



**Nombre de alumnos: Jessica Guadalupe
García castillo**

Nombre del Maestro: Andrés Alejandro reyes

Nombre de la materia: taller de emprendedor

Nombre del trabajo: cuadro sinóptico

Grado: 9

Grupo: c

**UNIDAD IV
PRESENTACIÓN DEL
MODELO DE NEGOCIO**

4.1 Plan de trabajo

Consiste, básicamente, en asignar tiempos, responsables, metas y recursos a cada actividad de la empresa, de tal manera que sea posible cumplir con los objetivos que se ha trazado y preparar todo lo necesario para el inicio de operaciones.

Es la asignación de tiempos, responsables, metas y recursos a las diferentes actividades de una empresa de forma que se cumplan los objetivos.

4.2 Marketing

El área de marketing abarca una serie de actividades a realizar entre las que se encuentran las siguientes:

Desarrollar una investigación del mercado (número de clientes potenciales, consumo aparente, demanda potencial, etc.
Elaborar un análisis de la competencia (o complementarlo, si es necesario).
Llevar a cabo el estudio de mercado (si quedaron puntos pendientes que no se cubrieron al realizarlo la primera vez y/o si se desea complementar la muestra seleccionada para la aplicación).

4.3 Producción

De la misma manera, el área de producción abarca una serie de actividades a realizar (al igual que en marketing, se trata de las actividades que pudieron haber quedado pendientes o que pudieran requerir complementación.

Establecer el sistema de distribución (generar los acuerdos necesarios para subcontratar el servicio de distribución o adquirir los recursos necesarios, por ejemplo: camionetas, y planear el sistema de distribución).

Diseñar el producto o servicio.
Definir el proceso de producción.
Determinar la ubicación de las instalaciones y su distribución.
Especificar los requerimientos de mano de obra.

Definir la publicidad de la empresa (contratar el servicio de diseño y generar los materiales correspondientes para llevar a cabo el proceso de publicidad).

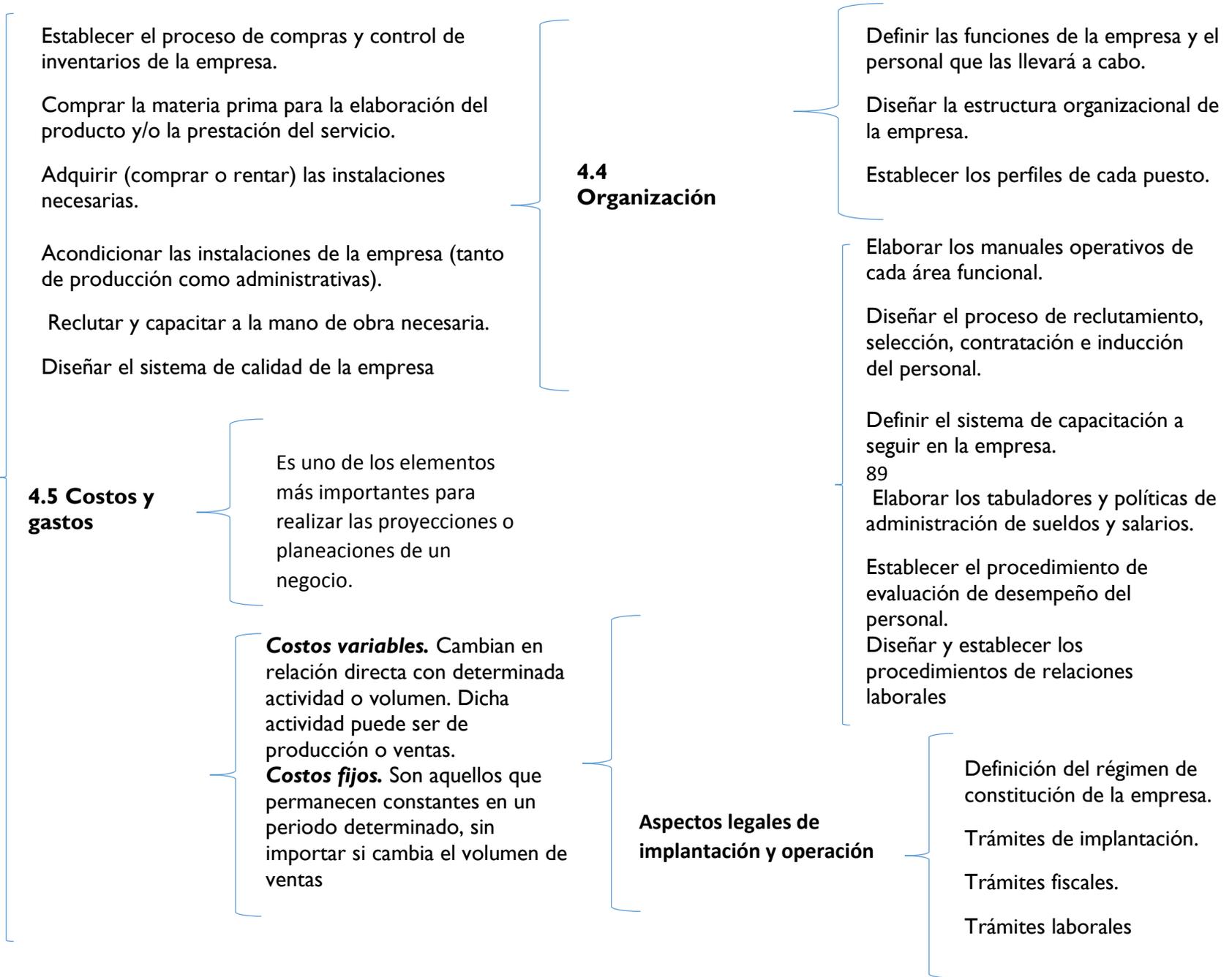
Diseñar etiquetas, anuncios, logotipo, eslogan, nombre comercial, etc.

