



Mi Universidad

CUADRO SINOPTICO

Nombre del Alumno: Zabdi Amisadai Romero Velazquez

Nombre del tema: "UNIDAD III", Implementación del Modelo de Negocio. "UNIDAD IV" Presentación del Modelo de Negocio.

Nombre de la Materia: Taller Del Emprendedor.

Nombre del profesor: Lic. Beatriz Adriana Méndez González.

Nombre de la Licenciatura: Lic. Trabajo Social y Gestión Comunitaria

Cuatrimestre: 9° cuatrimestre

IMPLEMENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

El mercado

Marketing: se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa

Producto o servicio con base en las preferencias del consumidor

Precio, la promoción, la distribución y la venta de bienes y servicios

Permite crear un intercambio (entre empresa y consumidor)

Objetivos del marketing

Primeramente, definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado

Se debe tener en cuenta el área y segmento de mercado en que se piensa incursionar; (nivel local, nivel nacional, nivel mundial.) al igual el tiempo en que se piensa lograr

Investigación del mercado

La investigación de mercado se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información

Tamaño del mercado: establecer el segmento de mercado donde operará la empresa

Consumo aparente: se hace identificando el número de clientes potenciales

Demanda potencial: proyección del crecimiento promedio del mercado en el corto, mediano y largo plazos

Estudio del mercado

Medio por el cual se recopila, registra y analiza datos en relación con el mercado

Objetivo: conocer en forma directa al cliente, en especial los aspectos relacionados con el producto o servicio

Forma de hacer un estudio de mercado: *Encuesta; debe ser cuidadosamente planeada. *Aplicación de la encuesta; se necesita determinar cómo, dónde y cuándo se va a realizar. *Resultados obtenidos; la información requerida, hay que tabularla y referirla a la población total de clientes potenciales para obtener conclusiones válidas. *Conclusiones; interpretación de los datos obtenidos, proyectada a condiciones potenciales de desarrollo de la empresa

Las 4 P's distribución y puntos de vista

Cada paso del proceso de distribución posibilita incrementar la distribución a un mayor número de clientes potenciales; sin embargo, cada paso también provoca una pérdida de control y contacto directo con el mercado

Otro paso es, como se llevará el producto al cliente

Cédula del sistema de distribución empleado, así como del sistema de distribución. +Promoción del producto (publicidad). +Promoción de ventas. +Marcas. +Etiqueta. +Empaque. +Fijación y políticas de precio.

IMPLEMENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

Producción

Transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores

Se destacan 2 tipos de bienes

+Bienes Industriales.
+Bienes de consumo.

Se clasifican

+Servicios Comerciales.
+Servicios Profesionales.

Elementos de producción

Los componen:
+Especificaciones del producto o servicio.
+Descripción del proceso de producción o prestación del servicio.
+Características de la tecnología. +Equipo e instalaciones.

Programa de mantenimiento del equipo

+Necesidades de materia prima.
+Identificación de proveedores y cotizaciones. +Capacidad instalada. +Ubicación de la empresa. +Diseño y distribución de planta y oficinas. +Programa de producción

Organización

Forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa para alcanzar eficientemente los objetivos propuestos

Se deben establecer los objetivos del área de acuerdo con las metas empresariales y del resto de las áreas que la conforman

Elementos de organización

Sistema de organización en la empresa es hacer que los objetivos de la empresa y los de sus áreas funcionales concuerden y se complementen

1. Procesos operativos
2. Descripción de puestos
3. Definición del "perfil" del puesto

Manual operativo por trabajador, se utiliza una metodología

1. Establecer el objetivo. 2. Desarrollar las funciones específicas. 3. Describir los procesos de cada actividad. 4. Determinar los indicadores operativos

Elementos de organización

Administración de sueldo y salario

Descripción básica de desempeños, perfiles por puesto y organigrama de la empresa, el proceso de administrar sueldos y salarios, es sencillo y rápido de realizar pues implica jerarquizar los puestos de la empresa

Marco legal de la organización

La empresa es un conjunto de recursos organizados por el titular (emprendedor), con el fin de realizar actividades de producción o de intercambio de bienes o servicios que satisfacen las necesidades de un mercado en particular.

PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

Plan de trabajo

Consiste en asignar, tiempos, responsables, metas y recursos a cada actividad de la empresa

Esto para que sea posible cumplir con los objetivos que se ha trazado y preparar todo lo necesario para el inicio de operaciones

Marketing

Abarca una serie de actividades a realizar

- Desarrollar una investigación del mercado.
- Elaborar un análisis de la competencia.
- Establecer el sistema de distribución.
- Definir la publicidad de la empresa.

Producción

Abarca una serie de actividades a realizar que pudieron haber quedado pendiente

- Diseñar el producto o servicio.
- Definir el proceso de producción.
- Determinar la ubicación de las instalaciones y su distribución.

Organización

Abarca también una serie de actividades a realizar

- Definir las funciones de la empresa y el personal que las llevará a cabo.
- Diseñar la estructura organizacional de la empresa.
- Establecer los perfiles de cada puesto.
- Elaborar los manuales operativos de cada área funcional.

Costos y gastos

Costo, es cualquier cantidad de dinero que se debe erogar para pagar lo que se requiere en la operación de la empresa

Ejemplo: la luz sería un costo, mientras que un anuncio de radio sería un gasto

Existen 2 tipos de costos y/o gastos

- Costos variables.
- Costos fijos.

Inversiones

Invertir con éxito no es necesario un coeficiente intelectual estratosférico, un conocimiento empresarial extraordinario ni información privilegiada.

5 pasos para un proyecto de inversión

1. Establece una meta.
2. Enlista necesidades.
3. Realiza un presupuesto de inversiones.
4. Valora y compara.
5. Planifica las operaciones.

PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

Resumen ejecutivo

Concentrado de la información sobresaliente de cada una de las áreas del plan de negocios

Claro, conciso y explícito. No exceder de 5 pág. El óptimo son 3.

Debe elaborarse con una estructura fácil de entender, seleccionando palabras clave y los elementos sobresalientes

Contenido del resumen ejecutivo

Contiene los elementos principales (más importantes) del plan de negocios

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

El 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

Contabilidad y finanzas

- Quién y cómo llevará a cabo el proceso contable.
- Capital inicial requerido.
- Resumen de los estados financieros.
- Resultados de la aplicación de indicadores

Plan de trabajo

Se establece el tiempo necesario para iniciar operaciones.

Se calcula tomando en cuenta todas las actividades de las diferentes áreas que se requieren para iniciar operaciones

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

Osterwalder y Pigneur, en su libro de Business Model Generation Handbook

Mencionan 9 elementos esenciales en el modelo de negocio, cubriendo las principales áreas de la empresa: consumidores, oferta, infraestructura y viabilidad financiera.

BIBLIOGRAFIA

ANTOLOGIA; TALLER DE LECTURA Y REDACCIÓN.

“UNIDAD 1II”, Implementación del Modelo de Negocio. Pág. 64-88

“UNIDAD IV” Presentación del Modelo de Negocio. 89-105