



NOMBRE DEL ALUMNO: VIVIANA LIZBETH GARCIA MORENO

TEMA: GENERALIDADES DE LA EMPRESA

PARCIAL: 1

MATERIA: PLAN DE NEGOCIOS

NOMBRE DEL PROFESOR: LEGMY YANET SANTIZO ESPINOSA

LICENCIATURA: ADMINISTRACION DE EMPRESAS

CUATRIMESTRE: 7

GENERALIDADES DE LA EMPRESA

En nuestro medio de vida tanto social como económico, la empresa ocupa sin lugar a dudas el centro de desarrollo para cualquier sociedad en que nos encontremos, independientemente de su forma jurídica: pública, privada, política, social, gubernamental, etc.

En el presente ensayo se pretende dar a conocer como un sistema es capaz de transformar un conjunto de insumos; hasta poder tomar la forma de bienes y servicios, el cual nosotros conocemos hoy en día como empresa, creada por la libre iniciativa que constituye una comunidad de personas e intereses que, al perseguir objetivos económicos específicos, forjan ideas y actitudes, crea oportunidades de progreso, fuentes de trabajo y de seguridad social.

"Toda entidad que ejerce una actividad económica, en particular, se consideran empresas, las que ejercen una actividad artesanal u otras actividades a título individual o familiar, Sociedades de personas o las asociaciones que ejercen una actividad económica."

1. Propuesta de valor al cliente

El valor al cliente de un producto o servicio expresa qué es lo novedoso o mejor de éste es comparado con las ofertas competitivas o las soluciones alternativas del mercado. Se combinan el valor más atractivo y más exclusivo del producto, artículo, o servicio ofrecido.

Ejemplo: TikTok

Propuesta de Valor: El espacio donde se puede inspirarse fácilmente a explorar y publicar contenido creativo. Así demuestran su propuesta de valor: La facilidad para los usuarios de subir sus propias versiones de bailes, y hacer "duetos" con otros en la red.

2. Mercado potencial:

Un negocio tendrá valor económico sólo cuando triunfe en el mercado. Este es el grupo de consumidores que se estima han mostrado un nivel de interés en un producto o servicio. Se debe realizar mediante la segmentación de mercado y definir cuál es tu público objetivo.

3. Grado de innovación:

El emprendedor puede desarrollar algo nuevo o capitalizar lo ya existente. Toda empresa quiere innovar, destacarse en el mercado y ofrecer lo mejor a su público, empleados y socios, Para que la innovación sea posible, las personas y las empresas utilizan la tecnología y sus innumerables posibilidades.

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.

Es preciso resaltar en este rubro que los beneficios serán mayores que los costos, análisis de viabilidad es el estudio que intenta predecir el eventual éxito o fracaso de un proyecto.

5. Rentabilidad:

La rentabilidad es, sin duda, un criterio inherente al estudio de viabilidad. Debe indicar si éste es capaz de generar ganancias a largo plazo, es decir, cuánto dinero se puede obtener del negocio. Se debe indicar si éste es capaz de generar ganancias a largo plazo, es decir, cuánto dinero se puede obtener del negocio, el objetivo de toda empresa es generar utilidades, las cuales se obtienen cuando los ingresos por las ventas superan los costos derivados de las operaciones.

LA EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS EN EL PAÍS Y EN EL MUNDO

Antes de 1990, el inicio de la historiografía empresarial se puede situar a mediados de la década de 1970. En 1989 salió a la luz pública el trabajo encabezado por Edmundo Jacobo sobre los empresarios de México, El empresariado era estudiado como un sujeto social, cuya fuerza política deriva del poder económico que acumula. En los finales de la década de 1980 fueron conocidas dos investigaciones importantes que abordaron el tema de las élites mexicanas de los inicios del México independiente. Los trabajos de John E. Kicza y David W. Walker continúan, aún hoy, siendo paradigmáticos en la historia empresarial actual. En 1992 se publicó el trabajo de Walter Bernecker que partía de la discusión de la teoría de la dependencia a la luz del proceso de industrialización temprano mexicano, de 1821-1850.

México es conocido por sus altos índices de emprendimiento y creación de pequeñas y medianas empresas (PyMEs). 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) contribuyen con el 41 por ciento de la inversión y del Producto Interno Bruto (PIB) y generan el 64 por ciento de los empleos.

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.

LOS FACTORES DE ÉXITO DE UNA EMPRESA COMPETITIVA

Son aspectos claves puntos específicos que permiten la consecución de objetivos. Cuando se ignoran o no se les brinda la importancia adecuada, contribuyen al fracaso de la organización.

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

1. Acercamiento a la estrategia: Definir una estrategia eficaz es estudiar bien los sectores y descubrir sus características para enfocarnos en lo que realmente nos interesa.
2. Proceso de dirección estratégica: Este factor se refiere a darle la dirección correcta a la estrategia. Es decir, no basta con definirla correctamente, sino dirigirla hacia la consecución de objetivos de manera eficaz y eficiente a través de acciones específicas que permitan el logro de las metas propuestas.
3. Análisis del entorno: Cuando se analiza a la competencia, también debe analizarse los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos que rodean a la empresa para permitir un buen desarrollo de la misma.
4. Análisis interno. La cadena de valor: se pretende conocer aquello que nos hace “especial” frente a la competencia.

LOS FACTORES DE RIESGO Y FACTORES DE PREVENCIÓN FACTORES DE RIESGO:

En las empresas, el riesgo se encuentra en la exposición a la que se ve sometida la organización en el camino que recorre para alcanzar sus objetivos, ya que existen situaciones o eventos que permiten o no alcanzarlos (ISO, 2016).

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, Riesgos Bancarios, Riesgos Financieros, Riesgo Operacional, Riesgo de liquidez, Riesgo de crédito, Riesgo de mercado, Riesgo específico, Riesgo de negocio y Riesgo Legal.

Factores de prevención: Prevenir implica preparar con anticipación a los efectos de impedir un daño. Implica desde un punto de vista mental prever un riesgo, daño o peligro a los efectos de tomar o adoptar las medidas necesarias para evitar su concreción.

MODELOS DE PLAN DE NEGOCIOS

Según Osterwalder, el modelo de negocio es una herramienta que, a través de una serie de elementos y la interacción entre estos, permite a una compañía o idea de negocio expresar, de una forma lógica, cómo se puede entregar valor a sus clientes y partes interesadas a la vez que se generan fuentes de ingresos rentables y sostenibles, En palabras del autor “un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor” (Osterwalder y Pigneur, 2011).

Teniendo en cuenta los objetivos de este informe, las empresas deben tener claras las estrategias y definir el periodo de tiempo en el que se van a desarrollar y ejecutar, dichos periodos deben ir acompañados de planes de acción para cada estrategia en lapsos de tiempo definidos más cortos, que permitan el seguimiento y lograr el enfoque en la gestión, para cumplir la estrategia. En una empresa los objetivos constituyen una parte fundamental ya que son los que guían los esfuerzos de ella, los que determinan las metas a las cuales se desea llegar.