



Mi Universidad

Mapa conceptual

Nombre del Alumno **Jorge Arturo Estrada Borraz**

Nombre del tema **ELABORACIÓN Y DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS**

Parcial **1**

Nombre de la Materia **PLAN DE NEGOCIOS**

Nombre del profesor **YANETH DEL ROCIO ESPINOSA ESPINOSA**

Nombre de la Licenciatura **Administración y estrategia negocios**

Cuatrimestre **7**

**Bibliografía: Antología y apuntes de
plan de negocios**

ELABORACIÓN Y DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS

Identificar el concepto de negocio

definir en forma clara y concisa la esencia del mismo, es decir, por qué se considera justificable su desarrollo. A través del establecimiento de la idea o concepto de negocio el emprendedor define qué es y en qué se sustenta su empresa

Descripción general del negocio

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.

describe la naturaleza y propósito de la empresa e incluye la misión, objetivos, propuesta de valor, y la descripción de productos y servicios.

La evolución de los negocios en el país y en el mundo

En 1989 salió a la luz pública el trabajo encabezado por Edmundo Jacobo sobre los empresarios de México, en el cual eran vistos como sujetos que intervienen y coadyuvan el cambio hacia las políticas de corte neoliberal.

ELABORACIÓN Y DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS

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.

***Plan de Negocios Lean (o ágil)**

***Plan de Negocios Estándar**

***Plan de negocios del startup**

***Plan de negocio One-Page**

***Plan de viabilidad**

***Plan interno**

La utilidad del plan de negocios en instancias que lo requiere

Un plan de negocios sirve como guía para poner en marcha y posteriormente administrar un negocio, al fungir de instrumento de planeación, organización, coordinación y control y evaluación.

***Razones de viabilidad**

***Razones de financiamiento**

Mercadotecnia e imagen

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.

ELABORACIÓN Y DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS

Investigación de mercados

La realización de una investigación en mercadotecnia supone llevar a cabo una serie de fases secuenciales que pueden agruparse en las cuatro siguientes: el diseño de la investigación, la obtención de la información, el tratamiento y análisis de los datos y la interpretación de los resultados y presentación de conclusiones.

Análisis de mercado

Uno de los objetivos de la actividad de mercado es la convergencia de las ofertas de los fabricantes, las demandas de los consumidores y las estrategias de los productores

Mercado potencial

El mercado potencial o potencial del mercado es el volumen máximo de ventas - en unidades físicas o términos monetarios- que podrían estar disponibles para todas las empresas de un mismo sector y durante un periodo determinado.

*Mercado disponible

*Mercado efectivo

*Mercado meta

*Método de construcción del mercado (mercados industriales).
*Método de los índices de múltiples factores (mercados de consumo)

ELABORACIÓN Y DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS

Mercado meta

es el mercado objetivo al que una empresa apunta. Es decir, el objetivo de ventas que la empresa define para un periodo de tiempo. Es el segmento más pequeño e incluye los compradores que con seguridad adquirirán el producto.

Estrategias de introducción al mercado

El ciclo de vida del producto se inicia con la fase de introducción, en la que empieza a distribuirse el producto por primera vez y ya está disponible para su compra. Las ventas se inician y crecen muy lentamente. Las utilidades son inexistentes en casi toda esta fase.

Precio

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.

ELABORACIÓN Y DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS

Resumen ejecutivo

propósito de este resumen es captar el interés de un tercero, inversor o socio, y hacer que lea el Plan completo.

Debe de proporcionar una visión en conjunto de la oportunidad de negocio en pocas páginas. Esto implica que el Resumen Ejecutivo, aunque aparecerá al principio, deberá hacerse al final.

Publicidad y promoción

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 —venta personal, relaciones públicas y promoción de ventas

La definición etimológica del término —promoción|| deriva del latín protomotio, onis y movere. Pro es un prefijo latino que indica, —continuidad de un movimiento, acción o impulso hacia delante||, que a su vez proviene del latín vulgar prode (provecho, ventaja).