



Universidad del Sureste

Licenciatura en Medicina Humana

Docente:

LIC.- GLADIS ADILENE HERNANDEZ LOPEZ

Alumno:

Russell Manuel Alejandro Villarreal

Semestre y grupo:

7 "B"

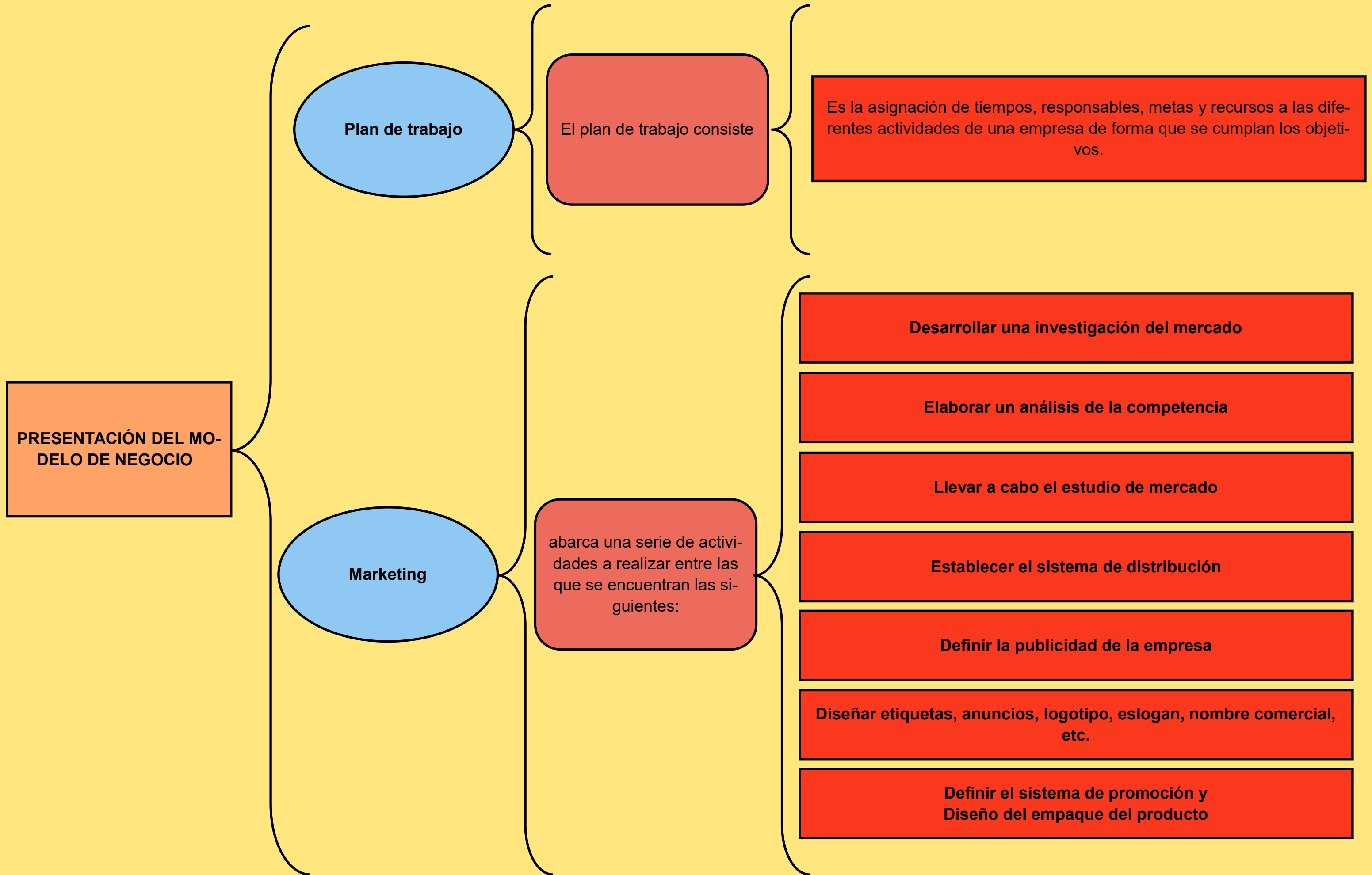
Materia:

Taller del emprendedor

Proyecto:

Cuadro sinóptico

Comitán de Domínguez, Chiapas a; 15 de diciembre del 2022.



PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

Plan de trabajo

El plan de trabajo consiste

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

Marketing

abarca una serie de actividades a realizar entre las que se encuentran las siguientes:

Desarrollar una investigación del mercado

Elaborar un análisis de la competencia

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 y Diseño del empaque del producto

**PRESENTACIÓN DEL MO-
DELO DE NEGOCIO**

Producción

De la misma manera, el área de producción abarca una serie de actividades a realizar, estas 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.

Obtener el equipo y herramientas necesarias para llevar a cabo el proceso de producción.

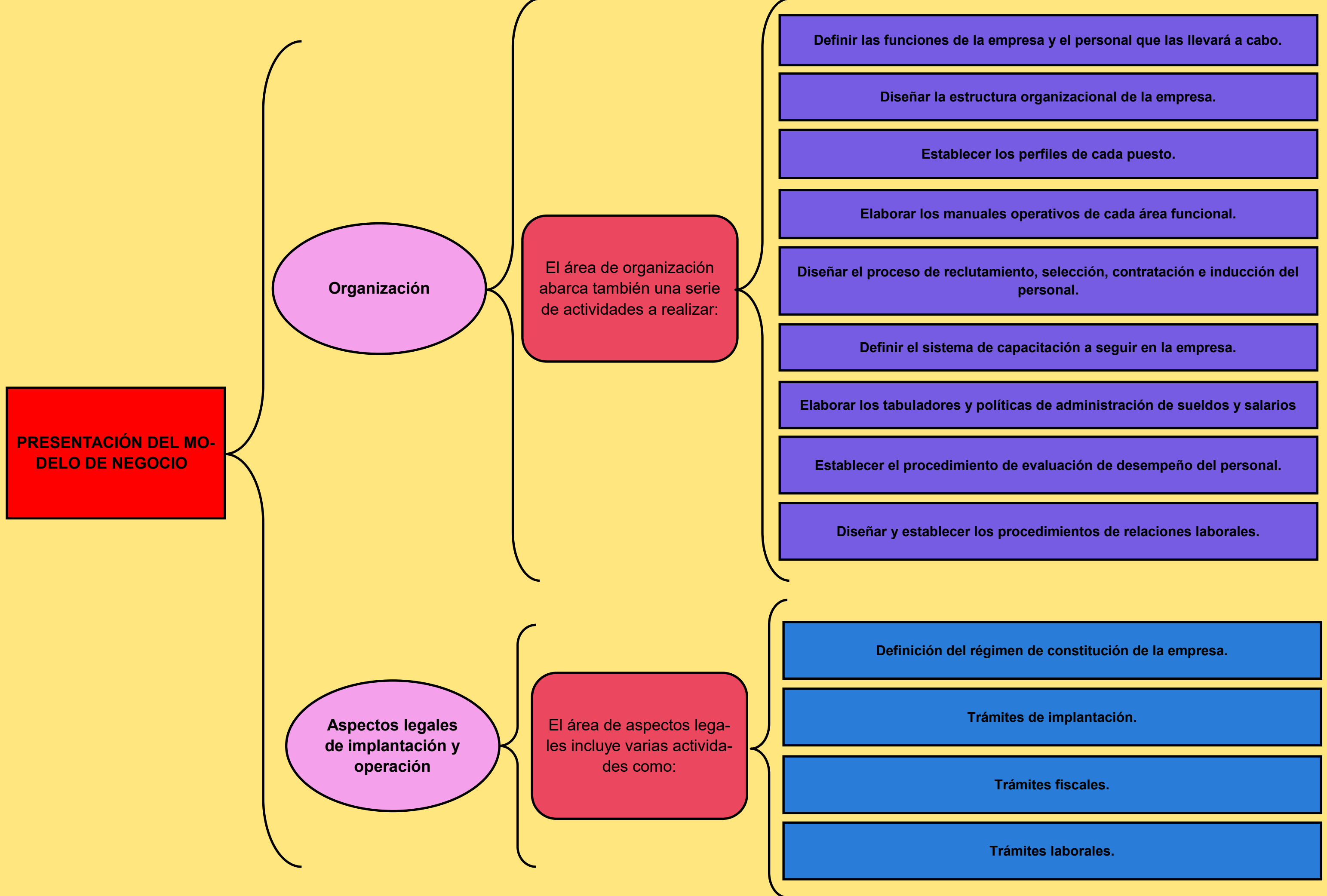
Establecer el proceso de compras y control de inventarios de la empresa.

