



Nombre de alumno: Dana Belén Rivera Escobar

Nombre del profesor: Yaneth del Rocío Espinosa

Nombre del trabajo: Ensayo. Unidad II

Materia: Plan de negocios

Grado: 7mo. Cuatrimestre. Administración y estrategias de negocios

Grupo: A

Comitán de Domínguez Chiapas a 13 de octubre de 2022

Elaboración y desarrollo del plan de negocios

Todo desarrollo empresarial nace de ideas, ilusiones y acciones; por ello es que para que cualquier organización rinda frutos debemos de reconocer cada paso y planeación que esto conlleva; no podemos partir de manera nítida, todo se comienza desde abajo, recabando la información necesaria para después llevarla a la práctica. Debido a esto en este escrito se presentan diversas teorías y conceptos que ayudarían a cualquier empresario a saber cómo desarrollar un plan de negocios y así otorgarle una vida larga a su organización.

Elementos empresariales

Desde el comienzo de la organización debemos de tener en cuenta todos los elementos que hay detrás de esta, debemos comenzar desde el origen, aunque la empresa aun no haya comenzado debemos de analizar la historia, las motivaciones para fundarla, cual ha sido la evolución hasta la fecha y sobre todo: que productos y servicios son o serán ofrecidos. Ante la proposición de cualquier servicio o producto debemos de estar seguros de su calidad y ventaja y para ello una parte fundamental es la información financiera y el equipo empresarial; a partir de estos podremos conocer la rentabilidad y la gestión financiera que nos llegaría a otorgar nuestra nueva organización.

Factores clave del negocio

Cada negocio debe de actuar de manera audaz y objetiva, debe de tener consigo ciertos complementos que lo lleven a una buena rentabilidad:

- *Misión.* Según Philip Kotler y Gary Armstrong (Marketing 200) La Misión Describe el rol que desempeña actualmente la organización para el logro de su visión, es la razón de ser de la empresa. Por aquí se le toma cierto “cariño” a la empresa a través de lo que esta aspira a ser por el líder.
- *Visión.* Se visualiza el alcance que deseáramos tener, a donde queremos llegar y el resultado final que se planea alcanzar.
- *Objetivos generales.* Este debe responder a la necesidad principal del negocio; es donde se quiere dar solución a la meta final.
- *Uso de la tecnología.* Es importante mantenerse actualizados y esto conlleva el uso de tecnología reciente y con ella abrir a nuevos mercados y otorgar al cliente un servicio o producto eficiente,

- *Comercialización*. Una empresa no sería nada sin una comercialización eficaz donde logremos promocionar nuestro producto o servicio a diversas plataformas y lugares del mundo.
- *FODA*. Son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas con las que la organización cuenta. Es una de las técnicas más empleadas en la planeación estratégica, en especial para la determinación de la posición estratégica de la empresa. Dyson (2004)
- *Mercadotecnia*. Es la relación de intercambio de productos con el mercado, esta trata de reconocer y satisfacer las necesidades de la demanda del cliente.

Investigación y análisis de mercados

Ante cualquier lanzamiento de productos o servicios debemos identificar al consumidor (sexo, edad, nivel académico, etc,) para que el lanzamiento tenga frutos; debemos de tener la estructura económica bajo control y lograr que la demanda de nuestras creaciones sean positivas. Ante estos aspectos damos paso a conceptualizar la clasificación de mercados:

1. Mercado potencial. Son personas e instituciones que implementan estrategias que les permite posicionarse como marca y sean de buena atracción.
2. Mercado meta. Se refiere al conjunto de personas que resulta al agruparlas tomando en cuenta sus necesidades, características demográficas e intereses y que conforman al destinatario ideal de tus ofertas. (Silva, D. (1970, enero 1) ¿Qué es el mercado meta? Criterios para entenderlo y aplicarlo. Zendesk MX. <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-mercado-meta/>)

Una vez reconociendo a los mercados se presentan algunos aspectos internos que son de vital importancia en todos los procesos:

- Precio. Valor monetario de un producto, trayendo consigo una serie de beneficios para el vendedor.
- Marco legal. Regula los límites de los precios a pagar por los productos ofrecidos por la empresa.
- Políticas de precios. Se dividen en tres métodos:
 - a) Costos. Añade un margen de utilidad al costo total unitario del producto
 - b) Competencia. Fijar el precio es su manera de representar competencia
 - c) Demanda. Los precios se fijan dependiendo de la psicología del consumidor y la elasticidad de la demanda

¿Cómo me introduzco al mercado?

La primera fase de la introducción al mercado es comenzar distribuirse el producto por primera vez (listo para su compra). La duración de esta fase del ciclo depende de la complejidad del producto pero no hay nada que una buena actitud no solucione.

El siguiente método es la publicidad; en este método nos enfocamos en transmitir todo tipo de información a través de un medio de comunicación para tratar de estimular la demanda del bien o servicio. Finalmente se utiliza la promoción, es la actividad donde se incluye todo tipo de propaganda, venta y publicidad; logrando el deseo de compra del cliente.

Toda organización tiene éxito dependiendo del líder y su buena actitud, ahí es como su audacia se da a conocer y por ende, lleva al éxito sus sueños organizacionales. En esta unidad me quedan claros los diversos procesos de introducción al mercado y los procesos que este lleva consigo mismo.

Bibliografía

- Antología UDS; Plan de negocios, administración y estrategias de negocios. Unidad II (p. 31 – 48)
- Silva, D. (1970, January 1). ¿Qué es el mercado meta? Criterios para entenderlo y aplicarlo. Zendesk MX. <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-mercado-meta/>
- Christopher-Nikulin1 Gabriela-BeckerUna; Metodología Sistémica y creativa para la gestión estratégica: Caso de Estudio Región de Atacama-Chile, (Received Mar 5, 2015 / Accepted Jun 17, 2015)
- Guía para elaborar correctamente la visión y misión de la empresa; paulaspezzirri@usal.edu.ar <https://obgin.net/cursos/wp-content/uploads/2019/09/D-Gui%CC%81a-para-elaborar-correctamente-la-visio%CC%81n-y-misio%CC%81n.pdf>