



UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLAS DE HIDALGO
FACULTAD DE CONTADURIA Y CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



“DESARROLLO DE UN DESPACHO DE CONSULTORIA A TRAVES DE UN
MODELO DE PLAN DE NEGOCIOS.”

TESIS

PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACION

PRESENTA:
MARIO ALBERTO PEREZ SANCHEZ

ASESOR DE TESIS:
L.A.E. JOEL RENE SORIA GARCIA.

MORELIA, MICHOACAN. MAYO 2013.



“AGRADECIMIENTOS”

Al finalizar esta etapa de mi vida quiero expresar mi más profundo agradecimiento a todas y cada una de las personas que con su apoyo, motivación y ejemplo fomentaron en mí el entusiasmo necesario para el logro de este objetivo.

“A DIOS”

Por darme la vida, así como la dicha de poder alcanzar el logro de un sueño que mediante sus bendiciones hoy es una realidad.

“A MIS PADRES”

Onésimo y María Guadalupe, por impulsarme a la superación, por su confianza, por su amor, por los valores que inculcaron en mí, por su entrega y su ejemplo.

“A MIS HERMANOS”

Claudia Lilia y Victor Hugo, por ser un ejemplo a seguir, por agrandar en mí la ilusión de alcanzar mis sueños y por compartirme todas y cada una de sus experiencias.

“A MI ASESOR”

L.A.E. Joel René Soria García; por compartirme su enseñanza académica y profesional y dedicarme el tiempo para el logro de este objetivo.



“A LA UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLAS DE HIDALGO”

Por darme la oportunidad de estudiar y ser parte de mi superación profesional.

“A MIS CUÑADOS”

Janet e Isidro, por todo el apoyo que me brindaron a lo largo de esta etapa de mi vida.



INDICE

INTRODUCCION.....	7
JUSTIFICACION.....	9
PLANTEAMINETO DEL PROBLEMA.....	10
HIPOTESIS.....	11
OBJETIVOS DE INVESTIGACION.....	11
A) GENERAL.	
B) ESPECIFICOS.	
VARIABLES DE INVESTIGACION.....	12
A) DEPENDIENTES.	
B) INDEPENDIENTES.	
 1.- MARCO TEORICO.	
1.1.- EVOLUCION DEL PENSAMIENTO ADMINISTRATIVO.....	13
1.2.- ADMINISTRACION, RETOS Y DESAFIOS.....	21
1.3.- PROCESO ADMINISTRATIVO COMO HERRAMIENTA DE LA ADMINISTRACION.....	25
1.4.- PLANEACION ESTRATEGICA COMO HERRAMIENTA DIAGNOSTICA Y BASE PARA EL DESARROLLO DE ESTRATEGIAS.....	29
1.4.1.- DEFINISION DE VISION.....	35
1.4.2.- DEFINISION DE MISION.....	35
1.4.3.- FILOSOFIA.....	36
1.4.4.- DEFINICION Y CONCEPTO DE ESTRATEGIA.....	37



1.4.5.- CONCEPTO DE VENTAJA COMPETITIVA.....	38
1.5.- PLAN DE NEGOCIOS COMO MODELO PARA EL DESARROLLO DE UN DESPACHO DE CONSULTORIA.....	38
 2.- MODELO APLICATIVO DEL PLAN DE NEGOCIOS.	
2.1.- ANALISIS ESTRATEGICO PARA LA CREACION DE UN DESPACHO DE CONSULTORIA.....	44
2.2.- DETERMINACION DE LOS SERVICIOS AL RESULTADO DE UN ESTUDIO DE MERCADO.....	52
2.3.- IDENTIFICACION DE LA VENTAJA COMPETITIVA Y LINEAS ESTRATEGICAS.....	54
2.4.- DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS.....	62
 3.- IMPLEMENTACION.	
3.1.- OBJETIVO ESTRATEGICO, MISION, VISION Y VALORES EN QUE SE BASA EL DESEMPEÑO DEL DESPACHO.....	84
3.2.- CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA EL ARRANQUE DEL DESPACHO DE CONSULTORIA.....	86
3.3.- ESTRUCTURA OPERATIVA Y FUNCIONAL.....	90
3.4.- ESTRATEGIAS PARA EL ENFOQUE EN EL MERCADO POTENCIAL.....	91
3.5.- PORTAFOLIO DE SERVICIOS.....	93
3.6.- DISEÑO CURRICULAR DEL DESPACHO DE CONSULTORIA.....	96
CONCLUSIONES.....	97



BIBLIOGRAFIA.....	99
-------------------	----

- DOCUMENTADA.
- VIRTUAL.

ANEXOS.....	100
-------------	-----



**“DESARROLLO DE UN DESPACHO DE CONSULTORIA A TRAVES DE
UN MODELO DE PLAN DE NEGOCIOS.”**



INTRODUCCION.

El siguiente trabajo de investigación está dirigido a todos los futuros emprendedores que en la actualidad cuentan con ideas importantes para poder generar un bien o servicio que satisfaga tanto las necesidades de la sociedad como las propias.

Lo anterior será posible mediante un proyecto de planeación que ayude a que la ejecución de todas y cada una de las fases de la creación de un negocio sea en tiempo y forma correcta.

Por ello es importante conocer lo valioso que es un Plan de Negocios como marco referencial y etapas que deberá cumplir la planeación, implementación y desarrollo de un negocio, el cual nos permitirá tener bien definidos los objetivos, misión, visión, estructuras y procedimientos, así como los recursos monetarios esenciales que servirán como base de una idea clara de los resultados que se desean obtener, de manera, que se disminuya el riesgo de fracaso; pues con la aplicación de un Plan de Negocios será posible brindar mayor seguridad a los socios y a su vez convencer a futuros inversionistas que les sea de interés nuestro proyecto de planeación.

Por ello en el presente trabajo se busca explicar todas y cada una de las etapas necesarias para desarrollar un Plan de Negocios diseñándolas en elementos claves, de manera, que al ejecutarlas sean piedra angular de todas y cada una de las actividades que conlleva realizar una empresa.

Por otro lado, esta investigación nos permitirá entender realmente lo importante que es el establecer y definir una buena ventaja competitiva; a la que podemos entender como una idea que nos permitirá destacar y sobresalir ante empresas del mismo mercado y así obtener una posición competitiva dentro del mismo; la cual será parte principal del accionar de la empresa, así como también el establecer



una visión y misión que ejemplifiquen adecuadamente la filosofía que se busca implantar tanto en el grupo de trabajo como en el mercado.

La finalidad del Plan de Negocios será el de mentalizarnos a proyectar una nueva empresa que con el desarrollo de su ciclo de vida nos permita ir generando nuevas y diversas ideas, que basadas en una ventaja competitiva, den forma a los distintos objetivos a los que se pretende llegar



JUSTIFICACION.

En la actualidad y en base a las estadísticas, solo el 10% de las empresas sobrevive, por ello; un elemento que sustenta este trabajo de investigación es el problema que en su gran mayoría se enfrentan los posibles emprendedores de un negocio, debido a que difícilmente consideran la idea de generar una planeación estratégica que sea aplicable a sus objetivos empresariales y que a su vez satisfaga tanto las necesidades de la sociedad, proporcionando un bien o servicio; como las necesidades propias como lo es el generar ingresos.

Si bien es cierto que en la mayoría de las ocasiones no contamos con el conocimiento adecuado de lo que es planear y mucho menos establecer estrategias que nos permitan elaborar, ejecutar y evaluar las distintas tareas esenciales que conlleva realizar una operación empresarial como lo es la creación de una empresa, también es cierto que todo lo anterior es posible lograrlo mediante la dedicación y aplicación de un análisis de todo lo que conlleva un Plan de Negocios; mismo que podemos visualizar como un instrumento básico de dirección que nos permitirá, tanto a las personas como a las empresas mismas, establecer una dirección y orientación concreta para encaminar tanto a los recursos humanos como financieros a la realización optima de los objetivos que deseamos alcanzar.

Es importante considerar en gran medida al Plan de Negocios, ya que permite a las empresas mantener en la actualidad un equilibrio que ejercerá para hacer frente al reto de satisfacer distintas necesidades tanto de sociedad como de la empresa misma.

Por ello la justificación primordial de este trabajo de investigación es el de ejemplificar todas y cada una de las etapas que conlleva la realización de un Plan de Negocios en materia de emprender una empresa que brinde satisfacciones, en este caso proveer bienes de servicio, a la sociedad.



PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

En la actualidad y debido a los cambios volátiles que se dan en la economía del país la mayoría de las personas se encuentran en la necesidad de conseguir los recursos económicos, ya sea mediante familiares o amigos, o en el mayor de los casos en instituciones financieras, para emprender un posible negocio mediante el enfoque de ideas basadas en creación e innovación de proveer un bien o servicio, esto, con la finalidad de obtener ingresos que sean base sustentable de sus necesidades. Pero en muchas de las ocasiones no existe en la gran mayoría de las personas un conocimiento de salud financiera, el cual les permita proyectar un plan de manera que auguren un alto porcentaje de éxito.

Por ello, expertos en la materia como lo es Mario Alberto García Díaz proponen e identifican un Plan de Negocios sistematizado, al cual lo define como un elemento fundamental que sirve para diseñar y analizar distintas circunstancias dentro de una sociedad, y a su vez dentro de la organización; que conlleven a producir un modelo altamente competitivo; puesto que en muchas de las ocasiones las mismas instituciones financieras, para otorgar un crédito económico, les es indispensable que la persona cuente con una buena estabilidad económica o un buen Plan de Negocios prometedor en el cual le permitan visualizar ideas claras de los resultados que el futuro empresario pretende alcanzar.



HIPOTESIS.

Un Despacho de Consultoría Administrativa, de Capacitación y de Tecnología de información. Así como cualquier empresa de nueva creación, incrementa la probabilidad de sobrevivencia en la medida en que se ajuste a la aplicación de un Modelo de Plan de Negocios.

OBJETIVOS DE INVESTIGACION.

OBJETIVO GENERAL

Identificar y solventar los requerimientos que hoy en día deben atender las empresas de nueva creación en su micro entorno y macro entorno para asegurar la sobrevivencia dentro y fuera de su ámbito de operativo.

OBJETIVOS ESPECIFICOS.

- * Identificar a partir de un diagnóstico las ventajas y oportunidades que debemos de atender en base al Plan de Negocios.
- * Contribuir a la creación de planes estratégicos acorde a las necesidades y requerimientos para la creación de un despacho consultivo.
- * Generar sistemas de estructura funcional operativa y de control administrativo que nos permitan hacer más con menos.
- * Implementar estrategias y focalizar las acciones en función del objetivo y la visión creada con la finalidad de tener mayor rentabilidad y un alto nivel de competitividad.



VARIABLES DE INVESTIGACION.

DEPENDIENTE

- Capta información estratégica que permita incrementar la posibilidad de sobrevivencia de una empresa de nueva creación mediante el Desarrollo de un Modelo de Plan de Negocios.
- Aplicación de la información y herramientas administrativas de apoyo para la creación de un Despacho de Consultoría Administrativa, de Capacitación y de Tecnología de información.

INDEPENDIENTE

- Desarrollo de un Modelo de Plan de negocios con base en evidencias.



1.- MARCO TEORICO.

1.1.- EVOLUCION DEL PENSAMIENTO ADMINISTRATIVO.

Durante este periodo se presentaron diversas teorías, que como fin buscaban contribuir en el establecimiento de conceptos, principios, normas y procesos, que permitieran el logro de un mejoramiento constante en las distintas organizaciones. Todo esto basado en un Pensamiento Administrativo; al cual lo podemos identificar como un conjunto de ideas que surgen en torno a un fenómeno, en este caso lo establecemos mediante dos elementos, el primero es el comportamiento de los trabajadores dentro de la organización, en tanto que el segundo serian las diferentes formas de ejecutar las acciones, en su mayoría de planeación, dentro de la misma; en otras palabras podemos decir que mediante una ideología se pretendía establecer todos y cada uno de los elementos necesarios en una organización para poder alcanzar un crecimiento mayor día con día.

Es por ello que una de las principales teorías dentro del Pensamiento Administrativo es la:

TEORIA CIENTIFICA.

Se inicio por Frederick Winslow Taylor (1856-1915) cuya finalidad era estudiar los métodos de trabajo y las operaciones que realizaban los trabajadores en la producción de bienes y productos con el fin de eliminar tiempos y movimientos innecesarios y a su vez elevar el rendimiento de los trabajadores.¹

Con tal propósito Taylor propuso que debía de estudiar los tiempos y movimientos, organizar las funciones del trabajo, seleccionar a los trabajadores científicamente, establecer los salarios dependiendo la actividad que realizaran y utilizar herramientas de trabajo para así poder mejorar la producción.

1M.A. ESTRADA RIVERA, JAVIER, "Antecedentes, Teorías y su proceso, Enfoque Teórico Práctico". Colegio de Bachilleres Plantel 3, 1998. pag.12



TEORIA CLASICA.

Fue formulada por Henry Fayol (1841-1925) en la cual buscaba que las empresas y sus directivos aplicaran el conocimiento administrativo para obtener un mejor funcionamiento y aprovechamiento de sus recursos, lo cual se lograría empleando áreas funcionales como por ejemplo: Operaciones técnicas, tales como: producción, fabricación y transformación; Operaciones comerciales: como compras, ventas y cambios; Operaciones financieras que se refieren a la búsqueda y gerencia de capitales; Operaciones de seguridad, como protección de los bienes y de los trabajadores; Operaciones de contabilidad que incluyen inventario, balance y precio de costo; y , Operaciones administrativas como previsión, organización, dirección y control.²

TEORIA HUMANO RELACIONISTA.

Su finalidad es estudiar al trabajador como ser humano dentro del proceso de producción con el fin de identificar la forma en que el trabajo y sus condiciones influían en el comportamiento de los mismos y las conductas que mostraban por no ser considerados como personas sino como seres productivos.³

Fue así como poco a poco y con el paso del tiempo se fue dando la importancia debida a una base del Pensamiento Administrativo, que sin duda es de gran ayuda para alcanzar el éxito en las distintas áreas operativas y estratégicas de la organización, como lo es la Planeación.

TEORIA NEO-HUMANO RELACIONISTA.

Tiene por objeto destacar las habilidades de los directivos en la conducción de sus subordinados en el proceso de la producción de manera que se logre un ambiente

²M.A. ESTRADA RIVERA, JAVIER, "Antecedentes, Teorías y su proceso, Enfoque Teórico Práctico". Colegio de Bachilleres Plantel 3, 1998. Pág. 14

³M.A. ESTRADA RIVERA, JAVIER, "Antecedentes, Teorías y su proceso, Enfoque Teórico Práctico". Colegio de Bachilleres Plantel 3, 1998. Pág. 16



propicio en el que los trabajadores aporten sus conocimientos y habilidades a la organización y sean tomados más en cuenta al desarrollar sus actividades, logrando involucrarlos cada vez más en la toma de decisiones de la organización y que al mismo tiempo participen más en la administración de la misma.

El iniciador de esta teoría fue Douglas Mc Gregor (1906-1964) el cual basado en el objetivo de esta teoría concluyo que existían dos tipos de supervisores y dio pie a la creación de dos teorías: la Teoría X; en la cual ubicaba al supervisor pesimista tradicional pues lo define como aquel que muestra poca confianza hacia los trabajadores y le brinda pocas posibilidades de participación en la organización; y la Teoría Y en la que se encontraba el supervisor optimista, al cual lo denomino así por la confianza y buenos deseos que brindaba a sus trabajadores, lo cual, mejoraba el desempeño de estos dentro de la organización.⁴

Para estos dos tipos de Teorías Mc Gregor sugirió dos estilos de administración en las organizaciones. La primera se presenta a través de controles externos impuestos a las personas, y en la segunda teoría, promueve la participación y la democratización de la organización para lograr una mejor producción.

Con lo anterior podemos observar que es una de las teorías con mayor relevancia dentro del Pensamiento Administrativo, por la aportación a las distintas organizaciones, que sin duda, en la actualidad sirven de parámetro para lograr un mayor desempeño de sus colaboradores.

ANTECEDENTES DE LA ADMINISTRACION.

Son hechos históricos de acontecimientos sociales que muestran el inicio y desarrollo desde sus inicios hasta nuestros días los cuales permiten entender y comprender la evolución de la Administración, así como la forma en la que se ha

⁴M.A. ESTRADA RIVERA, JAVIER, "Antecedentes, Teorías y su proceso, Enfoque Teórico Práctico". Colegio de Bachilleres Plantel 3, 1998. Pág. 24-25.



venido aplicando en diversas épocas y situaciones por las que ha atravesado el hombre.

Como por ejemplo.

Primeras etapas del hombre

Esta etapa como característica presenta la organización colectiva del trabajo, con lo cual se facilitaba la casa de los animales y la recolección de frutos, la distribución y la asignación de las tareas a las mujeres y hombres de acuerdo a su fortaleza, y fuerza física e inteligencia, además del descubrimiento del don de dirigir a otros hombres.⁵

Algunos de los antecedentes de la Administración previos a la Revolución Industrial se dieron con la formulación de registros contables, a través de los cuales se realizaba el control de ingresos y egresos del dinero y de los bienes que se obtenían por el intercambio y venta de productos y servicios; la organización de los grupos sociales y de los negocios, con lo que buscaban que fueran mejores y funcionaran bien. Ya durante y posterior a la Revolución Industrial se presentaron la realización de estudios científicos, así como el análisis de las funciones de las empresas y los procesos que se llevaban a cabo en la conducción de los trabajadores y medios de la empresa, además de que aparecieron los estudios de las necesidades humanas y el papel que debe otorgar la empresa a los trabajadores para lograr un mejor rendimiento dentro de la producción.⁶

⁵M.A. ESTRADA RIVERA, JAVIER, "Antecedentes, Teorías y su proceso, Enfoque Teórico Práctico". Colegio de Bachilleres Plantel 3, 1998. Pág. 6

⁶M.A. ESTRADA RIVERA, JAVIER, "Antecedentes, Teorías y su proceso, Enfoque Teórico Práctico". Colegio de Bachilleres Plantel 3, 1998. Pág. 7

MODOS DE PRODUCCION.

