



Nombre de alumnos: FERNANDO NAJERA GUILLEN

Nombre del profesor:

Nombre del trabajo: ENSAYO

Materia: TALLER DEL EMPRENDEDOR

Grado: NOVENO CUATRIMESTRE

PASIÓN POR EDUCAR

Grupo: A

Comitán de Domínguez Chiapas a 10 De junio 2022.

INTRODUCCION

Antes de abordar la elaboración del plan de negocio como instrumento necesario para la comprensión global de un emprendimiento, es importante entender el modelo de negocio; el modelo de negocio es la forma como la empresa genera valor o produce los ingresos, de un buen modelo depende que la llegada al mercado sea atractiva y perdurable, es por esto que se hace énfasis hoy en día en la estructuración del mismo, además es un componente en donde se puede generar innovación. Un Modelo de Negocios contribuye a determinar los factores a través de los cuales se genera valor, cómo es la relación con los clientes, cuál es la forma de generar ingresos, qué factores son los que más costos le representan al negocio, cuáles son las actividades claves que realiza, entre otros elementos.

muchas empresas y profesionales han decidido lanzarse a vender sus productos a través de Internet, motivados por la caída de las ventas en las tiendas físicas y el incremento de las ventas en los negocios online. Pero el porcentaje de consolidación del negocio es aún muy bajo, en gran parte porque muchas empresas o profesionales cometen errores al plantear sus estrategias. Es muy importante elegir muy bien antes de empezar tu e-commerce, el modelo que vayas a utilizar para implementar tu tienda online. Debes tener muy claro el público objetivo al que vas dirigir tu tienda online, sus características, necesidades, preferencias, etc., para así elegir el tipo de modelo de negocio que más convenga y se adapte a tus estrategias y objetivos.

Un modelo de negocio es la forma en que una empresa vende sus productos a sus clientes, de acuerdo con Online Business Watch. Hay varios tipos de modelos de negocio en donde la mayoría de las empresas encajan. Muchos de ellos operan bajo las categorías básicas de fabricante, de distribuidor, de minorista o de franquicia. Con el fin de desarrollar un plan de negocios exitoso, primero tienes que determinar cuál es el modelo de negocios que te gustaría seguir.

UNIDAD IV.

PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

4.1 Plan de trabajo

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

4.2 Marketing

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 planear el 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 (si lo hay).

4.3 Producción

De la misma manera, 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), como son:

- 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.
- Obtener el equipo y herramientas necesarias para llevar a cabo el proceso de producción.
- Establecer el proceso de compras y control de inventarios de la empresa.
- Comprar la materia prima para la elaboración del producto y/o la prestación del servicio.
- Adquirir (comprar o rentar) las instalaciones necesarias.
- Acondicionar las instalaciones de la empresa (tanto de producción como administrativas).
- Reclutar y capacitar a la mano de obra necesaria.
- Diseñar el sistema de calidad de la empresa.

4.4 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.
- 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.

4.5 Costos y gastos El 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, 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. Ahora bien, existen dos tipos de costos y/o gastos:

- Costos variables. Cambian en relación directa con determinada actividad o volumen. Dicha actividad 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.

Capital social

El capital social es la cantidad total de dinero que invierten los dueños de la empresa (socios) para conformar la misma y sirve como base para el inicio de sus operaciones.

Créditos (préstamos)

Un crédito es una aportación económica que se entrega a la empresa, con el fin de hacer frente a compromisos o necesidades de inversión que no pueden ser solventados con el capital de la misma.

Entradas

Las entradas son todos los ingresos de dinero que la empresa recibe.

Salidas

Las salidas son todos los egresos que la empresa realiza. Los gastos o costos en que la empresa incurre son salidas de dinero.

Proyección del flujo de efectivo

La información de entradas y salidas se requiere para elaborar lo que se conoce como flujo de efectivo, un estado financiero que muestra el total de efectivo que ingresó o salió de la empresa, durante un periodo determinado.

Estados financieros proyectados

Los estados financieros son resúmenes de resultados de las diferentes operaciones económicas de la empresa, en un periodo determinado o en una fecha específica futura. El objetivo de elaborar dichos estados es que el empresario visualice desde el principio hacia dónde lo conducen todos los esfuerzos que realiza en el negocio, además de elaborar información que sirva para la toma de decisiones.