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

**Reclutar y capacitar a la mano de obra necesaria y
Diseñar el sistema de calidad de la empresa.**



PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

Costos y gastos

El costo es uno de los elementos más importantes para realizar las proyecciones o planeaciones de un negocio. Hay dos tipos:

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.

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

El flujo de efectivo permite proyectar, de manera concreta y confiable, la situación económica de la empresa a futuro, a la vez que facilita tanto el cálculo de las cantidades de dinero que se requerirán.

**PRESENTACIÓN DEL MO-
DELO DE NEGOCIO**

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 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.

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.

Ventas brutas

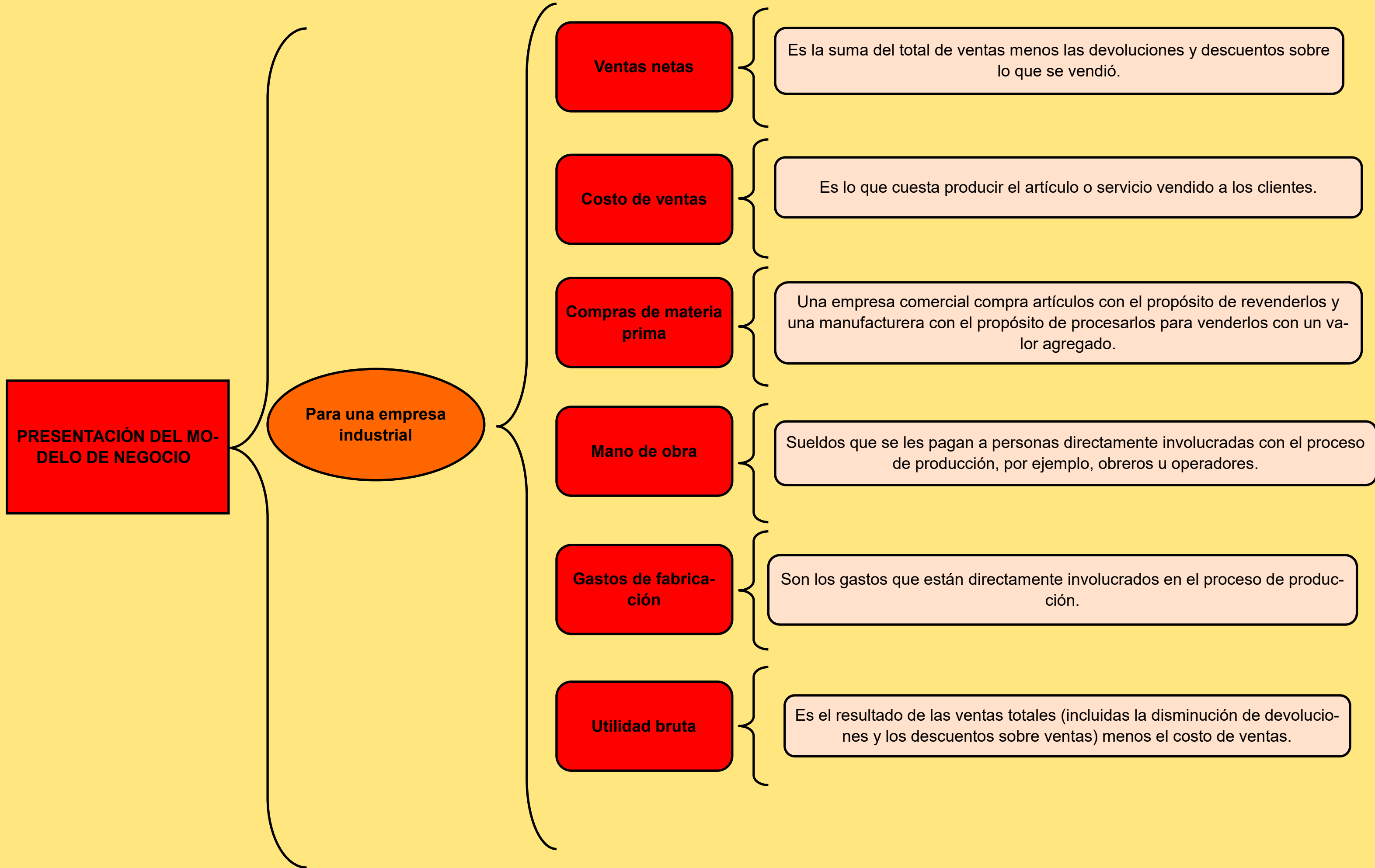
Es el nombre de la cuenta que se utiliza para registrar el total de la venta de una mercancía o producto.