Los medios de producción son formas de trabajo que los diversos grupos sociales adoptaron en la satisfacción de sus necesidades y la manera en que aprovechan los medios necesarios en dicha satisfacción.

Dentro de estos podemos encontrar los siguientes:

MODO PRIMITIVO

Cada individuo obtiene los satisfactores que requiere en su vida de acuerdo a su esfuerzo, así si una persona empleaba mayor fuerza en su actividad, obtenía una mayor cantidad de recompensa.⁷



MODO ESCLAVISTA.

Este se dio aproximadamente en el año 1870 y se caracterizaba porque generaba situaciones sociales entre los grupos de hombres como las clases sociales y la

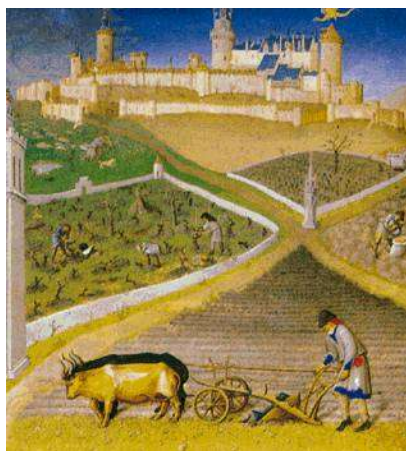
⁷M.A. ESTRADA RIVERA, JAVIER, "Antecedentes, Teorías y su proceso, Enfoque Teórico Práctico". Colegio de Bachilleres Plantel 3, 1998. Pág. 8

creación de un grupo dominante que gozaba de poder para vender y negociar esclavos como si fueran objetos.⁸



MODO FEUDAL.

Podemos definir al Feudalismo como una forma de producción a través de la cual el señor feudal proporcionaba sus tierras a los siervos a cambio de obediencia, sumisión, fidelidad y de procurarse mutua ayuda, aun en ocasiones de guerra; puesto que los hombres gozaban de mayor libertad y eran tratados de mejor manera que en el esclavismo, ya que a diferencia del esclavismo, debían trabajar y entregar al señor feudal una parte de lo obtenido como pago por el trabajo de las tierras, puesto que no eran dueños de estas, y así a su vez, si mostraban obediencia y lealtad el señor feudal les obsequiaba una parte o la totalidad de las tierras.⁹



⁸M.A. ESTRADA RIVERA, JAVIER, "Antecedentes, Teorías y su proceso, Enfoque Teórico Práctico". Colegio de Bachilleres Plantel 3, 1998. Pág. 9

⁹M.A. ESTRADA RIVERA, JAVIER, "Antecedentes, Teorías y su proceso, Enfoque Teórico Práctico". Colegio de Bachilleres Plantel 3, 1998. Pág. 9



Ya con el paso del tiempo la Administración fue creciendo tanto en la sociedad como en las organizaciones, ya que dicho crecimiento se veía reflejado en las distintas necesidades que la propia organización tenía para llevar a cabo la aplicación de las distintas actividades que se debían desarrollar en cualquiera de las áreas; en las que se presentaban desde situaciones de dirigir y capacitar a los recursos humanos, elaboración de planes a corto y largo plazo, hasta la planeación de los recursos financieros.

Fue por ello que los administradores tuvieron la necesidad de enfocar más la atención en los trabajadores y crear a su vez un ambiente propicio un ambiente propicio en donde se sintieran más a gusto al momento de estar en su jornada laboral.

Es importante mencionar que debido a la situación económica que se vive actualmente en México, muchas de las personas optamos por crear nuestras propias fuentes de empleo o formas de percibir algún ingreso de manera constante y gradual para poder hacer frente a nuestras necesidades de sobrevivencia en el país, orillándonos a que en muchas de las ocasiones, tomemos como base nuestra experiencia empírica y decidamos dar forma a un posible proyecto laboral que tal vez, en muchas de las posibilidades, carece de un éxito seguro, ya que difícilmente no tomamos en cuenta todo lo necesario para realizar la creación de un negocio.

Es por eso que un método que sin duda sirve como base primordial en la creación de una organización en la que se busca tener éxito dentro de un determinado giro laboral es el llamado PLAN DE NEGOCIOS, al cual lo podemos visualizar como una herramienta que nos permitirá llevar a cabo la ejecución de todas y cada una de las actividades necesarias para lograr el objetivo deseado.¹⁰

Es importante considerar que para llevar a cabo la ejecución de un Plan de Negocios es necesario saber que es la Administración, la cual, como nos

¹⁰GASCA BRETON, HUGO, Revista Pyme "ADMINISTRATE HOY", Revista mensual Mayo 2012 Pág. 71



menciona Henri Fayol; la Administración significa prever, organizar, dirigir, coordinar y controlar.

Prever.- es escrutar el futuro y articular el programa de acción.

Organizar.- es constituir el doble organismo material y social de la empresa.

Dirigir.- es hacer funcionar al personal.

Coordinar.- es relacionar, unir y armonizar todos los actos y todos los esfuerzos.

George Terry y Stephen G. Franklin indican que la Administración es un proceso muy particular que consiste en las actividades de planeación, organización ejecución y control de manera que sirvan para determinar y alcanzar los objetivos.¹¹

Idalberto Chiavenato dice que la Administración es la conducción racional de las actividades de una organización.

Agustín Reyes Ponce define a la Administración como el conjunto sistemático de reglas para lograr la máxima eficiencia en las formas de estructurar y manejar un organismo social, es decir, que la Administración es la técnica de la coordinación, resultados de máxima eficiencia en la coordinación de las cosas y personas que integran una empresa.

José Antonio Fernández Arena define a la Administración como la ciencia social que persigue la satisfacción de objetivos por medio de un mecanismo de operación mediante el esfuerzo humano.¹²

¹¹M.A. ESTRADA RIVERA, JAVIER, "Antecedentes, Teorías y su proceso, Enfoque Teórico Práctico". Colegio de Bachilleres Plantel 3, 1998. Pág.4

¹²M.A. ESTRADA RIVERA, JAVIER, "Antecedentes, Teorías y su proceso, Enfoque Teórico Práctico". Colegio de Bachilleres Plantel 3, 1998. Pág.5



1.2.- ADMINISTRACION, RETOS Y DESAFIOS.

La Administración con el transcurso de los años se ha visto en la necesidad de afrontar poco a poco tanto el avance de la sociedad como el económico y tecnológico en el que se ha desarrollado el hombre.¹³

Es por ello que la Administración sigue y seguirá siendo de mucha importancia para la necesidad humana, ya que algunos hechos históricos demuestran que el hombre desde su origen ha tenido que organizarse para alcanzar algunas de sus metas, mismas que le permiten vivir y desarrollarse en grupos y que le originaban satisfacer sus necesidades de manera eficiente.

Por eso en la época actual es más necesario para el hombre organizarse de manera que pueda producir los satisfactores que requiere para desarrollarse dentro de una sociedad en constante evolución.

La Administración, al formar parte fundamental en el desarrollo de las actividades del ser humano, posee características inherentes a este, que le permiten emplear una universalidad, esto con la finalidad de relacionarse y lograr un fin que le proporcione determinados resultados y así satisfaga sus necesidades.

Para el hombre el uso de la Administración no solo representa organización en sus actividades, sino también, representa la ejecución de diferentes ciencias y técnicas que puede emplear como herramienta para generarse un mayor crecimiento interdisciplinario.

Algunas de las ciencias y técnicas son:

- Psicología
- Derecho
- Sociología
- Economía

¹³NADER GARDUÑO, MARIA TERESITA; "PRINCIPIOS DE ADMINISTRACION", 1ª. edición ED. Trillas, 2001Pag. 10



- Antropología
- Matemáticas¹⁴

Con estas ciencias y técnicas el hombre ha podido sobrevivir al avance tecnológico que se ha estado presentado, ya que hace pocos años en México el avanzar de la mano con la tecnología era relativamente fácil, ya que todo lo que se producía se vendía, en tanto que, actualmente encontramos que los mercados cada vez son más conflictivos, pues existe una gran cantidad de productos de tecnología de punta con los que se tienen que competir, y que las empresas u organizaciones que no cuentan con una planeación acorde a las necesidades que representan los avances tecnológicos, pueden generarse un déficit en sus ingresos que en el futuro les podría representar perder terreno en el mercado de negocios en el que se desarrollen.

En México tanto el ser humano como la mayoría de las empresas no han prestado atención al aspecto tecnológico como debiera de ser, ya que por causa económica o falta de interés, no se cuenta con una cultura tecnológica que les permita generar productos de mayor calidad y que les evitara en la actualidad formar parte del grupo de empresas que les cuesta mucho trabajo ubicarse en un mercado competitivo basado en el avance tecnológico.

Es por eso que la Administración toma una mayor importancia de la dependencia que se tiene hoy en día de la tecnología, ya que forma parte de esta dentro de cada organización, y a su vez desarrolla procedimientos de trabajo en las diferentes áreas funcionales.

¹⁴http://www.angelfire.com/zine2/uvmlce_lama/padmon.htm



Es importante mencionar que en una situación de subdesarrollo y dependencia de tecnología, la Administración cuenta con dos opciones como posible apoyo a las organizaciones y a su vez para el mismo ser humano como son:

- Puede adicionarse a los fenómenos de la dependencia a la tecnología, y entonces ignorar la incidencia de las limitaciones estructurales para respaldar teórica y prácticamente el desarrollo de una administración posesionada por problemas contenidos y recomendaciones elaboradas en los países con desarrollo tecnológico.¹⁵
- Puede asumir plenamente la realidad del medio, lo que implicará concentrarse en sus problemas específicos, detectar y señalar las limitaciones estructurales, fijar prioridades de investigación respecto a las importaciones tecnológicas de manera que pueda contribuir a la producción de una tecnología que le permita tener mayor competitividad dentro del mercado.¹⁶

Al implementar estas opciones las empresas podrán generarse mayor crecimiento de producción que les permitirá identificar de una manera más detallada las necesidades que la sociedad exige mediante un avance tecnológico, además de que les permitirá desarrollar de una manera más eficiente todas y cada una de las tareas de todas las áreas que comprendan su proceso de producción.

En la actualidad un elemento que no queda fuera del alcance de la Administración es la globalización, ya que al ser un proceso económico que integra distintas economías en una economía mundial, puede generar que las organizaciones intenten administrarse dentro de un contexto global de manera que puedan hacer frente a diferentes aspectos que intervienen en la producción de los diferentes productos en un mercado, como son: las diferentes culturas entre los trabajadores,

¹⁵MARTINEZ FUENTES, ALEJANDRO;"EVOLUCION DE LA ADMINISTRACION. TEORIAS Y SISTEMAS",1ª edición, FCCA. Mayo 2005.Pag. 175

¹⁶MARTINEZ FUENTES, ALEJANDRO;"EVOLUCION DE LA ADMINISTRACION. TEORIAS Y SISTEMAS",1ª edición, FCCA. Mayo 2005.Pag. 176



los diferentes niveles tecnológicos entre los países, así como las leyes y sistemas políticos que varían inmensamente de una nación a otra.¹⁷

La Administración, ya sea nacional o internacional, puede tomar diferentes formas que impliquen el alcance de las distintas metas de las empresas al extender sus actividades administrativas que incluyan un mayor énfasis en su organización, ya que analiza y lucha con la competencia de los diferentes mercados de manera que establezca una sociedad de mayor presencia dentro de la globalización mundial.

Un ejemplo de sociedad formal internacional dentro de la globalización es la de Toshiba Corporation y Time Warner. El primero productor japonés de computadoras; y el segundo, conglomerado de las comunicaciones que posee un gran estudio de filmación en Hollywood, recientemente formaron una sociedad para desarrollar una nueva tecnología para la presentación de películas a los consumidores. Esta tecnología se denomina el disco de video digital (DVD) en la cual en una división de trabajo natural, Toshiba se centrara en hacer el hardware necesario y Time Warner producirá películas para que se puedan presentar en esta tecnología.¹⁸

Con esto se muestra que la Administración es necesaria para los gerentes de las diferentes empresas que buscan ser parte de la economía mundial generada mediante un proceso administrativo que les permita implementar ideas y a su vez productos con avance tecnológico con los que puedan tener participación dentro de la globalización tanto nacional como internacional.

¹⁷C.CERTO, SAMUEL, "ADMINISTRACION MODERNA", 8ª edición, ED. Prentice Hall, 2001.Pag. 76

¹⁸C.CERTO, SAMUEL, "ADMINISTRACION MODERNA", 8ª edición, ED. Prentice Hall, 2001.Pag. 77



1.3.- PROCESO ADMINISTRATIVO COMO HERRAMIENTA DE LA ADMINISTRACION.

Para definir al Proceso Administrativo es importante considerar que un Proceso es el conjunto de pasos o etapas necesarios para llevar a cabo una actividad o lograr un objetivo deseado. Por ello al Proceso Administrativo lo definimos como un conjunto de acciones interrelacionadas e interdependientes que conforman la función de la Administración e involucra diferentes actividades tendientes a la consecución de un fin a través del uso óptimo de recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos.¹⁹

Uno de los teóricos de la Administración que explica el Proceso Administrativo es Agustín Reyes Ponce; el cual divide el Proceso Administrativo en dos etapas:

ETAPA MECANICA { PREVISION
PLANEACION
ORGANIZACIÓN

ETAPA DINAMICA { INTEGRACION
DIRECCION
CONTROL²⁰

¹⁹<http://www.definicion.org/proceso-administrativo>

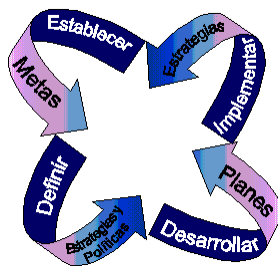
²⁰<http://www.nefijacob.itgo.com>

En el cual la PREVISION es el elemento de la Administración en el que, con base en las condiciones futuras en que una empresa habrá de encontrarse, se determinan los principales cursos de actuación que nos permitirán llevar a cabo la ejecución de los objetivos. Se basa en 3 etapas: 1.- definición del propósito; 2.- investigación y, 3.- desarrollo de alternativas.²¹



El segundo elemento de la Etapa Mecánica es la PLANEACION, la cual consiste en fijar el curso de acción que han de seguirse, estableciendo los principios que orientaran la secuencia de las operaciones a realizar y determinar el tiempo y recursos necesarios para la ejecución de las acciones a ejecutar.

Dentro de la Planeación podremos fijar objetivos, definir políticas, establecer programas así como fijar presupuestos de las respectivas áreas de la empresa.²²



²¹ <http://administracioninformatica.wikispaces.com/file/view/AUTORES+DE+LA+ADMINISTRACION.docx>

²² <http://administracioninformatica.wikispaces.com/file/view/AUTORES+DE+LA+ADMINISTRACION.docx>

El tercer elemento de esta etapa es la ORGANIZACIÓN, la cual es la estructura técnica de las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos de una organización, con el fin de lograr su máxima eficiencia dentro de los planes y objetivos establecidos por la misma.

Contempla estructuras y sistemas, en donde las primeras nos permitirán definir las relaciones de autoridad y comunicación en cuanto a las funciones, niveles y jerarquías de los responsables de las áreas de la organización, en tanto; que los sistemas, definirán los procedimientos y métodos que deberán seguirse.²³



En cuanto a la etapa dinámica el primer elemento es la INTEGRACION, la cual permite obtener y articular los elementos materiales y humanos que la Planeación y la Organización señalan para llevar a cabo el funcionamiento de la empresa.

La Integración dentro de la empresa nos ayudara a efectuar el reclutamiento, selección, adiestramiento así como el desarrollo de habilidades, capacidades o actitudes que favorezcan al cumplimiento de todos y cada uno de los objetivos y metas establecidos por la empresa.²⁴



²³<http://administracioninformatica.wikispaces.com/file/view/AUTORES+DE+LA+ADMINISTRACION.docx>

²⁴<http://administracioninformatica.wikispaces.com/file/view/AUTORES+DE+LA+ADMINISTRACION.docx>



La DIRECCION es el segundo elemento de la etapa dinámica, en la cual se logra la realización efectiva de todo lo planeado, es decir, permite tomar decisiones de manera que se cumplan en forma adecuada todas las acciones que deberán realizarse para alcanzar los objetivos.²⁵

Y como tercer, y último, elemento de esta etapa, está el CONTROL, el cual consiste en establecer sistemas que nos permitan medir resultados actuales y pasados en relación con los esperados, esto con el fin de saber si se han obtenido los resultados que se esperaban, o en su caso, corregir, mejorar o formular planes que permitan obtener los beneficios esperados.²⁶

²⁵<http://administracioninformatica.wikispaces.com/file/view/AUTORES+DE+LA+ADMINISTRACION.docx>

²⁶<http://administracioninformatica.wikispaces.com/file/view/AUTORES+DE+LA+ADMINISTRACION.docx>



1.4.- PLANEACION ESTRATEGICA COMO HERRAMIENTA DIAGNOSTICA Y BASE PARA EL DESARROLLO DE ESTRATEGIAS.

A la Planeación la podemos entender como la selección de misiones, objetivos y acciones que se requieren realizar para tomar decisiones, es decir, seleccionar entre diversos cursos de acción, ya que es un proceso absorbente que nos hace pensar en términos del futuro como los objetos, situaciones estudios y distintos fenómenos que nos rodean a efecto de anteponernos a problemas que puedan presentarse en un determinado momento.²⁷

Por otro lado la Estrategia es aquella que se emplea en el sentido de determinar los objetivos básicos a largo plazo así como la adopción de cursos de acción junto con la asignación de recursos necesarios para alcanzarlos.

De manera que con lo anterior la idea principal de la Planeación Estratégica es la de enfocar la dirección y posición futura de la empresa, lo cual se lograra mediante el desarrollo de varias fases que permitan adecuar estratégicamente a la organización en forma eficiente y competitiva.²⁸

PLANEACION ESTRATEGICA

A la Planeación Estratégica la podemos definir como la selección de misiones, objetivos y las acciones que se requieren para tomar decisiones, es decir, seleccionar entre diversos cursos de acción futuros, ya que es un proceso absorbente que nos hace pensar en términos del futuro lo cual se refiere a tener un pensamiento constante de las cosas, objetos, situaciones estudios y de distintos fenómenos que nos rodean a efecto de anteponernos a problemas que pudieran presentarse en un determinado momento.

