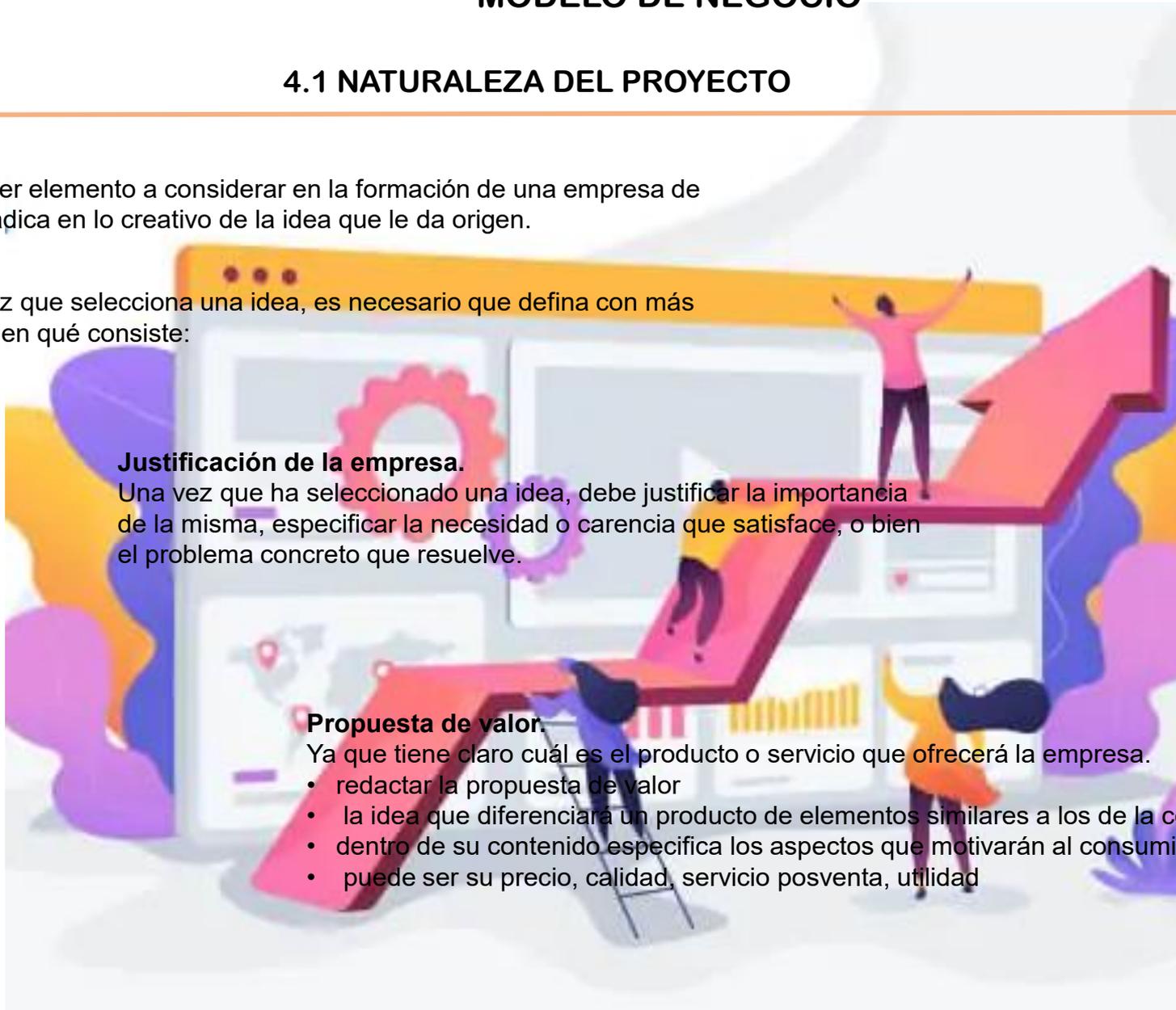
Justificación de la empresa.

