

# **Universidad del sureste**

**NOMBRE DEL ALUMNO:**

**BRENDA LUZ VÁZQUEZ MORALES.**

**NOMBRE DEL PROFESOR:**

**MARIA ISABEL ROBLERO.**

**MATERIA:**

**TALLER DEL EMPRENDEDOR.**

**9NO CUATRIMESTRE EN CONTADURÍA PÚBLICA Y FINANZAS,  
SEMIESCOLARIZADO.**

**ENSAYO: TALLER DEL EMPRENDEDOR**

**FRONTERA COMALAPA, CHIAPAS A 14 DE JUNIO DEL 2022**

## **INTRODUCCIÓN.**

En este tema abordaremos un tema muy importante donde nos daremos cuenta un poco más sobre el marketing, y de la implantación del modelo de negocio que es la clave para realizar gestiones de proceso de negocio.

## IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

Se dice que el marketing es el que se encarga de planear las actividades de una empresa en relación con el precio, también en la promoción de un producto, y en la distribución en la venta de bienes y servicios que ofrece, de tal forma que permitan crear un intercambio (entre empresa y consumidor) que satisfaga los objetivos de los clientes y de la propia organización. 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. Hay varios ejemplos de objetivos del marketing. (Contar con una alta cuota en el mercado, Lograr el reconocimiento de marca, Fomentar compras rápidas, objetivos de postres mexicanos corto plazo 6 meses, competir en el mercado de postres y dulces localizado en la cafetería del ITESM, campus Monterrey , alcanzando niveles de venta de 30.000 porciones (150 g cada una ) al mes. 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, El tamaño de mercado proporciona el potencial máximo de ventas para un mercado, . Es decir, se debe establecer el segmento de mercado donde operará la empresa. Características del segmentó de un mercado.

- Empresas que desean modernizar su sistema de promoción y ventas.
- Empresas que ofrecen bienes y servicios a clientes de clase media y alta.
- Empresas que aprovechen los avances tecnológicos.

El estudio de mercado es el medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos.es muy necesario conocer en forma directa al cliente, en especial los aspectos relacionados con el producto o servicio, sobre la opinión del producto, el precio que está dispuesto a pagar , por lo cual es recomendable hacer un estudio del mercado , atreves de encuestas o entrevista . Para lógralo , se debe definir el producto o servicio que planea ofrecer, de acuerdo con el punto de vista del consumidor potencial. Una vez ya definido el producto o servicio, es muy necesario que la empresa determine la información que desea obtener a través del estudio de mercado, la cual le permitirá tomar decisiones respecto al precio, presentación y distribución del producto. Promoción de ventas Otro elemento que causa un gran impacto en el mercado meta es el sistema de promoción de ventas, actividades que permiten presentar al cliente con el producto o servicio de la empresa; la promoción de ventas debe llevarse a cabo para que

el cliente ubique al producto o servicio de la empresa en el mercado, ejemplo de estas actividades son: muestras gratuitas, regalos en la compra del producto, ofertas de introducción, patrocinio y/o participación en actividades sociales, educativas, culturales o deportivas de la comunidad. Otros elementos que contribuyen a diferenciar al producto o servicio de la empresa, son el logotipo, también las etiquetas, Se le llama etiqueta a las formas impresas que lleva el producto para dar información al cliente acerca de su uso o preparación. No basta que el empaque muestre el nombre del fabricante y la marca, el recipiente también debe servir como medio publicitario, lo que hace aumentar el valor del producto ante el cliente; además se debe buscar que sea reciclable y, si es posible, biodegradable. Una empresa puede decidir entrar al mercado con un alto precio de introducción, con un precio bajo en comparación con la competencia o bien, no buscar a través del precio una diferenciación del producto y, por lo tanto, entrar con un precio similar al de la competencia. Asimismo, es recomendable establecer políticas claras en cuanto a descuentos por pronto pago o por volumen, así como en las promociones, pues constituyen una parte importante de la negociación con los clientes potenciales y/o distribuidores. Otro aspecto relevante es si la empresa pagará a sus vendedores alguna comisión por el volumen de ventas y qué proporción representarán de su ingreso total. Una vez establecidas las políticas de precios y los costos variables y fijos, es posible determinar el precio del producto o servicio en los diferentes niveles del canal de distribución y para el consumidor final.

## PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO.

La presentación de plan de negocio, tiene como objetivo mostrar y un modelo de negocio y conquistar a potenciales inversores. El plan de trabajo consiste, básicamente, en asignar tiempos, responsables, metas y recursos a cada una de las actividades de la empresa. 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.), especialmente si no se contó con la información completa y detallada al elaborar el plan de negocios.
- ✚ 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).
- ✚ Establecer el sistema de distribución (generar los acuerdos necesarios para subcontratar el servicio de distribución o adquirir los recursos necesarios, por ejemplo: camionetas, y planeare sistema de distribución).
- ✚ 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

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.
- ✚ Diseñar el proceso de reclutamiento, selección, contratación e inducción del personal. Definir el sistema de capacitación a seguir en la empresa.
- ✚ Elaborar los tabuladores y políticas de administración de sueldos y salarios.

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; por ejemplo, la luz sería un costo, mientras que un anuncio de radio sería un gasto. El balance general 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. Hace transparente su situación financiera; es decir, qué tiene, qué debe y qué pagó. Es importante recalcar que las clasificaciones de la estructura contable, activo, pasivo y capital, forman la contabilidad básica o la llamada ecuación básica. 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, cubriendo las principales áreas de la empresa: consumidores, oferta, infraestructura y viabilidad financiera:

- 1.Segmento del mercado: la empresa debe decidir a qué segmento de mercado le interesa llegar.
- .Propuesta de valor: es la razón por la cual los consumidores prefieren a esa empresa sobre las demás, es decir, es la forma en que la empresa resuelve un problema o satisface una necesidad del cliente; por lo general son soluciones innovadoras.
- 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 (personales o automatizadas) que desea con los segmentos de mercado que le interesan.
- 5. Flujos de efectivo: es imprescindible que la empresa se cuestione hasta qué precio estaría dispuesta a pagar por su producto o servicio.
- 6.Recursos clave: son los recursos más importantes para hacer trabajar el modelo de negocio; incluye todos los tipos de recursos: físicos, de información, técnicos, humanos y financieros.
- 7.Actividades clave: describe las acciones más importantes relacionadas con todas las áreas de la empresa que debe realizar para hacer funcionar su modelo de negocio.
- 8. Socios clave: es la red de proveedores y socios, implica crear alianzas estratégicas para optimizar el modelo de negocio, reducir el riesgo o adquirir recursos.
- 9.Estructura de costos: incluye todos los costos que se incurren tanto para poner en marcha el modelo de negocio, como para crear y entregar el valor ofertado en la propuesta, así como mantener las relaciones con el consumidor y generar ingresos.

## **CONCLUSIÓN.**

Para concluir y cerrar con este tema del emprendedor ante mi persona logre identificar algunos puntos sobre el emprendimiento ,algunos objetivos que se requiere para realizar un proyecto , el plan de trabajo que se debe de realizar y el modelo de negocio etc..