Para planear es necesario tomar en cuenta los principios que fundamentan a la Planeación, tales como:

²⁷L.A.E SORIA GARCIA, JOEL RENE, "PENSAMIENTO ESTRATEGICO" Power Point.

²⁸

L.A.E SORIA GARCIA, JOEL RENE, "PENSAMIENTO ESTRATEGICO" Power Point.



- De la factibilidad: se refiere a que los planes deben ser posibles de realizarse atendiendo a los recursos y tiempos disponibles y a las condiciones que rodean al objetivo a lograr.²⁹
- De la precisión: se basa en que los planes deben formularse con claridad, evitando consideraciones vagas que obstaculicen su realización.³⁰
- De la flexibilidad: los planes formulados deben dejar un margen o espacio de tiempo que permitan efectuar cambios en los mismos cuando el objetivo que se persigue se desvía de su curso.³¹
- De la unidad: puede existir un solo plan para cada tarea o actividad de una empresa, pero es necesario que todos ellos formen una unidad para poder lograr que lo planeado se dirija al mismo objetivo.³²

Todos estos principios nos señalan que conforme se va actualizando la sociedad las necesidades de ejecutar todas y cada una de las acciones dentro de una organización se deben encaminar a un solo objetivo que es el de planear el desarrollo del futuro y así poder lograr los propósitos y objetivos deseados.

Los planes que deben formularse al planear las actividades de la empresa son:

- Misión.- es la que identifica la función de una organización, y es mediante la cual se identifica la misma ya sea como el producir bienes y/o servicios.
- Objetivos.- son los estados ideales hacia donde se pretende llegar y en los que se debe poner todo el esfuerzo para su logro, ya que constituyen los fines hacia los cuales las organizaciones se dirigen y quieren llegar.

29

M.A. ESTRADA RIVERA, JAVIER, "Antecedentes, Teorías y su proceso, Enfoque Teórico Práctico". Colegio de Bachilleres Plantel 3, 1998. Pág. 34

30

M.A. ESTRADA RIVERA, JAVIER, "Antecedentes, Teorías y su proceso, Enfoque Teórico Práctico". Colegio de Bachilleres Plantel 3, 1998. Pág. 34

31

M.A. ESTRADA RIVERA, JAVIER, "Antecedentes, Teorías y su proceso, Enfoque Teórico Práctico". Colegio de Bachilleres Plantel 3, 1998. Pág. 34

32

M.A. ESTRADA RIVERA, JAVIER, "Antecedentes, Teorías y su proceso, Enfoque Teórico Práctico". Colegio de Bachilleres Plantel 3, 1998. Pág. 34



- Estrategias.- este término se deriva de la palabra griega strategos que significa “general”, y es en donde se emplea el sentido de determinar los objetivos básicos a largo plazo y la adopción de cursos de acción junto con la asignación de recursos necesarios para alcanzarlos.
- Metas.- son planes cuantitativos que establecen el resultado al que se espera llegar en un tiempo determinado, pues indican las cantidades que se obtendrán de las actividades, así como de los productos o ganancias de la organización.
- Pronósticos.- son estimaciones cualitativas de las actividades o acciones a realizar en la organización, con miras a lograr un objetivo, es decir mediante el estudio y análisis de diversas variables, como pueden ser económicas, sociales, políticas, resultados obtenidos, etc.³³
- Presupuestos.- son estimaciones cuantitativas de los recursos económicos que se emplearan en el cumplimiento de los objetivos, estrategias, metas y programas establecidos por la organización y su importancia radica en la determinación de los fondos económicos requeridos en las operaciones de la misma.
- Programas.- son el conjunto de acciones a realizar por la organización, con la asignación de objetivos establecidos para llegar al fin deseado.
- Políticas.- son guías de acción que orientan el pensamiento y la toma de decisiones de los directivos y trabajadores en general, ya que se formulan de acuerdo a las actividades desarrolladas en las diferentes áreas de la organización.



- Reglas.- estas describen con claridad las acciones específicas en donde se pretende lograr que las personas en relación al su comportamiento se apeguen a los objetivos que se tienen en común dentro de la organización.

Por otro lado la palabra Estrategia es la que aborda la dirección hacia la cual debe dirigirse la organización, así como factores claves que ayudaran a la organización a determinar sus productos, servicios y mercados futuros.

Por ello la Estrategia es un plan que nos definirá como ganarles a los competidores mediante una serie de acciones que describan las propuestas de valores que buscamos implantar mediante un cambio constante de pruebas que arrojen resultados en beneficio del funcionamiento de la organización.

Con lo anterior podemos decir que la Planeación Estratégica nos permitirá aplicar un proceso de toma de decisiones apropiadas a la mejor asignación de los recursos con los que contemos, para lograr así los fines establecidos mediante la definición de un futuro deseado aplicando las acciones necesarias para alcanzarlo.

Por lo que para lograr un proceso formal de Planeación Estratégica es importante considerar los siguientes pasos.³⁴

- Selección de la misión corporativa así como de las principales metas.
- Analizar el ambiente competitivo externo de la organización para identificar oportunidades y amenazas.
- Analizar el ambiente operativo interno de la organización para identificar fuerzas y debilidades.
- Seleccionar estrategias que construyan sobre las fuerzas de la organización y corrijan sus debilidades para poder aprovechar las oportunidades externas y hacer frente a las amenazas externas.

³⁴CHRALES W. HILL, GARETH R. JONES. "ADMINISTRACION ESTRATEGICA UN ENFOQUE INTEGRADO", ED. McGRAW HILL, 2005.Pag.10 capítulo 1



- Poner la estrategia en práctica.

MODELO DE APLICACIÓN

Un análisis que sin duda sirve como modelo para poder realizar un estudio de las distintas situaciones que se podrían presentar dentro de un Desarrollo de Plan de negocios de un Despacho de Consultoría es el llamado FODA, pues nos permite analizar las diferentes características internas, (Fortalezas y Debilidades) así como las externas (Oportunidades y Amenazas); a las que nos pudiéramos enfrentar al llevarlo a cabo; es decir es una herramienta que nos permite conocer la situación en que se encuentra el proyecto de manera que podamos planificar una estrategia que a futuro nos permita obtener y ofrecer mayores beneficios.

Para ello es importante poder dar respuesta a las siguientes preguntas:

- ¿Cómo se puede destacar cada fortaleza?
- ¿Cómo aprovechar cada oportunidad?
- ¿Cómo defender una debilidad?
- ¿Cómo detener una amenaza?

Tomando en cuenta dichos cuestionamientos podremos determinar tanto las ventajas competitivas como las diversas estrategias que se podrán emplear en el desarrollo del objetivo que se desea alcanzar, todo esto utilizando la Matriz FODA que a continuación se describe.³⁵

³⁵http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_DAFO



	FORTALEZAS	DEBILIDADES
ANALISIS INTERNO	CAPACIDADES DISTINTAS VENTAJAS NATURALES RECURSOS SUPERIORES	RECURSOS Y CAPACIDADES ESCASAS RESISTENCIA AL CAMBIO FALTA DE MOTICACION AL PERSONAL
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
ANALISIS EXTERNO	NUEVA TECNOLOGIA POSICIONAMIENTO ESTRATEGICO	ALTOS RIESGOS-CAMBIOS EN EL ENTORNO

De manera que con esta Matriz FODA se puedan establecer tanto las potencialidades, que se dan mediante la combinación de las fortalezas y las oportunidades; así como las limitaciones que se presentan considerando las debilidades y las amenazas en conjunto.



1.4.1.- DEFINICION DE VISION

La Visión es el conjunto de ideas generales que reflejan los anhelos de la organización, ya que proporcionan un marco de referencia de lo que ésta desea ser en un futuro, pues señala el rumbo y la dirección a la que se dirige.³⁶

La Visión es la que representa como es que deseamos vernos en el futuro, ya que, basados en nuestros esfuerzos y objetivos específicos, se intenta ser el punto de atención de los clientes, proveedores, empleados así como de los mismos propietarios. Es decir, será la muestra de nuestros valores que preservaran el curso de la organización de manera que nos permita definir a lo que nos vamos a dedicar en base a una meta específica.



1.4.2.- DEFINICION DE MISION

La Misión es el enunciado que hace el empresario de lo que va a hacer y para quien lo va a hacer. Por lo general, la declaración de la Misión determina la evolución y los perfiles futuros de la organización acerca de quiénes somos, qué hacemos y hacia dónde nos dirigimos. Es decir, expone las intenciones que tienen la organización de determinar una posición empresarial, ya que una Misión bien planteada prepara al negocio para el futuro al establecer su dirección a largo plazo.³⁷

³⁶<http://www.editum.org/Que-son-la-Mision-y-la-Vision-p-1759.html>

³⁷<http://www.editum.org/Que-son-la-Mision-y-la-Vision-p-1759.html>

Definida la Misión, se procede a establecer los objetivos que indiquen un conjunto de resultados deseados por medio de los cuales se pueda medir el avance del negocio en el corto y largo plazo. Los objetivos sirven como indicadores para evaluar la trayectoria del rendimiento de una organización, por lo que deben ser medibles y deben existir puntos de referencia para lograr las metas deseadas.

Un objetivo bien definido tiene varias características: específico en cuanto al tiempo, cuantitativo, flexible, entendible, realista y consistente. Por otro lado, el nivel adecuado para cada objetivo depende principalmente de los siguientes factores: estándares de la industria, potencial de mercado, acceso a capital, tipo de negocio, fuerzas y debilidades del negocio, estructura del financiamiento, estructura de costos, así como posibles tendencias de la economía y de la industria.



1.4.3.- FILOSOFIA.

La filosofía empresarial es la estructura conceptual que la organización define para orientar o inspirar el comportamiento de la organización y que responde a las cuestiones fundamentales de la existencia de la misma, ya que representa la forma de pensar de la organización. Para desarrollarla se deben analizar tres elementos fundamentales, los cuales indican hacia donde se dirige la organización. Estos tres elementos son: misión, visión y valores.

Al ya contar con la definición de Visión y Misión, el tercer elemento de los antes mencionados son los Valores, a los cuales los identificamos como una escala ética



y moral que el individuo posee a la hora de actuar, pues esta se relaciona con la educación que desde niño se ha recibido y que servirá como elemento esencial para poder generar una filosofía acorde a las aspiraciones que desea alcanzar la organización.

1.4.4.- DEFINICION Y CONCEPTO DE ESTRATEGIA.

La Estrategia es el patrón o modelo de decisiones de una empresa que determina y revela sus objetivos, propósitos o metas, que define las principales políticas y planes para lograr esos objetivos y el tipo de negocio que la empresa va a perseguir, la clase de organización económica y no económica que intenta aportar a sus accionistas, trabajadores, clientes, etc.

La Estrategia es el elemento que da origen a toda una serie de definiciones operativas en una cada de las áreas de la organización, constituyendo una guía a partir de la cual la empresa toma definiciones claves en cada una de sus áreas y en sus distintos niveles organizacionales.

Cuatro ideas básicas en las que se apoya la Estrategia son:³⁸

- Es una relación permanente entre la empresa y su entorno.
- Se considera a la Estrategia como una respuesta a las expectativas del empresario, que se concretan en la definición de una misión y unos objetivos a largo plazo.
- Es un modelo de decisión que establece políticas, acciones y la adecuación de medios para cumplir con los objetivos generales de la empresa.
- Es un sistema de solución de los problemas estratégicos de la empresa, o combinación de las amenazas y oportunidades del entorno con las fortalezas y debilidades que muestra la empresa.

³⁸ <http://www4.ujaen.es/~cruiz/diplot-3.pdf>



Con lo anterior la formulación de una Estrategia empresarial se apoya siempre en la necesidad de responder eficientemente y de actuar con eficacia en un entorno complejo, con grandes cambios y sujetos a periodos de crisis a los que se pudiera enfrentar la organización.

1.4.5.- CONCEPTO DE VENTAJA COMPETITIVA.

Una Ventaja competitiva existe cuando una empresa ofrece un producto o servicio que los clientes perciben como superior al de los competidores, con lo cual promueven la rentabilidad de la empresa. Algunas de las rutas que nos llevan a lograr la ventaja competitiva son las que incluyen distinciones en base en precio/valor; características únicas del servicio, atributos notables del producto, experiencias de los clientes y accesibilidad.

Para establecer una Ventaja Competitiva se debe entender la naturaleza del ambiente en el que se opera. Es decir, analizar las tendencias generales y la dinámica de la competencia en que una industria puede indicar oportunidades que se acoplen a las capacidades distintivas de la empresa, ya que el resultado de este análisis puede ampliarse para bloquear los efectos de la respuesta de la competencia.

1.5.- PLAN DE NEGOCIOS COMO MODELO PARA EL DESARROLLO DE UN DESPACHO DE CONSULTORIA.

Un Plan de Negocios es una herramienta que nos permite dar una dirección a la ejecución de las actividades para el logro de los objetivos que nos hemos trazado, ya que con su aplicación nos permite tener respuesta a preguntas como: ¿cuánto?, ¿cómo?, y ¿qué? se va a vender, esto; con la finalidad de disminuir el riesgo de fracaso así como poder mostrar una idea clara de los resultados que se quieren obtener de la empresa.³⁹

³⁹ GASCA BRETON, HUGO, Revista Pyme "ADMINISTRATE HOY", Revista mensual Mayo 2012.Pag. 70



Para tener una buena idea de la situación general del negocio, es necesario hacer una reseña detallada del mismo que exponga los aspectos distintivos de la empresa y de cómo atraerán a los clientes.

Es por ello que se trata de precisar el negocio sobre la base de los clientes que se plantea atender y el tipo de bienes y servicios que se pretende ofrecer, ya que si no se satisfacen las necesidades de los clientes es seguro que el negocio fracase.

Generalmente son tres componentes los que definen el negocio:

- * Las necesidades del consumidor, ¿Qué se ofrece?
- * Los grupos de consumidores, ¿A quién se le vende?
- * Las tecnologías utilizadas y las funciones realizadas, ¿Por qué se elige a la empresa?

Por ello un Plan de Negocios es un documento escrito que establece la idea esencial que nace de un negocio y diversas consideraciones relacionadas con su inicio. El Plan de Negocios tiene cuatro objetivos básicos, 1.- identificar la naturaleza y contexto de la oportunidad de negocios. 2.- presentar el enfoque que el empresario planea tomar para explotar la oportunidad. 3.- identificar los factores que más probablemente determinen si esa idea tendrá éxito. 4.- servir como herramienta para captar capital para el financiamiento.⁴⁰

El Plan de Negocios debe exponer la idea básica del negocio, de manera que describa dónde está ahora, indique donde quiere ir y ejemplifique la forma en que pretende llegar ahí. En otras palabras, debe explicar las variables clave para el éxito o fracaso, lo cual ayudará a prepararse para diferentes situaciones que puedan ocurrir, al anticiparse a pensar sobre lo que podría salir bien y lo que podría salir mal. Por lo que el Plan de Negocios es en gran parte una oportunidad

⁴⁰ GASCA BRETON, HUGO, Revista Pyme "ADMINISTRATE HOY", Revista mensual Mayo 2012. Pag. 69



para que un empresario y un equipo administrativo piensen en los factores claves que impulsan el éxito o fracaso de una aventura de negocios.

Es importante tomar en cuenta que la preparación de un Plan de Negocios es un proceso continuo y en segundo término el medio para llegar a un producto o resultado final, ya que también puede ser una respuesta a algún cambio en el ambiente externo (como el gobierno, la demografía o la industria) que presente nuevas oportunidades.

Los propósitos básicos de un Plan de Negocios son:

- * Servir como una herramienta para que los empresarios cristalicen sus ideas, formulen estrategias y desarrollen e instrumenten sus planes.
- * Servir como un medio para presentar el negocio ante inversionistas y futuros socios y para atraer inversión de capital.
- * Se refiere a los beneficios ambientales y sociales del negocio como un aspecto secundario y no como el aspecto central del mismo. Es por ello que las características de un buen Plan de Negocios se ven reflejadas en los siguientes tres aspectos:⁴¹

- 1.- Eficaz.- contiene todo aquello que un inversor espera conocer.
- 2.- Estructurado.- esta de una forma simple y clara de manera que sea fácil seguirse.
- 3.- Comprensible.- debe ser escrito con claridad, con vocabulario preciso y conceptos muy técnicos.

Un Plan de Negocios tiene dos puntos principales:

- Presentar una declaración claramente articulada de metas y estrategias para uso interno.

⁴¹L.A.E SORIA GARCIA, JOEL RENE, "MANUAL DE ELABORACION DE PLAN DE NEGOCIOS."



- Servir como un documento de venta que debe compartirse con la gente de fuera.

