

# UDS

## ENSAYO

Lic. Brian Eduardo Castro Aviles

---

## Introducción

En el presente texto se busca la comprensión de negocio y sus principios como valor I cliente, mercado potencial, rentabilidad, etc. De igual forma el inicio de los negocios en México y el mundo.

Plantearse una idea de negocio debe de ir acompañada con un buen plan de negocios que sirve para alcanzar los resultados que queremos, identifica los procesos y recursos que necesitan en fin ayuda a evitar fracasos. Por ende se dan alternativas en los factores de riesgo y las acciones que se pueden tomar, su viabilidad entre otros hablaremos sobre los modelos actuales de negocios ya que si presentamos un buen plan de negocio siempre será atractivo a terceros (socios, inversionistas, prestamistas y bancos) convencerlos que nuestro negocio es rentable. Antes de laborar un plan de negocios para la empresa se debe de realizar un análisis ya sea si se esta iniciando o bien que el negocio este bien constituido, un buen análisis es FODA, es sencillo, practico y se entiende los resultados. Se da una guía para realizar el desarrollo el plan de negocios. Sus componentes y lo que debemos de preguntar y responder para aplicarlo al negocio y el proyecto sea un negocio.

# Plan de negocios

①

## Unidad I

### 1.1 Identificar el concepto de negocio

La mayoría de negocios Originales y exitosos fueron generados por personas con años de experiencia en negocios de igual forma por visionarios que de igual forma han aportado a definir el concepto de negocio, ya que es el emprendedor el que define quiénes y en qué sustenta su empresa y para que la idea crezca deberá ser desarrollada y perfeccionada por diferentes personas, y se debe evaluar con cinco elementos (principios)

1. \* Valor al cliente: se deberá buscar y lograr la plena satisfacción de los clientes ya que ellos son los que gastan su dinero en servicios, si una propuesta de valor está mal formulada el cliente no comprenderá las ventajas y no lo comprarán. Tu servicio o producto debe de ser único y el cliente eligirá tu ofrecimiento pero se debe de hacerles saber de los beneficios o el valor agregado que ofreces, y puede ser <sup>novedad</sup> personalización, marca, precio, <sup>entre otros</sup> accesibilidad, etc.
2. \* Mercado Potencial: se planteará las estimaciones de datos básicos que →

2

brinden información sobre el mercado objetivo, las estadísticas oficiales, información que provengan de asociaciones, de Internet, de revistas, diarios, en general que hablen del mundo de los negocios, por ende es necesario señalar el tamaño del mercado objetivo y a los clientes meta sin que halla exactitud en lo señalado, se deberá considerar las dos caras de la competencia

- \* La directa: empresas que ofrecen un producto similar

- \* La indirecta: proviene de productos sustitutos que pueden satisfacer la necesidad del cliente.

el concepto de negocio deberá demostrar que se entiende quienes son los competidores. Se describirán por qué y como se podrá tomar el liderazgo

### 3. \* Grado de Innovación

Un concepto de negocio se puede clasificar en dos dimensiones productos /servicios y sistema de negocio. En cualquiera de las dos el emprendedor puede desarrollar

③ algo nuevo o Capitalizar lo ya existente  
la innovación es usada en <sup>el contexto de</sup> nuevos productos,  
la innovación es aquella que se encuentra  
en ideas de negocio, formas de distribución,  
venta, costos, tiempo fuerza de trabajo  
etc.. y se refleja en el mercado por  
su calidad ofertada al cliente.  
Cabe mencionar que Producto y Sistema  
de negocios rara vez puedan ser combi-  
nados para crear por completo una nueva  
industria.

#### 4.\* Viabilidad

Todo negocio antes dar inicio debera  
evaluar la viabilidad de resolver los  
principales retos de un negocio y a su  
vez especificar factores que puedan  
surgir en contra (consideraciones legales,  
reglamentaciones oficiales etc...)

En este estudio de posibilidad <sup>(viabilidad)</sup> se incluye el  
tiempo y los recursos que se necesitan para  
llevar a cabo el proyecto de igual forma los  
beneficios que genera. En este punto se  
debe de resaltar que los ~~beneficios~~ son más  
que los costos, o en dado caso habra una justa  
proporción entre ambos.

