



**Nombre del alumno: Jiezer de Jesús  
López Jiménez**

**Nombre del profesor: Lic. Alejandro  
Martínez Cordero**

**Nombre del trabajo: Ensayo de plan  
de negocios**

PASIÓN POR EDUCAR

**Materia: Desarrollo empresarial**

**Grado: 6**

**Grupo: A**

Ocosingo Chiapas a 06 de junio del 2020.

# ÍNDICE

	Página
Presentación -----	1
Índice -----	2
Introducción -----	3
Desarrollo -----	4 - 5
Conclusión -----	6
Bibliografías -----	7

# Introducción

El plan de negocios es una herramienta fundamental que facilita el proceso de cómo crear un negocio o una empresa, ya que nos permite organizar todos los puntos que requiere una empresa y todos los puntos de manera estratégica para saber cómo iniciar un negocio

El plan de negocio, es una forma de describir, claramente, las características que tendrá el negocio a futuro y en ese sentido, refleja la visión que el emprendedor o intraemprendedor tiene del negocio. El plan de negocio, se diferencia de una evaluación de proyectos por cuanto contiene la descripción del proyecto de negocios y dentro de ello, una evaluación de su atractivo económico. La evaluación de proyectos, es uno de los tantos análisis posibles de utilizar, al formular un plan de negocios.

Un plan de negocios es la base de la construcción de un negocio o empresa ya que de este nos guiaremos para desarrollar nuestro negocio y tenemos que tomar en cuenta que este nos servirá además para prever como será nuestra empresa y en caso de una inconformidad se puede mejorar ya que solo es un plan a diferencia de que ya se estuviera construyendo la empresa en donde cualquier error puede tener consecuencias en la economía del emprendedor.

# DESARROLLO

El contenido del plan de negocios, varía de acuerdo al objetivo con que se confeccione y al negocio de que se trate. Según el objetivo, ya sea para uso en la gestión interna o de uso externo, llevará –en diferentes negocios– a cambios más bien de forma que de fondo. El tipo de negocio, determinará qué aspectos son relevantes de incluir y cuáles no. Se puede establecer, a modo de referencia, un esquema general, para el plan de negocios, según el siguiente detalle:

## **La empresa**

En este capítulo, se debe aclarar, ¿Qué estamos formando?, ¿Qué pretendemos? Se debe aclarar también de quién es la propiedad de la empresa, cómo está estructurada y bajo qué modelo funciona. Es aconsejable incluir una reseña histórica del inicio de la empresa. Señale la ubicación de las instalaciones de la empresa. No importa donde funcione. Dígalo.

## **El producto**

Hacer la descripción de los productos y realizar una comparación competitiva. Aquí puede incluir la literatura de las ventas de su compañía. También se puede señalar la fuente de los productos y la tecnología que utiliza. Es recomendable proyectar los productos futuros.

## **Estudio de mercado**

En este apartado, se presentan los resultados del estudio del entorno que rodea al negocio. Por lo general, se hace hincapié en el entorno más cercano, estableciendo: la demanda, la oferta y las fuerzas que gobiernan el mercado.

Cuando el estudio se realiza para un emprendimiento nuevo, no se estudia en profundidad los distintos aspectos del mercado. El estudio, tiene por fin establecer el mercado potencial para el producto y la oportunidad de negocio. La oportunidad de negocio, es –básicamente– el resultado de la diferencia entre el mercado potencial y el mercado atendido.

## **Resumen Ejecutivo**

Todo plan de negocio, en sus partes fundamentales, se da inicio con el resumen ejecutivo, si bien es lo último en ser elaborado –aun después de las conclusiones. El resumen ejecutivo, tiene por objetivo demostrar, en dos o tres páginas, la esencia del negocio y su atractivo; de manera a motivar, a quien lo lea, a profundizar en el plan de negocios.

## **Estudio de la demanda**

En el estudio de la demanda, se aplican varias técnicas de investigación, con el fin obtener la información deseada. Se puede recurrir a fuentes secundarias o primarias. Entre las fuentes primarias se puede optar por las encuestas, entrevistas, entrevistas en profundidad a expertos, pruebas sensoriales y otros.

## **Estudio de la oferta**

Estudio de la oferta, tiene por fin determinar si existen empresas oferentes del mismo o similar producto, al del emprendimiento. Ente otras cosas se trata de establecer el número de ellos y los recursos con los que cuenta. Se puede recurrir a fuentes secundarias y primarias de información. Como en el caso de la demanda, también en este caso se puede recurrir, inicialmente a la opinión de expertos, encuestas estructuradas y otros.

## **Análisis FODA**

El análisis Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) es una de las formas más adecuadas de realizar el estudio del ambiente externo e interno de una organización o de un emprendimiento.

## **Plan financiero**

Este capítulo incluye los supuestos más importantes y los indicadores financieros claves (estados financieros). Incluya el análisis del punto de equilibrio, una proyección de pérdidas y ganancias, un flujo de caja proyectado y los índices del negocio.

# CONCLUSIÓN

Estas son las partes que no pueden faltar en la estructura de un plan de negocio básico. Pero en realidad no existe una estructura cerrada, sino que se debe adaptar a las necesidades de cada proyecto. Por lo que para crear un plan de negocios ideal se debe conocer el producto, el público consumidor, analizar la competencia, analizar el mercado que tenemos ofreciendo cierto producto, etcétera. Todo esto con el objetivo de que la empresa o negocio no tenga problemas a la hora de su elaboración, además de que nos sirve para saber un aproximado de tantos recursos económicos requerimos para iniciar con nuestro negocio.

## **Referencias bibliográficas:**

- Ángel Ramón Peña Cardozo, Plan de Negocios. Conceptos y elementos principales, 09.01.2018.