

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Escuela Superior Huejutla





Área Académica: Licenciatura en Sistemas Computacionales

Tema: PLAN DE NEGOCIOS

Profesor: L.D. Zitlally Hernández Rico.

Periodo: Julio – Diciembre 2011

Keywords: “Map describes the trajectory of a company”





Tema: PLAN DE NEGOCIOS

Abstract

- Creating a written plan that evaluates all aspects of the economic viability of your business venture including a description and analysis of your business prospects.

Keywords: : “Map describes the trajectory of a company”





¿ Iniciaría usted un viaje , sin antes haberlo planeado ?.
Si No .

Pues el Plan de Negocios es su equivalente, se define
pues
como un mapa que describe la trayectoria de la empresa
o negocio, en tres tiempos:

a.-Pasado, a manera de introducción;

b.-Presente: con las especificaciones de la situación al
momento;

c.-Futuro: con las proyecciones de metas y objetivos.





ESTUDIO REDACTADO

- La elaboración de un plan de negocio lleva consigo el seguimiento de una serie de reglas o estándares que afectan a sus aspectos formales, como el vocabulario utilizado, la estructura interna del documento, el contenido de cada apartado concreto o la propia presentación formal del documento, todo ello en función de los objetivos que persigue su elaboración.





A continuación proponemos un sumario o esquema del contenido de un plan de negocio, esquema que desarrollaremos más adelante de manera detallada.

- Formato del plan de negocios.
- Declaración de la visión.
- Las personas.
- Test económico.





FINALIDAD

Cuando pensamos en un Plan de Negocios generalmente pensamos que sólo nos sirve para la búsqueda de financiamiento pero no es totalmente cierto. El primer objetivo de un Plan de Negocios debe ser el de definir de manera precisa y objetiva la factibilidad del proyecto o empresa y debe ser consultado y actualizado

constantemente para no perder la orientación del negocio.