## 5. Rentabilidad

En este quinto principio de concepto de negocio deberá indicar si este será capaz de generar ganancias a largo plazo o sea su **Productividad** y como se obtendrá. Tradicionalmente los cálculos para saber si el negocio es rentable o no se medirá los ingresos menos costos directos de productos de 40% a 50% una aproximación si no concuerda deberá detallar como se logrará la rentabilidad del negocio dentro este rubro.

### 1.2 La evolución de los negocios en el país y el mundo.

Los estudios sistemáticos sobre los empresarios en México se dieron antes de 1990, el inicio de la historiografía empresarial se sitúa a mediados de la década <sup>de</sup> 1970 que no tuvo continuidad sistemática, el que sigue siendo un clásico, fue realizado en 1976. El título del libro trataba de estudiar la formación y desarrollo de la burguesía en México en el siglo XIX una obra novedosa en su momento y poco atendida: "La historia de empresas y

## ⑤ empresarios

En 1989 Edmundo Jacobo realizó un trabajo sobre los empresarios de México donde el empresario era estudiado como un sujeto social, y su fuerza política deriva del poder económico que acumula.

A finales de 1980 se dieron a conocer dos investigaciones importantes sobre la élite mexicana del México independiente. Los trabajos de John E. Kicza y David W. Walker continúan aún hoy en día, siendo paradigmáticos en la historia empresarial actual.

## Panorama actual en México

En México existen 2.9 millones de comercios en general, en los cuales el 99% corresponde a micro pequeñas y medianas empresas (2.85 millones), y representan una porción fundamental en la nómina empresarial mexicana y constituyen un sector estratégico para el desarrollo económico y social del país pues contribuyen el 41% de la inversión y del producto interno (PIB) generando el 64% de los empleos.

## \* Sectores económicos

1) Industria: Minería, manufactura, electricidad y agua y construcción. Incluye 16 subsectores económicos.

⑥

2) Comercio: Comercio. incluye un total de dos subsectores económicos

3) Servicios: servicios financieros y de alquiler, servicios comunales, sociales, hoteles, restaurantes y profesionales incluye trece subsectores económicos.

### \* Panorama internacional

En estados unidos la historia empresarial inicia en la década de 1930 de forma diferente

sin embargo, el crecimiento y complejidad de las compañías tanto como la burocracia, la mayor parte de las empresas públicas etc... se pone en manos de los colegiados que se crean y se disuelven según cambian los objetivos.

Esto explica del porque existe un gran interés sobre la conducta de directivos y empresarios investigandolos cuales son sus motivaciones, orígenes étnicos y sociales, formación, religión, aprendizaje, características de su carrera, entre otros su riqueza.

La historia empresarial no solo tiene que ver con capital y capitalistas, empresarios y directivos como lo demuestran los artículos de Business History y Business History Review.



(7)

existe ahora más interés por el estudio del proceso laboral, el entrenamiento, el reclutamiento y las relaciones laborales, particularmente en la transición política a los sistemas de negociación directa, incluyendo o excluyendo las medidas que se relacionan con el bien social.

Tanto las políticas Sindicales como las Organizaciones patronales son tema de Investigación, por su influencia sobre las relaciones Industriales y de Mercado a través de acuerdos formales y Tácitos precios y productos.

Las compañías centrales tenían pequeñas compañías subsidiarias. Las empresas japonesas no estuvieron centralizadas como las norteamericanas. Las holding companies de la industria británica hasta la década de 1960. Las familias fundadoras tuvieron mucho poder y aunque se dividieron las familias siguieron controlando las compañías centrales de la mayor parte de los ~~zabes~~ Zaibatsu hasta la II Guerra mundial. Después de la guerra las holding companies fueron disueltas por el gobierno norteamericano y otras fueron reformadas en la guerra fría. Cuando los norteamericanos se apartaron de la Japonesa.

El enfoque japonés estuvo basado en la -

8

Continuidad de la empresa familiar aunque admitiese directivos profesionales. El sistema americano fue dominado por la burocracia corporativa entre las que difunde la propiedad de acciones y facilita la adopción de decisiones que se basen en información financiera controlada y flujo inteligente de información y evolución de los directivos. Este evidente fracaso se le llamo "Modelo Norteamericano de la empresa moderna" sus defensores: Chandler y Porter han defendido este modelo.

