



**Mi Universidad**

## **Cuadro sinóptico**

Nombre del Alumno: Bitia Madian Méndez Ávila

Nombre del tema: unidad 3 y 4 taller del emprendedor

Parcial: 1er

Nombre de la Materia: taller del emprendedor

Nombre del profesor: Beatriz A. Méndez González

Nombre de la Licenciatura: Trabajo Social Gestión Comunitaria

Cuatrimestre: octavo Cuatrimestre

Lugar y Fecha de elaboración

Pichucalco Chiapas A 14 de junio del 2022

# IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

## El mercado

El marketing se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa en relación con el precio, la promoción, la distribución y la venta de bienes y servicios que ofrece,

LA DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO CON BASE EN LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR, DE FORMA TAL QUE PERMITAN CREAR UN INTERCAMBIO (ENTRE EMPRESA Y CONSUMIDOR) QUE SATISFAGA LOS OBJETIVOS DE LOS CLIENTES Y DE LA PROPIA ORGANIZACIÓN.

## Objetivos del Marketing

LOS OBJETIVOS DEL ÁREA DE MARKETING ES NECESARIO DEFINIR LO QUE SE DESEA LOGRAR CON EL PRODUCTO O SERVICIO EN TÉRMINOS DE VENTAS, DISTRIBUCIÓN Y POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO.

EL ÁREA Y SEGMENTO DE MERCADO EN QUE SE PIENSA INCURSIONAR (NIVEL LOCAL: COLONIA, SECTOR, ETC.; NIVEL NACIONAL: DE EXPORTACIÓN REGIONAL, MUNDIAL, U OTROS), ASÍ COMO EL TIEMPO EN EL CUAL SE PIENSAN LOGRAR LOS OBJETIVOS

## Investigación del mercado

LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO SE UTILIZA COMO UNA HERRAMIENTA VALIOSA EN LA OBTENCIÓN DE ESTA INFORMACIÓN.

\*TAMAÑO DEL MERCADO  
\*CONSUMO APARENTE  
\*DEMANDA POTENCIAL

# IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

Mediante

Estudio del mercado

es el medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos.

--Objetivo del estudio de mercado  
--Encuesta tipo

--Aplicación de la encuesta  
---Resultados obtenidos

---Conclusiones del estudio realizado

A través de

3.5 Las 4 P's

las necesidades del cliente o consumidor y desarrollar un producto que las satisfaga, es necesario determinar cómo hacer llegar los productos al mercado.

Promoción del producto o servicio,  
Publicidad,  
Promoción de ventas  
Marcas  
Etiqueta  
Empaque  
Fijación y políticas de precios

Por ejemplo

Producción

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

Producto. Resultado final de un proceso de producción que representa un satisfactor para el consumidor.

Objetivos del área de producción  
Podemos destacar dos tipos de bienes:  
Bienes industriales  
Bienes de consumo  
Los servicios se clasifican en:  
Servicios comerciales  
Servicios profesionales



# IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

## ELEMENTOS DE PRODUCCIÓN

El diseño de un producto o servicio debe cumplir con varias características, entre otras: -  
Simplicidad y practicidad (facilidad de uso). -  
Confiabilidad (que no falle). -  
Calidad (bien hecho, durable, etcétera).

Independientemente de si se producirá, maquilará o comprará en un principio, es necesario conocer el proceso de producción y/o prestación de servicios de la empresa. Es importante determinar la tecnología disponible para elaborar el producto

## ORGANIZACIÓN

Objetivos del área de organización La organización es la forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa

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

## MIXTA

para establecer un sistema de organización en la empresa es hacer que los objetivos de la empresa y los de sus áreas funcionales concuerden y se complementen Es también necesario tener presente que contar con el perfil detallado por puesto no garantizará que la persona sea la más adecuada

UNIDA 4  
PRESENTACIÓN  
DEL MODELO DE  
NEGOCIO

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

Marketing

sistema de investigar un mercado, ofrecer valor y satisfacer al cliente con un objetivo de lucro. Esta disciplina, también llamada mercadotecnia, se responsabiliza de estudiar el comportamiento de los mercados y de las necesidades de los consumidores.

