

Nombre del alumno: LIMBERG ALBORES MONTOYA

Nombre del profesor:

Nombre del trabajo: CUADRO SINÓPTICO UNIDAD I

Materia: PLAN DE NEGOCIOS

Grado: 7to. CUATRIMESTRE

Grupo: LAEN

Unidad 1

Generalidades de la empresa

1.1. Identificar el concepto de negocio

Los estudios demuestran que la mayor parte de los conceptos de negocios originales y exitosos fueron generados por personas con algunos años de experiencia en el ramo específico del negocio. No obstante, también hay muchos ejemplos de ideas revolucionarias que han cobrado vida a través de personas visionarias, aun siendo novatas o inexpertas.

1. Propuesta de valor al cliente

La clave para lograr con éxito una posición en el mercado es buscar y lograr la plena satisfacción de los clientes, más que grandes productos o servicios que ofrecer.

2. Mercado potencial

Un negocio tendrá valor económico sólo cuando triunfe en el 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.

3. Grado de innovación

Un concepto de negocio puede ser clasificado en dos dimensiones: productos/servicios y sistema de negocio. En cualquiera de ambas categorías (producto / servicio, o sistema de negocio), el emprendedor puede desarrollar algo nuevo o capitalizar lo ya existente. Éste es, pues, el tercer principio del concepto de negocio.

4. Viabilidad

Este estudio de viabilidad o factibilidad debe incluir, entre otras variables, el tiempo y los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto, así como los beneficios que reporta.

5. Rentabilidad

La rentabilidad 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

Unidad 1

Generalidades de la empresa

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

Los estudios sistemáticos sobre empresarios en México, con o sin la perspectiva de la historia empresarial, se han dado por momentos. Antes de 1990, el inicio de la historiografía empresarial se puede situar a mediados de la década de 1970. Un esfuerzo pionero que no tuvo continuidad sistemática, pero que sigue siendo un clásico, fue el realizado en 1976.

La investigación fue planteada desde varios ángulos, una combinación de materialismo histórico, economía política marxista y la visión del empresario schumpeteriano, prevaleciendo el concepto de empresario como sujeto de estudio de la sociología antes que de la economía. Al ser ensayos monográficos sobre el comportamiento empresarial adolecen de un tratamiento propiamente microeconómico de las empresas que hubiera requerido de fuentes contables o comerciales.

Panorama actual en México

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.

Los rubros de clasificación que se identifica son en Industria, Comercio y Servicios, los cuales a su vez incluyen los siguientes sectores económicos:

- 1) Industria: Minería, Manufactura, Electricidad y Agua y Construcción. Incluye un total de 16 subsectores económicos.
- 2) Comercio: Comercio. Incluye un total de dos subsectores económicos.
- 3) Servicios: Servicios Financieros y de Alquiler, y servicios comunales y sociales, hoteles y restaurantes y profesionales. Incluye un total de trece subsectores económicos.

Panorama internacional

En Estados Unidos, la eclosión de la historia empresarial adoptó formas diferentes, iniciándose en la década de 1930.

Unidad 1

Generalidades de la empresa

1.3. Los factores de éxito de una empresa competitiva

Existen diversos factores que contribuyen al éxito de las organizaciones. Diferentes autores, han publicado tratados para poder desarrollar las habilidades que se requieren para hacer que cualquier negocio sea el más exitoso.

De acuerdo Pérez, Carlos Alberto (2017), existen 4 factores básicos a tomar en cuenta:

1. Acercamiento a la estrategia

2. Proceso de dirección

3. Análisis del entorno.

4. Análisis interno. La cadena de valor.

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

Para Moran, Jorge (2017) existe una tipología de riesgos bien definida, la cual centra su estudio en diferentes variables (internas y externas) que la organización tiene que tomar en cuenta para la evaluación de los riesgos que puedan afectar la operatividad.

Riesgo Económico: conjunto de circunstancias que pueden disminuir el beneficio.

Riesgos Bancarios: cualquier evento que pueda afectar negativamente a los resultados de una institución financiera.

Riesgos Financieros: La familia de riesgos financieros comprende un conjunto de riesgos.

Factores de prevención.

El objetivo fundamental de este trabajo es exponer acerca de ello, tratando de ser eminentemente práctico a los efectos de permitir a sus lectores poner en práctica los sistemas que se han de exponer en vuestras organizaciones o sectores.

Análisis negativo

Unidad 1

Generalidades de la empresa

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

Mantenimiento predictivo

Los costos de mantenimiento, las medidas para la prevención de averías y roturas, y consecuentemente el peligro de accidentes se reducen notablemente si se aplican a las máquinas y equipos sistemas de sensores interrelacionados a computadoras

Sistemas de información

Si algo es importante tomar en consideración antes de comenzar una actividad es que información será necesaria, en qué formato, con qué periodicidad o frecuencia, quién será el responsable y con qué grado de detalle.

1.5. Modelos actuales de plan de negocios

Existe un sinnúmero de modelos de negocio que han pasado y sobrevivido año con año. Los modelos recientes, incorporan diferentes variables que interactúan entre sí para poder guiar a través de diferentes pasos a los nuevos emprendedores.

El Plan de Negocios Lean (o ágil)

Todo negocio puede usar un plan lean para gestionar estrategias, fechas de entrega, actividades o incluso la tesorería.

Establecer la estrategia: usa simples viñetas para definir el target de tu mercado, la oferta comercial, resaltar la identidad de tu idea y los objetivos a largo plazo. No necesitas texto extra dado que servirán como recordatorios para dueños y directivos.

Cifras que no pueden faltar: no se puede olvidar incluir las previsiones de venta, el presupuesto para gastos y dinero de caja o líquido.

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 posteriormente administrar un negocio, al fungir de instrumento de planeación, organización, coordinación y control y evaluación.

Unidad 1
LIDERAZGO
ESTRATÉGICO:
ADMINISTRACIÓN
DEL PROCESO DE
PREPARACIÓN DE
ESTRATEGIAS

1.9 liderazgo
estratégico

Una de las funciones estratégicas clave de los administradores generales y de funciones es utilizar sus conocimientos, energía y entusiasmo para proporcionar un liderazgo estratégico para sus subordinados y desarrollar una organización de elevado desempeño.

Visión,
elocuencia y
coherencia.

Una de las tareas clave del liderazgo es dar a la organización un sentido de dirección. Los líderes fuertes parecen tener una visión clara y convincente que les indica hacia dónde debe dirigirse la organización y ser lo bastante elocuentes para comunicar esta visión a otros integrantes de la organización en términos que den energía a las personas. Además, deben ser capaces de articular congruentemente su visión hasta que se convierta en parte de la cultura organizacional

Articulación de
un modelo de
negocios

Otra característica fundamental de los líderes estratégicos notables es su capacidad para identificar y articular el modelo de negocios que usará la compañía para concretar la visión que se ha fijado. Un modelo de negocios es el concepto de los administradores sobre la forma en que las diversas estrategias que aplica la compañía se coordinan en un todo congruente.

Compromiso

Los líderes fuertes demuestran su compromiso con su visión y modelo de negocios mediante acciones y palabras, y con frecuencia dirigen con el ejemplo.

Estar bien
informado

Los líderes de estrategias eficaces desarrollan una red de fuentes formales e informales que los mantienen bien informados sobre lo que sucede en su compañía.

Disposición
a delegar y
facultar

Los líderes de elevado desempeño tienen capacidad para delegar. Reconocen que, a menos que aprendan a hacerlo con eficacia, rápidamente pueden tener una sobrecarga de responsabilidades