### 1.3 Los factores de éxito de una empresa competitiva.

Para el éxito de una organización hay muchos factores como autores que publican Tratados para desarrollar habilidades y hacer de un negocio exitoso. Pérez, Carlos Alberto (2017) nos dice que 4 factores básicos se deben de tomar en cuenta:

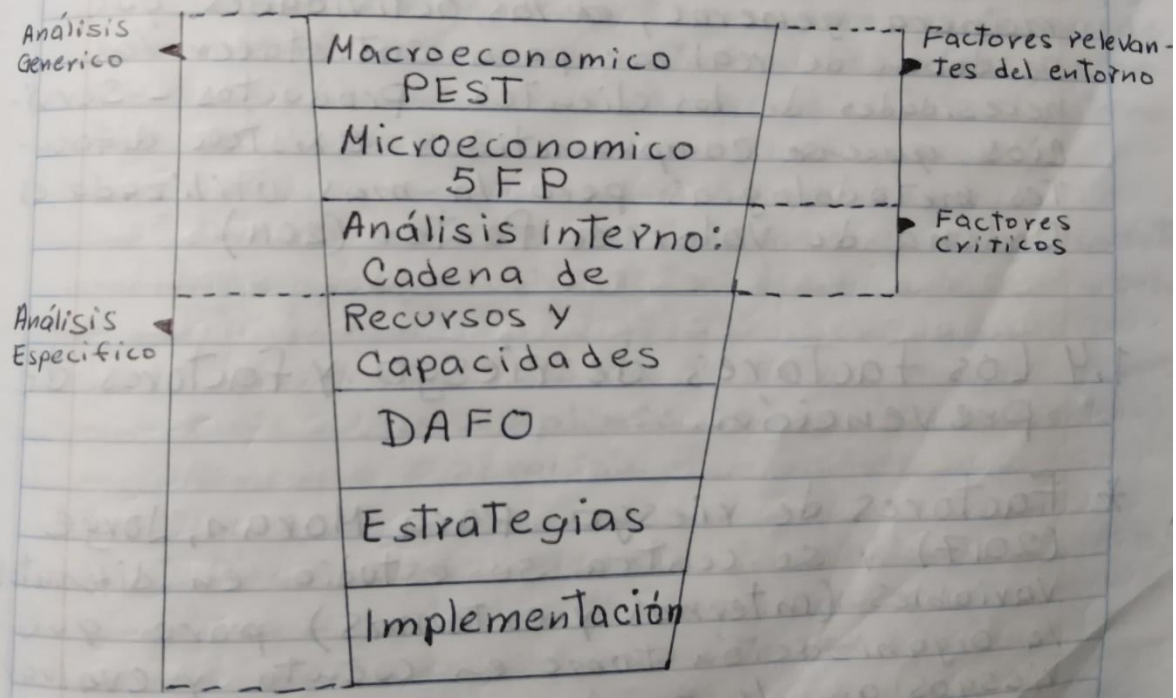
#### 1. Acercamiento a la estrategia

Estudiar un sector es descubrir sus características genericas. (fuerza, debilidad etc...) más alla de la posición que se tenga la organización que se analize es por eso que se debera de ser un observador externo al sector.

9

2.- Proceso de dirección estratégica una vez que se define el sector con claridad, debe de analizarse el macroentorno y microentorno. se separan sobre todo por su cercana influencia sobre la empresa y se tiene la posibilidad de influir en el sector

\* Analisis Generico según Mata (2004)  
visión - misión  
sector



3. Analisis del entorno o macroentorno utiliza la herramienta PEST que son los factores politicos, economicos, sociales y

(10)

En el análisis del micro entorno se utiliza entre otras, la herramienta de las 5 fuerzas de Porter (5FP).

- \* Los competidores existentes
- \* La fuerza negociadora de los clientes
- \* El poder negociador de los proveedores
- \* La posible entrada de nuevos competidores
- \* La amenaza de productos sustitutos.

