



<b>Asignatura:</b> Proyecto Emprendedor.	<b>GUIA DE EXAMEN EXTRAORDINARIO</b>
<b>Profesor:</b> Mtro. Gabriel Revimar Rojas	<b>Fecha:</b>
<b>Alumno:</b>	

**INSTRUCCIONES:** Completa los cuadros con información de un proyecto emprendedor sustentable.

Importancia	Beneficios	Elementos

Instrucciones: Revisa bibliografía y anota sobre la definición, pasos, elementos y recomendaciones de un informe ejecutivo.

Instrucciones: Investiga y coloca las características empresariales.

\_\_\_\_\_ Los productos o servicios deberán estar dirigidos a satisfacer las necesidades del cliente.

\_\_\_\_\_ En muchos casos, los socios entregan su producto a la empresa para que les agregue valor y/o comercialice, es decir, están en su papel de proveedores.

\_\_\_\_\_ Se refiere a lograr que la empresa gane un lugar en el mercado, lo conserve y/o amplíe con la calidad de sus productos o servicios.

\_\_\_\_\_ Capacidad de emprender, correr riesgos calculados, crear, innovar, conciliar, aglutinar, movilizar recursos, identificar necesidades y dar valor agregado a los productos o servicios

Generar productos y/o servicios que satisfagan cada vez más las necesidades del cliente, y éste pague el precio justo.

\_\_\_\_\_ Su permanencia y crecimiento dependerán de su capacidad de satisfacer las cambiantes necesidades, detectando nuevos hábitos de consumo en el mercado al que están vinculados y a la sociedad, ofreciendo constantemente productos de vanguardia.

\_\_\_\_\_ Las empresas trabajan en las condiciones reales del entorno y en la actualidad éste cambia rápida y continuamente.

\_\_\_\_\_ Las empresas rurales deben tener la transparencia necesaria hacia sus socios e instituciones con las que tienen relación, en el manejo de los recursos, en las acciones emprendidas y sus resultados.

\_\_\_\_\_ Trata de la importancia de tener una visión y una misión de la empresa que, al ser compartidas por todos los socios, faciliten tanto orientar las acciones de corto, mediano y largo plazo, como fortalecer el compromiso de todos y cada uno de sus integrantes.

\_\_\_\_\_ La empresa debe ser consciente de sus propias necesidades para operar y, de acuerdo con sus planes, debe gestionar los recursos financieros complementarios necesarios para ello.

\_\_\_\_\_ Implica tener claras las funciones de cada puesto y nivel de la estructura organizativa, jerarquías, funciones y obligaciones.

\_\_\_\_\_ Las empresas rurales deben ocuparse de mantenerse actualizadas.

Instrucciones: Investiga las siguientes definiciones

Valores	Estudio de mercado.
Plan de negocio.	Factores internos y externos de la motivación.
F.O.D.A.	Proceso administrativo
Objetivos.	Planeación estratégica.
Visión.	Descripción de puestos.
Misión.	Organigrama
Objetivos estratégicos.	Estudio de mercado.
Mercado competidor	Factores internos y externos de la motivación.
Proceso administrativo	Presupuesto

Instrucciones: Con los siguientes elementos realiza un mapa mental las etapas del proceso administrativo (Planeación, Organización, Integración, Dirección y Control)

Retroalimentación.	Objetivos	¿Cómo se ha realizado?.
Selección de personal.	Coordinación	Programas y políticas.
Toma de decisiones	Estándares	División del trabajo
Estrategias.	Medición.	Corrección
¿Cómo se va a hacer?	Motivación	Filosofía.
Liderazgo y motivación	¿Qué se quiere hacer?	Valores
Misión.	Ver que se haga.	Visión.
Reclutamiento.	Análisis de proveedores.	Presupuesto
¿Qué se va a hacer?	Requisitos.	

INSTRUCCIONES: Relaciona los conceptos de un modelo de negocios: Segmentos de clientes, Propuesta de valor, Canales, Relaciones con los clientes, Fuente de ingresos, Recursos clave, Actividades Clave, Socios Clave y Estructura de costos, Modelo de Negocios, Modelo Sustentable.

