

**Nombre de alumno: Erik Suriel García
Gómez.**

**Nombre del Docente: Lic. Juan
Alejandro Martínez Cordero.**

Nombre del trabajo: Plan de Negocio.

Materia: Desarrollo empresarial.

Grado: 6to Cuatrimestre.

**Lic. En Medicina Veterinaria y
Zootecnia.**

Ocosingo, Chiapas a 20 de Junio del 2020.

PASIÓN POR EDUCAR



PLAN DE NEGOCIOS

- **INFORMACION GENERAL DE LA EMPRESA:** Esta empresa está destinada a ofrecer una serie de productos y servicios dirigidos al consumidor, reflejándose esto en sus precios, en los valores, en la cultura organizativa, creando un vínculo de compromiso social con los clientes, con los proveedores y con el propio personal
- ✓ **RAZON SOCIAL:** En este establecimiento, lo que se pretende es ofrecer al consumidor un servicio óptimo y económico para los habitantes del mismo y de los alrededores, además de satisfacer sus necesidades como cliente.
- ✓ **NOMBRE COMERCIAL:** Tostón.
- ✓ **DEFINICIÓN DEL NEGOCIO:** Empresas 100% Chiapaneca. Con la finalidad de crear productos de alta calidad.
- ✓ **DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO:** Nos esforzamos por mantener un alto grado de calidad para presentar a nuestros clientes productos que le den plena satisfacción y garanticen su bienestar.
- ✓ **ESTRATEGIA COMPATITIVA:** Empresa que pretende llegar muy lejos.

- **PLAN ESTRATEGICO**
- ✓ **MISIÓN:** Nuestra misión es que día a día garanticemos un bienestar, calidad y autenticidad de nuestros servicios para la satisfacción y complemento de las necesidades de desarrollo y gustos de nuestros usuarios, ofreciendo productos buenos e innovadores.
- ✓ **VISIÓN:** Como empresa prestadora de un servicio común, queremos incursionar nuestro proyecto para que crezca a nivel nacional, internacional, como la mejor empresa para liderar en el mercado de nuestro producto, también buscamos que en cuanto a la producción y

venta de comida se permita disfrutar y satisfacer las carencias de alimentación que tienen las personas.

- ✓ **VALORES:** Actitud de servicio. Hacia nuestros clientes y proveedores así como a nuestros compañeros de trabajo. Confianza. Con nuestros clientes ofreciéndoles servicios y productos de calidad. Lealtad. Respeto.
- ✓ **OBJETIVO (CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO):**
 - Innovar los productos existentes, es decir hacerle mejoras a las ventas de los restaurantes de la actualidad para que las personas consuman comidas más sanas e higiénicas.
 - Ayudar a la economía y el mercado a subir sus porcentajes.
 - Vender comidas más sanas, pero de preparación rápido; que inciten a las personas a comer alimentos buenos para su salud.
 - Organizar y ejecutar un buen proyecto de empresa, que atienda los estándares propuestos desde un principio.
 - Hacer comida excelente para el consumo masivo de las personas, que sea consumible para todos, desde infantes, hasta adultos de la tercera edad.
 - Hacer una inversión que valga la pena en el momento de las ganancias, pero siempre teniendo en cuenta un precio bajo para el costo del producto.
- **INVESTIGACIÓN DE MERCADO:** Reflejó algunas tendencias que aprovecharon en su momento como el impacto positivo al implementar medidas de igualdad de género y el modelo de negocio único, que consiste en ofrecer servicios a pequeñas empresas y personas para diversificar el nivel de consumo.
- ✓ **ANÁLISIS DE MERCADO:** Sirve de base para la toma de decisiones de compra y de venta. Aparte de esto, para evaluar el estado del mercado actual o de posibles nuevos mercados. proporciona información sobre industrias, clientes, competidores y otras variables de un mercado. También permite determinar la relación entre la oferta y la demanda de un determinado producto o servicio. Basándose en estos conocimientos, puedes tomar decisiones bien fundamentadas sobre posibles estrategias de marketing.
- ✓ **SEGMENTACIÓN DE MERCADO:** Divide el mercado en grupos con características y necesidades semejantes para poder ofrecer una oferta diferenciada y adaptada a cada uno de los grupos objetivo. Esto permite optimizar recursos y utilizar eficazmente nuestros

esfuerzos de marketing. Existen diferentes variables para segmentar el mercado, dependiendo de cada empresa se utilizará una combinación diferente.

- ✓ **ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA:** Es el análisis de los recursos, capacidades, estrategias, ventajas competitivas, fortalezas, debilidades y demás características de los actuales y potenciales competidores (empresas competidoras) de una empresa, que se realiza con el fin de poder, en base a dicho análisis, tomar decisiones o formular estrategias que permitan competir con ellos de la mejor manera posible.
- **PLANEAMIENTO ESTRATEGICO**
(UNA ESTRATEGIA DE PLANEAMIENTO QUE NOS PERMITA SABER DÓNDE ESTAMOS Y HACIA DÓNDE VAMOS, ASI COMO UN ANALISIS FODA.
- **ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS**
(ESTRATEGIA QUE SE VA A SEGUIR PARA DISTRIBUIR Y VENDER LOS PRODUCTOS)
- **PROCESO PRUDUCTIVO**
- ✓ **MATERIALES (MATERIA PRIMA O INSUMOS)**
- ✓ **EQUIPO DE PRODUCCIÓN (MAQUINARIA, UTENSILIOS, ETC.)**
- **ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO**
- ✓ **PLAN DE INVERSIONES INICIALES (RENTAS, SUELDOS, MATERIA PRIMA, EQUIPO DE PRODUCCIÓN, PUBLICIDAD)**
- ✓ **RETORNO DE INVEERSIÓN (INGRESOS Y EGRESOS DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL)**