Producción

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)

## UNIDA 4 PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

### ORGANIZACIÓN

*El área de 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.*

Aspectos legales de implantación y operación  
El área de aspectos legales incluye varias actividades como:

- ☒ Definición del régimen de constitución de la empresa.
- ☒ Trámites de implantación.
- ☒ Trámites fiscales.
- ☒ Trámites laborales.

### COSTOS Y GASTOS

*costo es uno de los elementos más importantes para realizar las proyecciones o planeaciones de un negocio. El costo es cualquier cantidad de dinero que se debe erogar para pagar lo que se requiere en la operación de la empresa*

Ahora bien, existen dos tipos de costos y/o gastos:

- ☒ Costos variables. Cambian en relación directa con determinada actividad o volumen.
- ☒ Costos fijos. Son aquellos que permanecen constantes en un periodo determinado, sin importar si cambia el volumen de ventas.

### INVERSIONES

*invertir con éxito durante toda la vida no es necesario un coeficiente intelectual estratosférico, un conocimiento empresarial extraordinario ni información privilegiada.*

Hay pruebas de que un elevado coeficiente intelectual y una gran formación académica no son suficientes para conseguir que un inversor sea inteligente.

## UNIDA 4 PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

### Resumen ejecutivo

El resumen ejecutivo es el concentrado de la información sobresaliente de cada una de las áreas del plan de negocios

### Contenido del resumen ejecutivo

el resumen ejecutivo contiene los elementos principales (más importantes) del plan de negocios

### El mercado

La información de mercados que se incluirá en el resumen es:

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

(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

### Naturaleza del proyecto

Respecto a la naturaleza del proyecto, la información que se incluirá en el resumen es:

- ☒ 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).

### El mercado

En cuanto al sistema de producción, la información que se incluirá en el resumen es:

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

UNIDA 4  
PRESENTACIÓN  
DEL MODELO  
DE NEGOCIO

organización

En lo que respecta a la organización, la información que se incorporará en el resumen es:

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

contabilidad y finanzas

la contabilidad y finanzas de la empresa, la información que se insertará en el resumen es:

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

Plan de trabajo

al plan de trabajo, fundamentalmente deberá establecerse el tiempo necesario para iniciar operaciones. Este dato se calcula tomando en cuenta todas las actividades de las diferentes áreas que se requieren para iniciar operaciones

UNIDA 4  
PRESENTACIÓN DEL  
MODELO DE NEGOCIO

Modelo  
de  
negocio

una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económica o social, al cliente. El término modelo de negocio abarca un amplio rango de actividades que conforman aspectos clave de la empresa

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.

Una buena guía es el modelo de Osterwalder y Pigneur, en su libro de Business Model Generation Handbook (2009), en el que se mencionan 9 elementos esenciales en el modelo de negocio

## **Bibliografía básica y complementaria:**

- Fernando Trias de Bes. (2007). El libro negro del emprendedor: no digas que nunca te lo advirtieron. Gestión del conocimiento.: Empresa activa.
- Eric Ries. (2011). El método Lean Startup. ISBN:9788423409495: Deusto.
- Alcazar Rodríguez I. (2004). El emprendedor de éxito. Guía de planes de negocio. Mc Graw hill
- Alexander Osterwalder y Yves Pigneur. (2010). Tu modelo de negocio.. sf: Deusto.
- Rodríguez I. (2000). Planeación, organización y dirección de la pequeña empresa. Mc Graw hill
- Kotler, p., & armstrong, g. (2003). Fundamentos de marketing. México: pearson.
- REYES Ponce, A. (2008). Administración de empresas. Teoría y práctica. México: Limusa.