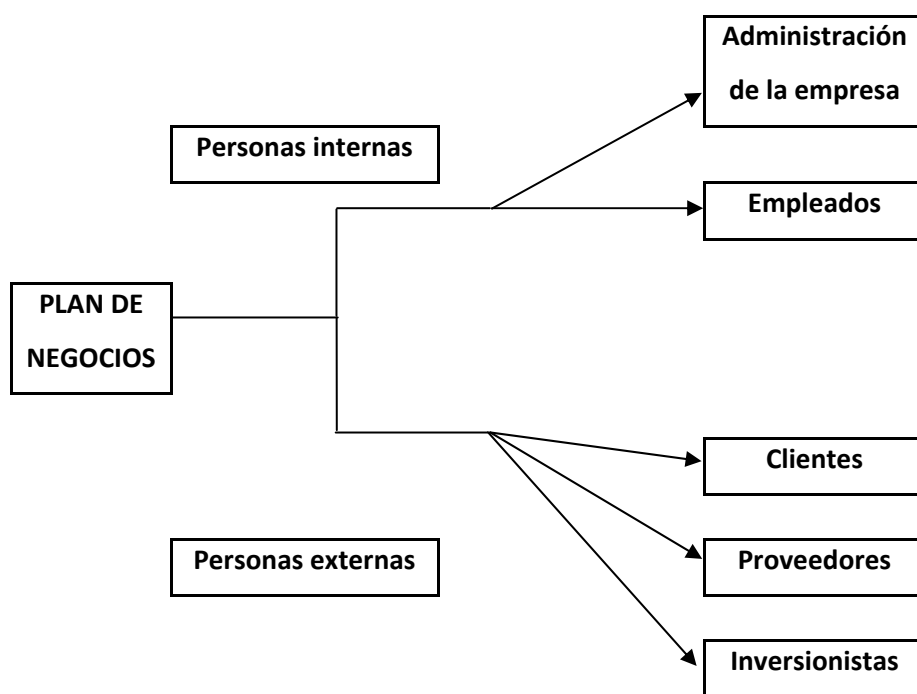
Es importante conocer algunos de los lineamientos básicos para la elaboración de un Plan de Negocios, ya que nos permitirán enfocar de una manera más clara lo que se desea lograr mediante la aplicación de este. Estos lineamientos son:

- Ser fácil de leer y entender. La competencia por el financiamiento proveniente de los bancos o inversionistas es significativa y esto requiere que el plan de negocios cuente con un buen formato, con un orden lógico de las ideas y fácil de entender.
- Poner énfasis en el mercado, no en el producto. Se debe reconocer que los banqueros o inversionistas están sumamente interesados en conocer cómo el producto o servicio de la empresa será recibido o aceptado en el mercado, ya que a ellos les interesa la investigación de mercado que demuestra como los consumidores se beneficiaran con el producto o servicio y su motivación para comprarlo.
- Incluir un plan de distribución. Se debe presentar un plan que indique cómo la empresa venderá y distribuirá sus servicios o productos. Debe describirse claramente el método y costo de llevar el producto o servicio al mercado.
- Presentar las fortalezas del equipo de administración. La administración de la empresa es fundamental para su éxito por ello se debe indicar que la empresa tiene personal altamente capacitado para administrar.
- Presentar proyecciones financieras creíbles. Presentar una situación realista, sustentada con supuestos validados, de lo que el financiamiento hará para la empresa.
- Describir claramente cómo la empresa competirá en el mercado. Se debe demostrar que el producto o servicio puede competir con la competencia y

en qué forma. Además se debe indicar cómo o porqué es superior el producto o servicio al de la competencia.⁴²

Teniendo presentes los lineamientos antes mencionados y considerando propósitos fundamentales del Plan de Negocios podremos obtener financiamientos externos para la empresa, el cual le permitirá operar y crecer en función de sus diversas tareas para producir el producto o servicio.

Se podrá también proveer un plan con componentes estratégicos y tácticos para el desarrollo de la empresa dentro del mercado de negocios. Un esquema que ofrece una visión de quiénes son los que podrían tener interés en un Plan de Negocios para un nuevo proyecto es:



FUENTE: ELABORACION PROPIA

Con el esquema anterior se puede explicar que un grupo básico de usuarios es el que lo forman aquellas personas de fuera que son determinantes para el éxito de

⁴²BARRAGAN CODINA, JOSE N.; PAGAN JOSE A., "ADMINISTRACION DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS", 1ª edición ED. Trillas 2002. Pag.28



una empresa: clientes, proveedores e inversionistas. En tanto, que el otro grupo de usuarios son los internos del Plan de Negocios el cual lo conforman la administración y los empleados.

Pensar en la propuesta de un Plan de Negocios debe ser un proceso cada vez más formal mientras las ideas básicas se van cristalizando y cuantificando. Es por eso que un plan escrito es esencial para asegurar una cobertura sistemática de todas las características importantes de un nuevo negocio, ya que será de gran ayuda para identificar las variables que pueden afectar el éxito o fracaso.

Un Plan de Negocios también debe ser eficaz en el aspecto de vender el nuevo proyecto a aquellos que están dentro de la compañía, ya que ofrece una estructura para comunicar la misión del empresario a los empleados presentes y futuros de la empresa.



2.- MODELO APLICATIVO DEL PLAN DE NEGOCIOS.

2.1.- ANALISIS ESTRATEGICO PARA LA CREACION DE UN DESPACHO DE CONSULTORIA.

LOGOTIPO:



FUENTE: ELABORACION PROPIA

RAZON SOCIAL:

“CONSULTORES EMPRESARIALES ISMARVIC, S.C.”

MISION:

Captar las necesidades de desarrollo y competitividad de las organizaciones para traducir estas en servicios de consultoría administrativa que les permitan la ejecución de técnicas especializadas para mejorar el desarrollo, desempeño y crecimiento empresarial para hacerlas competitivas dentro del mercado nacional e internacional.



VISION:

Ser una empresa que proporcione servicios profesionales de alto rendimiento y actualidad que nos permita consolidarnos en los próximos 5 años como el despacho de mayor confianza en la reestructuración competitiva y aplicación de técnicas y estrategias de vanguardia rápidas y efectivas.

FILOSOFIA:

Contamos con personas dedicadas a su profesión con el compromiso mutuo de superación diaria que conlleve el beneficio de nuestros clientes y empresa, mediante la aplicación de nuestros valores desarrollándolos de manera eficiente y comprometida.

OBJETIVO GENERAL:

Orientar las acciones del despacho Consultores Empresariales ISMARVIC, en la capacitación y desarrollo de estrategias que nos permitan cubrir en el menor tiempo las oportunidades de mercado de consultoría empresarial mediante asesorías integrales a clientes reales y potenciales en el centro del país.

OBJETIVO ESPECIFICO:

Apoyar, asesorar y capacitar generando soluciones administrativas a los empresarios en base a técnicas relevantes que mejoren sus actividades del negocio.



VALORES:

- ❖ **LEALTAD**
- ❖ **HOMESTIDAD**
- ❖ **ENTREGA**
- ❖ **RESPONSABILIDAD**
- ❖ **RESPETO**

ANALISIS FODA

Como empresa independiente el Despacho de Consultoría es un negocio que cuenta con servicios de gran demanda dentro de un mercado, por lo cual es importante definir y analizar las Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas, que nos permitirán conocer las bases para llevar a cabo la toma de decisiones en áreas específicas de la empresa en cuanto al desarrollo y establecimiento de metas y objetivos.

Dentro de las Fortalezas encontramos:

- Estamos capacitados para proveer respuestas rápidas a situaciones que afecten el desempeño del accionar de las empresas.
- Brindamos una excelente atención al cliente dedicando el esfuerzo necesario a todos y cada uno de ellos.
- Contamos con actualización diaria para implementar mejores técnicas estratégicas-administrativas que permitan aumentar los niveles de productividad de nuestros clientes.

Debilidades:

- Contamos con un número pequeño de capital humano.
- Tenemos poca publicidad.
- El flujo de efectivo esta en sus primeras instancias.



Oportunidades:

- Nuestro mercado de negocios está en pleno crecimiento, lo cual nos proporciona mayor amplitud dentro del mismo.
- Contamos con facilidad de créditos bancarios para Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) que nos facilitan las operaciones de manera que podamos brindar una mejor atención a nuestros clientes.
- Innovar sistemas administrativos que permitan a las empresas tener bien definidas las funciones de cada quien, de acuerdo a su perfil, así como la manera en cómo se deberán ejecutar todas y cada una de las actividades de los puestos.

Amenazas:

- De momento somos vulnerables a una crisis económica.
- Nos desarrollamos dentro de un mercado de competidores potenciales.
- Ir de la mano con el avance tecnológico.



DIAGNOSTICO FODA.

MATRIZ FODA

“FORTALEZAS” • F1.- Estamos capacitados para proveer respuestas rápidas a situaciones que afecten el desempeño del accionar de las empresas. • F2.- Brindamos una excelente atención al cliente, dedicando el esfuerzo necesario a todos y cada uno de ellos. • F3.- Contamos con actualización diaria para implementar mejores técnicas estratégicas-administrativas que permitan aumentar los niveles de productividad de nuestros clientes.	“DEBILIDADES” • D1.- Contamos con un número pequeño de Capital Humano. • D2.- Tenemos poca publicidad dentro del mercado. • D3.- El flujo de efectivo esta en sus primeras instancias.
“OPORTUNIDADES” • O1.- Nuestro mercado de negocios está en pleno crecimiento, lo cual nos proporciona mayor amplitud dentro del mismo. • O2.- Contamos con facilidad de créditos bancarios para Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) que nos facilitan las operaciones de manera que podamos brindar una mejor atención a nuestros clientes. • O3.- Innovar sistemas administrativos que permitan a las empresas tener bien definidas las funciones de cada quien, de acuerdo a su perfil; así como, la manera en cómo se deberán de ejecutar todas y cada una de las actividades de los puestos.	“AMENAZAS” • A1.- De momento somos vulnerables a una crisis económica. • A2.- Nos desarrollamos dentro de un mercado de competidores potenciales. • A3.- Ir de la mano con el avance tecnológico.

FUENTE: ELABORACION PROPIA



Contando ya con nuestra Matriz FODA es necesario identificar las diferentes estrategias que debemos seguir para poder realizar un análisis más detallado de nuestras Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas.

La primera estrategia en la que debemos pensar para planificar y obtener un resultado exitoso de nuestro análisis será:

1.- FORTALEZAS VS OPORTUNIDADES.

Al solventar con respuestas rápidas, efectivas y alcanzables los diferentes tipos de consulta por parte de nuestros clientes, podremos incursionar de manera más pronta dentro del crecimiento mismo del mercado.

La actualización constante de nuestro Capital Humano nos permitirá presentar técnicas estratégicas-administrativas mediante diferentes tipos de sistemas alternativos, los cuales servirán para solventar las necesidades de cada una de las empresas de nuestros clientes.

Al brindar una excelente atención a nuestros y posibles clientes lograremos proporcionar una mejor y mayor imagen a nuestra firma.

Gracias a la capacitación y actualización con la que contamos podemos obtener ingresos que nos permitan poder hacer frente a las posibles solicitudes de créditos bancarios.

La siguiente estrategia es:

2.- DEBILIDADES VS OPORTUNIDADES.

Debido a que contamos con un número pequeño de Capital Humano corremos el riesgo de tener poco crecimiento dentro de nuestro mercado de negocio.

Al contar con un flujo de efectivo en primeras instancias de crecimiento estamos sujetos a solicitar créditos bancarios que incrementarían nuestros pasivos a corto y largo plazo.



Si contamos con poca publicidad nos será difícil presentar e innovar en el mercado nuestros sistemas administrativos, y en consecuencia perderá sus ventajas y soluciones que ofrecen.

Otra de las estrategias a seguir es:

3.- FORTALEZAS VS AMENAZAS.

Si mostramos nuestras aptitudes para desempeñar y desarrollar soluciones eficientes a nuestro mercado de negocio podremos hacer frente a nuestros competidores potenciales.

Una de nuestras fortalezas es nuestra actualización constante tanto en técnicas estratégicas-administrativas como tecnológicas por ello tenemos que estar al día en cuanto avances tecnológicos de manera de no mermar nuestra fortaleza antes mencionada.

Debemos tener como base primordial el brindar excelente servicio a nuestros clientes, ya que esto nos permitirá ser cada vez más sólidos, tanto financieramente como socialmente, de manera que podamos disminuir las posibilidades de vulnerabilidad ante una crisis.

Si somos constantes con el manejo de nuestra capacitación y desempeño podremos estar preparados para los futuros avances tecnológicos de manera que los usemos como herramienta de nuestra actualización relacionada a los servicios que ofrecemos.

Por último, la siguiente estrategia será:

4.- DEBILIDADES VS AMENAZAS.

Al contar con el Capital Humano necesario para cubrir todas y cada una de las necesidades requeridas por nuestro mercado de negocio podremos hacer frente a nuestros competidores.



En la manera que vayamos incrementando y sepamos administrar acorde a nuestras necesidades nuestro flujo de efectivo estaremos preparados a una posible crisis económica.

En el caso de contar con poca publicidad de nuestra firma la imagen con que cuenten nuestros competidores potenciales seguirán creciendo y perderemos la posibilidad de ser una alternativa eficiente para nuestro mercado de negocios.

Si nuestro Capital Humano no evoluciona junto con el avance tecnológico, considerado este como elemento funcional de nuestros servicios, pronto caeremos en un atraso socioeconómico que afectara tanto a nuestra imagen comercial como a nuestro capital propio.

Con el diagnóstico anterior se puede establecer que el objetivo principal de **CONSULTORES EMPRESARIALES ISMARVIC, S.C.** es ser un despacho de consultoría administrativa que proporcione alternativas y soluciones eficientes al mercado real y potencial, de manera que solvente todas y cada una de las necesidades que la evolución de la sociedad exija a nuestros clientes, de tal manera que a corto plazo pueda ser un integrante de la competencia potencial del mercado.



2.2.- DETERMINACION DE LOS SERVICIOS A OFERTAR POR CONSULTORES EMPRESARIALES ISMARVIC, S.C. COMO RESULTADO DE UN ESTUDIO DE MERCADO.

1.- EN MATERIA DE CONSULTORIA.



Análisis Estratégicos. (FODA)

Plan de Negocios.

Rediseño organizacional.

Enfoque de procesos.

Modelo de Gestión de Calidad.

Auditoria Administrativa.

2.- EN MATERIA DE SERVICIO DE CAPACITACION Y ADIESTRAMIENTO.



Diagnósticos de Capacitación.

Capacitación para el Desarrollo y Desempeño.

Capacitación por competencias.

Desarrollo de Capital Humano.

Clima y Ambiente Laboral.

Modelo de Motivación e Incentivos.

Análisis de Puestos.

Valuación de Puestos.

Evaluación del Desempeño.

3.- COMO VENTA DE SERVICIOS DE SISTEMAS DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN.



Maquila de Nóminas.

Gestión de Derechos Laborales.

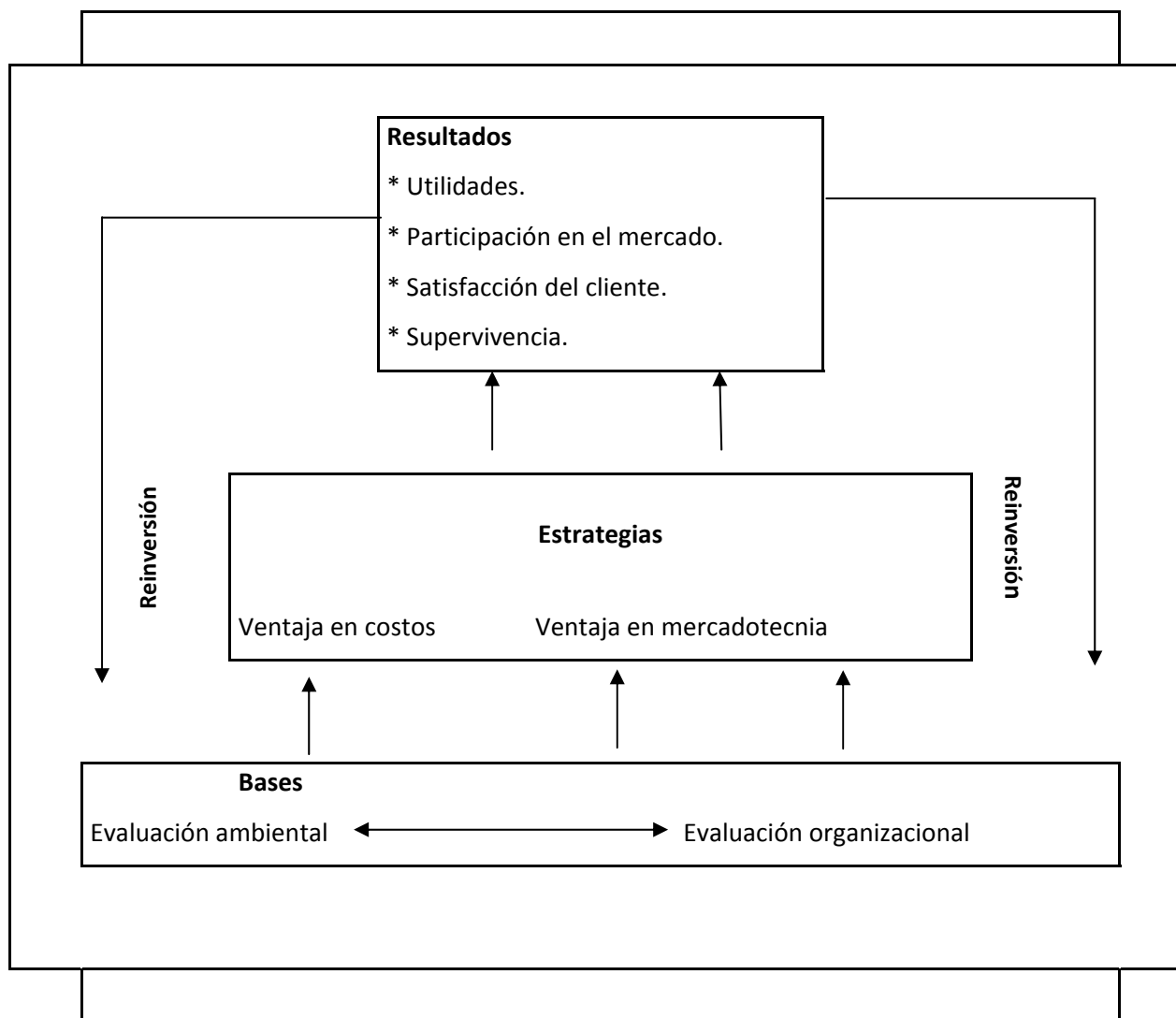
Outsourcing.

Gestión de Talento y Creatividad.

2.3.- IDENTIFICACION DE LA VENTAJA COMPETITIVA Y LINEAS ESTRATEGICAS.

La Ventaja Competitiva tiene un ciclo de vida el cual se expresa en un modelo de tres etapas: lanzamiento, explotación y erosión. Por ello un modelo de Ventaja Competitiva que se muestra a continuación describe lo fundamental que es la reinversión de los resultados del desempeño en la base de la Ventaja Competitiva.

