



LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

Docente: Manuel Gallegos Reynaldo Francisco

Materia: Plan de Negocios

Tema: Ensayo

Fecha de entrega: 18/10/2020

Alumno: Ever Morales Noriega

Modalidad Semiescolarizado(sábado)

Cuatrimestre: 7

Introducción

El propósito de esta materia es dar a conocer diferentes puntos dentro de un plan de negocios ya que con esto podremos tener un amplio conocimiento antes de planear un negocio, basándonos en la rentabilidad, ya que con esta podemos comprobar la viabilidad o factibilidad de un negocio. Es decir, saber si éste se puede llevar a cabo o es necesario buscar nuevas ideas.

Generalidades de la empresa

Una empresa o negocio es una actividad económica de ventas o intercambios de productos para revenderlos, estos se encargan de satisfacer a las personas, todas estas empresas o negocios con el paso del tiempo van evolucionando ya que se han encargado que todo esto se expandido a todo el mundo se encargan que todo el mercadeo se allá puesto de una manera competitiva y las ha puesto hacer cada una sus propias estrategias y para recrearlas se proponen metas y objetivos esto ha hecho que las empresas y negocios permanezcan en un mercado altamente cambiante. Tomando en cuenta que debemos comprender que no se puede hacer análisis en etapas muy tempranas de la empresa o negocio para prevenir los riesgos que se corre se puede efectuar algunos procedimientos, ahora podemos tomar en cuenta un plan de negocio para enriquecerse de información y no cometer errores esto dependerá de cómo entiendas a tus usuarios y clientes, así como ellos también consideran o ven tu empresas o negocio, el plan de empresa permite analizar y concretar tomando en cuenta las instalaciones que requiere un plan de negocios ya que esta permite analizar la idea del negocio como evaluar si es rentable, aclarar los objetivos y como se llevara a cabo con un plan puedes incrementar la probabilidad de éxito y cometer menos errores.

Análisis interno

Como primer punto analizaremos diferentes puntos del “análisis interno” ya que de esta se derivan puntos importantes como lo son: las competencias distintivas, la ventaja competitiva, rentabilidad de una empresa y la estrategia de recursos humanos. Cuando hablamos de las competencias distintivas nos referimos a empresas que ofrecen productos similares pero de las cuales los consumidores saben diferenciar entre un producto y otro, ya que con esto las empresas pueden aumentar o bajar precios para mantener superioridad ante sus competidores.

Sin embargo cabe señalar que la diferenciación de los productos dependerá los recursos ya que los recursos son valiosos cuando permiten a una compañía crear una demanda intensa de sus productos, reducir sus costos o ambas cosas.

Como segundo punto hablaremos un poco de la ventaja competitiva que es la característica o los atributos que diferencian a una empresa de otra. Podríamos tomar como ejemplo la tecnología, ya que una empresa con mayor desarrollo tecnológico tendrá mayor ventaja sobre otra.

La eficiencia y la innovación juegan un papel muy importante dentro de la ventaja competitiva ya que una empresa eficiente tiene ventaja en costes, y cuando tiene costes más bajos a los de sus competidores hace que un producto o servicio sean semejante o comparable en calidad. La empresa consiga rebajar sus precios hasta anular el margen de su competidor.

“La ventaja competitiva crece fundamentalmente en razón del valor que una empresa es capaz de generar. El concepto de valor representa lo que los compradores están dispuestos a pagar, y el crecimiento de este valor a un nivel superior se debe a la capacidad de ofrecer precios más bajos en relación a los competidores por beneficios equivalentes o proporcionar beneficios únicos en el mercado que puedan compensar los precios más elevados.”(Michael Porter y La Ventaja Competitiva, 1985.)”.

La innovación es otro punto importante dentro de la ventaja competitiva ya que entre más novedosos y atractivos sean los productos nuevos de la empresa, mayor impacto tendrán dentro del mercado.

Según Jeffrey Pfeffer las nuevas fuentes de ventaja competitiva sostenida de las empresas se centran en el personal, en su creatividad y talento, en sus aspiraciones, esperanzas y en sus sueños. (“Jeffrey Pfeffer, 1994”).

