



**NOMBRE DEL ALUMNO: Francisco José ramos
Pérez**

**NOMBRE DEL PROFESOR: Darely Eunice
Santizo**

LICENCIATURA: Contaduría pública

MATERIA: Plan de negocios

PASIÓN POR EDUCAR

**CUATRIMESTRE Y MODALIDAD: 7 cuatri
(domingos)**

**NOMBRE Y TEMA DEL TRABAJO: Cuadro
sinóptico**

Generalidades de la empresa

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. Los clientes gastan su dinero para cubrir una necesidad o solventar un problema

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.

Concepto de negocio

Deberá demostrar que se ha entendido quiénes son los competidores. Se deberán, y describir por qué y cómo se podrá tomar el liderazgo con el concepto de negocio.

Grado de innovación

Un concepto de negocio puede ser clasificado en dos dimensiones: productos/servicios 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.

Viabilidad

Antes de iniciar un negocio 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).

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, es decir, cuánto dinero se puede obtener del negocio (rentabilidad) y cómo se ha de obtener. Tradicionalmente los cálculos de rentabilidad de un negocio son hechos de la siguiente manera: una empresa compra material o servicios, y esto conlleva costos.

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

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 son.

Industria, Comercio y Servicios

Panorama internacional

el crecimiento en tamaño y complejidad de las compañías ha significado que la adopción de una estructura burocrática ha terminado, en la mayor parte de las empresas públicas, por hacer declinar el papel aislado del emprendedor, el presidente o el director ejecutivo.

Análisis del entorno.

En el análisis del micro entorno se utiliza, entre otras, la herramienta de las cinco fuerzas de Porter (2008). La competencia en un sector está determinada por el grado de rivalidad entre los competidores existentes, la fuerza negociadora de los clientes, el poder negociador de los proveedores, la posible entrada de nuevos competidores y la amenaza de productos sustitutos.

**Análisis interno.
La cadena de valor.**

Pretende conocer, de manera genérica, el conjunto de actividades que hay que realizar para poder satisfacer las necesidades de los clientes con los productos y servicios comprometidos. Para ello se pueden utilizar diferentes metodologías: una de las más utilizadas es la herramienta cadena de valor de Porter.

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.

