Nombre de la alumna: CAROLINA PEREZ AGUILAR

Nombre del profesor: OSVALDO FRANCISCO SILVESTRE CARDENAS

Nombre del trabajo: MAPA CONCEPTUAL

Materia: PLAN DE NEGOCIOS

Grado: 7°

Grupo: B

frontera Comalapa Chiapas a 25 de septiembre de 2020

PLAN DE NEGOCIOS

dividido en

UNIDAD I

es

GENERALIDADES DE LA EMPRESA

dividido en

1.1 IDENTIFICAR EL CONCEPTO DE NEGOCIO

es

definir en forma clara y concisa la esencia del negocio

si este

CUMPLE CON 5 ELEMENTOS

1) PROPUESTA DE VALOR AL CLIENTE

es

buscar y lograr la satisfaccion de los clientes

2) MERCADO POTENCIAL

es

el negocio tendra valor economico solo cuando triunfe en el mercado

3) GRADO DE INNOVACION

es

usado en el contexto de nuevos productos

4) VIABILIDAD

es

como resolver los principales retos del concepto de negocios

5) RENTABILIDAD

es

un criterio inherente al estudio de viabilidad

1.2 LA EVOLUCION DE LOS NEGOCIOS EN EL PAIS Y EN EL MUNDO

dividido en

1. PANORAMA ACTUAL EN MEXICO

existen

2.9 millones de establecimientos, de los cuales el 99% corresponde a micro, pequeña y mediana empresa

que son

1. industria
2. comerio
3. servicios

es

2. PANORAMA INTERNACIONAL

estados unidos, la eclosion de la historia empresarial adopto formas diferentes, iniciandose en la decada de 1930

1.3 LOS FACTORES DE EXITO DE UNA EMPRESA COMPETITIVA

segun

perez, carlos alberto

hay

4 factores basicos

1) ACERCAMIENTO A LA ESTRATEGIA

2) PROCESO DE DIRECCION ESTRATEGICA

3) ANALISIS DEL ENTORNO

4) ANALISIS INTERNO LA CADENA DE VALOR

1.4 LOS FACTORES DE RIESGO Y FACTORES DE PREVENCION

dividido en

RIESGO

es

RIESGO ECONOMICO

es

RIESGO BANCARIO

es

RIESGO FINANCIERO

es

RIESGO OPERACIONAL

es

RIESGO DE LIQUIDEZ

es

RIESGO DE CREDITO

es

RIESGO DE MERCADO

es

RIESGO ESPECIFICO

es

RIESGO DE NEGOCIO

es

RIESGO LEGAL

PREVENCION

es

ANALISIS NEGATIVO

es

MANTENIMIENTO PREDICTIVO

es

SISTEMA DE INFORMACION

1.5 MODELOS ACTUALES DE PLAN DE NEGOCIOS

1) EL PLAN DE NEGOCIOS LEAN (O AGIL)

es

rapido, sencillo y mas eficiente que un plan de negocios normal

2) ESTABLECER LA ESTRATEGIA

es

establecer una lista de hipotesis, objetivos, indicadores de medicion , etc

3) CIFRAS QUE NO PUEDEN FALTAR

4) EL PLAN DE NEGOCIOS ESTANDAR

empieza

con un sumario y suele incluir secciones o capitulos sobre la empresa

5) EL PLAN DE NEGOCIOS DE LA STARTUP

es

un lean business plan que incorpora una proyeccion extra de posibles cortes pasos y objetivos.

6) PLAN DE NEGOCIOS ONE- PAGE

7) PLAN DE VIABILIDAD

8) PLAN INTERNO

1.6 LA UTILIDAD DEL PLAN DE NEGOCIOS EN INSTANCIAS QUE LO REQUIERE

1) RAZONES DE ADMINISTRACION

este

sirve principalmente como instrumento de planeacion permite planificar el uso de recursos, estrategias, etc

2) RAZONES DE VIABILIDAD

es

si se puede llevar a cabo o es necesario buscar nuevas ideas

3) RAZONES DE FINANCIAMIENTO

es

querer un prestamo y demostrar que nuestro negocio sera rentable y que seremos capaces de pagar

UNIDAD II

es

ELABORACION Y DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS

dividido en

2.1 DESCRIPCION DE LA EMPRESA

tiene

que incluir cierta informacion como:

