



Daniela Monserrat
Jiménez Palacios
6to cuatrimestre
Desarrollo empresarial

UNIDAD 4

PLAN DE TRABAJO.

Un plan de trabajo es un documento que reúne la información necesaria para llevar a cabo un proyecto. Define los objetivos, los procesos y los tiempos de entrega. Es una herramienta que sirve como guía y establece estrategias que permiten alcanzar objetivos mediante la colaboración y el trabajo en equipo.

Plan de trabajo de empresa
Plan de trabajo de ventas
Plan de trabajo educativo
Plan de trabajo personal
Plan de trabajo para un proyecto

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.

La planeación estratégica, como corriente y enfoque administrativo, trata sobre las decisiones de efectos duraderos e invariables de la administración y dirección de una empresa o institución en una planeación de largo plazo, previo análisis de los contextos externo, económico, de mercado, social, político, nacional e internacional donde se desenvuelve.

MARKETING

El área de marketing abarca una serie de actividades a realizar entre las que se encuentran las siguientes:

- Desarrollar una investigación del mercado (número de clientes potenciales, consumo aparente, demanda potencial, etc.), especialmente si no se contó con la información completa y detallada al elaborar el plan de negocios.
- Elaborar un análisis de la competencia (o complementario, si es necesario).
- Llevar a cabo el estudio de mercado (si quedaron puntos pendientes que no se cubrieron al realizarlo la primera vez y/o si se desea complementar la muestra seleccionada para la aplicación).
- Establecer el sistema de distribución (generar los acuerdos necesarios para subcontratar el servicio de distribución o adquirir los recursos necesarios, por ejemplo, camiones y planear el sistema de distribución).
- Definir la publicidad de la empresa (contratar el servicio de diseño y generar los materiales correspondientes para llevar a cabo el proceso de publicidad).
- Diseñar etiquetas, anuncios, logotipo, estilogram, nombre comercial, etc.
- Definir el sistema de promoción (contratar el servicio de diseño y generar los materiales correspondientes, así como establecer los acuerdos necesarios para llevar a cabo este proceso).
- Diseño del empaque del producto (si lo hay).

PRODUCCIÓN

El área de producción abarca una serie de actividades a realizar (al igual que en marketing, se trata de las actividades que pudieran haber quedado pendientes o que pudieran requerir complementación), como son:

- Diseñar el producto o servicio.
 - Definir el proceso de producción.
 - Determinar la ubicación de las instalaciones y su distribución.
 - Especificar los requerimientos de mano de obra.
 - Adquirir la tecnología necesaria.
 - Identificar y seleccionar a los proveedores de equipo, herramientas y materias primas.
 - Obtener el equipo y herramientas necesarios para llevar a cabo el proceso de producción.
 - Establecer el proceso de compra y control de inventarios de la empresa.
 - Comprar la materia prima para la elaboración del producto y/o la prestación del servicio.
 - Adquirir (comprar o rentar) las instalaciones necesarias.
 - Acondicionar las instalaciones de la empresa (tanto de producción como administrativas).
 - Reclutar y capacitar a la mano de obra necesaria.
 - Diseñar el sistema de calidad de la empresa.
- Desde el punto de vista de la economía, la producción es la actividad que aporta valor agregado por creación y suministro de bienes y servicios, es decir, consiste en la creación de productos o servicios y, al mismo tiempo, la creación de valor.

ORGANIZACIÓN

El área de organización abarca también una serie de actividades a realizar:

- Definir las funciones de la empresa y el personal que las llevará a cabo.
 - Diseñar la estructura organizacional de la empresa.
 - Establecer los perfiles de cada puesto.
 - Elaborar los manuales operativos de cada área funcional.
 - Diseñar el proceso de reclutamiento, selección, contratación e inducción del personal.
 - Definir el sistema de capacitación a seguir en la empresa.
 - Elaborar los tabuladores y políticas de administración de sueldos y salarios.
 - Establecer el procedimiento de evaluación de desempeño del personal.
 - Diseñar y establecer los procedimientos de relaciones laborales
- Organización como función administrativa y parte del proceso administrativo. En este sentido, organización significa estructurar e integrar los recursos y los órganos encargados de su administración, relacionarlos y fijarles sus atribuciones.

