



Mi Universidad

Nombre del Alumno: José Alfredo Jiménez Martínez

Nombre del tema: Ensayo unidad III y unidad IV

Parcial: Noveno cuatrimestre

Nombre de la Materia: Taller del emprendedor

Nombre del profesor: Alberto De Jesús López Muñoz

Nombre de la Licenciatura: Enfermería

Lugar y Fecha de elaboración:

Villahermosa Tabasco, 12 De Julio Del 2022

}

UNIDAD III

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

EL MERCADO

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, así como de la definición del producto o servicio con base en las preferencias del consumidor

ORGANIZACIÓN

La organización es la forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa, para alcanzar eficientemente los objetivos propuestos. Al igual que en los puntos anteriores, se deben establecer los objetivos del área de acuerdo con las metas empresariales y del resto de las áreas que la conforman.

OBJETIVOS DEL MARKETING

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

ELEMENTOS DE PRODUCCIÓN

Es el conjunto de actividades que se llevan a cabo para elaborar un producto o para prestar un servicio. En él se conjuntan la maquinaria, la materia prima y los recursos humanos necesarios para realizar el proceso. Este proceso debe quedar establecido en forma clara, de modo que permita a los trabajadores obtener el producto deseado con un uso eficiente de los recursos necesarios.

INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

La investigación de mercado se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información. El siguiente paso del plan de negocios es buscar, de manera objetiva y con base en fuentes de información confiables, cuántos clientes posibles puede tener la empresa, dónde están y quiénes son. Una vez que ha definido el segmento de mercado, debe tratar de establecer el consumo aparente que dicho segmento representa.

PRODUCCIÓN

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

- Bienes industriales
- Bienes de consumo.
- Servicios comerciales
- Servicios profesionales.

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. Es necesario conocer en forma directa al cliente, en especial los aspectos relacionados con el producto o servicio. La encuesta de mercado que se pretende aplicar debe ser cuidadosamente planeada.

LAS 4 P'S

- Distribución y puntos de venta
- Promoción del producto o servicio
- Publicidad
- Promoción de ventas
- Fijación y políticas de precios

UNIDAD IV

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 y preparar todo lo necesario para el inicio de operaciones.

MARKETING

- ✚ 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).

PRODUCCIÓN

- ❖ 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.
- ❖ Adquirir la tecnología necesaria.
- ❖ Identificar y seleccionar a los proveedores de equipo, herramientas y materias primas

ORGANIZACIÓN

- ❖ 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.
- ❖ Diseñar el proceso de reclutamiento, selección, contratación e inducción del personal.

COSTOS Y GASTOS

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, no tiene como fin la ganancia, en tanto que el gasto sí se desembolsa con el objetivo de obtener utilidades

INVERSIONES

Para invertir con éxito durante toda la vida no es necesario un coeficiente intelectual estratosférico, un conocimiento empresarial extraordinario ni información privilegiada. Lo que hace falta es una infraestructura intelectual que permita adoptar decisiones y la capacidad de evitar que las emociones deterioren esa infraestructura. Hay pruebas de que un elevado coeficiente intelectual

RESUMEN EJECUTIVO

Es el concentrado de la información sobresaliente de cada una de las áreas del plan de negocios. 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

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.

z