Esto es, saber invertir los resultados de los recursos para facilitar una Ventaja Competitiva futura.





Este modelo destaca la importancia de construir una base sólida para la Ventaja Competitiva mediante una correcta evaluación ambiental y organizacional. Por ello, una de las importancias de establecer una Ventaja Competitiva sostenible, es la de crear una posición de valor que sea probable que dure con el curso del tiempo.

Por ello es importante considerar que la competencia está en el centro del éxito o del fracaso de la empresa, pues una estrategia competitiva es la búsqueda de una competencia favorable en un sector, ya que en este se tienen rendimientos, necesidades, competencias y complejidades distintas.

Dentro de una estrategia competitiva debemos considerar un liderazgo en costo, el cual; nos reflejara una producción a menor costo de un bien o servicio, además; la diferenciación será otro elemento que debemos tener en cuenta, pues en ella realizaremos la búsqueda de ser únicos en un mercado, de tal forma que los clientes la identifiquen y valoren esta característica que se les ofrece, y por último, debemos establecer un enfoque, en el cual; definimos a la competencia y a su vez seleccionemos un segmento de clientes al que deseamos servir.

Es recomendable que adoptemos una estrategia competitiva en la que tengamos nuestras ideas bien desarrolladas, ya que esto nos permitirá brindar un mercado liderazgo en nuestro sector y nos permitirá poner barreras de entrada a nuestros competidores.

Para lograr desarrollar una Ventaja Competitiva debemos generar una Propuesta de Valor, la cual nos permitirá representar los atributos que la empresa provee a través de sus productos o servicios para así lograr lealtad y satisfacción por parte de los segmentos seleccionados por la misma empresa.

Otro tipo de propuesta que servirá de base para el desarrollo de una Ventaja Competitiva es la Propuesta Distintiva, la cual se puede hacer únicamente a



miembros prospectos, y que por tal motivo haga diferente a la empresa de los demás competidores del mercado de negocio.

Una de las estrategia claves a seguir es la Proposición de Valor, ya que mediante esta se podrá determinar el o los segmentos de mercado a los cuales la estrategia se enfoca así como determinar cómo la empresa se diferenciara por sí misma en estos segmentos seleccionados.

Existen diversos factores que determinan el nivel de competencia dentro de una industria y son los establecidos por Michael Porter, los cuales, mediante su análisis, permiten determinar la naturaleza y grado de competencia para establecer una Ventaja Competitiva.

Las fuerzas que Michael Porter establece para lograr las bases que nos permitirán llegar a una Ventaja Competitiva son:

1.- COMPETIDORES POTENCIALES.- son empresas que no están compitiendo actualmente en una industria, pero que tienen la capacidad de hacerlo si así lo desean.

Con frecuencia, las empresas establecidas que ya operan en una industria intentan desalentar a los competidores potenciales de que ingresen en ella porque mientras más empresas lo hagan, más difícil se vuelve para las empresas establecidas proteger su parte del mercado y generar utilidades.

Un alto riesgo de entrada por parte de los competidores potenciales representa una amenaza para la rentabilidad de las empresas establecidas. Pero si el riesgo de nuevos competidores es poco, las empresas establecidas pueden aprovechar esta oportunidad para subir precios y obtener mayor utilidad.⁴³

2.- RIVALIDAD ENTRE COMPAÑIAS ESTABLECIDAS.- se refiere a la lucha competitiva entre empresas de una industria para quitarse participación de

⁴³CHRALES W. HILL, GARETH R. JONES. "ADMINISTRACION ESTRATEGICA UN ENFOQUE INTEGRADO", ED. MCGRAW HILL, 2005.Pag. 42



mercado. Esta lucha se puede librar a través del precio, diseño de producto o servicio, esfuerzos directos de venta, servicio y apoyo.

Una rivalidad intensa entre empresas establecidas constituye una fuerte amenaza a la rentabilidad, y por lo tanto si la rivalidad es menos intensa, representara una oportunidad para obtener mayor utilidad.

La rivalidad entre las empresas establecidas dentro de una industria se da en función de tres factores:

- Una estructura competitiva en la industria.
- Condiciones en la demanda de producto o servicio.
- Barreras de salida a las que se enfrenta la empresa.⁴⁴

3.- PODER DE NEGOCIACION DE LOS COMPRADORES.- se da con la capacidad que tienen éstos para negociar a la baja los precios que les encargan las compañías en el mercado. Por ello, al reducir los precios y elevar los costos, los poderosos compradores pueden obtener mayores utilidades.⁴⁵

4.- PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES.- se refiere a la capacidad de los proveedores para elevar los precios de los materiales para la producción.⁴⁶

5.- PRODUCTOS SUSTITUTOS.- son los productos de diferentes negocios o industrias que pueden satisfacer necesidades similares de los clientes.

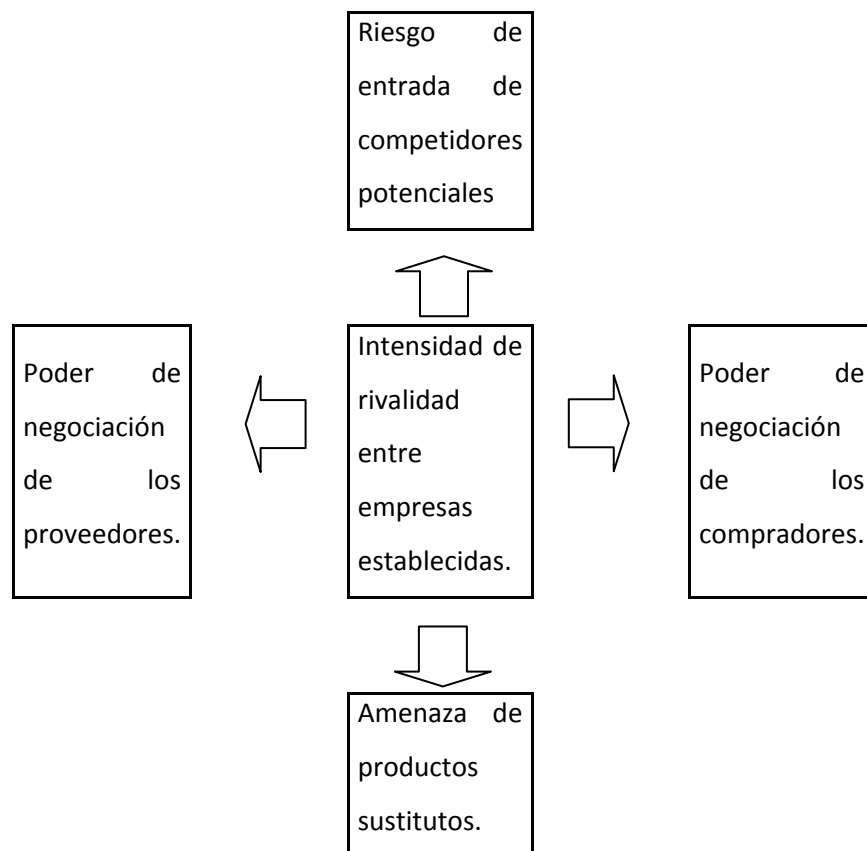
Para explicar de forma más específica todos y cada uno de los elementos, evaluados por Michael Porter, y lograr establecer una Ventaja Competitiva dentro de una empresa, se presenta el siguiente grafico, en el cual, se muestra la relación que existe entre cada uno de ellos y que debe ser considerado por la empresa

⁴⁴CHRALES W. HILL, GARETH R. JONES. "ADMINISTRACION ESTRATEGICA UN ENFOQUE INTEGRADO", ED. McGRAW HILL, 2005.Pag. 45

⁴⁵CHRALES W. HILL, GARETH R. JONES. "ADMINISTRACION ESTRATEGICA UN ENFOQUE INTEGRADO", ED. McGRAW HILL, 2005.Pag. 49

⁴⁶CHRALES W. HILL, GARETH R. JONES. "ADMINISTRACION ESTRATEGICA UN ENFOQUE INTEGRADO", ED. McGRAW HILL, 2005.Pag. 51

para así poder lograr desarrollar y ofrecer una Ventaja Competitiva que la haga diferente a todos los demás competidores potenciales dentro del mercado o segmento de negocios al que esta se dirija.⁴⁷



48

LINEAS ESTRATEGICAS.

El análisis estratégico comprende un gran número de estudios de información cuyo objeto es optimizar la formulación de la estrategia empresarial.

⁴⁷CHRALES W. HILL, GARETH R. JONES. "ADMINISTRACION ESTRATEGICA UN ENFOQUE INTEGRADO", ED. MCGRAW HILL, 2005 Pág. 52

⁴⁸CHRALES W. HILL, GARETH R. JONES. "ADMINISTRACION ESTRATEGICA UN ENFOQUE INTEGRADO", ED. MCGRAW HILL, 2005 Pág. 43



La principal herramienta en la planificación estratégica es el análisis de la carrera del negocio, mediante el cual la dirección evalúa los negocios que conforman la compañía. Esto es, que la empresa buscare dedicar los mayores recursos a los negocios más rentables y reducir o abandonar sus negocios más débiles, ya que esto permitirá mantener al día la cartera de negocios al fortalecer o agregar negocios en crecimiento y retirarse de negocios decadentes.⁴⁹

El primer paso es identificar los negocios clave que componen la empresa. Una UEN (unidad estratégica de negocios) puede ser una o más divisiones de la compañía, una línea del producto dentro de una división.

El objetivo central es encontrar formas para que la empresa pueda usar mejor sus ventajas y así aprovechar las oportunidades más atractivas del mercado en el que se desenvuelve. Uno de los enfoques más conocidos de planificación de cartera es el de Boston Consulting Group BCG.

En este modelo se realiza una matriz crecimiento-participación en la cual las unidades estratégicas de negocio se clasifican de acuerdo a la tasa de crecimiento del mercado, el cual también sirve de indicador del mismo.

Por otra parte, la participación relativa, o cuota de mercado, se utiliza como indicador de la competitividad, ya que se conforma una tabla de doble entrada, en la que se establece por cada eje, una línea que demarca cuatro cuadrantes. En el eje vertical se representa la tasa de crecimiento del mercado el cual se utilizara para medir el aumento del volumen de ventas de la unidad de negocios en el análisis; en tanto; que el eje horizontal mide la cuota de mercado relativa.

De esta forma se pueden identificar cuatro grupos de productos-mercados a partir de los cuales se puede formular un análisis que nos proporcionara una estrategia de acción a seguir.

⁴⁹GARCIA, CONSUELO; DAVILA ANABELLA, "LAS Pymes", ED. Thompson, 2004 Pag.79



“MATRIZ BCG”

ESTRELLAS.

Se trata de una UEN de gran inversión y alta participación, ya que son productos que requieren de gran atención porque el alto ritmo de crecimiento con el que cuentan debe financiarse. Con el tiempo su crecimiento se irá reduciendo y se convertirá en vacas generadoras de mayor efectivo.⁵⁰

VACAS LECHERAS.

Son UEN que cuentan con una posición privilegiada por su participación en el mercado de bajo crecimiento (productos líderes). Ya que los requerimientos de fondos son bajos y la generación de recursos es alta.

Las Vacas Lecheras son los negocios de hoy que aportan la rentabilidad del presente y permiten financiar los productos con signos de interrogación.

En consecuencia, si no se actúa de manera correcta, estos productos o negocios pueden pasar a la etapa de perro.⁵¹

PERROS.

En este cuadrante los negocios tienen una baja participación en un mercado de bajo crecimiento, ya que su rentabilidad es muy baja aunque los fondos requeridos para su mantenimiento suelen ser también muy bajos.⁵²

DILEMAS.

En esta etapa encontramos a los productos que cuentan con baja participación en mercados con tasas altas de crecimiento. Se trata de productos nuevos que requieren de una gran cantidad de recursos para mantener su participación dentro

⁵⁰GARCIA, CONSUELO; DAVILA ANABELLA, "LAS Pymes", ED. Thompson, 2004 Pag.80

⁵¹GARCIA, CONSUELO; DAVILA ANABELLA, "LAS Pymes", ED. Thompson, 2004 Pag.80

⁵²GARCIA, CONSUELO; DAVILA ANABELLA, "LAS Pymes", ED. Thompson, 2004 Pag.80



del mercado de negocios, sin embargo; los recursos que requieren deben ser provistos por otras UEN para obtener un mejor rendimiento de estos.

Se denominan dilemas porque pueden llegar a cualquier destino, ya sea al éxito o al rotundo fracaso. En estos casos se debe tomar una decisión determinante: ya sea que se invierta más para hacer que el producto crezca o bien, retirarlo del mercado.⁵³

Tomando en consideración estas cuatro etapas de la Matriz BCG podemos decir que el proceso de planificación de la cartera de una empresa nos conduce a determinar el grado de eficiencia que nos genera el saber qué tipo de estrategia nos será de mayor utilidad para poner en marcha o reconstruir en un proyecto de negocio.

“MATRIZ BCG”

Tasa de crecimiento del mercado	ALTO	ESTRELLAS ALTA INVERSION Y ALTA PARTICIPACION	DILEMAS REQUIEREN MUCHA INVERSION
	BAJO	VACAS LECHERAS GENERAN FONDOS Y UTILIDADES	PERROS BAJA PARTICIPACION Y POCOS FONDOS
		FUERTE	DEBIL
		CUOTA DE MERCADO RELATIVA	

54

⁵³GARCIA, CONSUELO; DAVILA ANABELLA, "LAS Pymes", ED. Thompson, 2004 Pag.81

⁵⁴GARCIA, CONSUELO; DAVILA ANABELLA, "LAS Pymes", ED. Thompson, 2004 Pag.80



2.4.- DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS.

NOMBRE FORMAL: CONSULTORES EMPRESARIALES ISMARVIC

ESTADO LEGAL DE LA EMPRESA: SOCIEDAD CIVIL

DIRECCION: RETORNO LAS BARRANCAS #53 FRACC. LOMAS DE LA MAESTRANZA, MORELIA MICH.

CORREO ELECTRONICO: ismarvic10@yahoo.com

TELEFONO: (443) 2772763

CONTACTO: MARIO ALBERTO PEREZ SANCHEZ

TELEFONO: (443) 2772763





RESUMEN EJECUTIVO.

FOCALIZACION DE LOS SERVICIOS PRESTADOS POR CONSULTORES EMPRESARIALES ISMARVIC, S.C.

Prestara Servicios Profesionales de:

1.- CONSULTORIA.

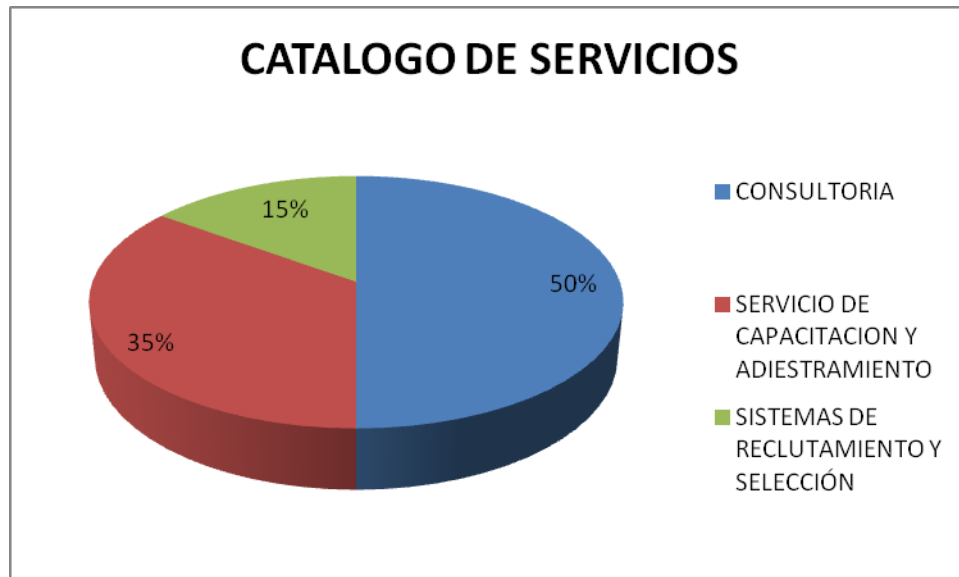
- Análisis Estratégicos. (FODA).
- Plan de Negocios.
- Rediseño Organizacional.
- Enfoque de Procesos.
- Modelo de Gestión de Calidad.
- Auditoria Administrativa.

2.- SERVICIO DE CAPACITACION Y ADIESTRAMIENTO.

- Diagnósticos de Capacitación.
- Capacitación para el Desarrollo y Desempeño.
- Capacitación por Competencias.
- Desarrollo de Capital Humano.
- Clima y Ambiente Laboral.
- Modelo de Motivación e Incentivos.
- Análisis de Puestos.
- Valuación de Puestos.
- Evaluación del Desempeño.

3.- SISTEMAS DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN.

- Maquila de Nómina.
- Gestión de Derechos Laborales.
- Outsourcing.
- Gestión de Talento y Creatividad.



FUENTE: ELABORACION PROPIA

La grafica anterior nos permite mostrar que nuestro servicio con mayor alcance dentro del mercado de competencia será el de Consultoría, ya que en la actualidad existen pocas empresas que proporcionen amplio conocimiento dentro de este rubro.

El servicio de Capacitación y Adiestramiento nos permitirá proporcionar un 35% de nuestros conocimientos debido a que dentro del mercado existe una competencia cerrada para este tipo de servicios.

El servicio de Sistemas de Reclutamiento y Selección nos representara un bajo costo, debido a que en la actualidad este tipo de servicios lo están incursionando también los Despachos Contables, esto genera mayor número de competidores; y esta causa reduce el porcentaje de nuestra presencia en el mercado.

Mediante la prestación de estos servicios CONSULTORES EMPRESARIALES ISMARVIC, S.C. buscara un pronto posicionamiento dentro del mercado de competencia en empresas que carezcan de ideas estratégicas que les limiten un crecimiento gradual de la producción de sus productos o servicios que ofrecen a sus consumidores.



