



Daniela Monserrat Jiménez Palacios

Plan de negocios

Profesor : Víctor Manuel Martínez

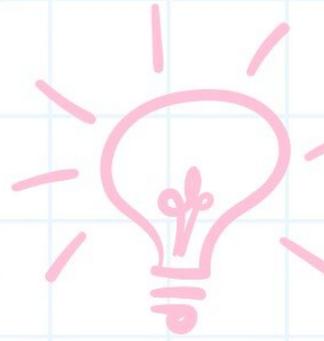
Pérez

7° cuatrimestre

EVALUACIÓN Y GESTIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS

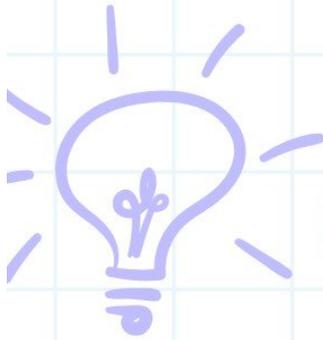
EVALUACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS

Un plan de negocio es un documento ejecutivo donde se plasma una idea, iniciativa o proyecto, es un texto que muestra un nicho o área de oportunidad y en donde se menciona qué tanta rentabilidad tiene.



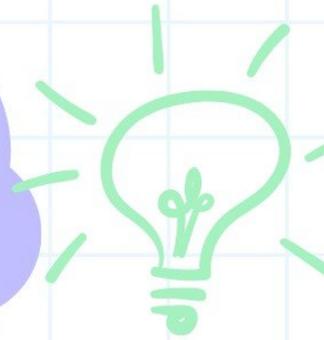
LA PRESENTACIÓN

Los inversionistas no son expertos en su negocio, por lo tanto, es recomendable utilizar un lenguaje y una redacción simple, que cualquiera lo pueda entender. La información que se presenta debe ser clave, clara y completa, asimismo el contenido debe estar actualizado y utilizar fuentes que le pueden dar un soporte a lo que se está explicando.



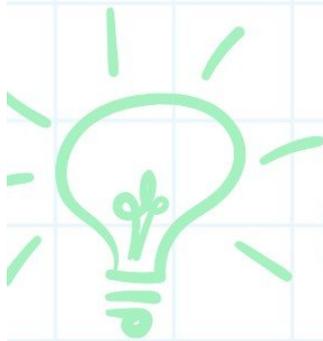
ESTUDIO DE MERCADO

La profundidad de su mercado, especialmente en cuanto a tamaño, estructura y tendencias. Transmita a su interlocutor la información clara y simple. Apóyese en cifras y estadísticas que muestren una tendencia y busque la forma más atractiva para mostrar su negocio como un buen mercado para invertir.



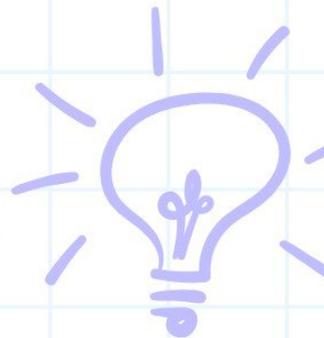
DESCRIPCIÓN COMERCIAL

Agregue datos suficientes para evaluar la viabilidad del proyecto. Establezca costos realistas.



PLAN DE COMPRAS

Agregue un listado de proveedores detallado. Se presentan en el proyecto condiciones referentes a la relación con los proveedores tales como descuentos, periodos de pago o plazo de entregas.



EVALUACIÓN Y GESTIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Detalle los requerimientos de recursos humanos necesarios para su puesta en marcha. Establezca un número adecuado de personal que pretende contratar y analice sus perfiles para llevar a cabo la mejor actividad empresarial.



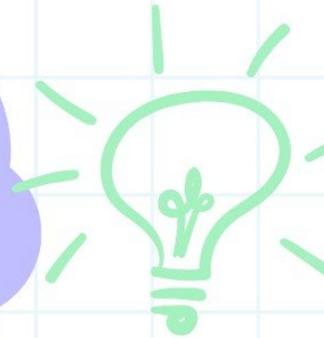
MARCO LEGAL

Suelen ser el dolor de cabeza de todo el proceso, pero son necesarios. Detalle la forma jurídica en que va a operar su empresa, registre su marca y su documento.



ESTUDIO ECONÓMICO

Realice una hipótesis realista que establezca proyecciones financieras. Agregue datos convincentes que permiten aventurar la realidad del proyecto.