4. Análisis Interno. La cadena de Valor en este rubro se pretende conocer de manera general, ~~de~~ las actividades que se deben de realizar para satisfacer las necesidades de los clientes. Productos - Servicios ~~que se~~ comprometidos. Existen diferentes metodologías pero la más utilizada es Cadena de Valor de Porter (2011)

#### 1.4 Los factores de riesgo y factores de prevención.

\* Factores de riesgo para Moran, Jorge (2017) y se centra su estudio en diferentes variables (internas y externas) para que la organización tome en cuenta y evaluar riesgos que le puedan afectar.

\* Riesgo económico:

Conjunto de circunstancias que pueden disminuir el beneficio en los negocios. (economía)

(11)

\* **Riesgos Bancarios:** Cualquier evento que pueda afectar negativamente a los bancos que pueda impago de particulares o empresas de un préstamo línea de crédito etc... riesgo de prepago <sup>de hipotecas etc...</sup>

\* **Riesgos financieros:** Son un conjunto de ~~variables~~ riesgos en el cual cada uno se encuentra relacionado con determinadas variables

- **Riesgo Operacional:** Anomalías en la tecnología (riesgos tecnológicos) Errores humanos (riesgos de ejecución) o fraudes internos o externos que provocan pérdidas directas o indirectas al patrimonio de la entidad.

- **Riesgo de liquidez:** Causado por incremento de precio no previsto, debido a la compra anormal o venta en finanzas.

- **Riesgo de Crédito:** riesgo que se incurre ante el incumplimiento de las obligaciones en una operación financiera

- **Riesgo de mercado:** Variables en el precio Tipo de interés, volátiles, precio de mercancía, Índice de bolsas, tipo de cambio en los mercados financieros.

- **Riesgo específico:** Causado por la variación de precios (Índice de bolsa)

2

Riesgo de negocio: Causado por la estructura del negocio ya que en un descenso en la actividad no puede haber un descenso de costos de la organización y se producen pérdidas.

- Riesgo legal: Son los errores que cometen en la redacción de los contratos en operaciones financieras.

## Factores de prevención

Como su nombre lo dice prevenir para ~~prevenir~~ prever un riesgo, daño, o peligro y poder tomar las medidas necesarias para evitar lo mayor posible daños una vez generado determinados avisos.

- Analisis negativo

para los que no creen que "la prevención sea posible" y para los que si creen pero no saben como? se ha creado la metodología del analisis negativo. y puede ser aplicado a temas de calidad, seguridad, mantenimiento, funcionamiento de procesos, productos y servicios y procesos internos en todas las areas de la organización.

(13)

### • Mantenimiento predictivo

Es posible prevenir accidentes si se aplican a las máquinas y equipos sistemas de sensores interrelacionados a computadoras que permite captar a tiempo cualquier anomalía como gases, vibraciones etc... para ~~detectar a tiempo el peligro~~ <sup>al área de peligro anomalía</sup> darle mantenimiento o reparación evitando pérdidas a la empresa.

### • Sistemas de Información

Es muy importante y se debe de tomar en consideración antes de comenzar toda actividad la información es necesaria, en qué formato, con qué periodicidad o frecuencia, quién será el responsable y con qué grado de detalle.

Esto permitirá detectar a tiempo las anomalías que puedan afectar el buen desarrollo de la organización.

## 5 Modelos actuales de plan de negocios

Entre los infinidad de planes de negocios destacan los siguientes:

(15)

En general es un documento no muy extenso hoy en día, y se utiliza el formato Online. y se espera que cubra las necesidades de un "plan de negocio puntual" es llamado de esa manera porque ~~es~~ cuando se tiene la necesidad de presentárselo a un banco, a un inversor, vendedor, aliado, socio o empleado. Este plan <sup>se</sup> suele utilizarse como borrador de un plan estándar. de esa manera luego añadir un índice, la descripción de la empresa, productos / servicios, análisis detallado del mercado, definición de la estrategia, acciones principales y la gestión del equipo humano. las tácticas suelen aparecer en el plan de Marketing. Todo plan estándar necesita incluir 1. Beneficio y pérdidas 2. hoja de balance 3. tesorería - además de un plan de ventas, el flujo de caja importante ya que en tiempos sin beneficios se tiene que hacer frente a nuestras facturas. Por ende hacer proyecciones - resulta algo esencial.

un plan para conseguir inversores debe de tener un apartado que recoja la posibilidad de que los inversores se vayan de la empresa o cómo afrontar el pago del préstamo bancario, ya que se deben anotar las proyecciones mensuales, anuales etc. lo mejor es dejar las anotaciones al final para escoger las palabras que mejor resuman cada apartado.



