

Mi Universidad

SUPER NOTA.

Nombre del Alumno: Dulce Yuridia Jimenez Ozuna

Nombre del tema: Unidad I y II

Parcial: I er parcial

Nombre de la Materia: Plan De Negocios.

Nombre del profesor: Yaneth Del Rocio Espinosa Espinosa.

Nombre de la Licenciatura: Contaduría pública y finanzas.

Cuatrimestre: 7° cuatrimestre.



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



La evolución se refiere a los cambios y transformaciones que han ocurrido en la forma en que realizan las actividades comerciales y empresariales a lo largo del tiempo.

Existen 5 evoluciones de los negocios en el país como: el desarrollo económico, globalización, tecnologías, cambios en la legislación y el desarrollo de la infraestructura para mejorar y apoyar el crecimiento de economía.



Una de las combinación de materialismo histórico, economía política marxista y la visión del empresario schumpeteriano, prevaleciendo el concepto de empresario como sujeto de estudio de la sociología antes que de la economía.



Estas empresas constituyen un sector estratégico para el desarrollo económico y social del país, pues contribuyen con el 41 por ciento de la inversión y del Producto Interno Bruto (PIB).



Los rubros de clasificación que se identifica son en Industria, Comercio y Servicios, los cuales a su vez incluyen los siguientes sectores económicos:

Industria: Minería, Manufactura, Electricidad y Agua y Construcción.

Comercio: Comercio. Incluye un total de dos subsectores económicos.

LOS FACTORES DE EXITO DE UNA EMPRESA COMPETITIVA



CARLOS ALBERTO (2017):

Acercamiento a la estrategia
Estudiar un sector es descubrir sus características genéricas más allá de la posición que dentro de él pueda tener la organización que analizamos; por lo tanto, debemos ser un observador externo al sector.



Proceso de dirección estratégica:

La separación se debe, sobre todo, a la cercanía y a la influencia sobre la empresa, así como a las posibilidades de esta para influir en el sector, como se presentan estos dos niveles de la estrategia y los principales elementos que componen su análisis.



La competencia en un sector está determinada por el grado de rivalidad entre los competidores existentes, la fuerza negociadora de los clientes, el poder negociador de los proveedores, la posible entrada de nuevos competidores y la amenaza de productos sustitutos.

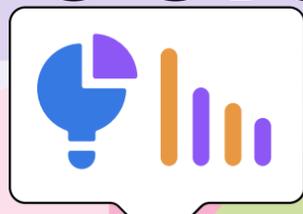


Análisis interno:
Es el conjunto de actividades que hay que realizar para poder satisfacer las necesidades de los clientes con los productos y servicios comprometidos.



MODELOS ACTUALES DE PLAN DE NEGOCIOS

Los modelos recientes, incorporan diferentes variables que interactúan entre sí para poder guiar a través de diferentes pasos a los nuevos emprendedores.



El plan ágil es rápido, sencillo y más eficiente que un plan de negocios formal porque no incluye sumarios, descripciones o información del contexto que las personas implicadas en el proyecto conocen de sobra.

Actividades como la meditación, el yoga o simplemente darte un tiempo libre pueden ayudar a despejar la mente para después tener mejores ideas.



Establecer estrategias; Este tipo de plan incluye una lista de hipótesis, objetivos, indicadores de medición, los responsables de cada tarea y lo que se debe monitorizar.

La gestión se va adaptando a tu negocio dado que revisas y repasa tu lean plan con frecuencia, monitorizando su evolución y haciendo ajustes de forma regular.



Descripción de la empresa



La descripción de una empresa es cómo nació la idea, desde cuándo existe, qué motivó su creación, y los hechos más importantes que hayan transcurrido durante su desarrollo y evolución.



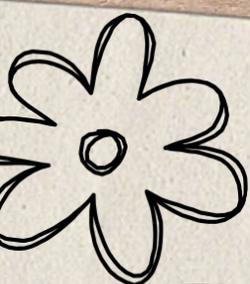
Cuando el plan de negocios se realiza para una empresa que ya está funcionando, el primer capítulo debe ser la descripción de la empresa, el cual deberá incluir una breve información sobre cada uno de los párrafos



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.



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



El análisis de la industria define la industria en la que el negocio va a operar (Ejemplos: construcción, venta al por menor, manufactura, etc.)



