

Nombre del Estudiante				GRADO	
Sede	PRINCIPAL	Jornada	MAÑANA	Año	
Correo electrónico:					
<b>Docente Tecnología e Informática:</b>	XIOMARA RENTERÍA MORENO				

## TALLER N°1

### *Tema: Plan de negocio*

Realiza el taller una parte en **Word** con normas de **APA** (portada, letra **ARIAL NARROW**, tamaño **12**, los párrafos deben estar **justificados** con **interlineado** a 1.5, debe tener **Bibliografía** o **Cibergrafía**) siguientes puntos, debe poner la pregunta, esta debe estar en una **carpeta compartida personal de Drive de Gmail**.

Desarrollar en un **documento de Word** los siguientes puntos del resumen ejecutivo:

### 1. Portada e índice

La primera impresión influirá sin duda en la decisión de los inversores. Debes incluir en el plan de negocio una portada simple pero precisa con todos los datos sobre la empresa: logo, nombre, dirección, teléfono, email, web, nombre del fundador y, si es conveniente, una foto del producto o servicio, nombre de la institución educativa, ciudad y año.

Con el índice deberás ordenar todos los puntos del plan de negocio con el número de página correspondiente. Hazlo lo más completo posible para que el lector se haga una idea clara de lo que contiene el documento.

### 2. Resumen ejecutivo con las necesidades y objetivos de tu negocio

En la primera parte del documento deberás realizar un resumen descriptivo de la idea que incluya los siguientes puntos: el producto o servicio y sus ventajas, la oportunidad en el mercado, el equipo de gestión y la rentabilidad esperada.

Deberás definir la necesidad o el problema que tu negocio pretende resolver.



### **3. Describir cómo resolverás el problema explicado en el resumen**

En este punto debes describir la misión de tu negocio. Una lista de acciones que tu empresa necesita para hacer frente a un problema existente en el mercado.

- Describe qué es tu producto o servicio, qué obtendrán los clientes con su compra y cuáles son sus puntos débiles o inconvenientes. Esto último es muy importante a la hora de hacer un plan de negocio, los lectores valorarán mucho tu sinceridad.
- Seguro que ya existen empresas que están trabajando por los mismos objetivos. Identifícalas y pregúntate: ¿Cómo voy a diferenciarme?

### **4. Explicar por qué tu negocio es único y quién formará parte de él.**

Hacer un plan de negocio supone examinar las fortalezas y debilidades de tu competencia, una vez identificadas podrás justificar por qué tu negocio es único. Debes distinguirse de la multitud para aumentar la oportunidad de inversión.

En este punto también puedes incluir las habilidades de tu equipo para conseguir hacer tu negocio único. Es decir, hacer referencia a la siguiente información:

- Cómo se llevará a cabo la administración de la empresa.
- Describir la trayectoria y experiencia de cada miembro del equipo.
- Aclarar cómo vas a cubrir las principales áreas de producción, ventas, marketing, finanzas y administración.
- Incluir las cuentas de gestión, ventas, control de stock y control de calidad.
- Analizar, si lo ves necesario, la ubicación de la empresa y las ventajas e inconvenientes de esta situación.

### **5. Enumerar las características del mercado en el que desarrollarás tu negocio**



- Tendrás que analizar las condiciones del mercado: cómo es de grande, a qué ritmo está creciendo y cuál es su potencial de beneficio.
- Explica cómo vas a investigar a tu audiencia y con qué herramientas.
- Conocer el target del mercado en el que se desarrollará el negocio y dirigir tus estrategias de marketing hacia ese target. Si no orientas tu estrategia de marketing perderás tiempo, esfuerzo y dinero. Asegúrate de que resuelves las siguientes dudas de los inversores: ¿Cuáles son los productos de tu competencia y cómo los crean? ¿Por qué alguien va a abandonar a tus competidores actuales para comprar en tu negocio?

## 6. Idear estrategias promocionales

En este punto es donde debe ir incluido el plan de marketing de tu negocio. Es quizás uno de los pasos más relevantes al hacer un plan de negocio. Las estrategias promocionales y de marketing podrían determinar el éxito o el fracaso de tu empresa. Para ordenar toda esta información intenta contestar a varias preguntas:

- ¿Cómo vas a posicionar tu producto o servicio? (Compara características como el precio, la calidad o el tiempo de respuesta con las de tus competidores)
- ¿Cómo vas a vender a tus clientes? (Teléfono, página web, cara a cara, agentes...)
- ¿Quiénes serán tus primeros clientes?
- ¿Cómo identificarás a los clientes potenciales?
- ¿Cómo vas a promocionar tu negocio? (Publicidad, relaciones públicas, email marketing, estrategia de contenidos, social media...)
- ¿Qué beneficio alcanzará cada parte de tu negocio?



