

SECCIÓN I

1. El **MARKETING** necesita analizar con cuidado: El mercado, la experiencia que recibió el cliente, el producto o servicio, alternativas y preferencias y las ventajas ante el mercado.
2. Un **MODELO DE NEGOCIO** (también conocido como diseño de negocios) describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social.
3. La **NATURALEZA DEL PROYECTO** establece cuáles son los objetivos de crearlo, cuál es la misión que persigue y por qué se considera justificable desarrollarlo. A partir de la definición de la naturaleza del proyecto, el emprendedor establece y define qué es su negocio.
4. El análisis **FODA** es una herramienta que el emprendedor puede utilizar para valorar la viabilidad actual y futura de un proyecto, es decir, es un diagnóstico que facilita la toma de decisiones.
5. El **EMPRENDEDOR** se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa en relación con el precio, la promoción, la distribución y la venta de bienes y servicios que ofrece, así como de la definición del producto o servicio con base en las preferencias del consumidor, de forma tal que permitan crear un intercambio (entre empresa y consumidor) que satisfaga los objetivos de los clientes y de la propia organización.
6. El **PLAN DE TRABAJO** consiste, básicamente, en asignar tiempos, responsables, metas y recursos a cada actividad de la empresa, de tal manera que sea posible cumplir con los objetivos que se ha trazado y preparar todo lo necesario para el inicio de operaciones.
7. El **COSTO** es uno de los elementos más importantes para realizar las proyecciones o planeaciones de un negocio.
8. Costos **VARIABLES** Cambian en relación directa con determinada actividad o volumen.
9. Costos **FIJOS**. Son aquellos que permanecen constantes en un periodo determinado, sin importar si cambia el volumen de ventas.

10. El **RESUMEN EJECUTIVO** es el concentrado de la información sobresaliente de cada una de las áreas del plan de negocios.

RESPUESTAS					
NATURALEZA DEL PROYECTO	FODA	MARKETING	MODELO DE NEGOCIO	EMPRENDEDOR	PLAN DE TRABAJO
COSTO	VARIABLES	FIJOS	RESUMEN EJECUTIVO		

SECCIÓN 2

1. Escribe la frase que estableció Seneca	A. ningún viento es favorable para quien no conoce el puerto al que quiere arribar	1,A
2. ¿Qué es un plan de negocios?	B. Es una carta de presentación ante posibles fuentes de financiamiento, Minimiza la incertidumbre natural en un proyecto y, por ende, reduce el riesgo y la probabilidad de errores, Permite obtener la información necesaria que garantice una toma de decisiones ágil, correcta y fundamentada, Facilita la determinación de la factibilidad de marketing, técnica y económica del proyecto.	2,D
3. recolección organizada de información para facilitar la toma de decisiones se habla de un:	C. Plan de Negocios	3,C
4. beneficios de un plan de negocios	D. es la concreción de las ideas de un emprendedor, ya que marca las etapas de desarrollo de un plan de empresa	4,B
Bloque 1	Bloque 2	Respuesta
Ejemplo de respuesta 1,A		

SECCIÓN 3

El emprendedor puede auxiliarse de la planeación estratégica como una buena herramienta, considerando que existen elementos fundamentales de planeación estratégica para un negocio, que facilitan el desarrollo del modelo entre los más recomendados se encuentran:

1. Análisis FODA (FUERZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS)
2. Análisis DE LA INDUSTRIA Y DEL MERCADO (INCLUSO LA COMPETENCIA)
3. Análisis TECNICO-OPERATIVO
4. Análisis ORGANIZACIONAL Y DE GESTION DEL RECURSO HUMANO
5. Análisis FINANCIERO

Busque en la pagina 40 de su antología

SECCIÓN 4 RECORDATORIO

Recuerde que un plan de negocios no es ni puede ser un documento muerto, estático e inamovible, También es de gran ayuda con elementos de medición, sirve de base para comparar resultados reales.

Según expertos mas del 50% de negocios fracasan a los 4 años, por no tener un buen plan de negocios, y que la propuesta de valor son los beneficios de la empresa que le ofrece a los clientes a través de cierto producto o servicio y esta debe ser capaz de responder a la pregunta del consumidor