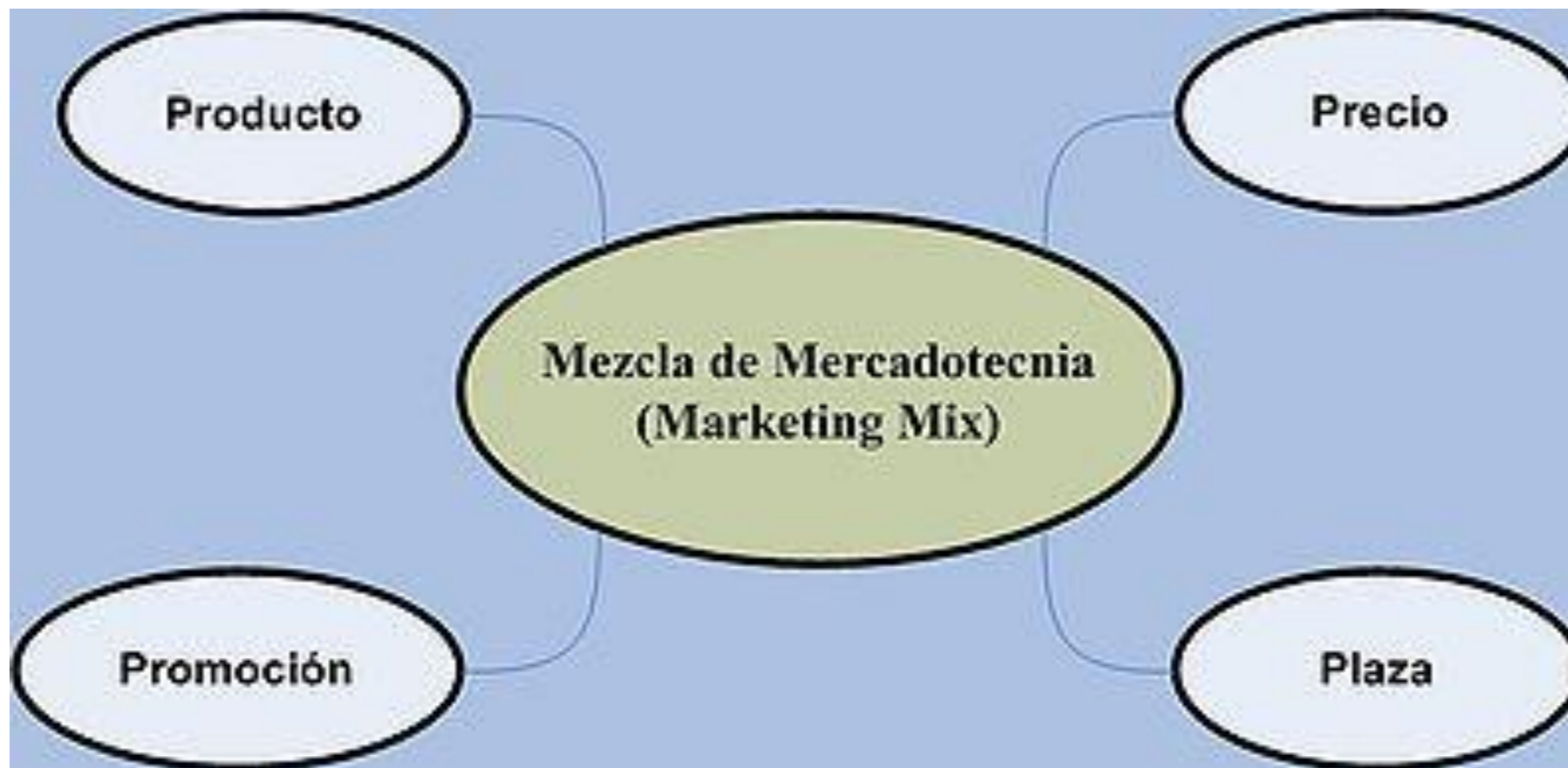
MEZCLA DE MERCADOTECNIA

Se denomina Mezcla de Mercadotecnia (llamado también Marketing Mix, Mezcla Comercial, Mix Comercial, etc.) a las herramientas o variables de las que dispone el responsable de la mercadotecnia para cumplir con los objetivos de la compañía.





Elementos de la mezcla de mercadotecnia







ORGANIZACIÓN DE MERCADOTECNIA

Organización: Es el proceso de delimitar responsabilidades y asignar autoridad a aquellas personas que pondrán en práctica el Plan de Mercadotecnia. Además, en ésta fase se definen y diferencian las diferentes tareas y se busca a la gente apropiada para cada una de ellas. Dicho en otras palabras, se determina qué tareas hay que hacer, quién las hace, cómo se agrupan, quién rinde cuentas a quién y dónde se toman las decisiones.





PLAN DE PRODUCCIÓN

El objetivo del Plan de Producción es detallar como se van a fabricar los productos que se ha previsto vender. Se trata de conocer los recursos humanos y materiales que habrá que movilizar para llevar adelante la nueva empresa.





PASOS PARA ELABORAR UN PRODUCTO.

- Proceso de fabricación.
- Proceso de fabricación.
- Capacidad de producción.
- Proveedores.





ESTUDIO FINANCIERO

En el estudio financiero esta integrado por elementos informativo cuantitativo que permiten decidir y observar la viabilidad de un plan de negocios, en ellos se integra el comportamiento de la operaciones necesarias para que un empresa marche y visualizando a su vez el crecimiento de la misma en el tiempo.





Las inversiones del proyecto pueden clasificarse en función de los factores que queramos considerar. Las más habituales son:

A- Físicas(Proyectos)

