



Nombre de alumno:

Blanca Edith Sánchez González

Nombre del profesor:

C.P Osvaldo Francisco Silvestre
Cardenas

Nombre del trabajo:

Mapa conceptual “Generalidades de la
empresa” y “Elaboración y desarrollo del
plan de negocios”

Materia: Plan de Negocios

Grado: 7º.

Grupo: “B”

GENERALIDADES DE LA EMPRESA

Concepto de negocio

Es una actividad económica que busca tener utilidades principalmente a través de la venta o intercambio de productos o servicios que satisfagan las necesidades de los clientes

Modelos de negocios

Plan de viabilidad

Plan One-page

Plan Estándar

Plan de la startup

Plan interno

Los factores de éxito

Análisis del entorno

Análisis interno

Acercamiento a la estrategia

Proceso de dirección estratégica

Factores de riesgo

Riesgos financieros

Riesgo bancarios

Riesgo económico

Elementos esenciales

Mercado potencial

Grado de innovación

Viabilidad

Rentabilidad

Propuesta de valor al cliente.

Es

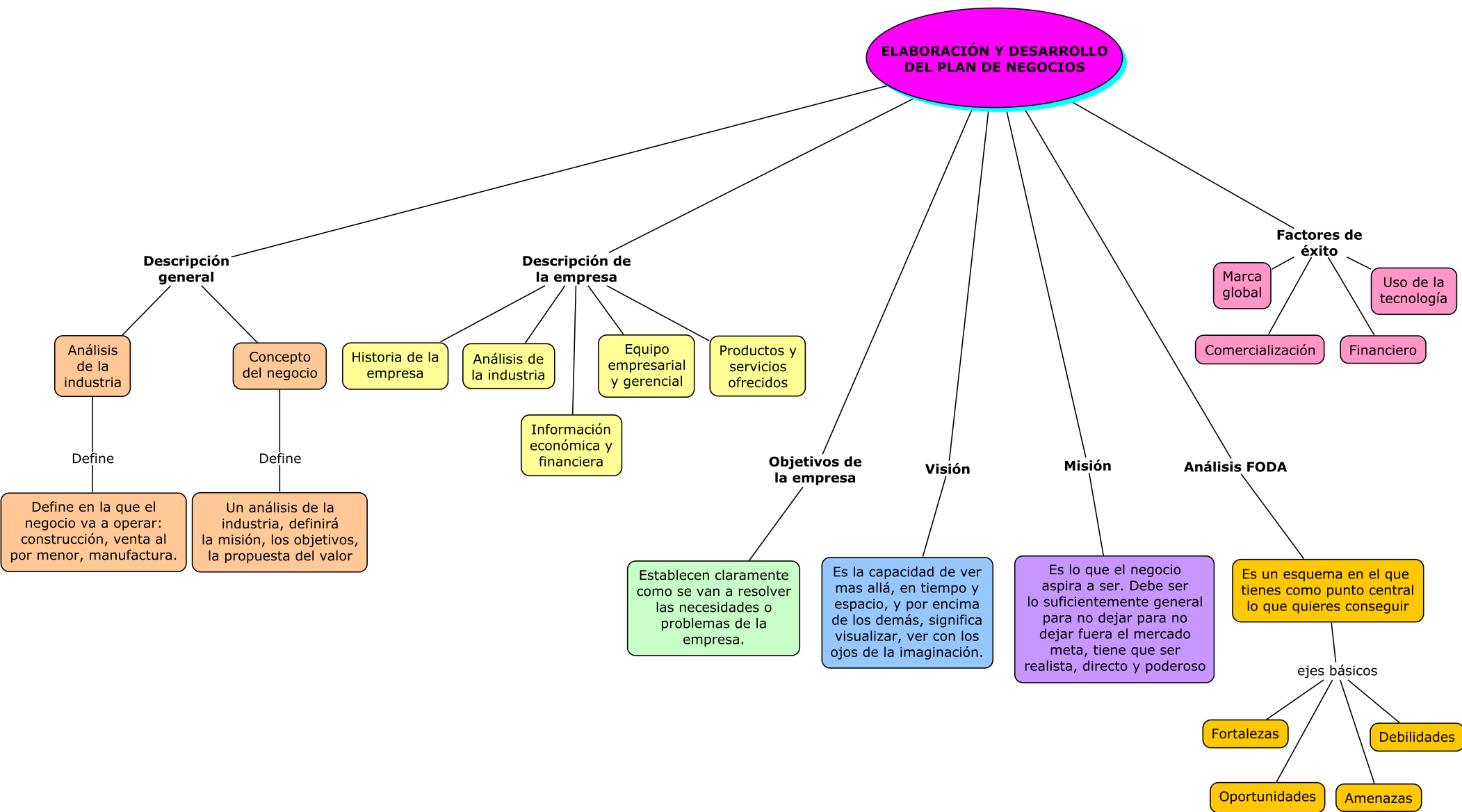
Una oportunidad de negocio latente

Usado generalmente con el contexto de nuevos productos

Resolver los principales retos y especificar los factores que podrían no hacerlo factible

Capaz de generar ganancias a largo plazo, es decir cuanto dinero se puede obtener del negocio

Buscar y lograr la satisfacción de los clientes, grandes productos o servicios que ofrecer



ELABORACIÓN Y DESARROLLO DE PLAN DE NEGOCIOS

Mercadotecnia

Trata de una forma de pensar, una filosofía de dirección, sobre como debe entenderse la relación de intercambio de los productos de una organización con el mercado

Satisface

- necesidades
- Deseos
- Demanda

Es

- Una sensación de carencia de algo, un estado fisiológico o psicológico que es común a todos los seres humanos
- La forma en la que se expresa la voluntad de satisfacer una necesidad, de acuerdo con las características personales del individuo
- Una manifestación expresa de un deseo, que está condicionada por los recursos disponibles del individuo o entidad demandante

Investigación de mercados

Supone llevar a cabo una serie de fases secuenciales que se agrupan en cuatro

Son

Diseño de la investigación.
Obtención de la información.
Tratamiento y análisis.
Interpretación de los resultados.
Presentación de conclusiones.

Se describe

- Especificación de la hipótesis
- Definir el problema a investigar
- Obtención de la información
- Definir el tipo de investigación
- Clasificación de las variables

Mercado potencial

Esta compuesto por todas aquellas personas e instituciones que tienen o pueden llegar a tener la necesidad.

Mercado meta

Son todos los consumidores que pertenecen a un mercado.

Tiene cinco grupos

- Horizontal
- Primario
- Secundario
- Fragmentado
- Vertical

Precio

Puede ser considerado como en el punto en el que se iguala el valor monetario de un producto para el comprador

Existen factores

- Marco legal
- Mercado y competencia

ELABORACIÓN Y DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS

Política de precios

Cuando se trata de fijar el precio a un producto, pueden emplearse básicamente tres métodos

Son

El mercado o la demanda

Los costos

La competencia

Se fijan

Son

Fijarán

Considerando la psicología del consumidor o teniendo en cuenta la elasticidad de la demanda de los distintos segmentos del mercado

Sencillos y de uso generalizado y que consisten fundamentalmente, en la adición de un margen de utilidad al costo del producto

Un precio similar al establecido en el sector

Estrategias de introducción al mercado

Los competidores suelen ser escasos o, incluso, inexistente.

Publicidad

Es una forma de comunicación que la mercadotecnia utiliza como instrumento de promoción

se definen

Venta personal

Promoción de ventas

Relaciones públicas

Promoción

Continuidad de un movimiento, acción o impulso hacia delante

Se integra

Venta personal

Propaganda

Publicidad