16

## El Plan de negocios STARTUP

La mayoría de los casos, el plan Startup es un lean business que incorpora una proyección extra de posible costos, pasos y objetivos. Los gastos de la startup antes de un lanzamiento pueden ser los abogados, diseño gráfico, website et. otros elementos necesarios son el inventario, Vehículos, equipos de oficina. la parte más complicada de estimar es el depósito de dinero al banco. Si algún plan de negocios busca financiamiento de preferencia debe de utilizar el plan estándar que incluya una <sup>estrategia de</sup> salida de los inversores, formas de financiación bancaria, y el uso ~~que~~ de esos fondos solicitados.

Este plan puede ayudar en las negociaciones con posibles socios y asociados que por su bajo costo son buenas herramientas para evaluar si es un negocio que merece la pena apostar o no. Siempre se podrá hacer cambios en tu plan de negocios a medida que el negocio crece se puede añadir secciones y detalles.

Cuando el plan de negocios startup ~~es~~ este listo para ser leído por terceros es un hábito añadir una reseña global de la compañía, la gestión de equipos, descripción del mercado, el plan Marketing y de producto etc. Si todavía no se tienen los números exactos se podrá incluir una estimación de costos, precios y   
→ posibles gastos.

(17)

## Plan de negocio One - Page

Este plan de solo una pagina incluyendo solo "titularcs" se usa para ofrecer una vision rapida del negocio. se resume el publico objetivo, la propuesta de negocio, objetivos y previsiones de ventas y puede ser util como documento de entrega a un banco de igual forma a inversores, vendedores, alianzas, trabajadores... Este plan tambien se le denomina business pitch.

## Plan de viabilidad

Algunos expertos utilizan este plan de viabilidad y startup, otros cuando se valida una nueva tecnologia, producto o mercado. Este plan cuando se introduce un producto en un nuevo mercado. exige captar rapidamente a sus consumidores y quien este dispuesto a pagar por el.

El plan de viabilidad se centra en si un producto funciona o no en el mercado existente sin definir estrategias, taticas o previsiones financieras

## Plan Interno

El plan interno y Plan "agil" ambas reflejan

18

las necesidades de los miembros de la empresa. El plan interno se relaciona directamente con las personas involucradas en la empresa, suele ser corto y conciso.

19

### 1.6 La utilidad del plan de negocios en instancias que lo requiere

#### Razones de administración

Un plan de negocios sirve como guía para poner en marcha y administrar un negocio, es un instrumento de planeación, organización, coordinación, control y evaluación.

#### Razones de viabilidad

Un plan de negocios también puede comprobar si es viable o factible un negocio o sea si se puede llevar a cabo o buscar otra opción en ideas o alternativas. de igual forma si es viable en el mercado o si el producto o servicio que se ofrece va a ser aceptado por el consumidor o si se cuenta con los recursos y la capacidad para hacerle frente a la competencia que existe. por ende a través del cálculo de la inversión y proyección de los ingresos y egresos

19

nos permite conocer si el futuro negocio es rentable o no para llevarlo a cabo.

## Razones de financiamiento

Un buen plan de negocios demuestra a terceros la posibilidad de un buen negocio, lo atractivo que puede ser y por lo consiguiente ayuda a conseguir financiamiento en bancos o financieras, prestamistas que puedan dudar si nuestro negocio será rentable y que seremos capaces de pagar nuestras deudas en tiempo y forma y así poder convencerlos y nos otorguen lo requerido (prestamos de dinero) y de igual forma permite demostrar a futuros inversionistas o socios que nuestro proyecto es rentable y que convencidos inviertan o sean nuestros socios.

