

# **UNIVERSIDAD DEL SURESTE**

**Nombre de alumno:** Valeria  
Gutiérrez Gutiérrez

**Nombre del profesor:** Yaneth  
del Rocío Espinosa

**Nombre del trabajo:** Super Nota

Materia: Plan de negocios

**Grado:** 7°

PASIÓN POR EDUCAR

14 de noviembre de 2022

## **SUPER NOTA CAPITULO I & II**

### **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 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 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). 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, o que habrá una justa proporción entre ambos.
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

## **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

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.

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.

## **1.3. 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

Riesgos Bancarios: cualquier evento que pueda afectar negativamente a los resultados de una institución financiera. Riesgo de crédito (impago de particulares

o empresas de un préstamo, línea de crédito o cualquier instrumento de financiación), riesgo de prepago de hipotecas (el causado por las variaciones en el ritmo de prepago de hipotecas. El ritmo de prepago de las hipotecas depende casi en exclusiva de la curva de tipos de interés.

**Riesgos Financieros:** La familia de riesgos financieros comprende un conjunto de riesgos, cada uno de los cuales se encuentra relacionado con determinadas variables:

**Riesgo Operacional:** deriva de la existencia de anomalías en la infraestructura tecnológica (riesgos tecnológicos), de fallos de procesos cometidos por errores humanos (riesgos de ejecución), o de fraudes internos o externos que puedan provocar pérdidas directas o indirectas sobre el patrimonio de la entidad.

**Riesgo de liquidez:** se materializa en las pérdidas ante la existencia de una contrapartida para deshacer una posición de mercado. También podemos definirlo como el causado por los incrementos de precio no previstos debidos a necesidades anormales de compra o venta de instrumentos financieros.

**Riesgo de crédito:** se refiere al riesgo en el que se incurre ante la posibilidad de incumplimiento de las obligaciones contractuales entre las partes de una operación financiera, ya sea antes de la fecha de vencimiento (presettlement risk) o a dicha fecha (settlement risk).

**Riesgo de mercado:** refleja la incidencia de un cambio adverso en las variables de precio, tipo de interés, volatilidades, precio de mercancías, índice de bolsas y tipo de cambio sobre posiciones abiertas en los mercados financieros.

#### **1.4. Modelos actuales de plan de negocios**

Existe un sinfín 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)
- El Plan de Negocios Estándar

- El plan de negocios de la startup
- Plan de negocio One-Page
- Plan de viabilidad
- Plan interno

## **Unidad 2 Elaboración y desarrollo del plan de negocios**

### **2.1 Descripción de le empresa**

Ya sea que la empresa esté en marcha o no, todo plan de negocios tiene un origen y parte de una motivación personal o grupal. Así, el documento que describe la idea de negocio debe incorporar un poco de historia: cómo nació la idea, desde cuándo existe, qué motivó su creación, y los hechos más importantes que hayan transcurrido durante su desarrollo y evolución.

#### 1. Historia de la empresa

Aquí debes responder a las siguientes preguntas: ¿Cuándo se fundó la empresa? ¿Quién la fundó? ¿Cuál fue la razón o motivaciones para fundarla? ¿Cuál es el giro de la empresa y cómo ha evolucionado hasta la fecha? ¿Qué productos vende y a quiénes?

#### 2. Análisis de la industria

¿Cómo se encuentra el sector o industria en el que trabaja empresario?  
¿La industria está creciendo, está madurando o está en declinación? ¿Qué variables económicas, sociales, tecnológicas, políticas o legales, a nivel local, regional, nacional o global podrían influir en la industria de manera positiva o negativa?

#### 3. Productos y servicios ofrecidos

#### 4. Información económica y financiera

#### 5. Equipo empresarial y gerencial

### **2.2 Descripción general del negocio**

La descripción del negocio describe la naturaleza y propósito de la empresa e incluye la misión, objetivos, propuesta de valor, y la descripción de productos y servicios. El propósito de la descripción del negocio es el de explicar de manera

objetiva y el de justificar su idea de negocio de una manera positiva y entusiasta.

La descripción de la empresa incluye dos secciones:

1. Concepto del Negocio
2. Productos y/o Servicios

### **2.3 Misión**

Una vez que ha definido y entendido las características de la industria en la que va a operar, usted está listo para definir con precisión la misión de la empresa y la importancia de dicha misión. La misión es lo que el negocio aspira a ser. Es importante el tratar de definir la misión desde el principio ya que juega un papel importante en la definición del resto del plan de negocios.

La misión tiene que ofrecer una idea de lo que el negocio aspira a ser, debe ser lo suficientemente general para no dejar fuera al mercado meta, tiene que ser realista, directo y poderoso. La misión tiene que inspirar, tiene que ser corta y concisa, y por último, tiene que ser fácil de entender.

### **2.4 Visión**

La Visión es la capacidad de ver más allá, en tiempo y espacio, y por encima de los demás, significa visualizar, ver con los ojos de la imaginación, en términos del resultado final que se pretende alcanzar.

### **2.5 Objetivos generales de la empresa**

La misión de la empresa expresa lo que se pretende lograr, las metas establecen como se pretende lograr la misión y los objetivos establecen el ¿Cuándo?, ¿Dónde?, ¿Quién?, etc.

### **2.6 Factores claves de éxito**

La actitud de los empleados impulsa el crecimiento y al cambio

Las actitudes impulsan comportamientos que resultan en cambios. Si tus

empleados no toman la iniciativa, hacen sugerencias, se quedan felizmente hasta tarde cuando sea necesario y se esfuerzan por hacer mejor su trabajo todo el tiempo, tu empresa ciertamente se estancará

## **2.7 Análisis FODA**

Se llama análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) o análisis DAFO o en inglés SWOT analysis.

Es un esquema en el que tienes como punto central lo que quieres conseguir y en cuatro ejes básicos los factores que lo rodean para obtenerlo.

## **2.8 Mercadotecnia e imagen**

El concepto de mercadotecnia no es una definición sobre lo que es y hace la mercadotecnia. Se trata de una forma de pensar, una filosofía de dirección, sobre cómo debe entenderse la relación de intercambio de los productos de una organización con el mercado. La mercadotecnia trata de satisfacer necesidades y deseos e identifica, crea, desarrolla y sirve a la demanda. También es aconsejable precisar qué se entiende por necesidad, deseo y demanda.