



Nobre del alumno: RUDY DAVID PEREZ GONZALEZ.

Nobre del profesor: Maria Isabel Roblero

Nombre del trabajo: MAPA CONCEPTUAL.

Materia: Taller del emprendedor

Grado: 9 CUATRIMESTRE.



FRONTERA COMALAPA CHIAPAS 6 DE JULIO DEL 2022

EMPREDEDURISMO

Características del emprendedor:

Compromiso total, determinación y perseverancia.

Capacidad para alcanzar metas.

Autoconfianza.

Integridad y confiabilidad

Tipos de emprendedores

El emprendedor administrativo.

El emprendedor oportunista.

El emprendedor incubador

El proceso de la creatividad hemisferio izquierdo y derecho:

HEMISFERIO IZQUIERDO:

Lógica, razonamiento, lenguaje, números, análisis y pensamiento concreto.

HEMISFERIO DERECHO:

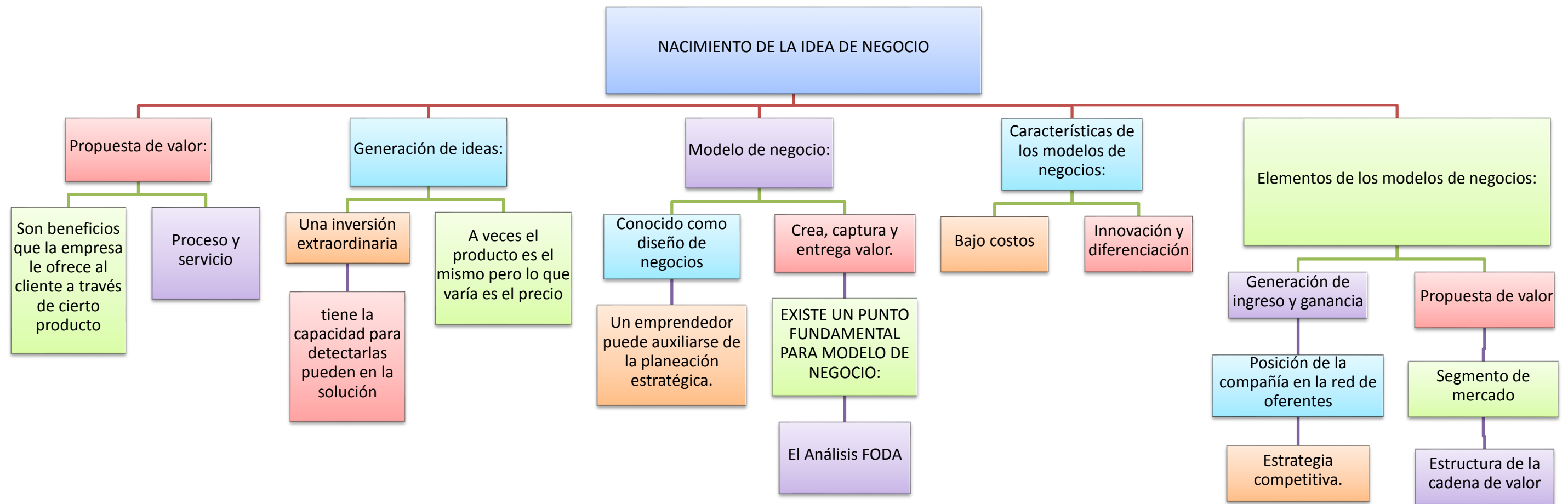
Ritmo, música, imaginación, imágenes, color y pensamiento abstracto.

Equipo de trabajo para lograr el desempeño:

Deben tener presente un objetivo común, el cual es el motor que los mueve a trabajar para lograrlo.

Deben tener competencias diversas a fin de que se complementen y permitan la generación de la sinergia.

Las tareas deben repartirse con equidad entre los integrantes del equipo.



