



## **Cuadro sinóptico**

*Nombre del Alumno: Lizbeth Jiménez Álvarez*

*Nombre del tema: Unidad III Implantación del Modelo de Negocio y Unidad IV Presentación del Modelo de Negocio.*

*Nombre de la Materia: Taller del emprendedor*

*Nombre del profesor: Lic. Beatriz Adriana Méndez Gonzales*

*Nombre de la Licenciatura: Lic. Enfermería*

*Cuatrimestre: 9° Cuatrimestre*

**Unidad III  
Implantación del  
modelo de negocio**

**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.

**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.

**Objetivos de marketing**

- Corto plazo ( 6 meses)
- Mediano plazo ( 1 año)
- Largo plazo (2 años)

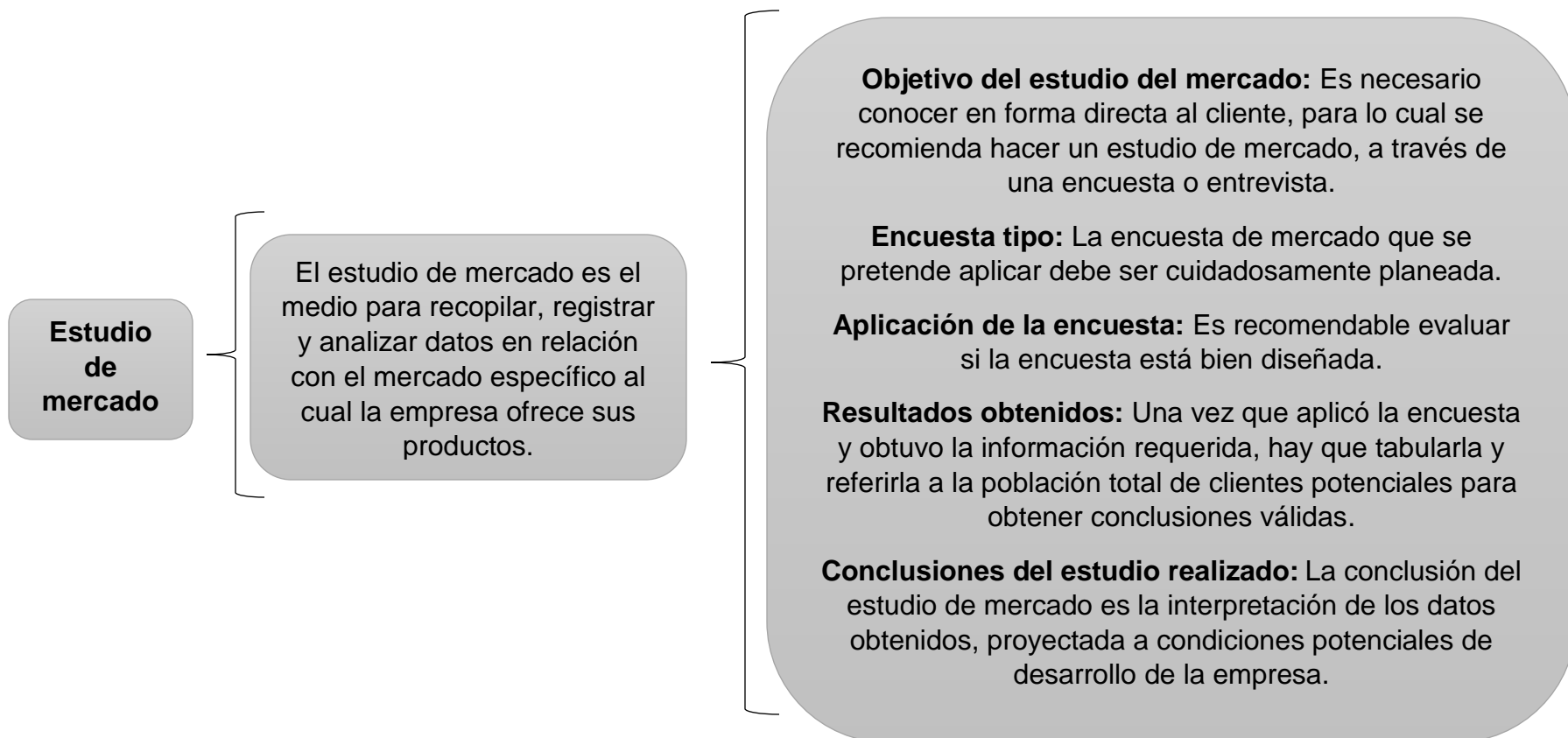
**Investigación del mercado**

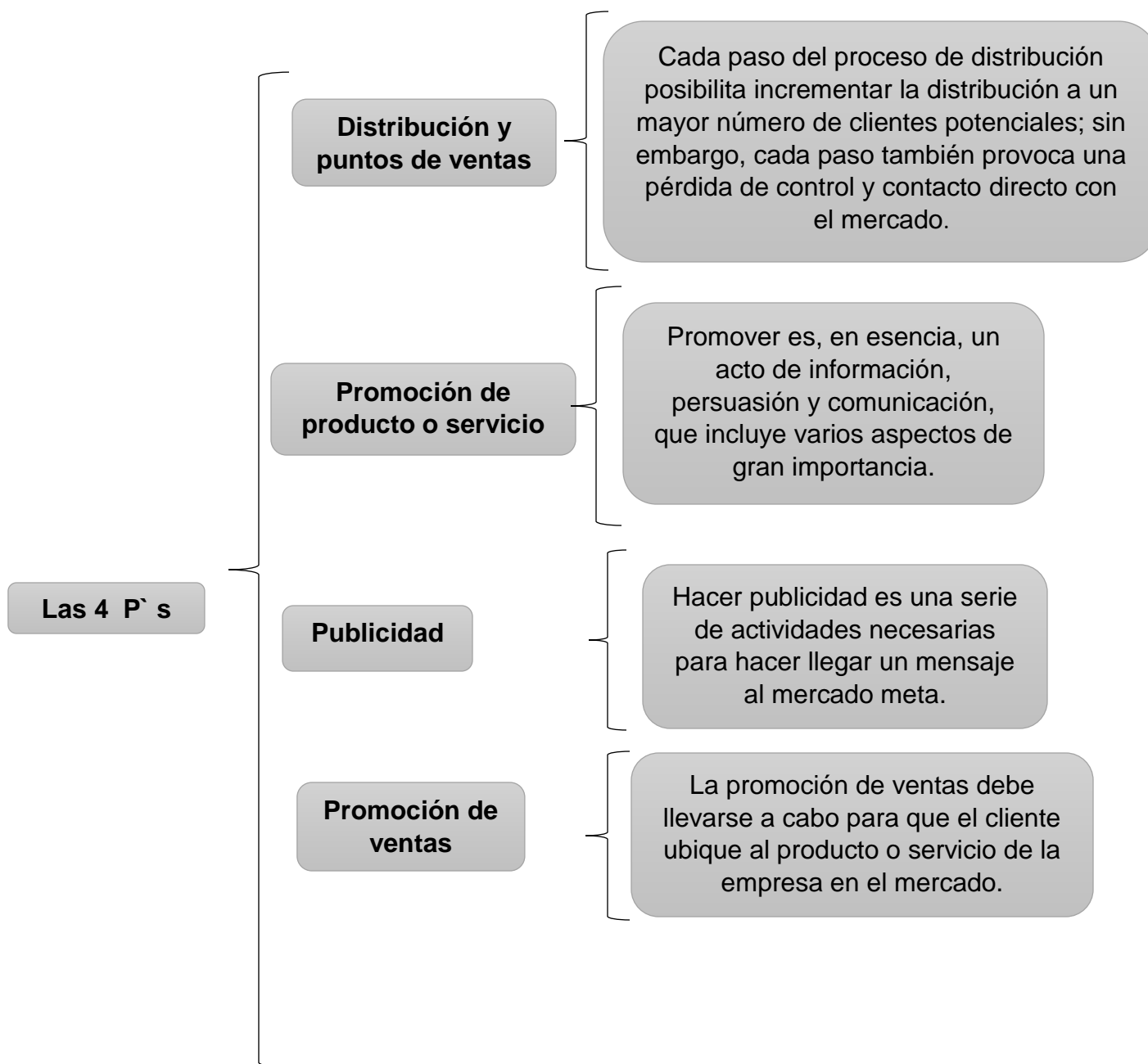
La investigación de mercado se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información.