Como tercer punto abordaremos el tema de la rentabilidad de una empresa. Una empresa se considera rentable si el valor que es capaz de generar es más elevado de los costos ocasionados por la creación del producto. A nivel general, podemos afirmar que la finalidad de cualquier estrategia de empresa es generar un valor adjunto para los compradores que sea más elevado del costo empleado para generar el producto. Por lo cual en lugar de los costos deberíamos utilizar el concepto de valor en el análisis de la posición competitiva.

Como último punto la estrategia de recursos humanos es el plan o el enfoque global que adopta una empresa para garantizar la contribución efectiva (eficiente y eficaz) de su personal con el propósito de cumplir la estrategia empresarial.

Localización de la empresa

El primer paso a tomar en cuenta determinación del número de puntos de venta Una vez seleccionado el mercado, puede determinarse el número de puntos de venta que van a ser necesarios para alcanzar los objetivos comerciales.

Materia prima y proveedores

Materia prima.-Se define como materia prima todos los elementos que se incluyen en la elaboración de un producto. La materia prima es todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final.

Proveedores.-Pocas empresas u organizaciones son totalmente autosuficientes y pueden disponer de todos los recursos que integran los productos que elaboran, así como de los servicios adicionales (transporte, almacenaje, seguro, crédito, asesoría jurídica y económica, etc.) que precisan.

Proceso de fabricación y/o presentación del producto

El concepto de producto nuevo puede abarcar una gran diversidad de situaciones. Un producto nuevo puede clasificarse en función de su grado de novedad para el mercado o para la empresa que lo elabora.

Maquinaria y/o herramientas de trabajo

Se llama máquina a todo instrumento inventado por el hombre para auxiliar su trabajo; y se llama maquinaria a toda combinación de instrumentos que bajo la dirección del hombre desarrollan considerables fuerzas.

Capacidad de producción

La capacidad de producción es el volumen de productos que puede generar una planta o empresa de manufactura en un período determinado, utilizando los recursos existentes actuales.

Establecimiento de requerimientos de personal

En la actualidad en las empresas es imperante que dentro de la planeación estratégica se incluya el reclutamiento y selección de personal. Tener un personal apto para nuestra operación es el punto clave ya que en estos momentos es más importante tener un capital humano fuerte para poder así ser competitivos en un mercado que cada vez se vuelve más exigente.

Infraestructura tecnológica

El servicio que ofrece el conjunto de dispositivos y aplicaciones necesarios para una empresa, es conocido como infraestructura IT. Este sistema se gestiona a través de la

monitorización mediante el despliegue de los equipos suficientes, máquinas y software para el cliente.

Identificación de costos de producción

Los costos de producción (también llamados costos de operación) son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento.

Administración de recursos humanos

La sociedad experimenta constantemente cambios, se enfrenta a desafíos, (sociales, culturales, políticos, económicos, entre otros), que hacen que las organizaciones se vean obligadas a responder de manera inmediata.

Equipo de líderes de proyecto

Responsable de detectar las necesidades de los usuarios y gestionar los recursos económicos, materiales y humanos, para obtener los resultados esperados en los plazos previstos y con la calidad necesaria.

Definición de funciones y responsabilidades

División del trabajo

Es la separación y delimitación de las actividades con el fin de realizar una función con la mayor precisión, eficiencia y el mínimo esfuerzo, dando lugar a la especialización y perfeccionamiento en el trabajo.

Organigrama

El organigrama de una empresa consiste en la representación gráfica de la estructura de la empresa, de manera que no sólo representa a los empleados y recursos humanos de la empresa, sino que también representa las estructuras departamentales, además de ser un buen esquema de las relaciones jerárquicas y competenciales dentro de la empresa.

Evaluación y gestión del plan de negocios

Fuentes de financiamiento y otros apoyos, modelos de incubación de empresas en México, presentación del documento, validación del plan de negocios, busca tu propuesta de valor y prepara un buen Plan B.

Conclusión

Como conclusión podemos señalar que el plan de negocios es importante porque te permite analizar bien la idea de negocio, evaluar si es rentable, aclarar los objetivos de la empresa y como se llevarán a cabo, analizar el progreso que ha tenido la institución y replantearse en caso de ser necesario.