

CUADRO SINOPTICO
“GENERALIDADES DE LA EMPRESA”
PLAN DE NEGOCIOS

ING. Ángela Zavaleta

PRESENTA EL ALUMNO:

Leydi Rocxana López Matías

GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:

7to. Cuatrimestre “D” Administración de Empresas
Semiescolarizado

FRONTERA COMALAPA, CHIAPAS

27 de Septiembre del 2020

1. GENERALIDADES DE LA EMPRESA

1.1. IDENTIFICAR EL CONCEPTO DE NEGOCIO

1.1.1. Elementos del Concepto de Negocio.

- 1.1.1.1. **Valor al Cliente:** La clave para lograr una posición en el mercado es buscar y lograr la plena satisfacción de los clientes.
- 1.1.1.2. **Oportunidades en el mercado:** Hace referencia a la vida futura de la empresa, enfocándose en los consumidores interesados en los productos o los servicios que se ofrece.
- 1.1.1.3. **Grado de innovación:** El emprendedor puede desarrollar algo nuevo o capitalizar lo ya existente.
- 1.1.1.4. **La viabilidad:** Antes de iniciar un negocio es necesario evaluar la viabilidad o posibilidad de resolver los principales retos del concepto de negocio.
- 1.1.1.5. **La rentabilidad:** Deberá indicar si este es capaz de generar ganancias a largo plazo. (Es decir cuánto dinero se puede obtener del negocio).

1.2. LA EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS EN EL PAÍS Y EN EL MUNDO

1.2.1. **Panorama actual en México:** Existen 2.9 millones de establecimientos en general, de los cuales el 99 por ciento corresponden a micro, pequeñas y medianas empresas (2.85 millones), lo cual quiere decir que, al menos en cantidad, representan una porción fundamental de la **nómica empresarial mexicana**

1.2.2. **Panorama Internacional:** El crecimiento en tamaño y complejidad de las compañías ha significado que la adopción de una estructura burocrática ha terminado, en la mayor parte de las empresas públicas, por hacer declinar el papel aislado del emprendedor

1.3. LOS FACTORES DE ÉXITO DE UNA EMPRESA COMPETITIVA

1.3.1. Factores Básicos (De acuerdo Pérez, Carlos Alberto 2017)

- 1.3.1.1. **Acercamiento a la estrategia:** Estudiar un sector es descubrir sus características genéricas más allá de la posición que dentro de él puede tener la organización que analizamos
- 1.3.1.2. **Proceso de dirección estratégica:** Una vez definido el sector con la mayor claridad posible, debe analizarse: generalmente se acepta su división en macro entorno y micro entorno
- 1.3.1.3. **Análisis del entorno:** El análisis del **macroentorno** o entorno lejano utiliza la herramienta PEST, que corresponde a los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos. Y el análisis del **microentorno** se utiliza, entre otras, la herramienta de las cinco fuerzas de Porter (2008)
- 1.3.1.4. **Análisis interno. La cadena de valor:** Se pretende conocer, de manera genérica el conjunto de actividades que hay que realizar para poder satisfacer las necesidades de los clientes con los productos y servicios comprometidos.

1.4. LOS FACTORES DE RIESGO Y FACTORES DE PREVENCIÓN

1.4.1. Factores de Riesgo (Para Moran, Jorge 2017)

- 1.4.1.1. **Riesgos Económicos:** Conjunto de circunstancias que pueden disminuir el beneficio
- 1.4.1.2. **Riesgos Bancarios:** Cualquier evento que pueda afectar negativamente a los resultados de una institución financiera
- 1.4.1.3. **Riesgos Financieros:** Comprende un conjunto de riesgos, cada uno de los cuales se encuentra relacionado con determinadas variables.

1.4.2. Factores de prevención

- 1.4.2.1. **Análisis negativo**
- 1.4.2.2. **Mantenimiento predictivo**
- 1.4.2.3. **Sistemas de información**

1.5. MODELOS ACTUALES DE PLAN DE NEGOCIOS

- 1.5.1. **El plan de negocios Lean:** El plan ágil es rápido, sencillo y más eficiente que un plan de negocios formal porque no incluye sumarios, descripciones o información del contexto que las personas implicadas en el proyecto
- 1.5.2. **Plan negocio estándar:** Es un documento no muy extenso, sobre todo hoy en día y que tiene más probabilidades de sobrevivir en formato online que papel.
- 1.5.3. **Plan de negocios de la startup:** Es un lean business plan que incorpora una proyección extra de posibles costos, pasos y objetivos.
- 1.5.2. **Plan de negocio One-Page:** Se trata de resumir el plan en una única página que incluye solo "titulares" que se usan para ofrecer una visión rápida del negocio.
- 1.5.3. **Plan de Viabilidad:** Se suele centrar si un producto funcionara o no en un mercado ya existente, sin definir estrategias, tácticas o previsiones financieras.
- 1.5.4. **Plan Interno:** Suelen ser corto y conciso, no son documentos creados para uso externo.

1.6. LA UTILIDAD DEL PLAN DE NEGOCIOS EN INSTANCIA QUE LO REQUIERE

- 1.6.1. **Razones de administración:** Este sirve principalmente como instrumento de organización ya que nos permite planificar el uso de recursos, estrategias y cursos de acción o pasos a seguir.
- 1.6.2. **Razones de viabilidad:** Un plan de negocios permite también comprobar la viabilidad o factibilidad de un negocio.
- 1.6.3. **Razones de financiamiento:** Un buen plan de negocios permite demostrar a terceros la viabilidad de un negocio atractivo de este ¿y, por tanto ayuda a conseguir financiamiento