



Nombre de alumno: Yahari N. Mérida Ramírez

Nombre del profesor: César Alfredo Escobar.

Nombre del trabajo: cuadro sinóptico.

Materia: Taller del emprendedor.

Grado: 9° Cuatrimestre

Grupo: "B"



Costos y gastos, Resumen ejecutivo y Modelo de negocio.

Costos y gastos

Costos.

Es cualquier cantidad de dinero que se debe erogar para pagar lo que se requiere en la operación de la empresa, no tiene como fin la ganancia, en tanto que el gasto sí se desembolsa con el objetivo de obtener utilidades.

Costos variables.

Puede ser de producción o ventas, por ejemplo, el material que va a utilizarse cambiará de acuerdo con el número de artículos o servicios que se produzcan.

Costos fijos.

Son aquellos que permanecen constantes en un periodo determinado, sin importar si cambia el volumen de ventas. Por ejemplo, la renta del edificio, los sueldos, etc., van a pagarse, no importa si se produce o se vende en un periodo determinado.

Gastos.

Por honorarios

Se realiza un pago por honorarios cuando alguna persona o empresa presta algún servicio (fiscal, contable, etc.), para beneficio del negocio.

Por mantenimiento

Gastos para mantenimiento o reparación del lugar de trabajo, de la planta, oficinas, etc., y de aquellos activos fijos (por ejemplo, maquinaria) que reportarán un beneficio en el periodo.

De publicidad y promoción

Se efectúan con el objetivo de promocionar a la empresa, de dar a conocer en el mercado un producto o servicio, o para desarrollarlo o mantener la preferencia del consumidor.

Resumen ejecutivo

Es el concentrado de la información sobresaliente de cada una de las áreas del plan de negocios, no exceder de cinco páginas a doble espacio (el óptimo son tres), y contener los siguientes aspectos:

- 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.

Modelo de negocio.

Describe cómo una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económica o social, al cliente.

Abarca un amplio rango de actividades que conforman aspectos clave de la empresa, tales como el propósito de la misma, estrategias, infraestructura, entre otros.

Elementos esenciales:

1. Segmento del mercado.

2. Propuesta de valor: es la razón por la cual los consumidores prefieren a esa empresa sobre las demás.

3. Canales de distribución: se refieren a la forma en que la empresa hará llegar los productos a sus consumidores.

4. Relación con los consumidores: la empresa debe establecer el tipo de relación (personal o automatizada) que desea con los segmentos de mercado que le interesan.

Entre otros.