Definir el sistema de promoción (contratar el servicio de diseño y generar los materiales correspondientes, así como establecer los acuerdos necesarios para llevar a cabo este proceso).

Diseño del empaque del producto (si lo hay).

Obtener el equipo y herramientas necesarias para llevar a cabo el proceso de producción.

Unidad IV





El estado de resultados

Se define como el instrumento que utiliza la administración para informar las operaciones que se realizan en la empresa en un periodo determinado; de esta manera, la ganancia (utilidad) o pérdida de la empresa se obtiene al restar los gastos y/o Pérdidas a los ingresos y/o ganancias. Es el principal procedimiento para medir la rentabilidad de una empresa.

Para una empresa de servicios

INGRESOS

Ventas brutas

Devolución sobre ventas

Descuentos sobre ventas

Para una empresa industrial

Ventas netas. Es la suma del total de ventas menos las devoluciones y descuentos sobre lo que se vendió.

Costo de ventas. Es lo que cuesta producir el artículo o servicio vendido a los clientes. Se le resta a las ventas netas para determinar la utilidad bruta.

Compras de materia prima. Una empresa comercial compra artículos con el propósito de revenderlos y una manufacturera con el propósito de procesarlos para venderlos con un valor agregado

Mano de obra. Sueldos que se les pagan a personas directamente involucradas con el proceso de producción, por ejemplo, obreros u operadores.

Gastos de fabricación. Son los gastos que están directamente involucrados en el proceso de producción, pero que no incluyen mano de obra directa, ni materia prima; por ejemplo, mantenimiento de las máquinas.

Utilidad bruta. Es el resultado de las ventas totales (incluidas la disminución de devoluciones y los descuentos sobre ventas) menos el costo de ventas. Se obtiene antes de rebajar todos los otros gastos del periodo.

GASTOS OPERATIVOS

Gastos por honorarios

Gasto por servicios públicos

Gastos por nómina

Gastos por materiales

Gastos por mantenimiento

Gastos de publicidad y promoción

Otros ingresos o gastos

Ingresos por interés.

Gastos por interés

ISR (Impuesto sobre la renta).

Utilidad neta.

Pérdida neta.

BALANCES GENERALES

Presenta la situación del negocio en un momento particular. Es un instrumento que muestra, a una fecha determinada, cuáles son los activos, pasivos y capital contable.

Indicadores financieros

Son instrumentos que se utilizan para evaluar los resultados de las operaciones del negocio, toman como base los estados financieros proyectados

Supuestos utilizados en las proyecciones financieras

En esta sección del plan de negocios se deben establecer claramente todos los supuestos que fueron tomados en cuenta para elaborar los estados financieros y determinar la cantidad de dinero que se utilizará en inversiones, pagos de adeudos y cualquier otro requerimiento de capital, así como para calcular el nivel de ventas que se piensa alcanzar en la empresa.

Índice de liquidez.

Prueba del ácido.

Razones de endeudamiento.

Razones de eficiencia y operación (rotación de activos, rotación de inventarios, etcétera). Rentabilidad (sobre ventas, activos, capital, etcétera).

Punto de equilibrio.

4.6 Resumen ejecutivo

Toda la información clave del plan.

- Los elementos que darán éxito al proyecto.
- La información principal de cada área analizada en el plan de negocios, que permita la evaluación preliminar técnica, económica y de marketing del proyecto.

Contenido del resumen ejecutivo

Como ya se indicó, el resumen ejecutivo contiene los elementos principales (más importantes) del plan de negocios, por lo que su contenido se fundamenta precisamente en las secciones que ya fueron señaladas a lo largo de este libro, pero sin hacer las divisiones correspondientes

Naturaleza del proyecto

- Nombre de la empresa.
- Justificación (concisa) y misión de la empresa.
- Ubicación de la empresa.
- Ventajas competitivas.
- Descripción de los productos y servicios de la empresa (concreta, no en detalle).

Mercado

- Descripción del mercado que atenderá la empresa.
- Demanda potencial del producto o servicio.
- Conclusiones del estudio de mercado realizado.
- Resumen del plan de ventas.

Sistema de producción

- Proceso de producción (simplificado y resumido).
- Características generales de la tecnología.
- Necesidades especiales de equipo, instalaciones, materia prima, mano de obra, etcétera.

Organización

- Organigrama de la empresa.
- Marco legal (régimen de constitución, situación accionaria, etcétera).

Contabilidad y finanza

- Quién y cómo llevará a cabo el proceso contable.
- Capital inicial requerido.
- Resumen de los estados financieros.
- Resultados de la aplicación de indicadores financieros (punto de equilibrio, TIR, VPN, etc., con la interpretación correspondiente).
- Plan de financiamiento para la empresa.

Plan de trabajo

- Este dato se calcula tomando en cuenta todas las actividades de las diferentes áreas que se requieren para iniciar operaciones (fecha de inicio y finalización de la totalidad de ellas).

Modelo de negocios

- El término modelo de negocio abarca un amplio rango de actividades que conforman aspectos clave de la empresa, tales como el propósito de la misma, estrategias, infraestructura, bienes que ofrece, estructura organizacional, operaciones, políticas, relación con los clientes, esquemas de financiamiento y obtención de recursos, entre otros.