



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

ALUMNO: LÓPEZ GORDILLO NESTOR ADIN

ACTIVIDAD: ENSAYO DE LAS 4 UNIDADES

MATERIA: PLAN DE NEGOCIOS

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CUATRIMESTRE: 6°

DOCENTE: MANUEL GALLEGOS REYNALDO FRANCISCO

FECHA DE ENTREGA: 17 DE OCTUBRE DEL 2020

GENERALIDADES DE LA EMPRESA:

-Identificar el concepto de negocio:

Es decir, un negocio es una actividad económica que busca obtener utilidades principalmente a través de la venta o intercambio de productos o servicios que satisfagan las necesidades de los clientes. Puede incluir una o varias etapas de la cadena de producción tales como: extracción de recursos naturales, fabricación, distribución, almacenamiento, venta o reventa.

-Propuesta de valor al cliente:

Es el corazón de un modelo de negocio. Engloba toda una serie de beneficios funcionales y emocionales que la empresa aporta al cliente y que éste reconoce como diferentes y únicos de la marca con respecto a su competencia. La propuesta de valor de una empresa representa la promesa que la empresa realiza a su cliente a cambio de que éste adquiera su producto o servicio. La propuesta de valor es la expresión concreta del conjunto de beneficios que recibirán los clientes a los que se dirige como consecuencia de hacer negocio con quien la propone.

-La evolución de los negocios en el país y en el mundo:

En 1989 salió a la luz pública el trabajo encabezado por Edmundo Jacobo sobre los empresarios de México, en el cual eran vistos como sujetos que intervienen y coadyuvan el cambio hacia las políticas de corte neoliberal.

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 en la nómina empresarial mexicana.

Mientras que el enfoque japonés hacia el mianagemení estuvo basado en la continuidad de la filosofía de la empresa familiar aunque admitiese directivos profesionales, el sistema norteamericano fue dominado mucho más por las burocracias corporativas, entre las que se difundió la propiedad de acciones para facilitar la adopción racional de decisiones que estuviesen basadas en información financiera controlada y flujos inteligentes de esa información, así como en un control de las evoluciones de los directivos.

¿A QUÉ SE REFIERE LA ELABORACIÓN Y DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS?

Un plan comercial te ayuda a demostrar (al resto de las personas y a ti mismo) si tu idea de negocio vale la pena y es viable o no. Es la mejor manera de observar tu idea de una forma integral y anticipar los problemas que puedan surgir en el futuro.

Consejos para redactar un plan de negocios (o business plan)

1. Define con claridad lo que hace que tu negocio sea diferente del resto

Antes de empezar a elaborar un plan comercial, piensa detenidamente qué hace que tu negocio sea único. Por ejemplo, si planificas lanzar un negocio de ropa deportiva, tendrás que diferenciarte del resto de las marcas dedicadas a ese rubro que existen en el mercado.

¿Qué aspecto de tu negocio hace que logres distinguirse de la competencia? ¿Planificas vender prendas para actividades o deportes específicos, como yoga o tenis? ¿Tu marca promocionará una imagen corporal saludable?

Recuerda que no solo venderás tu producto o servicio, sino que ofrecerás una combinación de producto, valor y experiencia de marca. Piensa en estas preguntas y desarrolla las respuestas antes de profundizar en los detalles de la investigación de tu plan comercial.

2. Asegúrate de que el plan sea corto

En la actualidad, los planes comerciales son más cortos y concisos que antes. Si bien puede ser tentador incluir todos los resultados de tu investigación de mercado, desarrollar individualmente cada producto que planeas vender y describir exactamente cómo se verá tu sitio web, nada de esto te ayudará a elaborar el formato de un plan comercial.

Si bien es útil que conozcas todos estos detalles (que quizá puedas usarlos en algún momento), solo debes incluir los elementos fundamentales en tu plan comercial. De lo contrario, podrías perder la atención de tus lectores.