De igual manera buscara ser reconocido, en primera instancia a nivel nacional, como un Despacho de Consultoría que ejemplifique, mediante sus capacidades, las diferentes opciones de crecimiento y de buenos resultados para satisfacer las necesidades de todas y cada una de los diferentes tipos de empresas que soliciten sus servicios

Lo anterior lo lograra mediante actualizaciones constantes y conocimiento de las necesidades que requieran las empresas, así como también de las exigencias que soliciten los consumidores a estas.

IDEA DEL PRODUCTO.

Con el trascurso de los años hemos sido testigos de los constantes cambios que se han generando dentro de la economía de este país, ya que en su gran mayoría las personas se ha visto en la necesidad de generar su propia fuente de empleo, y que por consiguiente en muchas de las ocasiones, no cuentan con una cultura socioeconómica necesaria para poder asegurar un éxito a los proyectos que idealizan para generar sus propios recursos.

No obstante, empresas ya establecidas, en su gran mayoría también carecen de una planeación estratégica que les permita generar mejores rendimientos mediante la ejecución de las diversas tareas de producción del bien o servicio que ofrecen a sus consumidores, ya que los beneficios que ofrecen mediante una Ventaja Competitiva en ocasiones ya no son tan significativos en comparación a la de sus competidores, pues con el avance de la tecnología y en muchas de las ocasiones de los mismos competidores comienzas a perder terreno dentro de su mercado de negocios hasta llegar al fracaso.

Es por eso que CONSULTORES EMPRESARIALES ISMARVIC, S.C. ofrece una solución a este problema mediante la Consultoría administrativa, Capacitación y Tecnología de información que permitan, a las empresas y futuros empresarios, tener una idea más clara y convincente de los procedimientos que se deben



considerar para la ejecución de un proyecto estratégico que augure un gran éxito a sus ideas, y que a su vez se vea reflejado en un posicionamiento potencial dentro de un mercado de negocios.

Así como también de proporcionar elementos de planeación estratégica que permitan obtener y optimizar una situación financiera que brinde seguridad y estabilidad a la empresa y que a su vez refleje el buen funcionamiento de esta a los posibles inversionistas y bancos que en su momento otorguen un crédito financiero a la empresa o posible empresario.

EQUIPO DIRECTIVO.

La dirección de CONSULTORES EMPRESARIALES ISMARVIC, S.C. está comprometida en función de la misión, visión, metas y objetivos que se han establecido para lograr un buen desempeño como Despacho de Consultoría.

Mario Alberto Pérez Sánchez, Director General.

Víctor Hugo Pérez Sánchez, Socio Mayoritario

Claudia Lilia Pérez Sánchez, Socio



PLAN DE MARKETING

Los clientes potenciales de CONSULTORES EMPRESARIALES ISMARVIC, S.C. serán pequeñas, medianas y grandes empresas que en la actualidad requieran la generación y reestructura de planeación estratégica para el desarrollo de sus productos y servicios mediante la Consultoría administrativa, Capacitación y Tecnología de información.

El área en la que iniciara operaciones será la ciudad de Morelia Michoacán con alrededor de 259 empresas con giros de comercio, industria y otro tipo de servicio, en donde en un periodo de 2 años nuestro objetivo es contar con al menos 50 de estas empresas para representar una posición del 20% del mercado potencial.

CATALOGO DE EMPRESAS EN LA CIUDAD DE MORELIA.			
RAZON SOCIAL	DIRECCION	ESTADO MUNICIPIO	OFERTA DEMANDA
SERVICIOS, COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES DE MICHOACAN, S.A. DE C.V.	CALZADA LA HUERTA 550, NUEVA VALLADOLID CP. 58190	MORELIA, MICHOACAN	LUBRICANTES GASOLINAS
PEREZ TORRES ALEJANDRO JULIAN	REY TANGANXOAN 870 COL. VISTA BELLA CP. 58090	MORELIA, MICHOACAN	PINTURAS BROCHAS
COMUNICACIONES NEXTEL DE MEXICO, S.A. DE C.V.	AV. ENRIQUE RAMIREZ MIGUEL 374 COL CHAPULTEPEC ORIENTE CP. 58260	MORELIA, MICHOACAN	TELEFONOS CELULARES



CATALOGO DE EMPRESAS EN LA CIUDAD DE MORELIA.			
RAZON SOCIAL	DIRECCION	ESTADO MUNICIPIO	OFERTA DEMANDA
LA PALOMA CIA DE METALES, S.A. DE C.V.	PERIFERICO PASEO DE LA REPUBLICA 2410 EL REALITO 58116	MORELIA, MICHOACAN	ALUMINIO GASOLINA
GRUPO ORTOPEDICO IMONSA	SAMUEL RAMOS 433 CENTRO 58000	MORELIA, MICHOACAN	MUEBLES MEDICOS
PAPELERIA ARREDONDO Y ALGO MAS	20 DE NOV. 768- B CENTRO 58000	MORELIA, MICHOACAN	LIBRETAS ARTICULOS ESCOLARES
PAPELERIA EL ARBOL	ALLENDE 1265 CENTRO 58000	MORELIA, MICHOACAN	ARTICULOS PARA OFICINA Y PAPELERIA
SERVICIO PANAMERICANO DE PROTECCION, S.A. DE C.V.	GASPAR DE VILLADIEGO 215 NUEVA VALLADOLID 58190	MORELIA, MICHOACAN	TRANSPORTE DE CARGA ESPECIALIZADA
PERIODISTICA DEL SOL DEL ALTIPLANO, S.A. DE C.V.	AV. MADERO ORIENTE 783 CENTRO 58000	MORELIA, MICHOACAN	PERIOICO
VAZQUEZ RAMOS HUGO ALEJANDRO	GARCIA DE LEON321 CHAP. SUR 58260	MORELIA, MICHOACAN	ARTICULOS DE PAPELERIA.



CATALOGO DE EMPRESAS EN LA CIUDAD DE MORELIA.			
RAZON SOCIAL	DIRECCION	ESTADO MUNICIPIO	OFERTA DEMANDA
FARMACIAS GI	AV. DEL ESTUDIANTE 468-A ERENDIRA 58240	MORELIA, MICHOACAN	MEDICAMENTOS GENERICOS, MEDICINA PATENTE
TELEVISION DE MICHOACAN, S.A. DE C. V. (XHFX-T)	AV. ACUEDUCTO 687 VASCO DE QUIROGA 58230	MORELIA, MICHOACAN	ENERIGIA TRASMISION
MORELIA AUTOMOTRIZ, S.A. DE C.V.	AV. MADERO PONIENTE 1605 GERTRUDIS BOCANEGRA 58150	MORELIA, MICHOACAN	AUTOMOVILES CAMIONES
GASOLINERA VALLE REAL, S.A. DE C.V.	PERIFERICO 1271 IGNACIO ZARAGOZA 58114	MORELIA, MICHOACAN	DIESEL ADITIVOS
PAPELERIA ATZIMBA, S.A. DE C.V.	VIRREY DE MENDOZA 1102 VENTURA PUENTE 58020	MORELIA, MICHOACAN	CUADERNOS LAPICERO
SERVICIO PRINCIPAL, S.A. DE C.V.	CARR. MORELIA- PATZCUARO KM 5700 LA HUERTA ORIENTE AMPLIACION 58080	MORELIA, MICHOACAN	GASOLINA DIESEL



CATALOGO DE EMPRESAS EN LA CIUDAD DE MORELIA.			
RAZON SOCIAL	DIRECCION	ESTADO MUNICIPIO	OFERTA DEMANDA
ABASTECEDORA LUMEN, S.A. DE C.V.	ANTIAGO TAPIA 954 MORELIA CENTRO 58000	MORELIA, MICHOACAN	PAPELERIA DE OFICINA ARTICULO DE INGENIERIA
RAVISA MOTORS, S.A. DE C.V.	PASEO DE LA REPUBLICA 4100 LA HUERTA ORIENTE AMPLIACION	MORELIA, MICHOACAN	AUTOMOVILES NUEVOS REFACCIONES AUTOMOTRICES
MEGAELECTRIC, S.A. DE C.V.	PERIFERICO PASEO DE LA REPUBLICA7310 LA QUEMADA 58146	MORELIA, MICHOACAN	FOCOS, ALAMBRE
DEACERO, S.A. DE C.V.	ORIENTE 4 1565 CIUDAD INDUSTRIAL 58200	MORELIA, MICHOACAN	MARCO PARA COLCHON, TORONES GALVANIZADOS
AUTOTRANSPORTES DE CARGA TRESGUERRAS, S.A. DE C.V.	TENIENTE CORONEL FELIPE PARAMO 590 DIVISION DEL NORTE 58218	MORELIA, MICHOACAN	REFACCIONES, COMBUSTIBLE
CARPIMAD, S.A. DE C.V.	JACINTO CANEK 328 INSUR.58250	MORELIA, MICHOACAN	MADERA ASERRADA



CATALOGO DE EMPRESAS EN LA CIUDAD DE MORELIA.			
RAZON SOCIAL	DIRECCION	ESTADO MUNICIPIO	OFERTA DEMANDA
VILLAGRAN GARCIA JOSE	NOVENA 458 JARDINES DE GUADALUPE 58140	MORELIA, MICHOACAN	SUPERVISION DE CONSTRUCCION
GS ALIMENTOS DE MEXICO, S.A. DE C.V.	ORIENTE 4 602 CIUDAD INDUSTRIAL 58200	MORELIA, MICHOACAN	ADEREZOS, CATSUP
DISTRIBUIDORA ONCOLIN, S.A. DE C.V.	ISIDRO HUARTE 43 ALTOS MORELIA CENTRO 58000	MORELIA, MICHOACAN	VINCRISTINA ONDANSETRON
GASOMICH CORPORATIVO, S.A. DE C.V.	IGNACIO ALDAMA 274-2 LOS VIVEROS 58070	MORELIA, MICHOACAN	GASOLINA, LUBRICANTES
GRUPO OCTANO, S.A. DE C.V.	AV. ACUEDUCTO 3670 EJIDAL OCOLUSEN 58295	MORELIA, MICHOACAN	GASOLINA, DIESEL
FAME CAMIONES, S.A. DE C.V.	PERIFERICO PASEO DE LA REPUBLICA 601 MANANTIALES INFONAVIT 58186	MORELIA, MICHOACAN	EXPORTACION- IMPORTACION DE AUTOMOVILES

IR A ANEXO 1



NECESIDADES DE LOS CLIENTES

Las pequeñas, medianas y grandes empresas requieren hoy en día de contar con una estructura bien planificada para el mejoramiento continuo de sus operaciones para la producción de sus productos o servicios, de manera que logren a su vez una rentabilidad que les permita alcanzar y mantener los objetivos y metas que se han trazado.

De manera de proporcionar soluciones potenciales a los diferentes tipos de empresas para satisfacer sus necesidades es necesario manejar estrategias de fácil manejo y entendimiento para ellas, pues mediante la aplicación de estas busquen mejorar día con día todos y cada uno de los beneficios que ofrecen a sus clientes y a su vez retroalimentar las ventajas competitivas que las distinguen de sus competidores dentro del mercado de negocio en el que se encuentren.

El apoyo con el que contarán los productos y servicios de los diferentes tipos de empresas se verá reflejado con un mejor posicionamiento dentro del mercado, aunado; a la rápida y confiable estructura operativa que se les proporcionara y que será en la que estarán desempeñando todas y cada una de las tareas que se requieren, todo esto; fundamentado en la búsqueda de la satisfacción de las necesidades que requieran rediseñar todas y cada una de sus áreas.

Para entender mejor lo que necesita una empresa de un Despacho de Consultoría hemos hablado con diferentes empresas en donde algunas de ellas se mostraron en poner mayor interés en áreas como de:

- Análisis Estratégicos. (FODA).
- Plan de Negocios.
- Modelo de Gestión de Calidad.
- Auditoria Administrativa.
- Capacitación por Competencias.
- Desarrollo de Capital Humano.



- Clima y Ambiente Laboral.
- Gestión de Derechos Laborales.
- Outsourcing.

Por ello Consultores Empresariales Ismarvic está convencido de que nuestro proyecto resulta altamente atractivo para el segmento de clientes que nos hemos fijado como objetivo principal, ya que dentro de nuestra cartera de servicios cubrimos todas las necesidades que requiere el cliente satisfacer.

ANALISIS DE LOS COMPETIDORES

Consultores Empresariales ISMARVIC competirá con:

Consultoría LuvianoFutis, S.C. dedicada a ofrecer servicios para el desarrollo y fortalecimiento de las empresas, para que logren una mayor rentabilidad y competitividad en el mercado.

Consultoría y mediación Financiera la cual busca operar en entidades de consultoría e intermediación financiera especializada en el entendimiento de las necesidades económicas personales, así como de las micro, pequeña y mediana empresa.

Cine Empresarial, S.A. DE C.V. el cual se dedica a proporcionar Capacitación, Cursos de formación continua, Liderazgo entre otros. Es de nuestros competidores más directos en lo que se refiere a la capacitación.

Por ello nuestra conclusión es que algunos de nuestros competidores se encuentran en una etapa de estancamiento profesional en cuanto a la innovación de las diferentes estrategias que ofrecen e inclusive en su misma ventaja competitiva.



VENTAJA COMPETITIVA DE CONSULTORES EMPRESARIALES ISMARVIC

Economía de escala en prestación de servicio.- es difícil que nuestros competidores iguallen la rentabilidad en nuestros servicios, ya que difícilmente contarán con ideas innovadoras y el entusiasmo necesario para el desarrollo de nuestro trabajo que siempre buscare la satisfacción de nuestros clientes.

Creación de un Despacho de Consultoría.- para los consumidores nuestra aparición dentro del mercado representara la opción de establecer ideas nuevas y avanzadas a las operaciones de sus empresas, además de ser un proveedor de servicios que presentara interés particular a todos y cada uno de nuestros clientes, también representara la obtención de un servicio a precio razonable que beneficie su rentabilidad y garantice la buena ejecución de sus operaciones.

Seremos un Despacho de Consultoría que proporcione pronta respuesta y genere técnicas estratégicas-administrativas de avance continuo y que estén en proporción al avance socioeconómico y tecnológico. Todo lo anterior basado en nuestros valores de respeto, responsabilidad y profesionalismo de manera que representen la base de nuestra cultura empresarial.

ESTRATEGIAS DE MARKETING

Consultores Empresariales ISMARVIC pondrá todo lo que este a su alcance para introducir a las empresas todas las estrategias administrativas con el fin de garantizar un crecimiento continuo dentro del mercado de negocios seleccionado.

PROMOCION Y DISTRIBUCION DE NUESTROS SERVICIOS

La captación del consumidor comenzara con una campaña de publicidad directa a todas las empresas de la zona. Posteriormente nos dirigiremos mediante una campaña de promoción de nuestros servicios a los sectores más importantes y a consumidores que hayan mostrado interés en nuestros servicios. La persona indicada para la promoción de nuestro Despacho lo hará de manera personalizada



de manera que a medida que aumente el número de clientes aumentara el número de personas responsables de la promoción.

Lo anterior lo lograremos mediante diversas actividades, las cuales serán:

- Diseño de tarjetas de presentación
- Creación de página web.
- Diseño y creación de redes sociales.
- Promover conferencias de información.
- Generar lluvia de ideas para renovar nuestras estrategias de presentación.
- Realizar enlace con los diferentes medios de comunicación.

FIJACION DE LOS HONORARIOS

Nuestros honorarios los fijaremos en VSMG vigente en el Distrito Federal aunado a la comparación con nuestros competidores disponibles en la actualidad.

Contemplamos la posibilidad de restablecer nuestros honorarios a medida que el mercado sufra modificaciones.

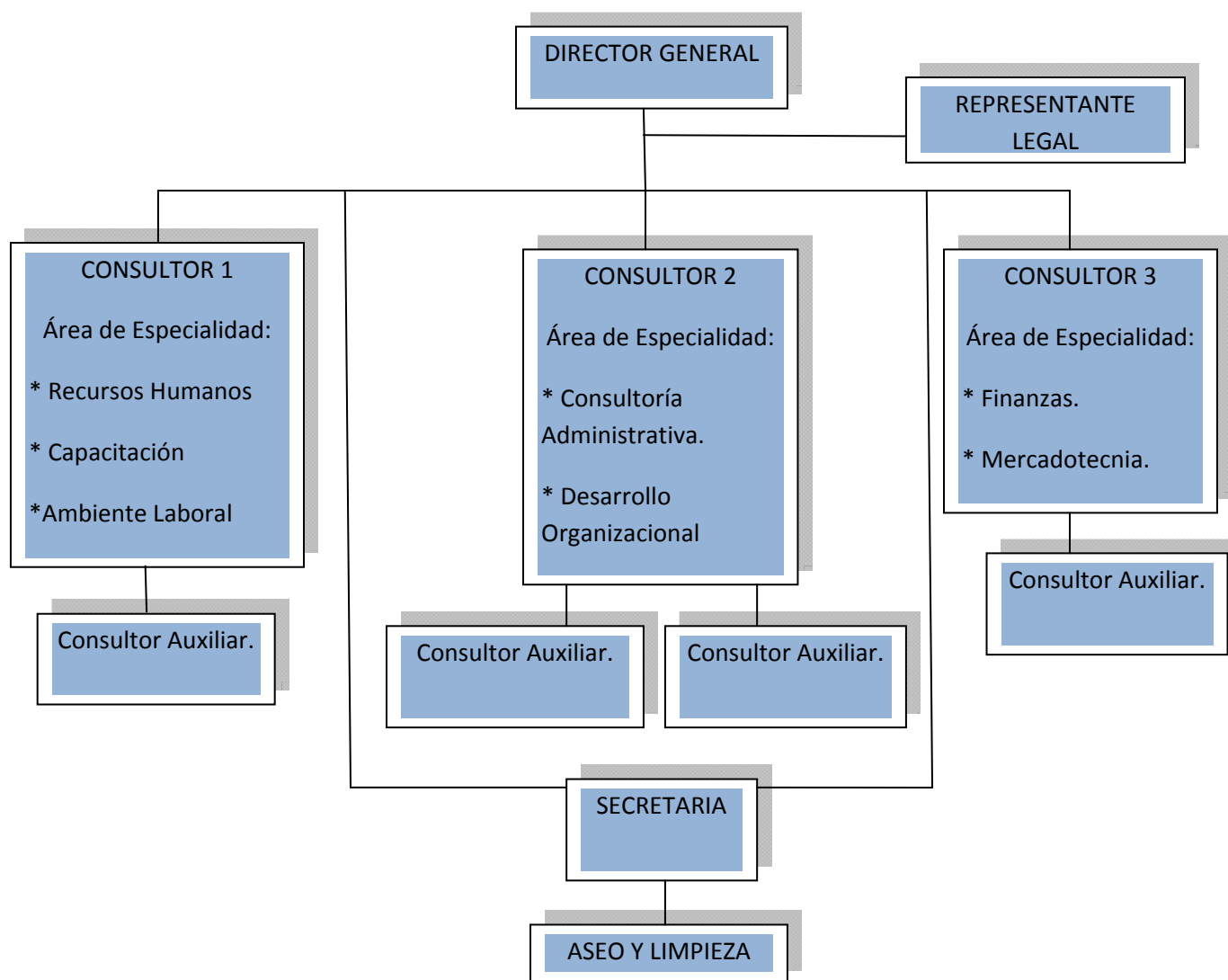
SERVICIO A NUESTROS CLIENTES

Como objetivo principal es conseguir un alto nivel de fidelidad por parte de nuestros clientes y de los consumidores de nuestros servicios. Por lo que pondremos a nuestros clientes como elemento central poniendo todo nuestro empeño y dedicación en fundamentar nuestra ventaja competitiva basada en nuestros valores.



ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

En el cronograma siguiente se muestra los niveles para los primeros dos años de operación. La mayor parte de las funciones estará empleada en lo administrativo. El aumento de los puestos se irá dando de manera proporcional aumente nuestro número de clientes. El desarrollo de nuestras operaciones requerirá también de un Contador Público. La localización de nuestras operaciones comenzara en la ciudad de Morelia siendo aquí el lugar donde se situara nuestra oficina principal.



FUENTE: ELABORACION PROPIA



ACTIVIDADES A REALIZAR COMO PARTE DEL PLAN DE NEGOCIOS.

Durante los primeros meses pondremos atención en los siguientes aspectos

	CONSULTORES EMPRESARIALES ISMARVIC,S.C.													Objetivo:	META:
NOMBRE DEL PROGRAMA	INSTALACION Y UBICACIÓN FISICA PARA EL ARRANQUE DEL DESPACHO DE CONSULTORIA.													Instalación y ubicación física.	Hoja 1 De 2
No. PROG.	Actividad	2013													RESPONSABLE
	Estratégica/Táctica	MAYO	JUNIO	JULIO	AGO	SEPT									
1	Analizar un lugar que cuente con afluencia peatonal														Mario Alberto Pérez Sánchez
2	Analizar precio de renta de distintos lugares														Mario Alberto Pérez Sánchez
3	Analizar vías de acceso fácil al lugar														Mario Alberto Pérez Sánchez
4	Compra de mobiliario y equipo de oficina														Mario Alberto Pérez Sánchez
5	Mejoras al lugar de trabajo														Mario Alberto Pérez Sánchez
6	Acomodo de mobiliario y equipo de oficina														Mario Alberto Pérez Sánchez
7	Compra herramientas de trabajo (papelería)														Mario Alberto Pérez Sánchez



	CONSULTORES EMPRESARIALES ISMARVIC,S.C.										Objetivo:	META:
NOMBRE DEL PROGRAMA	ESTRATEGIAS DE PROMOCION PARA EL ARRANQUE DEL DESPACHO DE CONSULTORIA.										Estrategias de Promoción.	Hoja 1 De 2
No. PROG.	Actividad Estratégica/Táctica	2013										RESPONSABLE
		MAYO	JUNIO	JULIO	AGO	SEPT						
1	<i>Diseñar tarjetas de presentación</i>											Mario Alberto Pérez Sánchez
2	<i>Crear pagina web</i>											Mario Alberto Pérez Sánchez
3	<i>Diseñar y crear dirección para redes sociales</i>											Mario Alberto Pérez Sánchez
4	<i>Promover conferencias de información</i>											Mario Alberto Pérez Sánchez
5	<i>Diseñar el contenido inicial de información de pagina web y redes sociales</i>											Mario Alberto Pérez Sánchez
6	<i>Lluvia de ideas para actualizar estrategias de presentación</i>											Mario Alberto Pérez Sánchez
7	<i>Enlace con medios de comunicación</i>											Mario Alberto Pérez Sánchez



	CONSULTORES EMPRESARIALES ISMARVIC,S.C.										Objetivo: Conocer al mercado real y potencial	META: Hoja 1 De 2
NOMBRE DEL PROGRAMA	DEFINICION DEL MERCADO REAL Y POTENCIAL PARA EL ARRANQUE DEL DESPACHO DE CONSULTORIA.											
No. PROG.	Actividad Estratégica/Táctica	2013										RESPONSABLE
		MAYO	JUNIO	JULIO	AGO	SEPT						
1	Identificar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.											Mario Alberto Pérez Sánchez
2	Identificar nicho de mercado											Mario Alberto Pérez Sánchez
3	Segmentar nicho de mercado											Mario Alberto Pérez Sánchez
4	Analizar nicho de mercado											Mario Alberto Pérez Sánchez
5	Definir necesidades de nicho de mercado											Mario Alberto Pérez Sánchez
6	Generar y promover la ventaja competitiva											Mario Alberto Pérez Sánchez
7	Realizar y diagnosticar el análisis FODA											Mario Alberto Pérez Sánchez
8	Analizar los resultados del análisis FODA											Mario Alberto Pérez Sánchez
9	Crear estrategias para aumentar y mejorar las fortalezas y oportunidades así como contrarrestar las amenazas y debilidades											Mario Alberto Pérez Sánchez



	CONSULTORES EMPRESARIALES ISMARVIC,S.C.															Objetivo: Marco Legal	META:
NOMBRE DEL PROGRAMA	MARCO LEGAL PARA EL ARRANQUE DEL DESPACHO DE CONSULTORIA.																Hoja 1 De 2
No. PROG.	Actividad Estratégica/Táctica	2013															RESPONSABLE
		MAYO	JUNIO			JULIO			AGO			SEPT					
1	Búsqueda y elección para el Despacho de Consultoría															Mario Alberto Pérez Sánchez	
2	Tramitar permiso para uso de Razón Social															Mario Alberto Pérez Sánchez	
3	Diseño del logotipo del Despacho de Consultoría															Mario Alberto Pérez Sánchez	
4	Creación de Acta Constitutiva															Mario Alberto Pérez Sánchez	
5	Inscripción del Despacho de Consultoría al R.F.C. como Persona Moral															Mario Alberto Pérez Sánchez	
6	Tramitar solicitud de Licencia de Funcionamiento al H. Ayuntamiento															Mario Alberto Pérez Sánchez	
7	Diseñar facturación fiscal															Mario Alberto Pérez Sánchez	
8	Junta de Asamblea con Socios del Despacho de Consultoría															Mario Alberto Pérez Sánchez	



RIESGOS

El éxito de Consultores Empresariales Ismarvic dependerá de varios factores. Los más importantes son:

Demanda:

Dependerá si nuestros servicios profesionales logran ser reconocidos como estrategias administrativas que permitan a los consumidores obtener mayor rentabilidad y mejoramiento para sus operaciones de manera más rápida y sencilla.

Durante nuestro desarrollo nos apoyaremos en la investigación de mercado con el fin de conocer cuáles son las problemáticas esenciales que afectan a las diversas empresas y así tener soluciones medibles y alcanzables que convenzan a nuestro segmento de mercado de todos los beneficios que ofrece ISMARVIC.

Oferta:

La aceptación de nuestros servicios profesionales que tengan las empresas será a razón de que visualicen los resultados de manera inmediata en las áreas en las cuales se implementen nuestro apoyo.

Consideramos que contamos con técnicas estratégicas-administrativas competentes que nos permitirán exhortar a nuestros clientes a considerarnos como un buen Despacho de Consultoría proveedor de una amplia estabilidad administrativa.



FINANCIAMIENTO

CONSULTORES EMPRESARIALES ISMARVIC, S.C.
BALANCE GENERAL
DEL 1 DE MAYO AL 31 DE MAYO DE 2013

	AÑO 0 INICIAL HISTORICA	PROYECTADO AL 31 DE OCT DE 2012
ACTIVO		
<i>CIRCULANTE</i>		
EFECTIVO	\$ 5,000.00	\$ 10,000.00
TOTAL ACTIVO CIRCULANTE	\$ 5,000.00	\$ 10,000.00
<i>ACTIVO FIJO</i>		
MOBILIARIO Y EQUIPO	\$ 18,300.00	\$ 18,300.00
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 25,200.00	\$ 25,200.00
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 43,500.00	\$ 43,500.00
TOTAL ACTIVO	\$ 48,500.00	\$ 53,500.00
<i>PASIVO</i>		
<i>CIRCULANTE</i>		
RENTA	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
PROPAGANDA Y PUBLICIDAD	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 7,000.00	\$ 7,000.00
TOTAL PASIVO	\$ 14,000.00	\$ 14,000.00
<i>CAPITAL CONTABLE</i>		
PATRIMONIO	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00
RESULTADOS DE PERIODOS ANTERIORES	\$ -	\$ -
RESULTADO DEL PERIODO	\$ -	-\$ 50,500.00
TOTAL DEL CAPITAL CONTABLE	\$ 50,000.00	-\$ 500.00
SUMA PASIVO MAS CAPITAL	\$ 64,000.00	\$ 13,500.00



El financiamiento inicial con el que contaremos será de \$55,000 dividido en el Capital Social y Efectivo, el cual fue proporcionado por los socios fundadores. Esta cantidad nos será de utilidad para desempeñar y poner en marcha el proyecto de Despacho de Consultoría; de tal manera que con el transcurso del tiempo podamos implementar todas y cada una de las actividades necesarias para el avance del mismo, y a su vez poco a poco ir consiguiendo la rentabilidad deseada de manera que en un periodo de dos años podamos alcanzar ingresos aproximados de \$100,000 m.n. y así poder hacer frente a nuestras necesidades empresariales.



3.- IMPLEMENTACION.

3.1.- OBJETIVO ESTRATEGICO, MISION, VISION Y VALORES EN QUE SE BASA EL DESEMPEÑO DE L DESPACHO.

OBJETIVO ESTRATEGICO

Consolidar la creación del despacho *Consultores Empresariales Ismarvic, S.C.* Mediante la ejecución oportuna y validación de las acciones estratégicas contempladas en el cronograma de actividades.

MISION

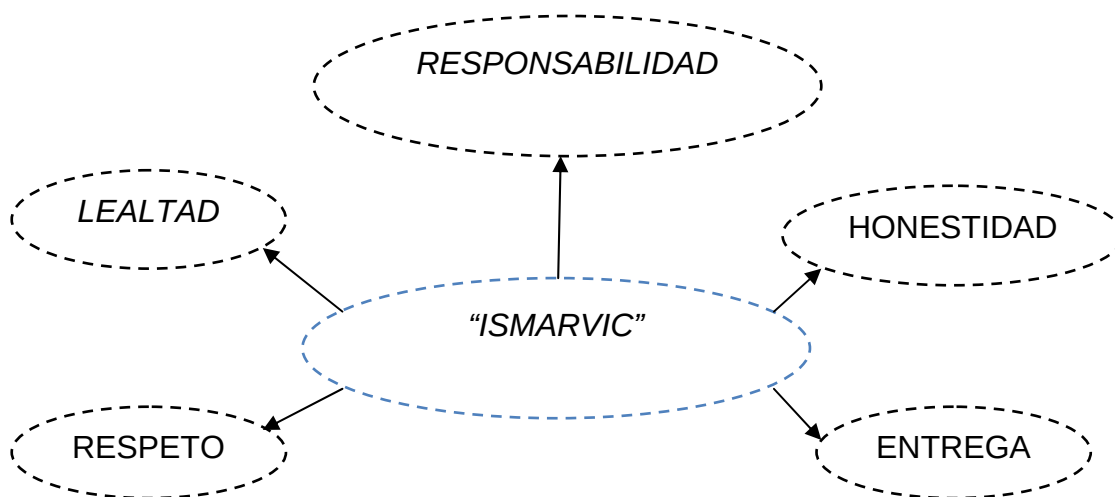
Captar las necesidades de desarrollo y competitividad de las organizaciones para traducir estas en servicios de consultoría administrativa que les permitan la ejecución de técnicas especializadas para mejorar el desarrollo, desempeño y crecimiento empresarial para hacerlas competitivas dentro del mercado nacional e internacional.

VISION

Ser una empresa que proporcione servicios profesionales de alto rendimiento y actualidad que nos permita consolidarnos en los próximos 5 años como el despacho de mayor confianza en la restructuración competitiva y aplicación de técnicas y estrategias de vanguardia rápida y efectiva.



VALORES:





3.2.- CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA EL ARRANQUE DEL DESPACHO DE CONSULTORIA.

"CONSULTORES EMPRESARIALES ISMARVIC, S.C."																			
<u>ESTRATEGIAS DE PROMOCION PARA EL ARRANQUE DEL DESPACHO DE CONSULTORIA.</u>																			
Estratégica/Táctica	2013																		
	<u>MAYO</u>	<u>JUNIO</u>	<u>JULIO</u>	<u>AGO</u>	<u>SEPT</u>														
Diseñar tarjetas de presentación																			
Crear pagina web																			
Diseñar y crear dirección para redes sociales																			
Promover conferencias de información																			
Diseñar el contenido inicial de información de pagina web y redes sociales																			
Lluvia de ideas para actualizar estrategias de presentación																			
Enlace con medios de comunicación																			
REPOSABLE: MARIO ALBERTO PEREZ SANCHEZ																			



“CONSULTORES EMPRESARIALES ISMARVIC, S.C.”

INSTALACION Y UBICACIÓN FISICA PARA EL ARRANQUE DEL DESPACHO DE CONSULTORIA.

Estratégica/Táctica	2013																	
	<u>MAYO</u>	<u>JUNIO</u>	<u>JULIO</u>	<u>AGO</u>	<u>SEPT</u>													
Analizar un lugar que cuente con afluencia peatonal																		
Analizar precio de renta de distintos lugares																		
Analizar vías de acceso fácil al lugar																		
Compra de mobiliario y equipo de oficina																		
Mejoras al lugar de trabajo																		
Acomodo de mobiliario y equipo de oficina																		
Compra herramientas de trabajo (papelería)																		
RESPONSABLE: MARIO ALBERTO PEREZ SANCHEZ																		



“CONSULTORES EMPRESARIALES ISMARVIC, S.C.”

DEFINICION DEL MERCADO REAL Y POTENCIAL PARA EL ARRANQUE DEL DESPACHO DE CONSULTORIA.

Estratégica/Táctica	2013											
	<u>MAYO</u>	<u>JUNIO</u>	<u>JULIO</u>	<u>AGO</u>	<u>SEPT</u>							
Identificar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.												
Identificar nicho de mercado												
Segmentar nicho de mercado												
Analizar nicho de mercado												
Definir necesidades de nicho de mercado												
Generar y promover la ventaja competitiva												
Realizar y diagnosticar el análisis FODA												
Analizar los resultados del análisis FODA												
Crear estrategias para aumentar y mejorar las fortalezas y oportunidades así como contrarrestar las amenazas y debilidades												
REPONSABLE: MARIO ALBERTO PEREZ SANCHEZ												



“CONSULTORES EMPRESARIALES ISMARVIC, S.C.”

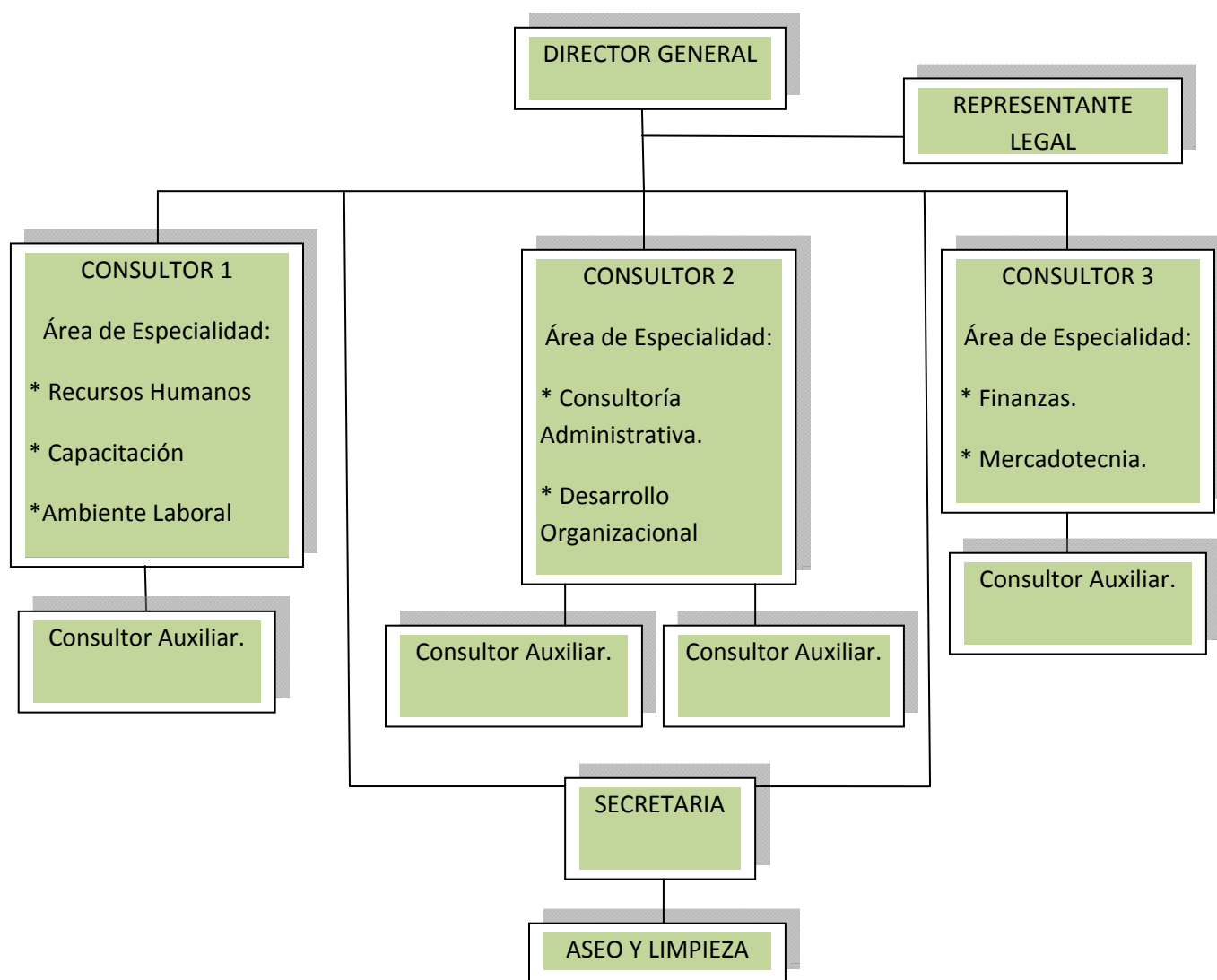
MARCO LEGAL PARA EL ARRANQUE DEL DESPACHO DE CONSULTORIA.