Una vez que ha seleccionado una idea, debe justificar la importancia de la misma, especificar la necesidad o carencia que satisface, o bien el problema concreto que resuelve.

Propuesta de valor.

Ya que tiene claro cuál es el producto o servicio que ofrecerá la empresa.

- redactar la 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



4.1 NATURALEZA DEL PROYECTO

Nombre de la empresa.

El nombre de la empresa es su carta de presentación, es el reflejo de su imagen, su sello distintivo.

- **Descriptivo.**

La denominación, por sí misma, debe reflejar el giro de la empresa y/o sus características distintivas de especialización.

- **Original.**

La ley establece que el nombre de una empresa debe ser nuevo o bien por el nombre propio de una persona.

- **Atractivo.**

Debe ser llamativo y fácil de recordar; visible, esto es, que esté bien identificado en el lenguaje verbal común, para facilitar su aceptación y memorización.

- **Claro y simple.**

Que se escriba como se pronuncia y viceversa.

- **Significativo.**

Que se pueda asociar con formas o significados positivos.

- **Agradable.**

Una característica muy importante es que el nombre sea agradable, de buen gusto.



TIPO DE EMPRESA

- **Comercial.** Se dedica a la compraventa de un producto determinado.
- **Industrial.** Cualquier empresa de producción, que ofrezca un producto final o intermedio
- **Servicios.** Las empresas que ofrecen un producto intangible al consumidor se clasifican en este giro.

4.2 UBICACIÓN Y TAMAÑO DE LA EMPRESA

La ubicación de la empresa permite determinar el medio ambiente cercano a ésta. El tamaño de la empresa se determina de acuerdo con la clasificación establecida por organismos de gobierno.

Sector	Tamaño de la empresa	Núm. De Empleados.
Industrial	Micro	1-30
	Pequeña	31-100
	Mediana	101-500
	Grande	Más de 500
Comercio	Micro	1-5
	Pequeña	6-20
	Mediana	21-100
	Grande	Más de 100
Servicio	Micro	1-20
	Pequeña	21-50
	Mediana	51-100
	Grande	Más de 100

El análisis FODA es una herramienta que el emprendedor puede utilizar para valorar la viabilidad actual y futura de un proyecto.

FODA por las iniciales de sus cuatro componentes: Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas

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.

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

4.2 UBICACIÓN Y TAMAÑO DE LA EMPRESA

Visión de la empresa.

Es una declaración que ayuda al emprendedor a seguir el rumbo al que se dirige a largo plazo. Una visión clara permite establecer objetivos y estrategias que se convierten en acciones que inspiren a todos los miembros del equipo para llegar a la meta.

- Motivadora para todos los integrantes de la empresa.
- Clara y entendible.
- Factible o alcanzable, aunque no sea fácil.
- Realista, considerando el entorno actual y cambiante en el que se vive.
- Alineada con la misión y los valores de la empresa.



Debe observar las tendencias actuales e investigar hacia dónde se dirige la industria en la que quiere incursionar, es decir, prestar atención a los factores externos que pueden influir en el éxito o fracaso del proyecto. No olvide poner especial cuidado en el potencial de crecimiento que se espera con este proyecto de empresa.

4.3 OBJETIVOS DE LA EMPRESA A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZOS.

En los objetivos los deseos se convierten en metas y compromisos específicos, claros y ubicados en el tiempo.

Los objetivos se establecen en forma general para la empresa y se deberán reflejar en objetivos específicos para cada área funcional de la misma.

- 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).

VENTAJAS COMPETITIVAS.

Todo producto o servicio de una empresa debe encaminarse a la satisfacción de una necesidad o a la solución de un problema de un segmento de mercado definido.

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.

2. Distingos competitivos.

Aspectos que forman parte de la estrategia de la empresa, que le dan imagen a la misma y que inclinarían, en un momento dado, las preferencias del consumidor por los productos y/o servicios de la empresa que los presenta.