3. Haz que el formato permita un vistazo rápido

Tu plan comercial no debería ser solo fácil de leer, sino que los lectores también deberían poder echarle un vistazo rápido. Aquí es donde el formato juega un papel particularmente importante. Usa encabezados y viñetas, resalta o usa negritas para destacar las líneas o métricas clave que quieres que el lector observe. Incluso, puedes adjuntar pestañas con distintos nombres al texto (ya sea en papel o digital) para una referencia más fácil.

4. Puedes (y, de hecho, debes) modificarlo sobre la marcha

Recuerda que tu plan comercial es un documento vivo y dinámico. Eso significa que puedes actualizarlo si las cosas cambian. Por ejemplo, podrías actualizar los planes a futuro si quieres entrar a una nueva convocatoria de financiamiento.

¿PRODUCCIÓN/OPERACIÓN DE LA EMPRESA?

El área de producción tiene un objeto claro: atender las necesidades de los clientes de la forma más eficiente y menos costosa, dentro de unos estándares de calidad. Para ello se deberá decidir el plan de producción en función de las previsiones de ventas. El Plan de Producción tiene como objetivo describir las operaciones de la empresa, es decir, el proceso fabricación del producto o de prestación del servicio, así como los recursos humanos, materiales y tecnológicos necesarios para el funcionamiento de dichas operaciones.

En este sentido, se analizarán las infraestructuras e instalaciones, el equipamiento, los requerimientos técnicos de los productos y características de los servicios, el proceso productivo y de prestación del servicio, los costes, los planes y programas de producción, así como las políticas de mantenimiento, seguridad y prevención laboral.

Infraestructuras e Instalaciones

Este apartado tiene como objetivo resumir las necesidades de infraestructuras e instalaciones que precisa y con las que cuenta la empresa, las necesidades de mantenimiento y de subcontratación.

Instalaciones Físicas (Ubicación, Tamaño, Distribución, Venta/Alquiler)

Para la elección de la localización física de la empresa debemos analizar ciertos factores tales como el precio de compra o de alquiler, las infraestructuras e instalaciones de energía, agua y comunicaciones

Ubicación: Para la ubicación concreta de las instalaciones de producción en un municipio, barrio, polígono industrial, parque empresarial, etc.

Tamaño: En este apartado es preciso determinar las dimensiones necesarias del local, taller o nave para realizar la actividad, así como las posibilidades de ampliación futura.

Distribución: Se trata de realizar una distribución en planta que facilite la entrada o recepción a las instalaciones de materias primas y otros suministros

Compra/Alquiler: Normalmente, cuando se comienza con una actividad empresarial los gastos iniciales suelen ser elevados por lo que se recomienda comenzar con el alquiler y en función de la evolución de la actividad de la empresa recurrir a la compra.

Tecnología (Hardware, Software, Otras Tecnologías Clave)

En este apartado se analizarán las necesidades de equipamiento ofimático; ordenadores, impresoras, ploter, servidores, programas informáticos, etc.

EVALUACIÓN Y GESTIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS

Fuentes de financiamiento y otros apoyos Para impulsar la creación de una Pyme o su expansión es fundamental elegir el préstamo más conveniente con el fin de que evites que a la larga se convierta en una pesadilla.

Modelos de incubación de empresas en México no es ajeno al boom de emprendimiento que ha generado una proliferación de incubadoras de empresas y de coworkings.

Presentación del documento El experto Kawasaki asegura que la Regla 10/20/30 de PowerPoint es muy sencilla y eficaz para enfrentar a los inversionistas de capitales. Además, afirma que se aplica para cualquier presentación que se oriente hacia la obtención de un acuerdo.

Validación del plan de negocios 1. Tener el ‘business plan’ como documento guía. El plan de negocio no es un mero trámite para conseguir un crédito o una subvención. El emprendedor debe utilizarlo como un documento de reflexión para plasmar las ideas, clarificarlas y pulirlas. Una especie de autoanálisis permanente de tu enfoque de negocio.

Referencias:

Antología proporcionada por el docente

Ideas principales...

