



UNIVERSIDAD DEL SURESTE (UDS)

NOMBRE DE LA PROFESORA: Reynaldo Francisco Manuel

NOMBRE DEL ALUMNO: Víctor Manuel Hernández Hernández

CARRERA: Contaduría Pública

MATERIA: Plan De Negocios

TRABAJO: Ensayo

GRADO: 7° cuatrimestre **GRUPO:** LCP05SSC0118-A

FECHA: 17/10/2020

Índice

Introducción.....	1
Desarrollo.....	2,10
Unidad 1.....	2
Unidad 2.....	3,4,5
Unidad 3.....	6,7,8
Unidad 4.....	9,10
Conclusión.....	11
Referencias.....	12

Introducción

Emprender o iniciar un nuevo negocios es complicado ya que existen muchos factores con los que tenemos que luchar para no fracasar y perder ese sueño de independencia en el que tanto tiempo, dinero y esfuerzo invertiremos.

En el presente trabajo se da a conocer información sobre lo que tenemos que hacer para así poder abrir un buen negocio y que este funcione.

El proceso de diseñar y lanzar al mercado productos originales, productos mejorados, productos modificados y marcas nuevas por medio de actividades de investigación y desarrollo, se inicia con el proceso de generación y validación de ideas.

En el trabajo se encuentra información sobre lo que se debe conocer de la sociedad como son los gustos, la economía para así presentar un buen producto o servicio.

Unidad 1

Generalidades de la empresa

¿Qué es un negocio?

Un negocio es una actividad, ocupación, sistema o método que tiene como finalidad obtener un beneficio económico, generalmente a través de la realización de actividades de producción de productos, comercialización de productos o prestación de servicios, que benefician a las personas o a otros negocios. En este caso, ejemplos de un negocio son una página web en donde se brinda información gratuita y se genera ingresos a través de la colocación de anuncios publicitarios, la compra de una casa, y su posterior alquiler, y la compra de ropa en un mercado mayorista, y su posterior venta en una tienda de ropa.

Para que una idea crezca y madure como un prometedor concepto de negocio, ésta debe ser desarrollada y perfeccionada por diferentes personas. La idea inicial debe considerar como primer paso una rápida verificación de credibilidad. Antes de continuar con una idea, debes evaluarla a la luz de estos cinco elementos:

1. Propuesta de valor al cliente
2. Mercado potencial
3. Grado de innovación
4. Viabilidad
5. Rentabilidad

El valor al cliente de un producto o servicio expresa qué es lo novedoso o mejor de éste cuando es comparado con las ofertas competitivas o las soluciones alternativas del mercado, el valor al cliente de un producto o servicio expresa qué es lo novedoso o mejor de éste cuando es comparado con las ofertas competitivas o las soluciones alternativas del mercado. El segundo principio de un concepto de negocio prometedor es que éste muestre qué tan grande es y será el mercado para el producto o servicio a ofrecer, así como para qué cliente objetivo o segmento del mercado está diseñado y qué lo diferenciará de la competencia. Como tercer principio está el grado de innovación este término es usado generalmente en el contexto de nuevos productos, los cuales, sin embargo, son fabricados con métodos convencionales de producción y ofertados al cliente a través de canales de distribución ya existentes, para la viabilidad es necesario evaluar la viabilidad o posibilidad

de resolver los principales retos del concepto de negocio y, asimismo, especificar los factores que podrían no hacerlo factible (consideraciones legales, reglamentaciones oficiales, etcétera). Y como último esta la rentabilidad esta es, sin duda, un criterio inherente al estudio de viabilidad. El quinto principio de un exitoso concepto de negocio deberá indicar si éste es capaz de generar ganancias a largo plazo, es decir, cuánto dinero se puede obtener del negocio (rentabilidad) y cómo se ha de obtener.

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

Conforme va pasando la historia de los negocios, el mercado va evolucionando y pasado por diferentes etapas como la autosuficiencia económica, el comunismo primitivo, el trueque, los mercados locales, la etapa de economía monetaria, la de capitalismo primitivo, la de producción en masa, la sociedad próspera de mercadeo, la del mercadeo social, el mercadeo uno a uno, además, los avances de la gran red como está lo que es el internet que ha permitido avances y transformaciones de la globalización en el área de los negocios electrónicos.

Los factores de riesgo y factores de prevención Factores de riesgo

Los factores de riesgo: es algo que aumenta la probabilidad de tener una enfermedad. Los siguientes son ejemplos de factores de riesgo del cáncer: la edad, los antecedentes familiares de ciertos cánceres, el consumo de productos de tabaco, la exposición a la radiación u otras sustancias químicas, las infecciones por algunos virus o bacterias, y determinados cambios genéticos. Este estos factores están los de riesgo económico, bancarios y financieros

Factores de prevención: Algo que puede disminuir la probabilidad de contraer cierta enfermedad. Algunos ejemplos de factores protectores del cáncer son realizar actividad física en forma regular, mantener un peso saludable y seguir un régimen de alimentación saludable.

