



Nombre del Alumno: Ventura Morales Danna Paola

Nombre de la Materia: Taller del emprendedor

Nombre del profesor: Lic. Mireya del Carmen García

Nombre de la Licenciatura: Lic. En Enfermería

Cuatrimestre: 9° Cuatrimestre

Comitán de Domínguez Chiapas a junio de 2022

INTRODUCCION

El término "modelo de negocio" ha ganado un amplio uso en la práctica empresarial, la literatura académica sobre este tema se encuentra fragmentada y algo confusa por las numerosas y en ocasiones, inconsistentes definiciones. Con este trabajo, se trata de ordenar aquellos formatos de definiciones que cubren el objetivo de delimitar una metodología de análisis e identificación de los modelos de negocio, desde las perspectivas de sus definiciones, componentes, funciones y, sus clasificaciones.

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.

como instrumento de planificación, ordena y sistematiza información de modo que pueda tenerse una visión del trabajo a realizar, así nos indica: objetivos, metas, actividades, responsables y cronograma.

MARKETING

El marketing es el 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. Analiza la gestión comercial de las compañías con la finalidad de atraer, captar, retener y fidelizar a los clientes finales a través de la satisfacción de sus deseos y resolución de sus problemas.

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).

PRODUCCIÓN

Se hace la referencia a la acción de generar, producir los productos. Esta palabra se asocia con las ideas de engendrar, criar, originar y fabricar. Además, que es la noción de rendir frutos. Es la creación y el proceso de realizar bienes y mercancías. Se puede considerar como la concepción, el procesamiento y la financiación, entre otras etapas. La producción es el proceso económico más importante y el medio por el cual, el trabajo humano, genera la riqueza. Hay formas de poner a cabo una producción en un marco de la sociedad, dado por los vínculos de la producción que los individuos establecen en el contexto laboral. Asimismo, por el trabajo de la producción, el trabajo individual se vuelve una parte del trabajo social.

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.

ORGANIZACIÓN

En todas las empresas a nivel mundial podemos encontrar un departamento ventas y en este, un área que se encarga exclusivamente de la parte del marketing, el cual actualmente se puede organizar de diversas maneras. Debido a que es un tema de gran interés hoy en día, nos queremos enfocar en este artículo en conocer qué es la organización de la mercadotecnia.

Cuando hablamos de una estructura organizacional, estamos haciendo referencia a una forma jerárquica de composición u organización que se da dentro de un grupo de personas dependiendo de sus funciones. En el caso del área del marketing podemos encontrar distintos tipos de organizaciones que dependen del enfoque que tenga la empresa.

La organización es entendida como el proceso mediante el cual, se delimitan las responsabilidades y la jerarquía de mando entre los individuos de la empresa. Para poder lograr una buena organización, es fundamental definir cuáles serán las actividades por realizar e identificar el perfil de cada individuo con el objetivo de asignar las tareas adecuadas.

Cabe destacar, que las compañías suelen utilizar un organigrama empresarial para delimitar las funciones y responsabilidades de cada empleado, de esta manera se puede mantener la organización, en este caso del área del marketing, completamente definida.

COSTOS Y GASTOS

Para realizar los presupuestos de la compañía no podemos tomar decisiones no premeditadas, especialmente en términos de inversión.

Sin embargo, el dinero que se deba invertir se decidirá mediante una larga planificación en la que se decidirán los costes que se deban cubrir y cuáles serán las inversiones de la compañía. Es cierto que, dependiendo de la compañía, se tendrán que cubrir necesidades y costos diferentes como, por ejemplo: publicidad, mano de obra, blog de contenidos, etc.

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.

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)

Debido al crecimiento de la sociedad y gracias a la ayuda de las nuevas tecnologías, las funciones de marketing comienzan a ser consideradas como parte del proceso social y administrativo en la vida diaria, la cual actualmente se basa en el intercambio de servicios por ingresos para poder generar más producto de consumo.

El concepto de marketing se centra en la manera de encontrar a un cliente meta por medio de una gran cantidad de estrategias que ayudan a alcanzar los objetivos de la organización, motivar y consumir negocios.

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.

CONCLUSIÓN

En conclusión, emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite iniciar nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado. Es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros e iniciar nuevos caminos.

De otra parte, un proyecto de emprendimiento es la empresa o proyecto que se inicia a fin de construir o lograr algo. Por lo tanto, emprender significa actuar o iniciar acciones para concretar o materializar algo, que en el campo empresarial se traduce en la creación de empresas y negocios.

La mercadotecnia inicio como una disciplina en Estados Unidos a principios de siglo y cuya idea principal es la de “satisfacer necesidades y deseos por medio de una manera competitiva y estable”, según Philip Kotler autor del libro Dirección de Mercadotecnia; dicha búsqueda trata de satisfacer necesidades que se dan, a través de una adecuada relación de intercambio.

FUENTES BIBLIOGRAFICAS

- <https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LEN/c35799364accd8c09bfa9e29f2c84c99-LC-LEN904%20TALLER%20DEL%20EMPREENDEDOR.pdf>
- Kotler, p., & Armstrong, g. (2003). Fundamentos de marketing. México: Pearson.
- REYES Ponce, A. (2008). Administración de empresas. Teoría y práctica. México: Limusa.