Estructura del Plan de Negocios

Un **Plan de Negocios** es un documento que reúne toda la información necesaria para evaluar un negocio y ponerlo en marcha, su función fundamental es determinar la viabilidad económica-financiera del negocio o proyecto empresarial.

La estructura del Plan de Negocios puede ser diferente para cada empresa, sin embargo, existe una estructura convencional que puede adaptarse a cualquier negocio según sus necesidades u objetivos.

La Estructura convencional del Plan de Negocios consta de 9 puntos esenciales que deben desarrollarse detalladamente durante el desarrollo del Plan de negocios, estas son:

1. Resumen Ejecutivo
2. Idea de Negocio
3. Análisis del Entorno
4. Estudio del Mercado
5. Plan Estratégico
6. Plan de Marketing
7. Plan de Operaciones
8. Plan de Gestión Humana
9. Plan de Finanzas

1. Resumen Ejecutivo

El Resumen Ejecutivo, es la parte más importante del Plan de Negocios, es una **presentación breve** de los aspectos más relevantes del Plan de Negocio, este resumen debe mostrar el perfil de la empresa (visión, misión, valores), la descripción del negocio, las razones que justifican la existencia del negocio, las características diferenciadoras, las ventajas competitivas, la inversión necesaria y la rentabilidad proyectada del negocio.

Si bien es cierto, el **Resumen Ejecutivo** es lo primero que una persona encuentra y lee en un Plan de Negocio, su elaboración se realiza al último, luego de terminar todo el documento. Se recomienda que el Resumen Ejecutivo **no supere las 3 hojas**.

2. Idea de Negocio

En este punto se describe la idea de negocio o la empresa.

- Si la empresa ya existe será necesario describir la empresa, su historia, misión, visión, valores, ubicación física o digital, productos y/o servicios que comercializa.
- Si la empresa aún no existe será necesario describir cómo surgió la idea de negocio, los factores motivantes, las ventajas sobresalientes, los objetivos planteados a mediano y largo plazo, los productos y/o servicios que piensa comercializar.

3. Análisis del Entorno

En este punto se detecta la oportunidad de éxito y las posibles amenazas que se encuentran alrededor de su empresa o idea de negocio. Aquí es necesario analizar factores externos como:

- **Factores Políticos:** Aquí se analizan los aspectos gubernamentales. Por ejemplo: Políticas impositivas, incentivos empresariales, regulaciones sobre el empleo, fomento del comercio exterior, tratados internacionales con otros países.
- **Factores Económicos:** Aquí se analizan los datos macroeconómicos, la situación actual y futura de la economía. Por ejemplo: PIB per cápita, ingreso promedio familiar, tasas de interés, inflación, tasa de desempleo, índice de precio del consumidor y tipos de cambio.
- **Factores Socio-Culturales:** Aquí se analizan la evolución demográfica, sobre los cambios sociales y culturales de la población. Por ejemplo: Movilidad social, estilo de vida, nivel educativo, religión, creencias, roles de género, modas y hábitos de consumo de la sociedad.
- **Factores Tecnológicos:** Aquí se analiza el nivel científico e infraestructura tecnológica de un contexto determinado. Por ejemplo: Inversión pública en Inversión y Desarrollo tecnológico, penetración de la tecnología, grado de obsolescencia, nivel de cobertura y brecha digital.
- **Factores Ecológicos:** Aquí se analiza el grado de ecologismo y la tendencia a la sostenibilidad de los agentes implicados en nuestro contexto. Por ejemplo: Legislación medioambiental, cambio climático, riesgos naturales, niveles de reciclaje y regulación energética.
- **Factores Legales:** Aquí se analiza la legislación que tenga relación directa con el proyecto. Por ejemplo: Licencias, legislación laboral, legislación tributaria, derechos de propiedad intelectual, leyes sanitarias y los sectores regulados, etc.

