



Mi Universidad

CUADRO SINOPTICO DE LA UNIDAD III Y IV

Nombre del Alumno: José Manuel Camacho Bautista

Parcial: I parcial

Nombre de la Materia: Taller de emprendimiento

Nombre del profesor: Lic. Beatriz Adriana Méndez González

Nombre de la Licenciatura: Lic. En Derecho

Cuatrimestre: 9 cuatrimestre

Pichucalco, Chiapas a 12 de junio del 2023

CUADRO SINOPTICO DE LA UNIDAD III

UNIDAD III. IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

- 3.1 El mercado** { El marketing se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa en relación con el precio, la promoción, la distribución y la venta de bienes y servicios que ofrece, así como de la definición del producto o servicio con base en las preferencias del consumidor, de forma tal que permitan crear un intercambio.
- 3.2 Objetivos del Marketing** { Dentro de 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. } Se debe tener en cuenta el área y segmento de mercado en que se piensa incursionar (nivel local: colonia, sector, etc.; nivel nacional: de exportación regional, mundial, u otros), así como el tiempo en el cual se piensan lograr los objetivos.
- 3.3 Investigación del mercado** { Las decisiones que se tomen en el área de marketing y en otras áreas de la empresa, deben buscar la satisfacción del cliente; para lograrlo es necesario conocer sus necesidades y cómo pueden satisfacerse. } Tamaño del mercado El 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.
- 3.4 Estudio del mercado** { 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. } Objetivo del estudio de mercado Es necesario conocer en forma directa al cliente, en especial los aspectos relacionados con el producto o servicio (opinión sobre el producto, precio que está dispuesto a pagar, para lo cual se recomienda hacer un estudio de mercado, a través de una encuesta o entrevista.
- 3.5 Las 4 P's** { Promoción del producto o servicio Promover es, en esencia, un acto de información, persuasión y comunicación, que incluye varios aspectos de gran importancia, como la publicidad, la promoción de ventas, las marcas e, indirectamente, las etiquetas y el empaque. } 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 } Fijación y políticas de precios El comprador entrega algo de valor económico al vendedor, a cambio de los bienes y servicios que se le ofrecen.
- 3.6 Producción** { Transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores. } Producto. Resultado final de un proceso de producción que representa un satisfactor para el consumidor.
- 3.7 Elementos de producción** { El diseño de un producto o servicio debe cumplir con varias características, entre otras: } Simplicidad y practicidad (facilidad de uso). } el diseño debe especificar en qué consiste el producto o servicio, hacer una descripción detallada del mismo e incluir dimensiones, colores, materiales y otras características que lo definen.
 - Confiabilidad (que no falle).
 - Calidad (bien hecho, durable, etcétera).
- 3.8 Organización** { Forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa para alcanzar eficientemente los objetivos propuestos. } Objetivos del área de organización La organización es la forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa, para alcanzar eficientemente los objetivos propuestos
- 3.9 Elementos de organización** { para establecer un sistema de organización en la empresa es hacer que los objetivos de la empresa y los de sus áreas funcionales concuerden y se complementen; una vez que se realiza esto, es necesario definir los siguientes aspectos: }
 1. Procesos operativos (funciones), de la empresa
 2. □ ¿Qué se hace?
 3. □ ¿Cómo se hace?
 4. □ ¿Con qué se hace?
 5. • ¿Dónde se hace?
 6. • ¿En cuánto tiempo se hace?
 1. Descripción de puestos
 2. Agrupar las funciones por similitud.
 3. Crear los puestos por actividades respecto del tiempo (cargas de trabajo).
 4. Diseñar el organigrama de la empresa.

CUADRO SINOPTICO DE LA UNIDAD IV

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.
- 4.2. Marketing { 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. } 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).
- 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)
- 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.
- 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.
- 4.6. Inversiones { 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).
- 4.7. 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
- 4.7.1. Contenido del resumen ejecutivo { 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. Naturaleza del proyecto { 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. El mercado { El mercado es un espacio físico o virtual en el que se produce un intercambio de algún tipo; puede tratarse de un intercambio de bienes y servicios
- 4.7.4. 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.
- 4.7.5. 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).
- 4.7.6. 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.
- 4.7.7. Plan de trabajo { 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
- 4.8. Modelo de negocio { Un modelo de negocio es una representación del esqueleto de la actividad empresarial. Es una propuesta, generalmente por escrito, de lo que el empresario ofrecerá al mercado y cómo lo hará. Su estructura determinará el valor de la misma.

REFERENCIAS

Libro institucional [UDS] UNIDAD III Y IV

<https://www.sumup.com/es-es/facturas/glosario/modelo-negocio/#::~text=Un%20modelo%20de%20negocio%20es,el%20valor%20de%20la%20misma.>

<https://www.sdelsol.com/glosario/tipos-de-mercado/#::~text=El%20mercado%20es%20un%20espacio,ella%20%E2%80%94mercado%20de%20trueque%E2%80%94.>