



CASOS DE NEGOCIOS

MVP Business Strategy

Índice

| | | | |
|--|-----------|---|-----------|
| Presentación | 5 | LA ESTRATEGIA DE VENTAS | 42 |
| | | Promoción de ventas | 43 |
| | | Estrategia de ventas personales | 44 |
| Competencias | 7 | CAMPAÑA MERCADOLÓGICA | 45 |
| GENÉRICAS | 7 | LAS VENTAJAS DE DISEÑAR LA IMAGEN CORPORATIVA, LAS ESTRATEGIAS DE VENTAS Y UNA CAMPAÑA MERCADOLÓGICA | 45 |
| PROFESIONALES BÁSICAS | 7 | Cómo crear la imagen corporativa, las estrategias de venta y una campaña mercadológica | 46 |
| | | Creando una campaña mercadológica | 47 |
| UNIDAD 1 | | Instrumentos de evaluación | 48 |
| Planeación empresarial | 10 | RÚBRICA DE DESEMPEÑO | 48 |
| LECTURA CONTEXTUALIZADORA | 10 | RÚBRICA DE DESEMPEÑO DE ACTIVIDADES GRUPALES | 49 |
| EVALUACIÓN TIPO ENLACE | 13 | INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN | 49 |
| EVALUACIÓN DIAGNÓSTICA | 14 | COEVALUACIÓN DEL TRABAJO EN EQUIPO | 50 |
| CONTENIDO | 15 | | |
| LA MISIÓN | 15 | UNIDAD 2 | |
| LA VISIÓN | 17 | Organización empresarial | 56 |
| LOS VALORES | 19 | LECTURA CONTEXTUALIZADORA | 56 |
| LA FILOSOFÍA | 21 | EVALUACIÓN TIPO ENLACE | 59 |
| IMPORTANCIA Y FUNCIONES DE LA MISIÓN, VISIÓN, VALORES Y FILOSOFÍA EN UNA EMPRESA | 23 | EVALUACIÓN DIAGNÓSTICA | 60 |
| ANÁLISIS FODA | 26 | CONTENIDO | 62 |
| OBJETO SOCIAL | 29 | PLAN DE PRODUCCIÓN | 62 |
| PRODUCTO | 31 | ESTUDIO DE MERCADO | 64 |
| ESTUDIO DE MERCADO | 34 | PRONÓSTICOS DE VENTAS | 64 |
| MERCADOTECNIA DIRIGIDA: ESCUCHANDO A LOS CONSUMIDORES | 37 | PROVEEDORES | 65 |
| Nicho de mercado | 37 | ELECCIÓN DE PROVEEDORES | 66 |
| Mercado meta | 37 | INVERSIÓN DE LA PRODUCCIÓN | 70 |
| La importancia de conocer el nicho de mercado y el mercado meta | 37 | | |
| ESTUDIO DE CASO | 39 | | |
| PLAN DE MERCADO | 40 | | |
| LA IMAGEN CORPORATIVA | 41 | | |

| | | | |
|---|-----------|---|------------|
| COSTOS DE PRODUCCIÓN | 71 | UNIDAD 3 | |
| CAPITAL DE TRABAJO | 72 | Viabilidad empresarial | 104 |
| PLAN DE PRODUCCIÓN | 73 | LECTURA CONTEXTUALIZADORA | 104 |
| DETERMINACIÓN DE UN FLUJO DE PROCESO | 75 | EVALUACIÓN TIPO ENLACE | 107 |
| ELABORACIÓN DEL PLAN DE PRODUCCIÓN | 76 | EVALUACIÓN DIAGNÓSTICA | 108 |
| ALMACENAMIENTO DE PRODUCTO FINAL | 79 | CONTENIDO | 109 |
| ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL | 81 | PROYECCIÓN FINANCIERA | 109 |
| DIVISIÓN DEL TRABAJO | 81 | PUNTO DE EQUILIBRIO | 110 |
| Jerarquización | 81 | Importancia del punto de equilibrio | 111 |
| Departamentalización | 82 | TIEMPO DE RECUPERACIÓN | 113 |
| Tipos de departamentalización | 83 | ¿Cómo se calcula el tiempo de recuperación? | 114 |
| Análisis y descripción de puestos | 85 | ¿Qué ocurriría si el tiempo de recuperación fuera demasiado amplio? | 116 |
| COORDINACIÓN | 86 | Utilidad de calcular el tiempo de recuperación | 116 |
| TIPOS DE ORGANIZACIÓN | 86 | PLAN DE EXPANSIÓN | 117 |
| TÉCNICAS DE ORGANIZACIÓN | 86 | Mercados alternos | 118 |
| Organigramas | 87 | Crecimiento | 120 |
| Manuales | 88 | Reinversión | 122 |
| Procedimientos | 88 | VIABILIDAD DEL PROYECTO | 126 |
| Diagramas de flujo | 89 | Inversión inicial | 128 |
| Formatos | 89 | Capital de trabajo | 129 |
| COMUNICACIÓN | 89 | Ventas | 130 |
| EL MODELO DE LA COMUNICACIÓN | 90 | LAS CONTRIBUCIONES | 132 |
| COMUNICACIÓN FORMAL E INFORMAL | 92 | Instrumentos de evaluación | 136 |
| BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL | 94 | ACTIVIDAD INTEGRADORA DEL CASO DE NEGOCIOS | 138 |
| Instrumentos de evaluación | 96 | OBJETIVOS | 138 |
| RÚBRICA DE DESEMPEÑO | 96 | INICIO DEL EJERCICIO | 138 |
| COEVALUACIÓN DEL TRABAJO EN EQUIPO | 97 | | |
| | | Bibliografía | 140 |