Estratégica/Táctica	2013															
	<u>MAYO</u>	<u>JUNIO</u>	<u>JULIO</u>	<u>AGO</u>	<u>SEPT</u>											
Búsqueda y elección para el Despacho de Consultoría																
Tramitar permiso para uso de Razón Social																
Diseño del logotipo del Despacho de Consultoría																
Creación de Acta Constitutiva																
Inscripción del Despacho de Consultoría al R.F.C. como Persona Moral																
Tramitar solicitud de Licencia de Funcionamiento al H. Ayuntamiento																
Diseñar facturación fiscal																
Junta de Asamblea con Socios del Despacho de Consultoría																
RESPONSABLE: MARIO ALBERTO PEREZ SANCHEZ																



3.3.- ESTRUCTURA OPERATIVA Y FUNCIONAL.

ORGANIGRAMA



FUENTE: ELABORACION PROPIA



3.4.- ESTRATEGIAS PARA EL ENFOQUE EN EL MERCADO POTENCIAL

Las estrategias para establecer un enfoque dentro del mercado potencial se basaran mediante un modelo de Desarrollo Organizacional, el cual Richard Beckhard (1969) lo define como un esfuerzo planificado de toda la organización y administrado desde la alta gerencia, para aumentar la efectividad y el bienestar de la organización por medio de intervenciones planificadas en los procesos de la entidad, de los cuales aplican los conocimientos de la ciencia del comportamiento.⁵⁵

Luis Ferrer (1995) define al D.O. como la aplicación creativa de largo alcance de un sistema de valores, técnicas y procesos administrativos desde la alta gerencia y basada en las ciencias del comportamiento, para lograr mayor efectividad y salud de las organizaciones mediante un cambio planificado, según las exigencias del ambiente exterior que las condiciona.⁵⁶

Parte de los objetivos que nos permitirá alcanzar la aplicación de un correcto D.O. serán:⁵⁷

- Aumentar el nivel de confianza y apoyo entre los miembros de la organización.
- Desarrollar un sistema viable y capaz de auto-renovarse, que se pueda organizar de varias maneras, dependiendo de las tareas que se deban ejecutar en todas y cada una de las áreas de la organización.
- Aumentar el nivel de responsabilidad personal y de grupo en la planeación y ejecución de las diversas tareas para el logro de los objetivos.
- Desarrollar las potencialidades de los individuos, en las tres áreas de competencia; técnicas, administrativas, independientes.

⁵⁵FERRER, P. LUIS, "DESARROLLO ORGANIZACIONAL" 3ª ED. EDITORIAL TRILLAS, MEXICO. Pág. 15

⁵⁶FERRER, P. LUIS, "DESARROLLO ORGANIZACIONAL" 3ª ED. EDITORIAL TRILLAS, MEXICO. Pág. 15

⁵⁷GONZALEZ C. AURELIO "DESARROLLO ORGANIZACIONAL" 1ª ED. EDITORIAL TRILLAS, MEXICO. Pág. 55-57



- Perfeccionar y optimizar el sistema y los procesos de información y comunicación dentro de la organización.

De tal manera que mediante la aplicación del D.O. podremos brindar la oportunidad a los miembros de la organización de que trabajen como seres humanos más que como fuente de producción, ya que se les permitirá desarrollar todo su potencial de tal manera, que aumenten la efectividad de la organización, así como efectividad personal y profesional.

El D.O. nos permitirá solventar diversos problemas que afecten directa o indirectamente a la organización tales como:

- Problemas de comunicación.
- Conflictos entre grupos.
- Cuestiones de dirección y jefatura.
- Cuestiones de identificación y destino de la empresa,
- Entre otros.

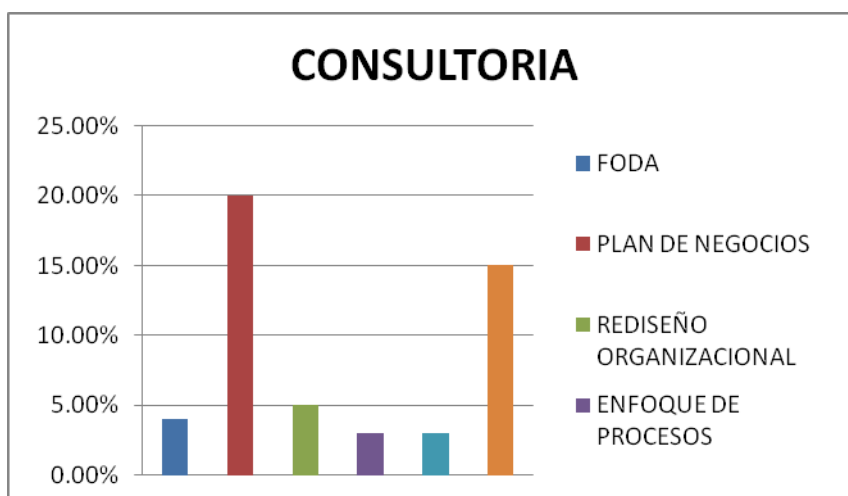
Por lo tanto el D.O. nos permitirá generar un espíritu de grupo en cada uno de los individuos de la organización, de tal manera que se establezca y conozcan la estructura a seguir de todas y cada una de las problemáticas que se presenten dentro de la organización, esto con la finalidad de que se involucren e identifiquen los agentes relacionados a las soluciones de dichas situaciones.



3.5.- PORTAFOLIO DE SERVICIOS

1.- CONSULTORIA.

- Análisis Estratégicos. (FODA).
- Plan de Negocios.
- Rediseño Organizacional.
- Enfoque de Procesos.
- Modelo de Gestión de Calidad.
- Auditoria Administrativa.

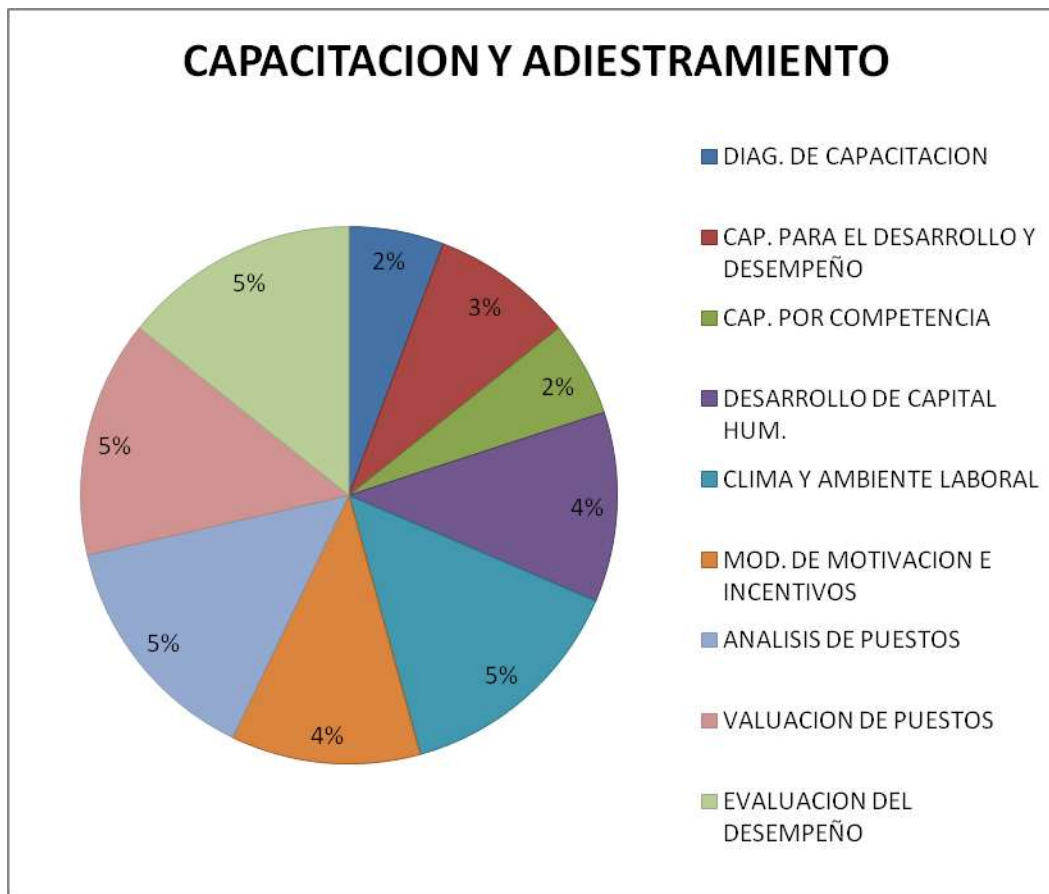


FUENTE: ELABORACION PROPIA



2.- SERVICIO DE CAPACITACION Y ADIESTRAMIENTO.

- Diagnósticos de Capacitación.
- Capacitación para el Desarrollo y Desempeño.
- Capacitación por Competencias.
- Desarrollo de Capital Humano.
- Clima y Ambiente Laboral.
- Modelo de Motivación e Incentivos.
- Análisis de Puestos.
- Valuación de Puestos.
- Evaluación del Desempeño.

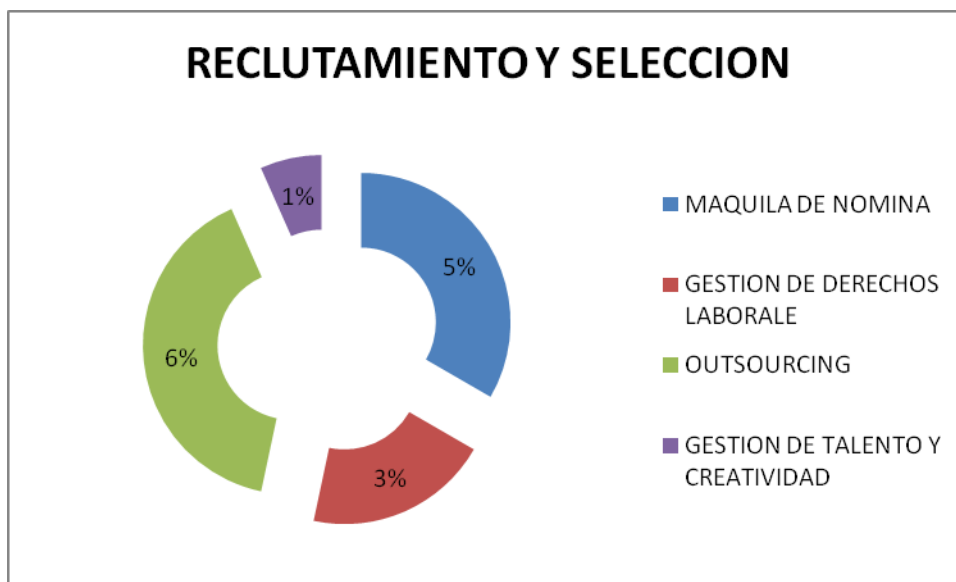


FUENTE: ELABORACION PROPIA



3.- SISTEMAS DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN.

- Maquila de Nómina.
- Gestión de Derechos Laborales.
- Outsourcing.
- Gestión de Talento y Creatividad.



FUENTE: ELABORACION PROPIA



3.5.- DISEÑO CURRICULAR DEL DESPACHO DE CONSULTORIA.

Diseñar sistemas de Consultoría Administrativa.	Actualizar las distintas áreas de especialidad, así como sus diferentes elementos.	Crear estrategias técnico-administrativas en base a las necesidades de cada uno de nuestros clientes.	Diseñar e implementar nuevos modelos de Plan de negocios que representen la identidad propia de cada uno de nuestros clientes.	Revisiones periódicas del cumplimiento de nuestros objetivos.
---	--	---	--	---

Este diseño ira tomando forma con el transcurso del tiempo en relación a todos y cada uno de los distintos clientes con los que cuente Consultores Empresariales Ismarvic, S.C.



CONCLUSIONES

Al finalizar la presente investigación mediante el desarrollo de un modelo de Plan de Negocios de un Despacho de Consultoría Administrativa podemos establecer lo siguiente:

Un Plan de Negocios es aquel instrumento que nos permitirá direccionar la ejecución de todas y cada de las actividades necesarias para el logro de los objetivos que una empresa en crecimiento busca alcanzar dentro de un mercado de competencia.

Por ello que una de las ventajas de utilizar un Plan de Negocios dentro de una empresa, es que nos permitirá descifrar lo complejo que puede llegar a ser esta en sus inicios, ya que en la gran mayoría de los casos idealizamos el producto como el negocio en sí, y perdemos de vista que la base es el desarrollo del diseño de la estructura de ingresos que pretende obtener la empresa mediante este producto o servicio.

Lo anterior es necesario establecerlo mediante una Planeación Estratégica; la cual nos será de gran ayuda para poder visualizar y decidir las diferentes acciones que debemos llevar a cabo en un futuro para el logro de los objetivos.

Estas acciones; como son las inversiones, aspectos productivos, la administración de cada una de las áreas de especialidad así como la mercadotecnia, nos permitirán dar un fácil seguimiento al desarrollo del Plan de Negocios. De tal manera que logremos dar seguridad a los diferentes participantes del proyecto, ya sean socios, clientes, empleados e inclusive instituciones de financiamiento.

Debemos tomar en consideración que los elementos del Plan de Negocios que se apliquen dentro de una empresa, deben ir relacionados en base a la Misión y Visión de la misma; ya que en ellas la empresa refleja la fortaleza de crecimiento que busca alcanzar dentro del mercado de competencia.



La aplicación de un Modelo de Plan de Negocios es de suma importancia en el momento en el que le proporciona a la empresa un alto porcentaje de sobrevivencia dentro de un mercado de competencia, y que además le permitir mostrar de una forma más clara los resultados que desea obtener del negocio.

Por lo tanto la hipótesis de que Un Despacho de Consultoría Administrativa, de Capacitación y de Tecnología de información, así como cualquier empresa de nueva creación, incrementa la probabilidad de sobrevivencia en la medida en que se ajuste a la aplicación de un Modelo de Plan de Negocios queda comprobada.



BIBLIOGRAFIA

DOCUMENTADA

- * GASCA BRETON, HUGO, Revista Pyme "ADMINISTRATE HOY", Revista mensual Mayo 2012.
- * M.A. ESTRADA RIVERA, JAVIER, "Antecedentes, Teorías y su proceso, Enfoque Teórico Práctico". Colegio de Bachilleres Plantel 3, 1998.
- * NADER GARDUÑO, MARIA TERESITA; "PRINCIPIOS DE ADMINISTRACION", 1ª. Edición ED. Trillas, 2001
- * MARTINEZ FUENTES, ALEJANDRO;"EVOLUCION DE LA ADMINISTRACION. TEORIAS Y SISTEMAS",1ª edición, FCCA. Mayo 2005.
- * BARRAGAN CODINA, JOSE N.;PAGAN JOSE A,"ADMINISTRACION DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS",1ª edición ED. Trillas 2002.
- * C.CERTO, SAMUEL,"ADMINISTRACION MODERNA", 8ª edición, ED. Prentice Hall, 2001.
- * L.A.E SORIA GARCIA, JOEL RENE, "PENSAMIENTO ESTRATEGICO" Power Point.
- * L.A.E SORIA GARCIA, JOEL RENE, "MANUAL DE ELABORACION DE PLAN DE NEGOCIOS."
- * GARCIA, CONSUELO; DAVILA ANABELLA,"LAS Pymes", ED. Thomson, 2004.
- * CHRALES W. HILL, GARETH R. JONES. "ADMINISTRACION ESTRATEGICA UN ENFOQUE INTEGRADO", ED. MCGRAW HILL, 2005.
- * FERRER, P. LUIS,"DESARROLLO ORGANIZACIONAL"3ºED. EDITORIAL TRILLAS, MEXICO.
- * GONZALEZ C. AURELIO"DESARROLLO ORGANIZACIONAL"1ºED. EDITORIAL TRILLAS, MEXICO.



VIRTUAL

- <http://www.nefijacob.itgo.com>
- <http://www.editum.org/Que-son-la-Mision-y-la-Vision-p-1759.html>
- http://www.angelfire.com/zine2/uvm_lce_lama/padmon.htm
- <http://www.definicion.org/proceso-administrativo>
- <http://administracioninformatica.wikispaces.com/file/view/AUTORES+DE+LA+ADMINISTRACION.docx>
- http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_DAFO
- <http://www4.ujaen.es/~cruiz/diplot-3.pdf>

ANEXOS.

1.- CATALOGO DE EMPRESAS.

* <http://www.siem.gob.mx/siem/portal/consultas/respuesta.asp?estado=16&municipio=>