Unidad 2

Elaboración y desarrollo del plan de negocios

Un plan de negocios es muy importante ya que debemos de saber antes de empezar un nuevo proyecto a que nos enfrentamos cuando decidimos llevar a cabo una idea como lo

Es crear una empresa así cuando tengamos una dificultad o duda sobre cómo debemos hacer algo nos vamos a nuestro plan de negocio y de seguro hay encontraremos la salida al problema que tengamos en ese momento.

Descripción de le empresa

En el documento que describe la idea de negocio debe incorporar un poco de historia: cómo nació la idea, desde cuándo existe, qué motivó su creación, y los hechos más importantes que hayan transcurrido durante su desarrollo y evolución.

Descripción general del negocio

La descripción del negocio describe la naturaleza y propósito de la empresa e incluye la misión, objetivos, propuesta de valor, y la descripción de productos y servicios. El propósito de la descripción del negocio es el de explicar de manera objetiva y el de justificar su idea de negocio de una manera positiva y entusiasta.

Misión

Es importante el tratar de definir la misión desde el principio ya que juega un papel importante en la definición del resto del plan de negocios. La misión tiene que ofrecer una idea de lo que el negocio aspira a ser, debe ser lo suficientemente general para no dejar fuera al mercado meta, tiene que ser realista, directo y poderoso.

Visión

La Visión es la capacidad de ver más allá, en tiempo y espacio, y por encima de los demás, significa visualizar, ver con los ojos de la imaginación, en términos del resultado final que se pretende alcanzar.

Objetivos generales de la empresa

Los objetivos que se establecen y comunican con claridad son esenciales para el éxito de toda empresa sin importar el tipo o tamaño que tenga ya que estos, entre otras cosas, establecen un curso a seguir, sirven como una importante fuente de motivación, y ayudan a medir el desempeño. Los objetivos de una empresa, también conocidos como objetivos empresariales, son resultados, situaciones o estados que una empresa pretende alcanzar o a los que pretende llegar, en un periodo de tiempo y a través del uso de los recursos y capacidades con los que dispone o planea disponer.

Factores claves de éxito

Los factores claves de éxito son los elementos que le permiten al empresario alcanzar los objetivos que se ha trazado y distinguen a la empresa de la competencia haciéndola única dentro de los factores claves están cinco los cuales son: La actitud de los empleados impulsa el crecimiento y al cambio, Uso de la tecnología, factores de éxito financiero, marca global, comercialización.

Análisis FODA

Se llama análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) o análisis DAFO o en inglés SWOT analysis. Es un esquema en el que tienes como punto central lo que quieres conseguir y en cuatro ejes básicos los factores que lo rodean para obtenerlo.

Fortalezas: los atributos o destrezas que una industria o empresa contiene para alcanzar los objetivos.

Debilidades: lo que es perjudicial o factores desfavorables para la ejecución del objetivo.

Oportunidades: las condiciones externas, lo que está a la vista por todos o la popularidad y competitividad que tenga la industria u organización útiles para alcanzar el objetivo.

Amenazas: lo perjudicial, lo que amenaza la supervivencia de la industria o empresa que se encuentran externamente, las cuales, pudieran convertirse en oportunidades, para alcanzar el objetivo.

Análisis de mercado

Un análisis de mercado nos proporciona información sobre industrias, clientes, competidores y otras variables de un mercado. También permite determinar la relación entre la oferta y la demanda de un determinado producto o servicio. Para tener un análisis de mercado0b tenemos que tener en cuenta los siguientes elementos: consumidor, oferta, demanda.

Mercado potencial y meta

Mercado potencial: El mercado potencial está compuesto por todas aquellas personas e instituciones que tienen o pueden llegar a tener la necesidad que satisface el producto en cuestión.

Mercado meta: Son todos los consumidores que pertenecen a un mercado y forman parte del mercado real, al cual se dirigen todas las acciones de la fuerza comercial del industrial; este mercado agrupa a cinco grupos de mercados y son los siguiente: primario, secundario, horizontal, vertical, fragmentado.

Precio

El precio es un concepto que no es fácil de definir y que puede tomar muchas formas y denominaciones. El precio puede ser considerado como el punto en el que se iguala el valor monetario de un producto para el comprador con el valor de realizar la transacción para el vendedor.

Publicidad y promoción

Publicidad: La publicidad es una forma de comunicación que la mercadotecnia utiliza como instrumento de promoción. La publicidad trata, en particular, de estimular la demanda o aceptación del bien, servicio o idea promocionada y, en general, de modificar las opiniones, actitudes, deseos y comportamientos del consumidor.

Promoción: La promoción (también conocida como comunicación) hace referencia al conjunto de actividades que permiten comunicar, informar, dar a conocer o hacer recordar la existencia de un producto (incluyendo sus características, beneficios y marca) a los consumidores, así como persuadir, estimular, motivar o inducir su compra, adquisición, consumo o uso.