(20)

## Unidad II. Elaboración y desarrollo del plan de negocios.

### 2.1 Descripción de la empresa

Cualquier entidad organizada que produce productos (bienes o servicios) se vendan o no, se obtengan beneficios o no, requiere un plan de negocios, tiene un origen en la motivación personal o grupal por ende el documento que describe la idea del negocio debe de relatar cómo nació la idea, desde cuándo existe, qué motivó su creación, lo más importante que haya pasado durante su desarrollo y evolución.

Cuando la empresa ya se encuentra funcionando. el primer capítulo debe de ser la descripción de la empresa incluyendo una breve información sobre los siguientes párrafos:

#### 1. Historia de la empresa

En este párrafo se debe responder  
\* ¿Cuándo se fundó la empresa?

(21)

- \* ¿ Quien la fundo?
- \* ¿ Cual fue la razón o motivación para fundarla?
- \* ¿ Cual es el giro de la empresa?
- \* ¿ Como ha evolucionado hasta la fecha?
- \* ¿ Que producto vende y a quienes?

## 2. Análisis de la industria

- \* ¿ Empresario Como se encuentra el sector o Industria en el que trabaja?
- \* ¿ La industria esta creciendo, madurando o en declinación?
- \* ¿ Que variables economicas, sociales, tecnológicas, politicas o legales, a nivel local, regional, nacional o global podrían influir en la industria positiva o negativamente?

## 3. Productos y servicios ofrecidos

- \* ¿ Cuales son los atributos o características distintivas de dichos Servicios o Productos?
- \* ¿ Quienes son sus clientes y por qué la actual propuesta de valor es relevante para ellos?
- \* ¿ Quienes son los competidores y sus principales proveedores?

(22)

- \* ¿La empresa tiene alguna ventaja competitiva?
- \* ¿Cuál es esa ventaja y cómo piensa mantenerla en el tiempo?
- \* ¿Cuáles son los procesos necesarios para el logro de los objetivos empresariales?
- \* ¿Todos los procesos son realizados por los trabajadores de la empresa?
- \* ¿Qué subcontrataciones se hacen?

#### 4. Información económica y financiera.

Es muy importante presentar los estados financieros de los últimos dos o tres años, que den a conocer la situación económica y financiera de la empresa en cuestión de liquidez, rentabilidad, solvencia y gestión financiera.

#### 5. Equipo empresarial y gerencial

Para un futuro inversionista es importante conocer a los que serían sus "socios" es por eso que en este apartado se le deben de contestar:

- \* ¿Quiénes son los accionistas de la empresa?

(23)

- \* ¿Que porcentaje del total de acciones tiene cada uno de los accionistas?
- \* ¿Cuáles son los puestos claves de la empresa y cuál es la estrategia que se empleará para contratar al de mejor talento para esos puestos?
- \* ¿Se trabaja en equipo?
- \* ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades de cada uno de los miembros del equipo, empresarial y gerencial en conjunto?

## 2.2 Descripción general del negocio.

El propósito de la descripción de negocio es explicar su naturaleza, propósito de la empresa, su misión, objetivos, propuesta de valor, y la descripción de productos y servicios de manera objetiva y su idea de negocio de una forma positiva y entusiasta.

La descripción de la empresa incluye dos secciones: 1. Concepto del negocio 2. Productos y/o servicios.

### \* ~~1~~ Concepto del negocio

En esta sección se desarrollará un análisis de la empresa, definirá la misión, los objetivos, la propuesta de valor y, opcionalmente, los objetivos y el modelo de negocio.



(24)

- Analisis de la industria

Permite el analisis y definicion de la industria en la que el negocio va a operar, de igual forma los datos estadisticos que ayudan a dar una proyeccion del futuro de la industria y por lo consiguiente del negocio que pretende emprender.

### 2.3 Mision

Una vez que se define y entiende las caracteristicas de la industria en que operara, se esta listo para definir la mision de la empresa y la importancia de dicha mision ya que es lo que el negocio aspira a ser.

Definir la mision desde el principio es necesario ya que es importante en la definicion del resto del plan de negocios.

Tiene que ser general, realista, directo y poderoso. Tiene que inspirar, tiene que ser corta y concisa y facil de entender.

### 2.4 Vision

Es la capacidad de ver más allá, por encima de los demás.