Presentación

Al momento de elaborar el presente libro nos preocupamos por mostrar al alumno de bachillerato la importancia del manejo de la información, de tener una visión amplia de las cosas, de tener criterio y de transformar dicha información en conocimiento que le permita ser más competitivo.

Entre muchas otras cosas, uno de los objetivos primordiales de este libro consiste en romper el paradigma que lleva a los emprendedores a no realizar una pequeña planeación de su idea de negocio y tomarse el tiempo suficiente para estimar el rumbo que tomará su proyecto.

Por lo anterior, nuestro libro, de una manera muy práctica y fácil de entender, muestra los conceptos fundamentales que debe tener una estructura de plan de negocios, a la medida de las necesidades del alumno. Es importante que cada uno de los temas se vaya relacionando con la vida real y el propósito del proyecto a elaborar.

Al final es posible llevar hasta ustedes, luego de un largo trabajo de investigación y debate entre nuestros autores, este libro, el cual pretende colaborar con el desarrollo integral de estudiantes, profesores y directivos. Lo anterior no hubiera sido posible sin el trabajo que las autoridades del nivel medio superior han realizado para desarrollar planes y programas de estudio que den solución a problemas que alumnos y profesores enfrentan de manera cotidiana.

Contribuir a la mejora del proceso de enseñanza-aprendizaje es la bandera de este libro y de nuestra editorial.

Didacteca Editorial

FUSIÓN
EDUCATIVA

Competencias

GENÉRICAS

Se conoce y valora a sí mismo y aborda problemas y retos teniendo en cuenta los objetivos que persigue.

- Analiza críticamente los factores que influyen en su toma de decisiones.
- Administra los recursos disponibles teniendo en cuenta las restricciones para el logro de sus metas.

Escucha, interpreta y emite mensajes pertinentes en distintos contextos mediante la utilización de medios, códigos y herramientas apropiados.

- Aplica distintas estrategias comunicativas según quienes sean sus interlocutores, el contexto en el que se encuentra y los objetivos que persigue.

Desarrolla innovaciones y propone soluciones a problemas a partir de métodos establecidos.

- Sigue instrucciones y procedimientos de manera reflexiva, comprendiendo cómo cada uno de sus pasos contribuye al alcance de un objetivo.

Sustenta una postura personal sobre temas de interés y relevancia general, considerando otro punto de vista de manera crítica y reflexiva.

- Estructura ideas y argumentos de manera clara, coherente y sintética.

Aprende por iniciativa e interés propio a lo largo de la vida.

- Define metas y da seguimiento a sus procesos de construcción de conocimiento.
- Articula saberes de diversos campos y establece relaciones entre ellos y su vida cotidiana.

Participa y colabora de manera efectiva en equipos diversos.

- Propone maneras de solucionar un problema o desarrollar un proyecto en equipo, definiendo un curso de acción con pasos específicos.
- Aporta puntos de vista con apertura y considera los de otras personas de manera reflexiva.
- Asume una actitud constructiva, congruente con los conocimientos y habilidades con los que cuenta, dentro de distintos equipos de trabajo.
- Participa con una conciencia cívica y ética en la vida de su comunidad, región, México y el mundo.
- Privilegia el diálogo como mecanismo para la solución de conflictos.
- Contribuye a alcanzar un equilibrio entre el interés y bienestar individual y el interés general de la sociedad.

PROFESIONALES BÁSICAS

Campo: Administración

- Controla los recursos de la empresa mediante la generación de evidencias escritas, con base en los procedimientos y políticas establecidas.
- Organiza los procedimientos establecidos por la empresa para el abastecimiento, cuidado y distribución de los recursos materiales.
- Diseña procesos de venta para la empresa.
- Diseña investigaciones de mercado para la empresa.
- Analiza las variables macroeconómicas que determinan el ambiente empresarial, para el desarrollo de las empresas.
- Aplica los métodos de análisis financieros para determinar la rentabilidad y liquidez de la empresa.
- Realiza la evaluación técnica, económica y financiera de los proyectos productivos.