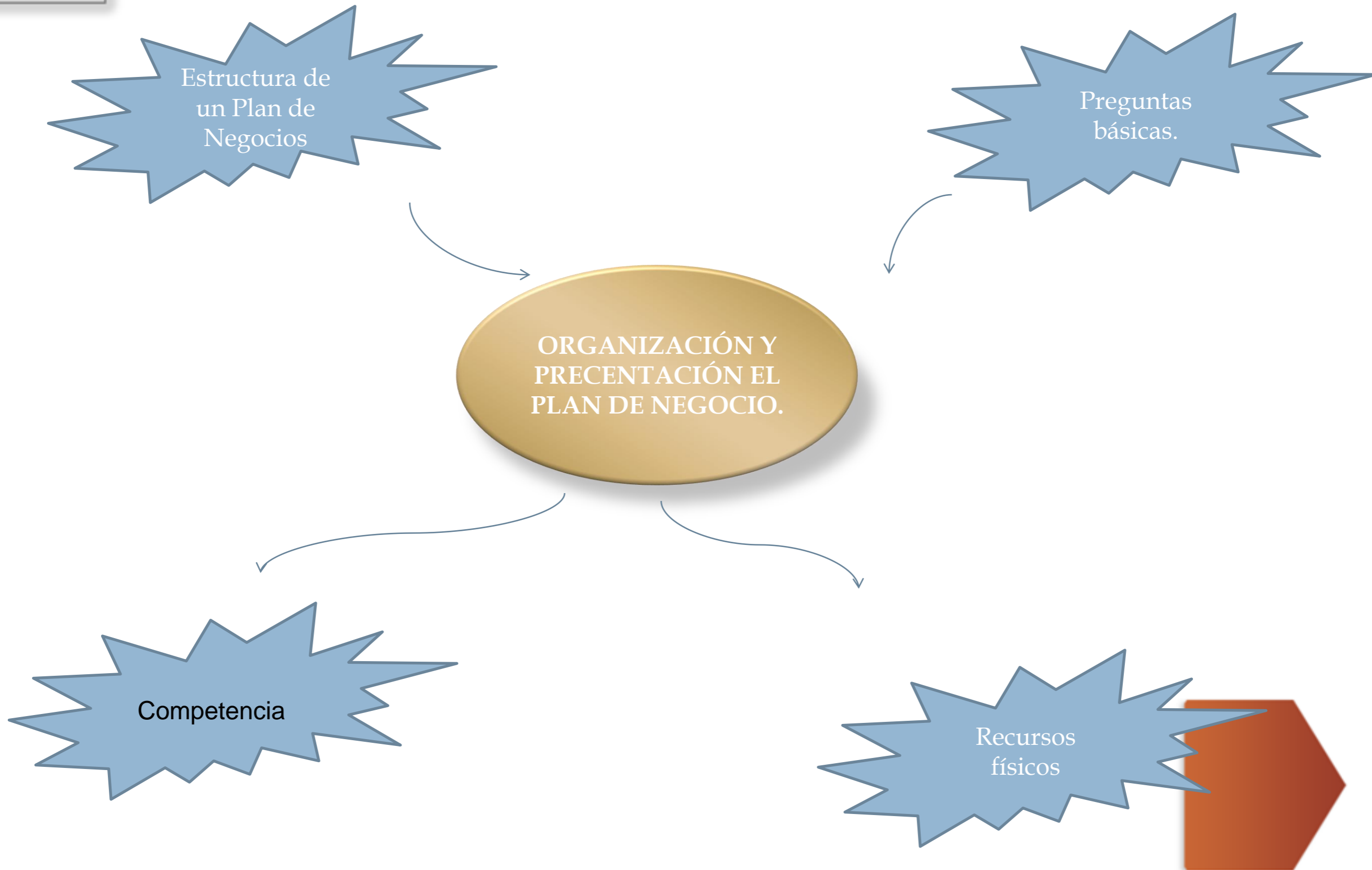
A1- Expansión(aumento de demanda)

A2- Innovación(nuevos productos)

A3- Reemplazo(en bienes productivos)

A4- Estratégicas(posición futura de la empresa)







REQUISITOS DE PROYECTOS

Es importante determinar los requisitos y las necesidades de administración de los proyectos de la organización.





Caracterización de los proyectos

El número de proyectos en los que trabaja la organización en un momento dado.

El tamaño de los proyectos, que varía con el número de tareas y asignaciones que incluyen los proyectos

El período de tiempo necesario para completar un proyecto.

El número de integrantes del grupo a los que se asignan tareas de proyectos.





BIBLIOGRAFIA

PLANDE NEGOCIOS

ANATOMÍA DE UN PLAN DE NEGOCIO

Autora: Linda Pinson

EL PLAN DE NEGOCIOS

Autor: Antonio Borello