(25)

Visualizar, ver con los ojos de la imaginación lo que se pretende alcanzar. o sea el resultado final (éxito)

La visión estratégica, permite cumplir dos funciones vitales:

Establecer el marco de referencia para definir y formalizar la misión, misma del Criterio de la planificación estratégica.

Inspirar, motivar, integrar o mover a la gente para que haga cumplir la razón de ser de la institución. (misión)

## 2.5 Objetivos generales de la empresa

Ya se sabe que la misión de la empresa expresa lo que pretende lograr, sus metas etc.. los objetivos establecen el ¿Cuándo?, ¿Dónde?, ¿Quién?, etc. Los objetivos determinan con claridad como se van a resolver las necesidades y problemas de la empresa. Los objetivos son fáciles de medir por que poseen indicadores de acción sobre el logro de una actividad dentro del tiempo que se establezca.

## 2.6 factores claves de éxito

- Actitud
- Iniciativa
- Sugerencias
- Esfuerzo
- Compromiso

Si los empleados no tienen los anteriores comportamientos no habrá visión y planificación en la empresa ni mucho menos crecimiento y prosperidad ya que con la actitud de los empleados impulsa el éxito de una empresa.

- ~~da~~ Uso de la tecnología

La empresa que utiliza tecnología para abrir nuevos mercados, atender nuevos clientes, aumentar la eficiencia, desarrollar nuevos productos y servicios y el equipo de trabajo motivado puede ayudarte a superar la competencia y la crisis empresariales

- factores de éxito financiero

La mayoría de los dueños de

(27)

Negocios ~~medida~~ su éxito financiero en primer lugar. Pero si la empresa requiere de un beneficio para sobrevivir, y si no se incluye la mano de obra adecuada y la tecnología los beneficios serán difíciles de alcanzar ya que dichos beneficios, son una medida clave del éxito junto con el flujo de caja positivo, deuda manejable, un impulso para mantener bajos los costos variables etc. Los factores financieros pueden variar de una empresa a otra.

### • Marca global

El tamaño de tu marca global es importante para tu futuro y <sup>medida de tu</sup> éxito. Aunque tu negocio sea local. con la tecnología tienes la capacidad de comunicación amplia para compartir información, desarrollar nuevos productos, abrir nuevos mercados, revisar formas de expandirte globalmente, intégralo al plan que revisas y analizas continuamente.

### • Comercialización

Las empresas que mandan mensaje en todas sus plataformas de medios de

Comunicación, como Internet, medios pagos, formas de promoción colateral, son las que son vendedoras exitosas ya que la comercialización es un factor de éxito y por lo contrario a las que no comercializan su producto y servicio fracazan.

### 2.7 Análisis ~~foda~~ FODA O DAFO

Es un esquema con cuatro ejes básicos ~~usado~~ regularmente se usa en una plantilla de análisis foda con 4 cuadros sencillos y práctico para que se pueda entender los resultados

#### • AMENAZAS.

Situaciones que Proviene del entorno no atentando contra la estabilidad de la organización.

#### • FORTALEZAS

Capacidades especiales recursos con que cuenta la empresa.

#### • DEBILIDADES

factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia.

#### • OPORTUNIDADES

Factores que resultan positivos y favorables en el entorno de la empresa.

(29)

## 2.8 Mercadotecnia e imagen

La mercadotecnia es una forma de pensar sobre como se debe entender la relación de intercambio de productos de una Organización con el mercado, a su vez satisface necesidades, deseos, identifica, crea, desarrolla y sirve a la demanda. La mercadotecnia por lo tanto actúa sobre la demanda, no crea necesidades artificiales. Estas deben de existir, han de ser reales y no aparentes.

## Conclusión

El desarrollo de un buen plan de negocio es un tema complejo ya que debe de estar bien detallado y estructurado para que el negocio sea exitoso de lo contrario se corre el riesgo de fracasar una recomendación para cualquier propuesta de negocio es que se adopte la tecnología ya que de esa manera se puede llevar un buen control en ventas, compra de insumos, marketing, personal en fin ofrecer un buen servicio en calidad y acorde a la actualidad que se tiene competencia en los mercados no solo nacionales si no también los internacionales ofrecer una buena marca de calidad es garantía del éxito de una empresa.