Los estados financieros se proyectan a partir de otro estado financiero, que es el flujo de efectivo, que previamente ha sido calculado y, por tanto, ofrece información básica que permite elaborar los dos estados clave para determinar la salud financiera futura de la empresa:

- Estado de resultados
- Balance general

El estado de resultados

se define como el instrumento que utiliza la administración para informar las operaciones que se realizan en la empresa en un periodo determinado; de esta manera, la ganancia (utilidad) o pérdida de la empresa se obtiene al restar los gastos y/o pérdidas a los ingresos y/o ganancias. Es el principal procedimiento para medir la rentabilidad de una empresa.

4.5.1 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 y una gran formación académica no son suficientes para conseguir que un inversor sea inteligente. En 1998, Long-Term Capital Management L.P., un fondo de inversión de gestión alternativa dirigido por un batallón de matemáticos, informáticos y dos economistas ganadores del Nobel, perdieron más de 2.000 millones de

dólares en cuestión de semanas, al apostar una enorme cantidad a que el mercado de bonos volvería a una situación «normal». Sin embargo, el mercado de bonos siguió empeñado en que su situación fuese cada vez más «anormal», y LTCM se había endeudado hasta un nivel tal que su quiebra estuvo a punto de hundir el sistema financiero mundial.

5 pasos para un proyecto de inversión

1. Establece una meta Todo proyecto exitoso nace de un objetivo bien definido y de implantar los plazos adecuados. A partir de ahí será necesario recopilar toda la información y plasmarla en un documento que conviertas en tu ruta de acción. El secreto es que ese programa sea minucioso, realista y optimizado.

2. Enlista necesidades, Aunque existen diferentes tipos de proyectos de inversión, todos coinciden en el punto de elaborar una lista de lo que tu empresa requiere para comenzar su actividad: financiaciones y gastos iniciales.

3. Realiza un presupuesto de inversiones Analiza las características que requiere tu negocio en cuanto a herramientas, maquinaria, software o cualquier otro elemento. Lo ideal es que realices una clasificación de necesidades para la operación diaria: recursos humanos, inmobiliario, servicios, etc.

4. Valora y compara Pide varios presupuestos para poder conocer el costo de los elementos que comprarías hoy si tuvieras que hacerlo. Valora el resto de los fondos empresariales que supondría su puesta en funcionamiento (en caso de que los haya).

5. Planifica las operaciones

4.6 Resumen ejecutivo

El resumen ejecutivo es el concentrado de la información sobresaliente de cada una de las áreas del plan de negocios. Un buen resumen ejecutivo debe ser claro, conciso y explicativo, 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. De los planes de negocios, 60% son rechazados por posibles inversionistas en la etapa preliminar de su análisis, debido a una presentación incompleta o mal desarrollada del resumen ejecutivo, por lo que es muy importante redactarlo teniendo en mente al

inversionista, es decir, pensando en cuál es la información del negocio que le gustaría conocer para decidirse a invertir.

4.7 Contenido del resumen ejecutivo

Como ya se indicó, el resumen ejecutivo contiene los elementos principales (más importantes) del plan de negocios, por lo que su contenido se fundamenta precisamente en las secciones que ya fueron señaladas a lo largo de este libro, pero sin hacer las divisiones correspondientes; esto es, presentando la información en forma continua y sin secciones.

4.7.1 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).

4.7.2 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.

4.7.3 sistema de producción

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.

4.7.4 organización

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

- Organigrama de la empresa.

4.7.5 contabilidad y finanzas

Respecto a 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 (punto de equilibrio, TIR, VPN, etc., con la interpretación correspondiente).
- Plan de financiamiento para la empresa.

4.7.6 Plan de trabajo

En cuanto 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 (fecha de inicio y finalización de la totalidad de ellas)

4.8 Modelo de negocio

Describe cómo 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, 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.

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.
2. 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.

CONCLUSION

Para finalizar se entiende que para un negocio para poderlo emprender tiene que llevar una serie de elementos el cual lo conformaran para poder lograr nuestros objetivos en el cual el negocio puede ser muy reconocido y tener una estabilidad económica para seguir y así mismo invertir y ver nuestros beneficios dándole un seguimiento continuo con una estructuración muy buena logrando que la empresa del negocio siga creciendo.

BIBLIOGRAFIA

- 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.