ASPECTOS LEGALES DE IMPLANTACIÓN Y OPERACIÓN.

El área de aspectos legales incluye varias actividades como:

- Definición del régimen de constitución de la empresa.
- Trámites de implantación.
- Trámites fiscales.
- Trámites laborales.

Cada una de las actividades antes mencionadas se compone por un gran número de subactividades más específicas, las cuales deberán desglosarse para ubicarlas en el plan de trabajo.

La empresa es un conjunto de recursos organizados por el titular, con el fin de realizar actividades de producción o de intercambio de bienes y servicios, que satisfacen

las necesidades de un mercado en particular.

UNIDAD 4

FINANZAS.

Las finanzas son una rama de la administración y de la economía que estudia el intercambio de capital entre individuos, empresas, o Estados y con la incertidumbre y el riesgo que estas actividades conllevan. Se dedica al estudio de la obtención de capital para la inversión en bienes productivos y de las decisiones de inversión de los ahorradores. Así mismo, su estudio se basa en la obtención y la administración del dinero para lograr sus respectivos objetivos, tomando en cuenta todos los riesgos que ella implica, basándose en todos y cada uno de sus componentes que la integra para mantener un buen control.

VALOR AGREGADO DE LA ESTRATEGIA Y VENTAJA COMPETITIVA

El valor agregado de la estrategia es la contribución real de ésta al cumplimiento de la misión y a la resolución de los problemas-brechas durante el periodo u horizonte de un plan rector. Es la definición de los puntos finos que impulsan el cumplimiento de la estrategia; también, desde un punto de vista económico, el valor agregado es la valoración que le da el cliente-usuario al servicio o producto recibido, y por lo que está dispuesto a pagar.

DEFINICIÓN DE RESUMEN EJECUTIVO

Definición de resumen ejecutivo El resumen ejecutivo es el concentrado de la información sobresaliente de cada una de las áreas del plan de negocios. Un buen resumen ejecutivo debe ser claro, conciso y explicativo, no exceder de cinco páginas a doble espacio (el óptimo son tres), y contener los siguientes aspectos:

- Toda la información clave del plan.
 - Los elementos que darán éxito al proyecto.
 - La información principal de cada área analizada en el plan de negocios, que permita la evaluación preliminar técnica, económica y de marketing del proyecto.
- El resumen ejecutivo debe elaborarse con una estructura fácil de entender, seleccionando

CONTENIDO DEL RESUMEN EJECUTIVO

Contenido del resumen ejecutivo Como ya se indicó, el resumen ejecutivo contiene los elementos principales (más importantes) del plan de negocios, por lo que su contenido se fundamenta precisamente en las secciones que ya fueron señaladas a lo largo de este libro, pero sin hacer las divisiones correspondientes; esto es, presentando la información en forma continua y sin secciones.

Naturaleza del proyecto Respecto a la naturaleza del proyecto, la información que se incluirá en el resumen es:

- Nombre de la empresa.
- Justificación (concisa) y misión de la empresa.
- Ubicación de la empresa.
- Ventajas competitivas.
- Descripción de los productos y servicios de la empresa (concreta, no en detalle).

El mercado.

La información de mercados que se incluirá en el resumen es:

- Descripción del mercado que atenderá la empresa.
- Demanda potencial del producto o servicio.
- Conclusiones del estudio de mercado realizado.
- Resumen del plan de ventas.

MODELO DE NEGOCIO

El modelo de negocio, de este libro, describe cómo una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económica o social, al cliente. El término modelo de negocio abarca un amplio rango de actividades que conforman aspectos clave de la empresa, tales como el propósito de la misma, estrategias, infraestructura, bienes que ofrece, estructura organizacional, operaciones, políticas, relación con los clientes, esquemas de financiamiento y obtención de recursos, entre otros.

Un modelo de negocio es una "representación abstracta de una organización, ya sea de manera textual o gráfica, de todos los conceptos relacionados, acuerdos financieros, y el portafolio central de productos o servicios que la organización ofrece y ofrecerá con base en las acciones necesarias para alcanzar las metas y objetivos estratégicos." Esta definición de Al-Debei, indica que la propuesta de valor, la arquitectura de valor (infraestructura organizacional y tecnológica), valor financiero y valor de red son las dimensiones primarias de los modelos de negocio.