



Universidad Del Sureste Carrera De Medicina Humana, Campus Comitán, Chiapas.

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

DOCENTE: Gladis Adilene Hernández López

CUADRO SINOPTICO (UNIDAD IV PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO)

Grado: 7mo. Grupo: A.

Julio Cesar Hidalgo Albores.

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.)
- Elaborar un análisis de la competencia (o complementarlo, si es necesario)
- Llevar a cabo el estudio de Mercado
- Establecer el sistema de distribución
- Definir la publicidad de la empresa
- Diseñar etiquetas, anuncios, logotipo, eslogan, nombre comercial, etc.
- Definir el sistema de promoción
- 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.

Identificar y seleccionar a los proveedores de equipo, herramientas y materias primas.

4.3 Producción

- 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
- Establecer el procedimiento de evaluación de desempeño del personal.
- Diseñar y establecer los procedimientos de relaciones laborales.

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.

Cada una de las actividades antes mencionadas se compone por un gran número de subactividades más específicas, las cuales deberán desglosarse para ubicarlas en el plan de trabajo.

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.
Costos fijos. Son aquellos que permanecen constantes en un periodo determinado, sin importar si cambia el volumen de ventas.
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.

4.5 Costos y gastos

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.
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

**UNIDAD IV
PRESENTACIÓN
DEL MODELO DE
NEGOCIO**

**Para una
empresa de
servicios**

Ingresos.
Representan los recursos que recibe el negocio por la venta de un servicio o producto, ya sea en efectivo o a crédito.

Para una empresa comercializadora

Ventas brutas. Es el nombre de la cuenta que se utiliza para registrar el total de la venta de una mercancía o producto, y la contabilización se realiza en la misma forma que la cuenta de ingresos por servicios.
Devolución sobre ventas. Cuando las empresas venden, algunos clientes devuelven parte de los artículos comprados (por ejemplo, cuando se trata de mercancía dañada),
Descuentos sobre ventas. Para alentar a los clientes a pagar sus cuentas, a menudo se les hace un descuento por pronto pago si éste se realiza dentro de un número determinado de días a partir de la fecha de la venta.

Para una empresa industrial

Ventas netas. Es la suma del total de ventas menos las devoluciones y descuentos sobre lo que se vendió.
Costo de ventas. Es lo que cuesta producir el artículo o servicio vendido a los clientes. Se le resta a las ventas netas para determinar la utilidad bruta.
Compras de materia prima. Una empresa comercial compra artículos con el propósito de revenderlos y una manufacturera con el propósito de procesarlos para venderlos con un valor agregado.

Para una empresa industrial

Mano de obra. Sueldos que se les pagan a personas directamente involucradas con el proceso de producción, por ejemplo, obreros u operadores.
Gastos de fabricación. Son los gastos que están directamente involucrados en el proceso de producción, pero que no incluyen mano de obra directa, ni materia prima; por ejemplo, mantenimiento de las máquinas.
Utilidad bruta. Es el resultado de las ventas totales (incluidas la disminución de devoluciones y los descuentos sobre ventas) menos el costo de ventas. Se obtiene antes de rebajar todos los otros gastos del periodo.

Gastos de operación

- Gastos por honorarios.
- Gasto por servicios públicos.
- Gastos por nómina.
- Gastos por materiales.
- Gastos por mantenimiento.
- Gastos de publicidad y promoción.

Sistema de financiamiento

Existe un número muy grande de posibilidades de conseguir el capital necesario para arrancar y operar la empresa; sin embargo, cada una de ellas presenta ventajas y desventajas que deberán ser cuidadosamente observadas, para tomar la decisión más conveniente.

Entre las diversas formas de financiamiento que el emprendedor puede encontrar en el medio están:

- Socios particulares.
- Préstamos bancarios
- Aportaciones personales.
- Sociedades de inversión (SINCAS).
- Créditos de proveedores. • Otros.

**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.

**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.

**UNIDAD IV
PRESENTACIÓN
DEL MODELO DE
NEGOCIO**

**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
 - 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.
 - Marco legal (régimen de constitución, situación accionaria, etcétera).

**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.

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.

BIBLIOGRAFIA

UNIDAD IV PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

- 4.1 Plan de trabajo
- 4.2 Marketing
- 4.3 Producción
- 4.4 Organización
- 4.5 Costos y gastos
- 4.6 Resumen ejecutivo
- 4.7 Contenido del resumen ejecutivo
- 4.8 Modelo de negocio

- Alcazar Rodríguez I. (2004). El emprendedor de éxito. Guía de planes de negocio. Mc Graw Hill

- Alcazar Rodríguez I. (2004). El emprendedor de éxito. Guía de planes de negocio. 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.