Herramienta conceptual que contiene un conjunto de elementos y sus relaciones y permite expresar la lógica de negocio de una empresa específica.

Relaciones que una empresa establece con un segmento específico de clientes.

Grupos de personas u organizaciones a los cuales una empresa pretende llegar y servir.

Introduce en su modelo de negocio aspectos económicos pero también valor social y medioambiental

Proveedores, alianzas y socios que hacen que un modelo de negocios funcione

Segmentos de mercado para entregar la propuesta de valor

Actividades más importantes que una empresa debe hacer para que un modelo de negocios funcione.

Costes e n los que incurre la empresa para gestionar el modelo de negocios.

Es una descripción del valor de una empresa ofrece a uno o varios segmentos de clientes y de la arquitectura de la empresa y su red de socios

Productos y servicios que crean valor para un segmento de clientes específico.

Dinero que la empresa genera de cada segmento de mercado

Activos más importantes requeridos para hacer funcionar el modelo de negocio

**INSTRUCCIONES:** Define los factores motivacionales internos y externos de las empresas.

**INSTRUCCIONES:** Investiga que integra a las áreas funcionales de una empresa.

1. Producción.
2. Mercadotecnia.
3. Finanzas.
4. Recursos Humanos.
5. Sistemas.

**INSTRUCCIONES:** Describe los pasos de la toma de decisiones.

1. Inteligencia.
2. Diseño
3. Selección.
4. Implementación.
5. Evaluación.

INSTRUCCIONES: Con el siguiente modelo de negocios realiza un informe ejecutivo.

## The Business Model Canvas

Designed for: Coca-Cola      Designed by:      Date:      Version:

<b>Asociaciones clave</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudios de cine y televisión</li> <li>• Propietarios de contenidos</li> <li>• Proveedores de internet</li> <li>• Inversionistas</li> </ul>	<b>Actividades clave</b> ✓ <ul style="list-style-type: none"> <li>• Licencia de contenidos</li> <li>• Creación de contenidos</li> <li>• Marketing</li> <li>• Análisis de datos</li> </ul>	<b>Propuesta de valor</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Precio al público</li> <li>• Video bajo demanda por streaming</li> <li>• Servicio automatizado</li> <li>• Variedad en contenido</li> <li>• Estrenos simultáneos</li> <li>• Contenido internacional traducido en varios idiomas</li> <li>• Sistema de recomendación</li> </ul>	<b>Relación con clientes</b> ♥ <ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio automatizado multicanal</li> <li>• Soporte técnico</li> <li>• Redes sociales</li> </ul>	<b>Segmento de clientes</b> 🎯 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercado masivo</li> <li>• Micro segmentación</li> <li>• Fanáticos de películas y series de televisión</li> <li>• Usuarios sin servicio de televisión de paga</li> </ul>
<b>Recursos clave</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contenido virtual</li> <li>• Inventario físico de DVD</li> <li>• Servidores físicos</li> <li>• Sistemas de algoritmos y recomendaciones</li> <li>• Biblioteca de contenido y licencias</li> </ul>		<b>Canales</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sitio web oficial</li> <li>• Aplicación móvil</li> <li>• Redes sociales</li> </ul>		
<b>Estructura de costes</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Costos fijos</li> <li>• Costos variables</li> <li>• Tecnología y desarrollo</li> <li>• Marketing</li> <li>• Creadores de contenido</li> </ul>			<b>Flujo de ingresos</b> 💰 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Suscripciones</li> <li>• Publicidad en envoltorios de DVD</li> </ul>	

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/> or send a letter to Creative Commons, 529 Temple Avenue, Suite 670, Oakland, CA 94612, USA.

DESIGNED BY: STRATEGYZER AG  
 THE MASTERS OF BUSINESS MODEL GENERATION AND STRATEGYZER

**Strategyzer**  
 strategyzer.com

Nombre y firma: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_