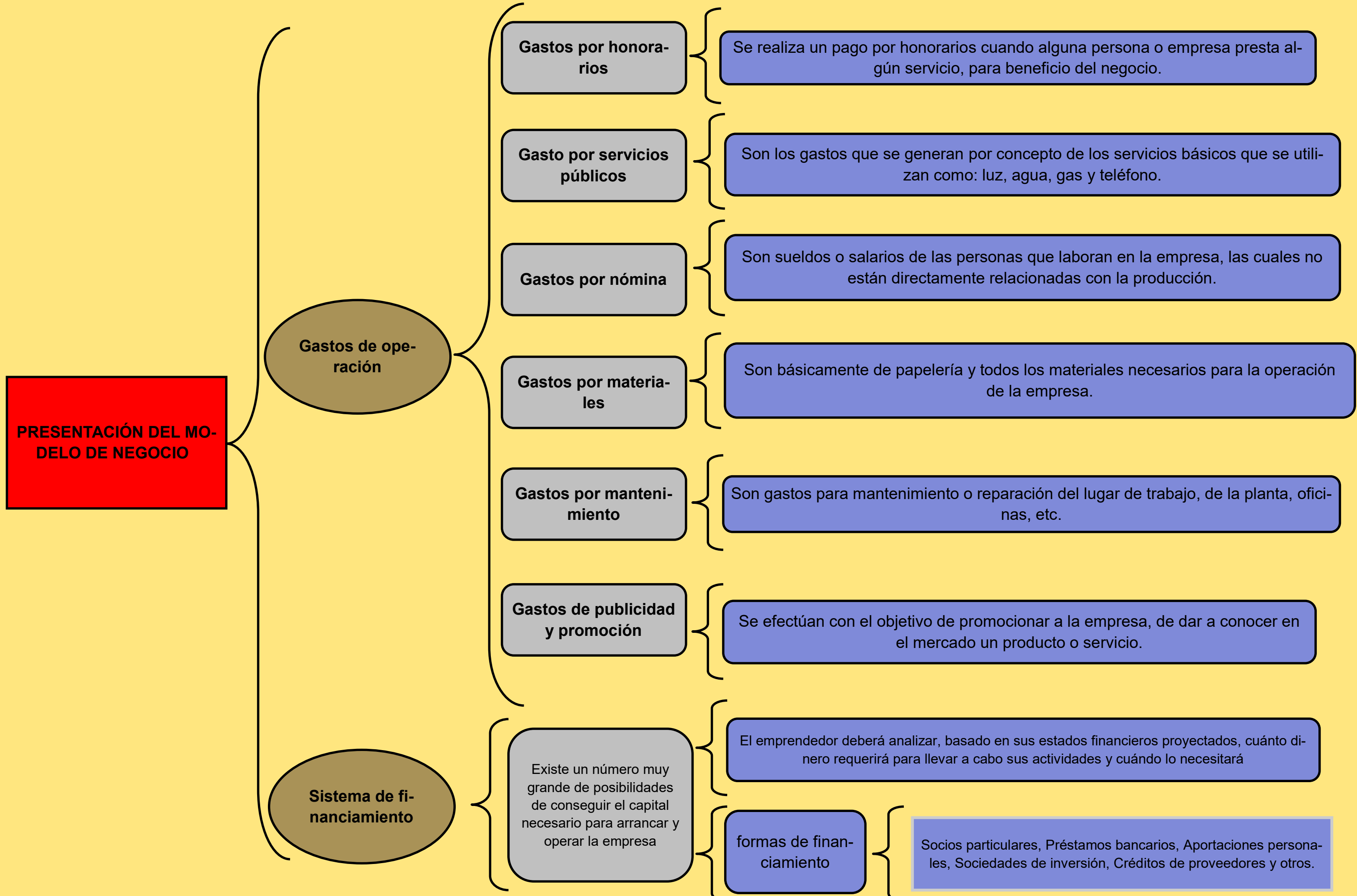
Devolución sobre ventas

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





PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

Gastos de operación

Gastos por honorarios

Se realiza un pago por honorarios cuando alguna persona o empresa presta algún servicio, para beneficio del negocio.

Gasto por servicios públicos

Son los gastos que se generan por concepto de los servicios básicos que se utilizan como: luz, agua, gas y teléfono.

Gastos por nómina

Son sueldos o salarios de las personas que laboran en la empresa, las cuales no están directamente relacionadas con la producción.

Gastos por materiales

Son básicamente de papelería y todos los materiales necesarios para la operación de la empresa.

Gastos por mantenimiento

Son gastos para mantenimiento o reparación del lugar de trabajo, de la planta, oficinas, etc.

Gastos de publicidad y promoción

Se efectúan con el objetivo de promocionar a la empresa, de dar a conocer en el mercado un producto o servicio.

Sistema de financiamiento

Existe un número muy grande de posibilidades de conseguir el capital necesario para arrancar y operar la empresa

El emprendedor deberá analizar, basado en sus estados financieros proyectados, cuánto dinero requerirá para llevar a cabo sus actividades y cuándo lo necesitará

formas de financiamiento

Socios particulares, Préstamos bancarios, Aportaciones personales, Sociedades de inversión, Créditos de proveedores y otros.

PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

Resumen ejecutivo

El resumen ejecutivo es el concentrado de la información sobresaliente de cada una de las áreas del plan de negocios.

