

**“PLAN DE NEGOCIOS”**  
**“GENERALIDADES DE LA EMPRESA”**  
**MTRA. ANGELA ZAVALA VILLATORO**

**PRESENTA LA ALUMNA:**

**Adriana Monjaras Pérez**

**GRUPO, SEMESTRE Y MODALIDAD**

**7º cuatrimestre (D) Administración  
De Empresas, Semiescolarizado**

**Frontera Comalapa chis.  
27 DE SEPTIEMBRE DEL 2020**

## GENERALIDADES DE LA EMPRESA

1.1.- Identificar el concepto de negocio.

**Negocio:** Un negocio consiste en una actividad, sistema, método o forma de obtener dinero, a cambio de ofrecer alguna forma de beneficio a otras personas.

**Empresa:** Una empresa es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios.

1.2.- La evolución de los negocios en el país y en el mundo.

El marketing es un proceso social y de gestión a través del cual los distintos grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean, creando, ofreciendo e intercambiando productos con valor para otros.  
Conforme va pasando la historia de los negocios, el mercadeo ha evolucionado y pasado por diferentes etapas como la autosuficiencia económica, el comunismo primitivo, el trueque, los mercados locales, la etapa de economía monetaria, la de capitalismo primitivo, la de producción en masa, la sociedad próspera de mercadeo, la del mercadeo social, el mercadeo uno a uno, además, los avances de la gran red como lo es la Internet que ha permitido avances y transformaciones de la globalización en la era de los negocios electrónicos.

1.3.- Los factores de éxito de una empresa competitiva.

1. El Crecimiento económico de la Empresa.
2. La Productividad de la Empresa.
3. La Calidad y servicio de la Empresa.
4. La Innovación y mejora continua
5. El Poder de negociación de la Empresa.
6. El Posicionamiento de marca e imagen de la Empresa.

1.4 Los factores de riesgo y herramientas de Prevención..

Todo proyecto, por pequeño y preciso que sea en su planeación, conlleva riesgos a los que debe hacer frente. La gran cantidad de procesos que se llevan a cabo dentro de un negocio exigen que existan esfuerzos específicos por parte de la administración para evaluar, manejar y contrarrestar estos riesgos.

1. Riesgos del Mercado
2. Oportunidad de innovación de nuevos productos, servicios y operaciones
3. Inversión en procesos, capacitación y herramientas
4. Regulación del Negocio y TI: Atacar directamente las inversiones de TI para corregir las prácticas de negocio que resultan poco óptimas o fallidas.
5. Evaluar las relaciones de negocio con nuestros proveedores y socios para fomentar la innovación y seguridad.

1.5 Modelos actuales del Plan de Negocios

**El plan de negocio es una herramienta de trabajo para las todas las personas que desean iniciar y desarrollar una aventura empresarial. Se trata de un documento escrito que:**

**\*Examina su viabilidad técnica, económica y financiera,** convirtiéndose en el argumento básico que aconseja o no la puesta en marcha del proyecto empresarial.

**\*Identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio,** pudiendo aparecer en esta fase cuestiones decisivas sobre las que inicialmente no se reparó.

**\*Desarrolla procedimientos y estrategias para convertir esa oportunidad de negocio en un proyecto empresarial,** al tratarse de una definición previa de las políticas de marketing, de recursos humanos, de compras, financieras... basadas en el estudio de mercado.

1.6 La utilidad del plan de negocios en instancias que lo requieren

**Para cumplir con este propósito es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos:**

- Empresa y su giro o actividad, sector productivo y tamaño de la empresa.
- Tipo de bienes o servicios a producir o vender.
- Estudio del Mercado
- Estudio de Producción
- Estudio de la Organización Estudio de Finanzas
- Resumen ejecutivo.