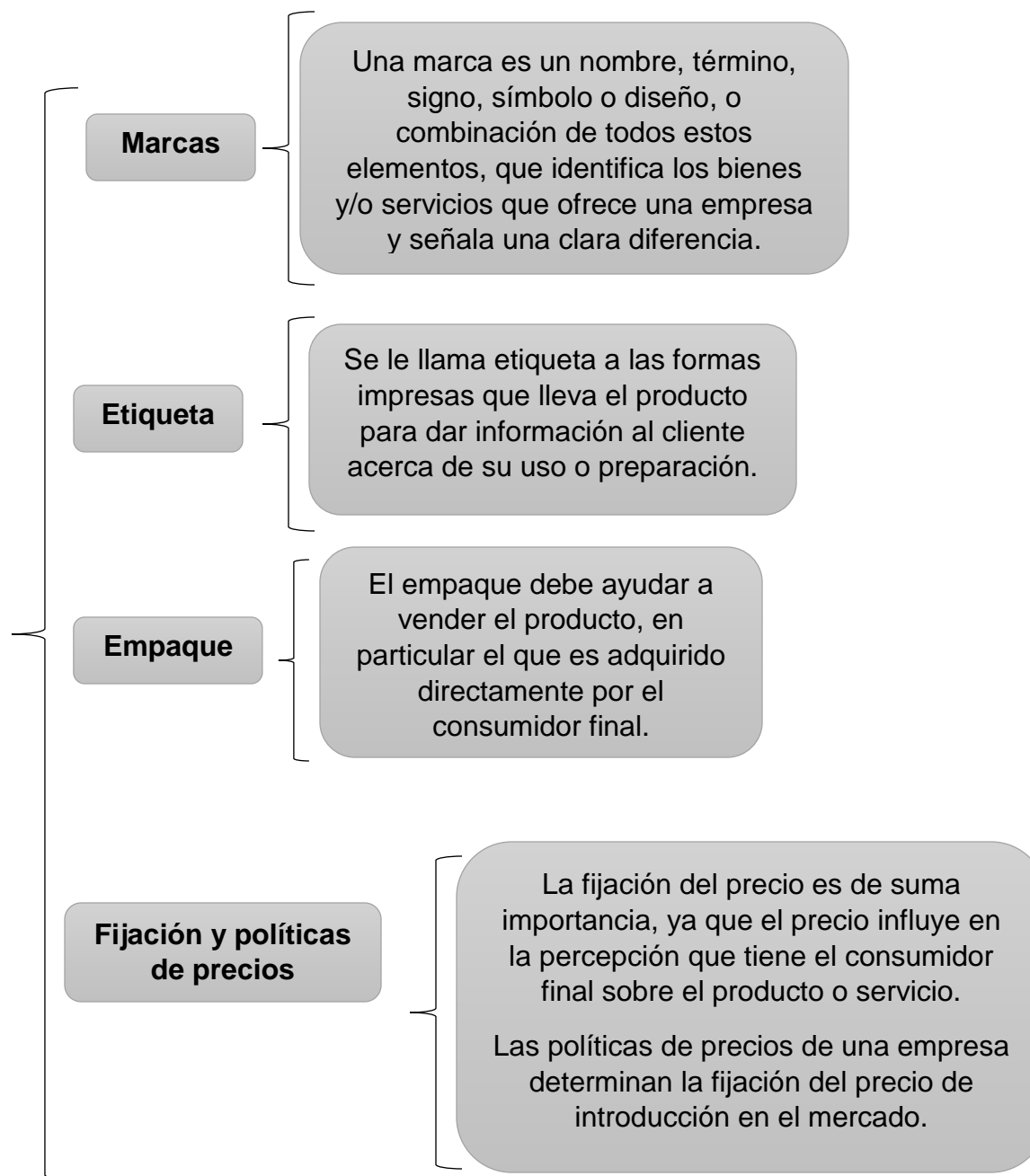
**Tamaño del mercado:** del plan de negocios es buscar, de manera objetiva y con base en fuentes de información confiables, cuántos clientes posibles puede tener la empresa, dónde están y quiénes son.