Unidad 3

Producción/Operación de la empresa

Localización de la empresa

La selección de un lugar óptimo para situar las diferentes plantas, oficinas y centros de actividad de una empresa es una decisión compleja. En ella influyen principalmente dos cuestiones esenciales. Por un lado el coste de los factores y por otro mejor acceso que permite a la demanda al producto de la empresa.

Mediante una buena localización empresarial se pretende aumentar la eficiencia y la eficacia empresariales que se logra:

- Reduciendo costes de producción y/o distribución como costes de transporte, de personal.
- Optimizando el acceso a los mercados: es decir, garantizar la regularidad de los suministros, reducir los costes de almacenamiento y evidentemente aumentar el acceso de la demanda y de las ventas.

Materia prima y proveedores

La materia prima es utilizada principalmente en las empresas industriales que son las que fabrican un producto. 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.

Un proveedor puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias y bienes, artículos principalmente, los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o que directamente se compran para su venta. Un proveedor también ofrece servicios profesionales intangibles como horas de consultoría, formación, etc.

Maquinaria y/o herramientas de trabajo

Maquinaria: son aparatos poderosos de que se sirve el hombre para la producción, en los cuales están previamente calculados los efectos de las fuerzas de potencia, roce, peso y resistencia, así como sus movimientos; teniendo por objeto apoderarse de las fuerzas de la naturaleza, para modificarlas, transformarlas, transmitir las y gastarlas con la debida oportunidad y la conveniente celeridad, a fin de que den el resultado apetecido, pues aunque carecen de voluntad, de inteligencia y de destreza, funcionan con mayor ajuste, regularidad y precisión que el más despejado obrero.

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. El exceso de capacidad puede imputar a la empresa con gastos innecesarios.

La planificación de la capacidad puede ayudar a una utilización óptima de los recursos. Comprender la capacidad de producción permitirá a una empresa estimar el rendimiento financiero futuro y crear una línea de tiempo confiable para la entrega de los productos.

Establecimiento de requerimientos 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.

Proceso de reclutamiento y selección

- | | |
|--------------------------------------|------------------------------------|
| 1.- Análisis del perfil del cargo | 3.- Comprobación de la información |
| 2.- Captación de posibles candidatos | 4.- Comprobación de la información |

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. En una compañía estándar, la diferencia entre el ingreso (por ventas y otras entradas) y el costo de producción indica el beneficio bruto.

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.

Clasificación

1. Por su naturaleza:
2. Por su finalidad
3. Por su ámbito
4. Por su contenido
5. Por su presentación o disposición gráfica

Unidad 4

Evaluación y gestión del plan de negocios

Fuentes de financiamiento y otros apoyos

Cisneros nos dice que en 2017 existieron siete modelos de fuentes de financiamiento básicos para las organizaciones.

1. FFF

Primera fuente de financiamiento, pues se usa para la constitución de la empresa en sí y se da cuando un emprendedor inicia su negocio gracias a la ayuda de su familia y amigos.

2. Fondos Gubernamentales

Se usan para generar modelos de negocio y desarrollo del proyecto, es decir, cuando está más avanzado que una simple idea.

3. Capital semilla

Es un crédito que entrega la cantidad de dinero necesaria para implementar una empresa y financiar actividades claves durante el inicio y la puesta en marcha del proyecto.

4. Inversionistas ángeles

Las empresas que están funcionando generalmente reciben este tipo de aportaciones, pues por su alto contenido innovador o desarrollo potencial atraen créditos.

5. Capital riesgo

Se trata de una aportación temporal de recursos de terceros al patrimonio de una empresa para optimizar sus oportunidades de negocios y aumentar su valor.

6. Private equity

Se trata de un fondo para empresas grandes y se utiliza para expandir el negocio o para la internacionalización.

7. Financiamiento bancario

Las empresas pueden acudir al financiamiento bancario con el fin de tener flujo en la operación diaria del negocio.

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.

1. Diez diapositivas
2. Debes exponer en 20 minutos
3. Usa una fuente en tamaño de treinta puntos

Validación del plan de negocios

para la validación del plan de negocios ya tenemos que tener la información suficiente para así poder poner en marcha el negocio que tenemos en mente, también tenemos que tener los planes por si en algún dado caso no funcione lo que ya tenemos pensado llevar acabo.

Conclusión

Con el trabajo ya realizado puedo concluir que para crear un nuevo negocio o una pequeña empresa no es tan sencillo como se puede observar, por lo que ya una vez haber leído la información me puede dar cuenta los puntos que se estudian antes de crear dicho negocio lo cual no solo el recurso económico es importante en este caso, se tiene que llevar un estudio adecuado y concreto para saber las necesidades de nuestra sociedad y con ello saber si nuestro producto o servicio le ayudara.

Referencias

- **Antología (Plan de negocios)**