4. Estudio del Mercado

En este punto se aplican técnicas cuantitativas y cualitativas de investigación de mercado, la finalidad del Estudio del Mercado es investigar, analizar y señalar todo lo relacionado a nuestro mercado objetivo, para ello es necesario analizar cuatro aspectos:

- **Análisis de clientes potenciales:** Es el estudio de las personas interesadas en lo que vendes y que pueden convertirse en compradores, consumidores o usuarios.
- **Análisis de productos sustitutos:** Es el estudio de los productos que pueden ser consumidos cuando el cliente no encuentra nuestro producto disponible o cuando lo rechaza.
- **Análisis de la Competencia:** Es el estudio para obtener información de la competencia, con el fin de implementar mejores estrategias comerciales, financieras o tecnológicas.
- **Análisis de Proveedores:** Es el estudio para analizar los proveedores necesarios para el funcionamiento de tu negocio. Los proveedores son grandes aliados, pero es conveniente realizar un análisis formulando y sometiendo la oferta de colaboración de cada proveedor.

5. Plan Estratégico

En este punto trazamos el mapa de nuestro negocio, describiremos lo que pretendemos conseguir y desarrollaremos los pasos para lograrlo. Se debe definir los siguientes aspectos:

- Visión: Es una declaración de lo que aspira alcanzar una organización en el largo plazo. Es lo que la empresa quiere ser en el futuro.
- Misión: Describe el rol que pretende desempeñar la organización, en el sector que participa para lograr su Visión.
- Objetivos: Se define lo que se quiere lograr con su negocio. Estas deben cumplir tres condiciones establecidas para toda la organización, establecidas de manera permanente y establecida en términos cuantitativos.
- Análisis FODA: Se analiza las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, esto nos ayuda a tener un profundo análisis del negocio. El análisis FODA ayuda a consolidar sus Fortalezas, resolver sus Debilidades, aprovechar las Oportunidades y evitar las Amenazas.

6. Plan de Marketing

Aquí se describen los objetivos, las estrategias y las actividades de marketing que facilitaran y posibilitaran el cumplimiento de las estrategias construidas en el Plan de Negocios. Los puntos a tratar son:

- Objetivos del Marketing
- Descripción del Producto y/o Servicio.
- Estrategia de Precio
- Estrategia de Distribución
- Estrategia de Promoción
- Estrategia del Servicio al Cliente
- Estrategia de Posicionamiento

7. Plan de Operaciones

En este punto se describen todos los aspectos técnicos y organizativos que conciernen a la elaboración de los productos o la prestación de servicios. Los puntos a tratar son:

- Objetivos de Operaciones
- Gestión de Producción del bien o servicio
- Gestión de Inventario
- Gestión de Procesos
- Gestión de Calidad
- Gestión del Aprovisionamiento
- Estrategia de Localización
- Estrategia de Organización

8. Plan de Gestión Humana

En este punto se desarrolla el programa para la gestión de personas tanto interno como externo. Los puntos a tratar son:

- Objetivos de la Gestión Humana
- Estructura Organizacional: Funciones, responsabilidades, personal a cargo.
- Estrategia de reclutamiento, selección y contratación de personal
- Estrategia de inducción, capacitación y evaluación del personal
- Estrategia de motivación y desarrollo del personal
- Políticas de remuneraciones y compensaciones

9. Plan de Finanzas

En este punto el plan le permite tener una versión cuantificada de su idea negocio, trazar objetivos, encontrar la manera más adecuada de llevar lo planeado a la realidad y generar credibilidad ante los inversionistas.

Una vez elaborado el presupuesto, se deben establecer estrategias y metas financieras, es importante mantener la ruta, es decir, revisar periódicamente el plan para realizar las correcciones necesarias en las metas o la situación financiera. Los puntos a tratar son:

- Objetivos del Plan Financiero
- Inversión inicial
- Capital de trabajo
- Proyección de flujo de caja
- Análisis de rentabilidad
- Estado de Ganancias y Pérdidas proyectado
- Balance General proyectado
- Análisis de Costos
- Fuentes de financiamiento