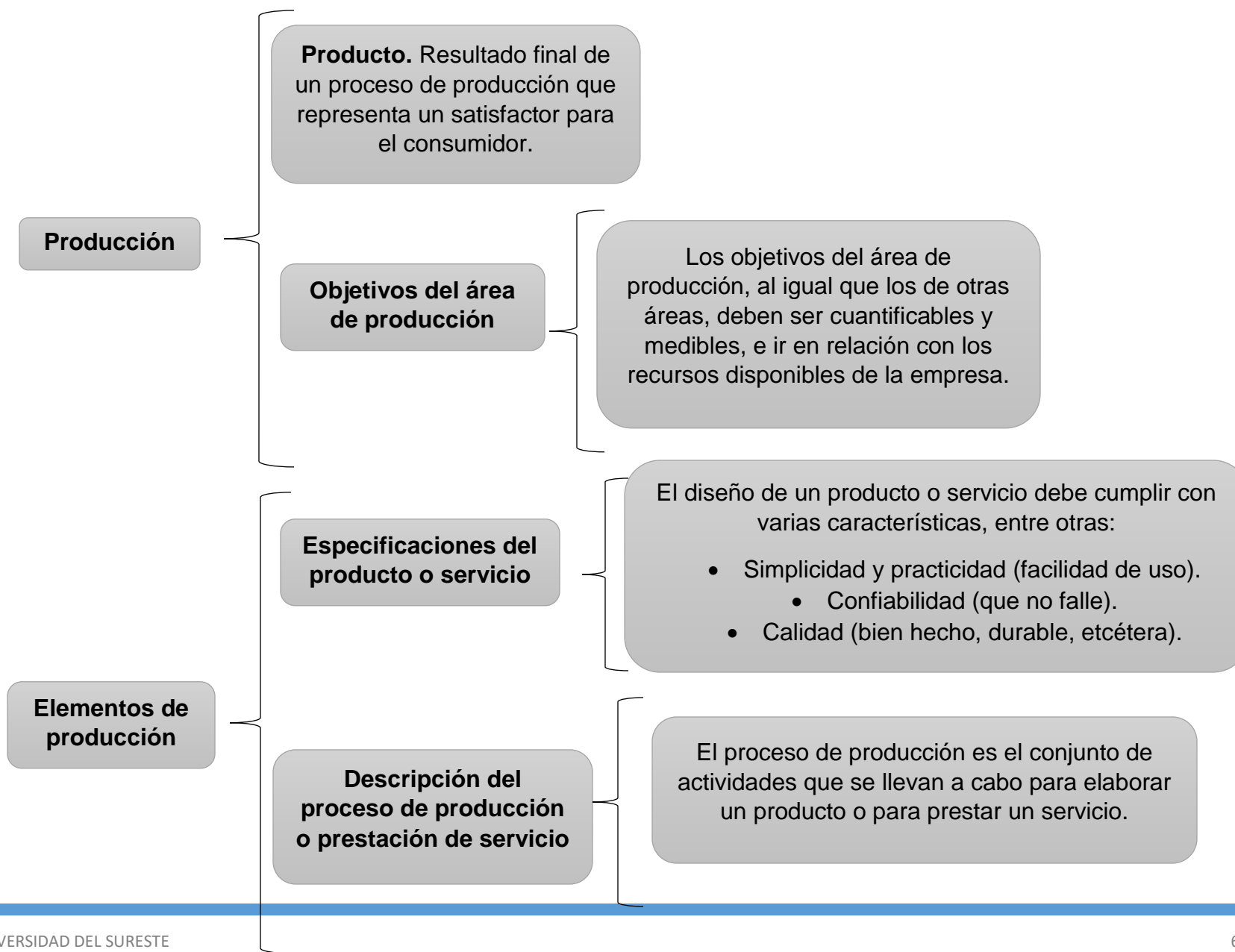
**Consumo aparente:** el segmento de mercado, debe tratar de establecer el consumo aparente que dicho segmento representa; esto se hace identificando el número de clientes potenciales.

**Demanda potencial:** Si cuenta con un cálculo del consumo aparente (actual) del mercado, le será fácil determinar el consumo potencial del producto o servicio de la empresa.









**Características de la tecnología**

Cuando se elige la tecnología, es necesario tomar en cuenta aspectos como:

- Facilidad para adquirir la tecnología.
- Condiciones especiales para hacer uso de ella.
- Aspectos técnicos especiales de la tecnología, al aplicarla en el proceso de producción.
- Posibilidades de copiado.