FACTORES CLAVES DEL ÉXITO:



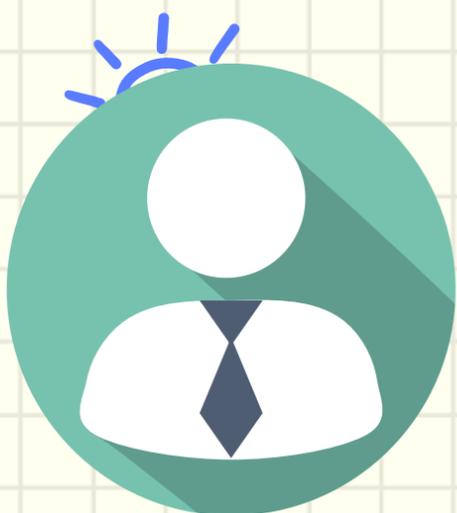
Si tus empleados no toman la iniciativa, hacen sugerencias, se quedan felizmente hasta tarde cuando sea necesario y se esfuerzan por hacer mejor su trabajo todo el tiempo, tu empresa ciertamente se estancará.

Es la capacidad para controlar nuestros propios pensamientos, emociones y comportamientos. Es un proceso importante para lograr metas y mantener relaciones saludables.



La empresa que utiliza tecnología para abrir nuevos mercados, atender a los clientes, aumentar la eficiencia y desarrollar nuevos productos y servicios.

Uno de los factores empresariales son: vision y misión clara, estrategias de marketig y ventas, gestión financiera y contabilidad de innovación y calidad.



Los factores claves de éxito se pueden identificar, a través de una matriz FODA, las fortalezas y debilidades de la empresa, así como las oportunidades y amenazas que se presentan en su entorno.

Para analizar los factores claves de éxito de una empresa es mediante el Análisis de las Cinco Fuerzas, al identificar elementos críticos propios y compararlos con los de los competidores, tales como el poder de negociación de compradores y productores, amenazas motivadas a nuevos productos y competencias, así como la rivalidad con la competencia.



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.



Un deseo es la forma en la que se expresa la voluntad de satisfacer una necesidad, de acuerdo con las características personales del individuo, los factores culturales, sociales y ambientales, y los estímulos de la mercadotecnia.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Magna eget est lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Sit amet nisl suscipit adipiscing bibendum est ultricies. Aliquet lectus proin nibh nisl condimentum id.



La demanda es una manifestación expresa de un deseo, que está condicionada por los recursos disponibles del individuo o entidad demandante, y por los estímulos de mercadotecnia recibidos.



La investigación, por su diseño, puede clasificarse en tres tipos básicos: ? Diseños exploratorios. ? Diseños descriptivos. ? Diseños causales.



Análisis del mercado

El análisis de mercado es un proceso sistematizado y estructurado para poder recopilar, analizar e interpretar los datos sobre un mercado específico con un objetivo de entender las oportunidades y amenazas de una empresa o producto.



Los pasos para hacer un análisis de mercado son 8 pasos: definir el objetivo para establecer el propósito del producto, identificar el mercado determinado para analizarlo, recopilar los datos para poder interpretar y evaluar, poder identificar tendencias, evaluar la competencias y poder destacar en los mercados, identificar las diferentes oportunidades y amenazas y desarrollar y aprovechar el espacio.

Publicidad y promoción

La publicidad es toda transmisión de información impersonal y remunerada, efectuada a través de un medio de comunicación, dirigida a una audiencia meta, en la que se identifica el emisor, con una finalidad determinada



La publicidad es una forma peculiar de comunicación, esencialmente unilateral, en la que un emisor identificado (el anunciante) dirige su mensaje de forma simultánea a un gran número de receptores anónimos

Son estrategias de marketing utilizadas para comunicar y promover productos, servicios o ideas a un público objetivo.

Fuente Bibliográficas:

Munch, Lourdes. (2015).

Fundamentos de administración.
Ciudad de México, México: Trillas.

Araujo, Noelia. (2015). Guía práctica
para la elaboración de un plan de
empresa. Madrid, España: EAE.

Prieto, Carlos. (2016).

Emprendimiento. Conceptos y plan de
negocios. Ciudad de México, México:
Pearson.

Pedraza, Hugo. (2017). Modelos de
plan de negocio para la micro y
pequeña empresa. Ciudad de México,
México: Grupo editorial patria.

