



Mi Universidad

Cuadro sinóptico

Nombre del Alumno: Fernanda Patricia Hernández Díaz

Nombre del tema IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

Parcial I

Nombre de la Materia: Taller del emprendedor

Nombre del profesor: Beatriz Adriana Méndez Gonzales

Nombre de la Licenciatura psicología

Cuatrimestre Noveno

Pichucalco, Chiapas a 26 de julio de 2023

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

El mercado: Se refiere al conjunto de compradores y vendedores que participan en una transacción comercial para intercambiar bienes o servicios. Es el entorno en el que la empresa operará y busca satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores a través de su oferta.

Objetivos del Marketing: Son metas específicas y cuantificables que se establecen en el área de marketing para lograr el crecimiento, posicionamiento y éxito de la empresa en el mercado. Estos objetivos pueden incluir aumentar la cuota de mercado, mejorar el reconocimiento de marca, aumentar las ventas, etc.

Investigación del mercado: Es un proceso de recopilación y análisis de información relevante sobre el mercado y los consumidores. Esta investigación se utiliza para identificar oportunidades y amenazas, comprender las necesidades del cliente, analizar a la competencia y tomar decisiones estratégicas informadas.

Estudio del mercado: Es un análisis más profundo y detallado del mercado y sus características, como el tamaño del mercado, el comportamiento del consumidor, las tendencias, la segmentación de mercado, entre otros. Este estudio proporciona una visión integral del mercado en el que operará el negocio.

Las 4 P's: Las 4 P's del marketing son el conjunto de variables que una empresa puede controlar para influir en la decisión de compra de los consumidores. Son las siguientes:
Producto (Product): Se refiere al bien o servicio que la empresa ofrece al mercado para satisfacer una necesidad o deseo específico del consumidor.
Precio (Price): Es el valor monetario asignado al producto o servicio que se venderá al cliente. El precio debe ser competitivo y acorde con el valor percibido del producto.
Distribución (Place): Hace referencia a la forma en que el producto se hace llegar al consumidor. Incluye decisiones sobre canales de distribución, logística, almacenamiento y puntos de venta.
Promoción (Promotion): Se refiere a las estrategias y tácticas utilizadas para dar a conocer el producto, persuadir a los clientes para que lo adquieran y comunicar los beneficios que ofrece. Incluye publicidad, relaciones públicas, ventas personales y promociones.

Elementos de producción: Son los recursos y factores necesarios para fabricar o producir los productos o servicios que la empresa ofrece. Estos elementos pueden incluir materias primas, maquinaria, mano de obra, tecnología, etc.

Organización: Se refiere a la estructura y diseño de la empresa para alcanzar sus objetivos. Involucra la asignación de tareas y responsabilidades a los empleados, la jerarquía de autoridad, los procesos de toma de decisiones y la coordinación de actividades.

Elementos de organización: Estos son los componentes o aspectos clave que forman parte de la estructura organizativa de la empresa. Pueden incluir departamentos funcionales (como ventas, marketing, finanzas, recursos humanos), unidades de negocio, equipos de trabajo, políticas y procedimientos, entre otros. Estos elementos trabajan en conjunto para asegurar que la empresa funcione de manera eficiente y logre sus metas establecidas.

PRESENTACION DEL MODELO DE NEGOCIO

Plan de trabajo: Es un cronograma que establece las actividades y tareas que se llevarán a cabo para implementar el modelo de negocio. Incluye fechas de inicio y finalización, responsables de cada actividad y los recursos necesarios para llevarlas a cabo.

Marketing: Se refiere a las estrategias y acciones que se utilizarán para promocionar y comercializar los productos o servicios de la empresa. Esto incluye el análisis del mercado objetivo, la segmentación de clientes, la propuesta de valor, las estrategias de precios y promoción, entre otros.

Producción: Describe cómo se llevará a cabo la producción de los productos o la prestación de los servicios. Esto incluye la planificación de la cadena de suministro, la adquisición de materias primas, la logística de producción y la gestión de la calidad.

Organización: Explica la estructura organizativa de la empresa, incluyendo la jerarquía de autoridad, los roles y responsabilidades de los empleados, y cómo se gestionará el flujo de trabajo dentro de la organización.

Costos y gastos: Se refiere a la estimación de los costos involucrados en la producción y operación del negocio, así como los gastos generales que se necesitarán para mantener la empresa funcionando.

Inversiones: Muestra la inversión inicial necesaria para poner en marcha el negocio, incluyendo la adquisición de activos, la contratación de personal y otros gastos relacionados con el inicio de las operaciones.

Resumen ejecutivo: Es una síntesis breve y concisa de todo el modelo de negocio. Suele ser la primera sección del plan de negocios y proporciona una visión general que destaca los puntos clave y atractivos del proyecto.

Contenido del resumen ejecutivo: Es el contenido específico que se incluye en el resumen ejecutivo, que puede variar dependiendo de la empresa, pero generalmente abarca los siguientes puntos:

Naturaleza del proyecto: Describe la idea del negocio, qué productos o servicios ofrece y cuál es su propósito en el mercado.

El mercado: Resalta información relevante sobre el mercado en el que opera la empresa, el tamaño del mercado, las tendencias y oportunidades.

Sistema de producción: Describe cómo se llevará a cabo el proceso de producción y entrega de productos o servicios.

Organización: Explica la estructura organizativa y cómo se gestionarán las operaciones internas de la empresa.

Contabilidad y finanzas: Ofrece detalles sobre los aspectos financieros, como los costos, ingresos, proyecciones financieras y la estrategia para lograr la rentabilidad.

Plan de trabajo: Resalta los hitos y actividades clave que se llevarán a cabo en el tiempo especificado para implementar el modelo de negocio.

Modelo de negocio: Es la descripción detallada de cómo la empresa creará, entregará y capturará valor a través de sus productos o servicios. Puede incluir información sobre la propuesta de valor, el segmento de clientes, los canales de distribución, las fuentes de ingresos y la estructura de costos.

REFERENCIA

Universidad del Sureste. (s.f.). Taller del Emprendedor. Recuperado de <https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/biblioteca/08e81ce6c70ea4f3cb94fa151879d2cf.pdf>