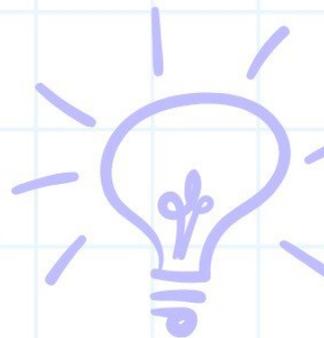
EVALUACIÓN DE RIESGO

Determine de forma realista el riesgo o potencial amenaza para su proyecto. Mencione en el proyecto acciones alternativas y soluciones por tomar si alguno de los riesgos se convierte en realidad.



CONCLUSIONES

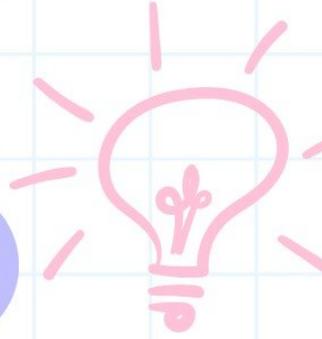
Que visión le da el proyecto y sus objetivos. Determine si es realista, lógico y convincente y concluya si es realmente un buen proyecto.



EVALUACIÓN Y GESTIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS

EVALUACIÓN DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN ÉPOCA DE CRISIS

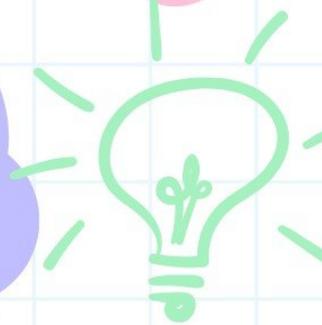
"Un verdadero emprendedor no es un soñador, es un hacedor" - Nolan Bushnell.
Una oportunidad de negocio es una idea a la que hemos encontrado; y esta idea, cuenta con una presencia en el mundo económico pues tiene además mercado y rentabilidad.
Seguramente has soñado despierto, imaginando hasta el más mínimo detalle de tu empresa, incluso puedes escuchar el murmullo de los pasillos y sientes la adrenalina de imaginarte tomando grandes decisiones. Y, también seguramente, a partir de una idea que brincó en tu mente.



En la trinidad básica para tomar una oportunidad de negocio, las ideas suelen ser las primeras en aparecer claras; sin embargo, también es necesario encontrar la presencia de nuestras ideas dentro del mercado, así como analizar cuál es su rentabilidad.
Una vez que tengamos la trinidad completa, podremos dejar de soñar para comenzar a realizar nuestra idea y sobre todo en una época difícil por la atravesamos en la actualidad con una crisis de salud y económica, que también por supuesto abren las puertas a nuevas oportunidades de negocios, sobre todo relacionados con el entorno en que se viv



En época de crisis no cabe añorar como sucedió cuando fundó la empresa; solo es tiempo de despertar y dejar de soñar; no ver la época dorada del negocio sino la dura realidad. El permanecer soñando en estos momentos de crisis solo asegura una derrota contundente en los negocios.
Las oportunidades no solo son escasas, sino que cuando se presentan, se presentan disfrazadas de problemas.



La economía a nivel mundial está en constante movimiento y evolución, así como está compuesta por una gran cantidad de elementos. Entre estos, el mercado y la rentabilidad.
Ya que el mercado es esencialmente el espacio físico donde se dan los intercambios y una vez que sabes a quiénes va dirigida tu idea, debes localizar cómo sustentarla desde su propia rentabilidad para saber cuáles son los beneficios o ganancias conseguidas o que pueden obtenerse de una inversión



• Genera valor en tu marca. Creemos que tener un buen producto es suficiente para posicionarnos dentro del mercado, cuando en realidad debemos enfocarnos en crear un producto que genere una experiencia deleitante. Un ejemplo muy claro de esto es Coca Cola: si bien el producto que ofrece es una serie de bebidas gaseosas, aquello que promueve como experiencia es el valor de la familia. ¡Encuentra tu valor en el mercado!
• Otorga una experiencia única en tu mercado. Si el cliente está deleitado con tu valor y además su experiencia como cliente es más que satisfactoria, te habrás asegurado de generar fidelidad dentro de tu segmento de mercado y, por tanto, podrás generar números de rentabilidad satisfactorios.
• Ten un seguimiento financiero cuidadoso y tómalo como guía. Conocer y comprender los números de tu empresa te permitirá establecer una asignación de precios que satisfaga tanto las necesidades de tu empresa como la de tus clientes y consumidores.