Contiene 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.

Contenido del resumen ejecutivo

el resumen ejecutivo contiene los elementos principales (más importantes) del plan de negocios, pero sin hacer las divisiones correspondientes; esto es, presentando la información en forma continua y sin secciones.

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 y Descripción de los productos y servicios de la empresa.

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 y Resumen del plan de ventas.

sistema de producción

La información que se incluirá en el resumen es:

Proceso de producción, Características generales de la tecnología y Necesidades especiales de equipo, instalaciones, materia prima, mano de obra, etcétera.

PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

organización

la información que se incorporará en el resumen es:

Organigrama de la empresa y Marco legal (régimen de constitución, situación accionaria, etcétera).

contabilidad y finanzas

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 y Plan de financiamiento para la empresa.

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

Modelo de negocio

Describe cómo una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económica o social, al cliente.

se mencionan 9 elementos esenciales en el modelo de negocio

- 1.- Segmento del mercado.
- 2.- Propuesta de valor.
- 3.- Canales de distribución
- 4.- Relación con los consumidores
- 5.- Flujos de efectivo
- 6.- Recursos clave
- 7.- Actividades clave
- 8.- Socios clave
- 9.- Estructura de costos

**PRESENTACIÓN DEL MO-
DELO DE NEGOCIO**

Bibliografía

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

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.