



Nombre del alumno: Cecilia aguilar velazquez

Nombre del tema :unidad 3 y unidad 4

parcial: I

Nombre de la materia : Taller del emprendedor

Nombre del profesor: Lic: **Beatriz Adriana Mendez Gonzalez**

Nombre de la licenciatura : En derecho

cuatrimestre : 9

Unidad III Implantacion del modelo de negocio

El mercado

El marketing se encarga del proceso de planear las actividades. Empresa y consumidor

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.

corto plazo
mediano plazo
largo plazo

Investigacion del mercado

La investigación de mercado se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información.

Tamaño del mercado
Consumo aparente
Demanda potencial

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.

Las 4 P'S

Costo de distribución del producto. - Control que pueda tener sobre políticas de precio, promoción al consumidor final y calidad del producto con base en los deseos del cliente. - Conveniencia para el consumidor del punto final de venta (por cercanía, preferencia de compra en cierto tipo de tiendas, etc.). - Capacidad de la empresa para distribuir el producto.

unidad III Implantación del modelo de negocio

produccion

Transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores

Elementos de produccion

- Simplicidad y practicidad (facilidad de uso).
- Confiabilidad (que no falle).
- Calidad (bien hecho, durable, etcétera).

organizacion

-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.

Elementos de organizacion

El primer paso 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 ¿Qué se hace? ¿Cómo se hace? ¿Con qué se hace? • ¿Dónde se hace? • ¿En cuánto tiempo se hace?
2. Descripción de puestos Agrupar las funciones por similitud. Crear los puestos por actividades respecto del tiempo (cargas de trabajo). Diseñar el organigrama de la empresa.
3. Definición del "perfil" del puesto, en función de lo que se requiere en cuanto a: Características físicas. Habilidades mentales. Preparación académica.

Unidad IV presentacion del modelo de negocio

plan de trabajo

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

markerting

Desarrollar una investigación del mercado
Elaborar un análisis de la competencia
Establecer el sistema de distribución
Definir la publicidad de la empresa

produccion

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.

organizacion

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.

costos y gastos

Costos variables
Costos fijos.
Capital socia
Créditos (préstamos)
Entradas
Salidas

Unidad IV presentación del modelo de negocio

inversiones

5 pasos para un proyecto de inversión

Establece una meta
Enlista necesidades
Realiza un presupuesto de inversiones
Valora y compara Pide varios presupuesto

resumen ejecutivo

contenido del resumen ejecutivo

plan de negocios, por lo que su contenido se fundamenta precisamente en las secciones

naturaleza del proyecto

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).

el mercado

Descripción del mercado que atenderá la empresa.
Demanda potencial del producto o servicio.
Conclusiones del estudio de mercado realizado.
Resumen del plan de ventas.

Modelo de negocio

Segmento del mercado
Propuesta de valor
Canales de distribución
Relación con los consumidores
Flujos de efectivo
Recursos clave
Actividades clave

Resumen ejecutivo

sistema de produccion

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

orgsnizacion

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

contabilidad y firnanzas

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.

plan de trabajo

En cuanto al plan de trabajo, fundamentalmente deberá establecerse el tiempo necesario para iniciar operaciones.