



Mi Universidad

ENSAYO

Nombre del Alumno: Diego Gordillo Espinosa

Nombre del tema: Elaboración de un Plan de Negocios

Parcial: 2 unidad

Nombre de la Materia: Plan de Negocios

Nombre del profesor: Yaneth del Rocio Espinosa Espinosa

Nombre de la Licenciatura: Administración Y Estrategias de Negocios.

Cuatrimestre: 7°

INTRODUCCIÓN

El plan de negocios es conocido como el documento que describe a la organización, en el enfoque económico y en el modelo de negocio que presenta la empresa, a esto se debe la importancia de la elaboración y existencia de este documento en cualquier asociación, sumando además de lo ya comentado, que este documento es el primer filtro y podría ser el único que se requiere al solicitar préstamos, créditos, así como para presentarse a los prospectos a socios de la empresa así como proveedores. Ya con la descripción dada sobre lo que es un Plan de Negocios y la importancia de este documento dentro de cualquier organización y en su funcionamiento, en el desarrollo de este ensayo se irá describiendo las partes que conforman dicho documento, así como lo que implica cada una de ellas, tratando de dejar en claro lo que engloba este documento.

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. El plan de negocios se realiza para una empresa que ya está funcionando, el primer capítulo debe ser la descripción de la empresa, además es indispensable presentar los estados financieros de los últimos dos o tres años, que permitan conocer la situación económica y financiera de la compañía en términos de liquidez, rentabilidad, solvencia y gestión financiera. Para un potencial inversionista es indispensable conocer quiénes serían sus “socios”. Por lo tanto, en este apartado esperan la respuesta a las siguientes preguntas: ¿Quiénes son los accionistas de las empresas? ¿Qué porcentaje del total de acciones tiene cada uno de los accionistas? ¿Cuáles son los puestos claves de la empresa y cuáles son las estrategias empleadas para atraer al mejor talento para esos puestos?

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.

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. La misión de la empresa expresa lo que se pretende lograr, las metas establecen como se pretende lograr la misión

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

Usualmente, es usado en una plantilla de análisis FODA con 4 cuadros, lo primordial es que se haga sencillo y práctico para poder entender los resultados.

Fortalezas: los atributos o destrezas que una industria o empresa contiene para alcanzar los objetivos.

Debilidades: lo que es perjudicial o factores desfavorables para la ejecución del objetivo.

Oportunidades: las condiciones externas, lo que está a la vista por todos o la popularidad y competitividad que tenga la industria u organización útiles para alcanzar el objetivo UNIVERSIDAD DEL SURESTE 37

Amenazas: lo perjudicial, lo que amenaza la supervivencia de la industria o empresa que se encuentran externamente, las cuales, pudieran convertirse en oportunidades, para alcanzar el objetivo.

Mercado meta, mercado objetivo o target. Son todos los consumidores que pertenecen a un mercado y forman parte del mercado real, al cual se dirigen todas las acciones de la fuerza comercial del industrial. El precio es un concepto que no es fácil de definir y que puede tomar muchas formas y denominaciones. El precio puede ser considerado como el punto en el que se iguala el valor monetario de un producto para el comprador con el valor de realizar la transacción para el vendedor. Cuando se trata de fijar el precio a un producto, pueden emplearse básicamente tres métodos, que están en función de:

- a) Los costos.
- b) La competencia.
- c) El mercado o la demanda.

La publicidad es una forma de comunicación que la mercadotecnia utiliza como instrumento de promoción. Puede definirse por un conjunto de características que, a su vez, la diferencian de los restantes instrumentos promocionales y la promoción está integrada por aquellas actividades diferentes de la venta personal, la publicidad y la propaganda. Estimula el deseo de compra en los consumidores, la efectividad de los comerciantes mediante exhibidores, demostraciones y diversos esfuerzos no repetitivos.

CONCLUSIÓN

Con el entendimiento de cada una de las fases de un Plan de Negocios podrá realizarse uno de manera efectiva y entenderemos la importancia que tiene cada parte del documento, este documento irá describiendo cada uno de los departamentos y etapas de nuestro producto o servicio, además de los procesos para desarrollar el producto o proceso mencionado. Con este ensayo tratamos de destacar la información más importante de el Plan de Negocios, así como dar a entender de donde podemos obtener toda la información, entendemos este documento como la base de cualquier negocio.

BLIBIOGRAFÍA

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LAN/041949eb8ec6f566ca7cf04609f98124-LC-LAN702.pdf>