



**Mi Universidad**

**Súper Nota**

*Nombre del Alumno: Carlos Efraín Cruz López*

*Nombre del tema: Unidad I Desde 1.1 hasta 1.5*

*Parcial: 1er*

*Nombre de la Materia: Plan de Negocios*

*Nombre del profesor: Ronal Salaz Perez*

*Nombre de la Licenciatura: Administración y Estrategia de Negocios*

*Cuatrimestre: 7*

## 1.1 Identificar el concepto de negocio

El concepto de negocio se refiere a la idea central que define la razón de ser de una empresa. Incluye la propuesta de valor, el público objetivo y la forma en que la empresa genera ingresos. Este concepto sirve como la base sobre la cual se desarrollan todas las estrategias y decisiones empresariales.



Componentes clave:

- **Propuesta de valor:** Lo que distingue a la empresa de sus competidores, es decir, el valor que se ofrece a los clientes, como un producto único o un servicio diferenciado.
- **Mercado objetivo:** El público o segmento de clientes al que se dirigen los productos o servicios.
- **Modelo de ingresos:** La forma en

## 1.2 Descripción general del negocio

La descripción general de un negocio abarca los aspectos fundamentales, como su misión, visión, objetivos, productos o servicios que ofrece, el mercado al que está dirigido, la estructura organizativa, y la ventaja competitiva. Es un resumen que permite a cualquier interesado entender rápidamente de qué trata la empresa.

Incluye los siguientes puntos:



- **Misión:** La razón de ser de la empresa. ¿Por qué existe y qué busca lograr a largo plazo?
- **Visión:** La aspiración futura de la empresa. ¿Dónde quiere estar en un futuro cercano o a largo plazo?
- **Productos o servicios:** ¿Qué ofrece la empresa al mercado?
- **Mercado:** ¿A quiénes se dirige?

<p>que la empresa planea generar ingresos, ya sea por ventas directas, suscripciones, publicidad, etc.</p>	<p>Esto incluye un análisis de los clientes potenciales</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Estructura organizacional:</b> Cómo está organizada la empresa,</li> <li>• <b>Ventaja competitiva:</b> Factores que distinguen a la empresa de sus competidores, mejor servicio al cliente, innovación, entre otros.</li> </ul>
<p><b>1.3 La evolución de los negocios en el país y en el mundo</b></p> <p>Los negocios han evolucionado considerablemente tanto a nivel nacional como global. En el pasado, muchas empresas eran locales y se enfocaban en mercados limitados. Hoy, la globalización, el avance tecnológico y el comercio electrónico han transformado la manera en que las empresas operan, permitiendo que los negocios alcancen mercados</p>  <p>internacionales, adopten modelos más eficientes, y se adapten a tendencias</p>	<p><b>1.4 Modelos actuales de plan de negocios</b></p> <p>Actualmente, los planes de negocio han adoptado diversos enfoques, desde los tradicionales, que incluyen secciones como análisis de mercado, proyecciones financieras y estrategias operativas, hasta modelos más ágiles. Este último permite una visualización más dinámica de los elementos clave del</p>  <p>negocio, fomentando la flexibilidad y la adaptación en un entorno empresarial</p>

<p>emergentes como la sostenibilidad y la innovación.</p>	<p>en constante cambio.</p>
<p><b>1.5 La utilidad del plan de negocios en instancias que lo requieren</b></p> <p>El plan de negocios es una herramienta clave para solicitar financiamiento, atraer inversionistas, o establecer alianzas estratégicas. Permite demostrar la viabilidad del negocio, proyectar su crecimiento y justificar su rentabilidad. En instancias formales, como al buscar capital o presentar una propuesta ante un organismo gubernamental, es crucial para establecer credibilidad y proporcionar un mapa claro del futuro de la empresa.</p>	