1) HISTORIA DE LA EMPRESA

es

cuando se fundo la empresa, quien la fundo, etc

2) ANALISIS DE LA INDUSTRIA

es

como se encuentra el sector o industria en el que trabaja la empresa

3) PRODUCTOS Y SERVICIOS OFRECIDOS

es

cuales son los atributos y caracteristicas distintivas de dicho producto

4) INFORMACION ECONOMICA Y FINANCIERA

es

para conocer el estado financiero de la empresa

5) EQUIPO PRESENCIAL Y GERENCIAL

es

quienes son los accionistas, que porcentaje obtienen

2.2 DESCRIPCION GENERAL DEL NEGOCIO

se

describe la naturaleza del negocio y proposito

se divide en

CONCEPTO DEL NEGOCIO

es

definir un analisis de la industria

y

ANALISIS DE LA INDUSTRIA

define

la industria en la que el negocio va a operar

2.3 MISION

es

una ves definido y entendido las caracteristicas de la industria en la que operan

tienen

que ofrecer ideas de lo que el negocio aspira a ser

2.4 VISION

es

la capacidad de ver mas alla, en tiempo y espacio, significa visualizarse

2.5 OBJETIVOS GENERALES DE LA EMPRESA

es

lo que se pretende lograr

estos

establecen como se van a resolver las necesidades o problemas de la empresa

2.6 FACTORES CLAVES DEL EXITO

1) LA ACTITUD DE LOS EMPLEADOS IMPULSA EL CRECIMIENTO Y AL CAMBIO

es

clave para el exito empresarial es un personal motivado

2) USO DE LA TECNOLOGIA

se usa

para abrir nuevos mercados

3) FACTORES DE EXITO FINANCIERO

es

mediran en primer lugar el exito en terminos financieros

4) MARCA GLOBAL

es

la forma de expandir globalmente

5) COMERCIALIZACION

2.7 ANALISIS FODA

F

FORTALEZA

es

atributos o destrezas de una empresa

O

OPORTUNIDADES

es

las condiciones externas, utiles para alcanzar el objetivo

D

DEBILIDADES

es

lo que perjudica a la ejecucion del objetivo

A

AMENAZAS

es

lo perjudicial, lo que amenaza la supervivencia de la industria

2.8 MERCADOTECNIA E IMAGEN

es

UNA MANIFESTACION EXPRESA DE UN DESEO, QUE ESTA CONDICIONADA POR LOS RECURSOS DISPONIBLES

2.9 INVESTIGACION DE MERCADOS

se

lleva a cabo una serie de fases secuenciales como son:

1) DEFINIR EL PROBLEMA A INVESTIGAR

2) DEFINIR EL TIPO DE INVESTIGACION

3) ESPECIFICACION DE LA HIPOTESIS

4) CLASIFICACION DE LAS VARIABLES

5) OBTENCION DE LA INFORMACION

6) ANALISIS E INTERPRETACION Y PRESENTACION DE LOS RESULTADOS

2.10 ANALISIS DE MERCADO

es

analisar e identificar al consumidor

algunos

ELEMENTOS BASICOS DEL ANALISIS DE MERCADO

son

CONSUMIDOR

2) OFERTA

3) DEMANDA

4) PRECIO

5) COMPETENCIA

6) CIFRAS DE MERCADO

2.11 MERCADO POTENCIAL

esta

compuesta por aquellas personas e instituciones que puedan llegar a tener la necesidad de satisfacer el producto en cuestion

2.12 MERCADO META

son

todos los consumidores que pertenecen a un mercado

dividido en

PRIMARIO

son

los consumidores directos

es

SECUNDARIO

son

los que recompran el producto

es

HORIZONTAL

es

el que amplia la variedad del producto

es

VERTICAL

es

en el que las industrias se asocian para fabricar un producto

es

FRAGMENTADO

se

caracteriza por ser similar

2.13 PRECIO

es

el punto en el que se iguala el valor monetario de un producto

dividido en

MARCO LEGAL

regula

los limites de los precios a pagar

es

MERCADO Y COMPETENCIA

2.14 POLITICAS DE PRECIO

se

EMPLEA EN 3 METODOS

son

1. costos
2. competencia
3. mercado

asi tambien

METODOS BASADOS EN COSTOS

es

METODOS BASADOS EN LA COMPETENCIA

es

METODOS BASADOS EN EL MERCADO O LA DEMANDA

2.15 ESTRATEGIAS DE INTRODUCCION AL MERCADO

es

cuando se mete el producto en el mercado por primera vez

esta

dependera de la complejidad del producto

2.16 PUBLICIDAD Y PROMOCION

es

una forma peculiar de comunicacion

esta

trata de estimular la demanda o aceptacion del bien, servicio o idea promocionada