4.4 ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA O SECTOR

Este punto del plan de negocios establece las condiciones actuales de la industria o sector en que participa la empresa, así como sus condiciones futuras que se pueden prever a partir del reciente desarrollo que haya presentado.

Asimismo, deberá ubicar los principales riesgos y oportunidades que esta industria ofrece, de acuerdo con las características de su medio actual y futuro.

Productos y/o servicios de la empresa.

Establecer con claridad los productos y/o servicios que la empresa ofrecerá al mercado, por lo que en este punto particular sólo se trata de hacer visibles las características distintivas más importantes que poseen.

Calificaciones para entrar al área.

Contar con la capacitación y experiencia necesarias para visualizar, de manera real, las ventajas y problemas que se pudieran presentar, por lo que básicamente esta sección intenta justificar los elementos que califican al desarrollador del proyecto para llevarlo a cabo.

Apoyos.

Existen algunas áreas básicas, en las que toda empresa se ve involucrada, como:

- Área legal (fiscal, laboral, etcétera).
- Área de producción.
- Área de mercados.
- Área administrativa.



4.5 FINANZAS

Es el proceso para llevar ordenadamente las cuentas de la empresa, saber cuál es su situación y buscar opciones atractivas que le permitan ahorrar en costos y/o gastos, así como aumentar sus expectativas de rendimiento.

El objetivo final es facilitar la toma de decisiones a sus diferentes usuarios, y mantener en forma ordenada el registro de cada operación económica realizada durante cierto periodo, por lo cual es indispensable planear con cuidado este proceso.

Sistema contable de la empresa.

El objetivo final de la contabilidad es facilitar la toma de decisiones, así como mantener en forma ordenada el registro de cada operación económica realizada durante cierto periodo

Contabilidad de la empresa.

Debe determinarse antes de llevar a cabo la primera actividad económica de la empresa y, una vez diseñado, se deberá poder registrar de forma detallada cada operación; para esto es necesario planear el sistema contable que se utilizará

Catálogo de cuentas.

Diariamente se realizan actividades u operaciones monetarias al llevar a cabo inversiones en el negocio, vender productos o servicios a los clientes, efectuar compras a proveedores de artículos y pagar cuentas

Software a utilizar.

Paquetes computacionales que permiten manejar con eficiencia y facilidad el proceso contable de una empresa, por lo que es de gran ayuda para el emprendedor conocer las diferentes opciones que puede encontrar en ese ramo.

4.6 COSTOS Y GASTOS



Son aquellos pagos necesarios para el funcionamiento del circuito productivo, para poder producir bienes y servicios.

- **Clasificación.**

De acuerdo a su identificación con el objeto de costos: Costos y Gastos Directos y Costos y Gastos Indirectos. el costo y el gasto son pagos que las empresas y emprendimientos deben realizar.

- **Costo.**

Cualquier cantidad invertida en recursos y servicios en el proceso de producción de un bien se considera un costo. Todo lo que es fundamental para crear un producto se considera un costo.

- **Gasto.**

Todo desembolso de dinero en bienes y servicios relacionados con la gestión de la empresa.

- **Costos variables.**

Cambian en relación directa con determinada actividad o volumen.

- **Costos fijos.**

Son aquellos que permanecen constantes en un periodo determinado, sin importar si cambia el volumen de ventas.



4.6 COSTOS Y GASTOS

Capital social.

El capital social es la cantidad total de dinero que invierten los dueños de la empresa (socios) para conformar la misma y sirve como base para el inicio de sus operaciones.

Créditos (préstamos).

Un crédito es una aportación económica que se entrega a la empresa, con el fin de hacer frente a compromisos o necesidades de inversión que no pueden ser solventados con el capital de la misma.

Entradas.

Las entradas son todos los ingresos de dinero que la empresa recibe.

Salidas.

Las salidas son todos los egresos que la empresa realiza. Los gastos o costos en que la empresa incurre son salidas de dinero.