**Equipo e instalaciones**

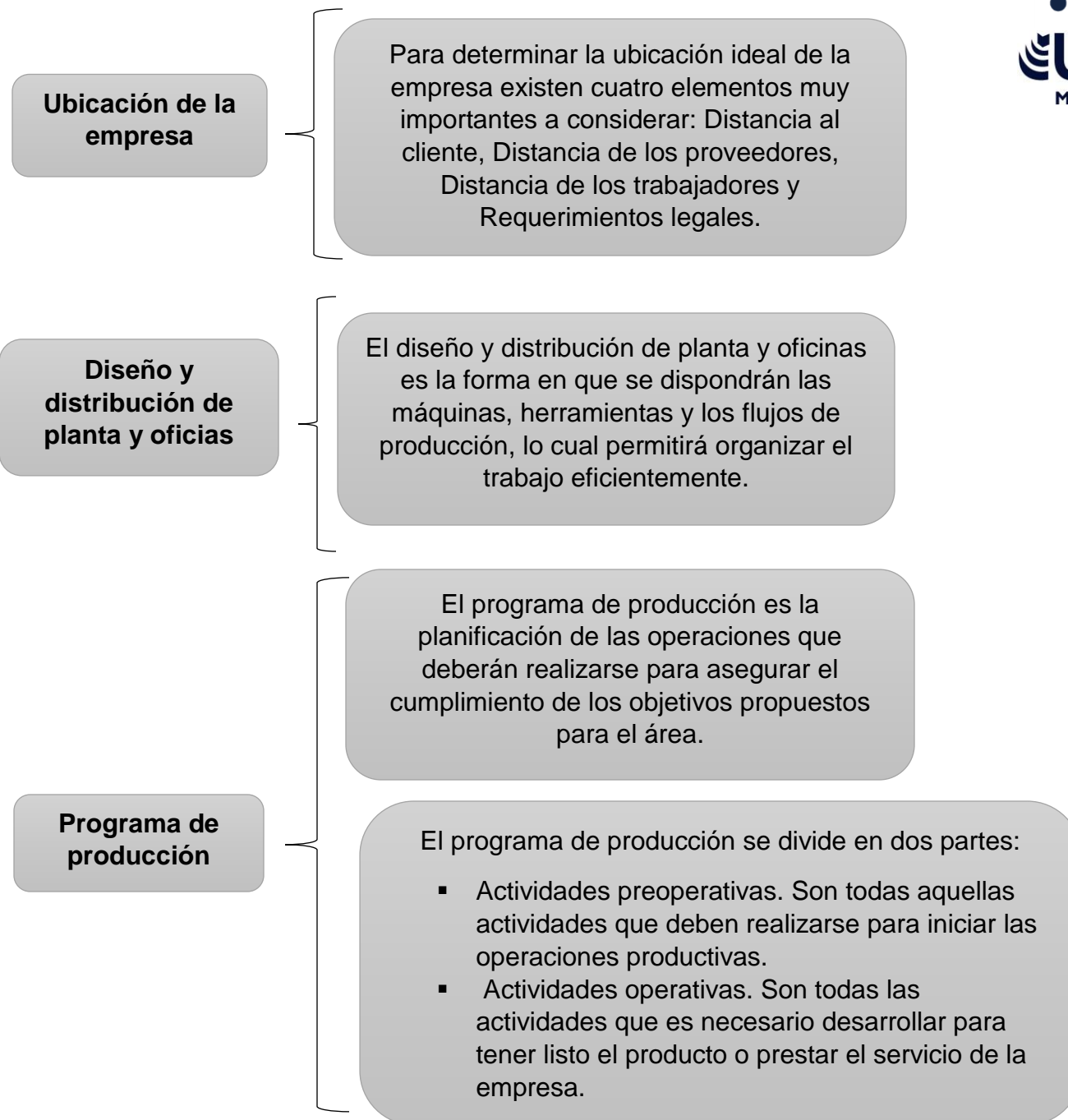
El proceso productivo permite determinar las actividades a realizar, así como el equipo, herramientas e instalaciones requeridas para llevar a cabo la elaboración de productos y/o prestación de servicios de la empresa.

**Materia prima**

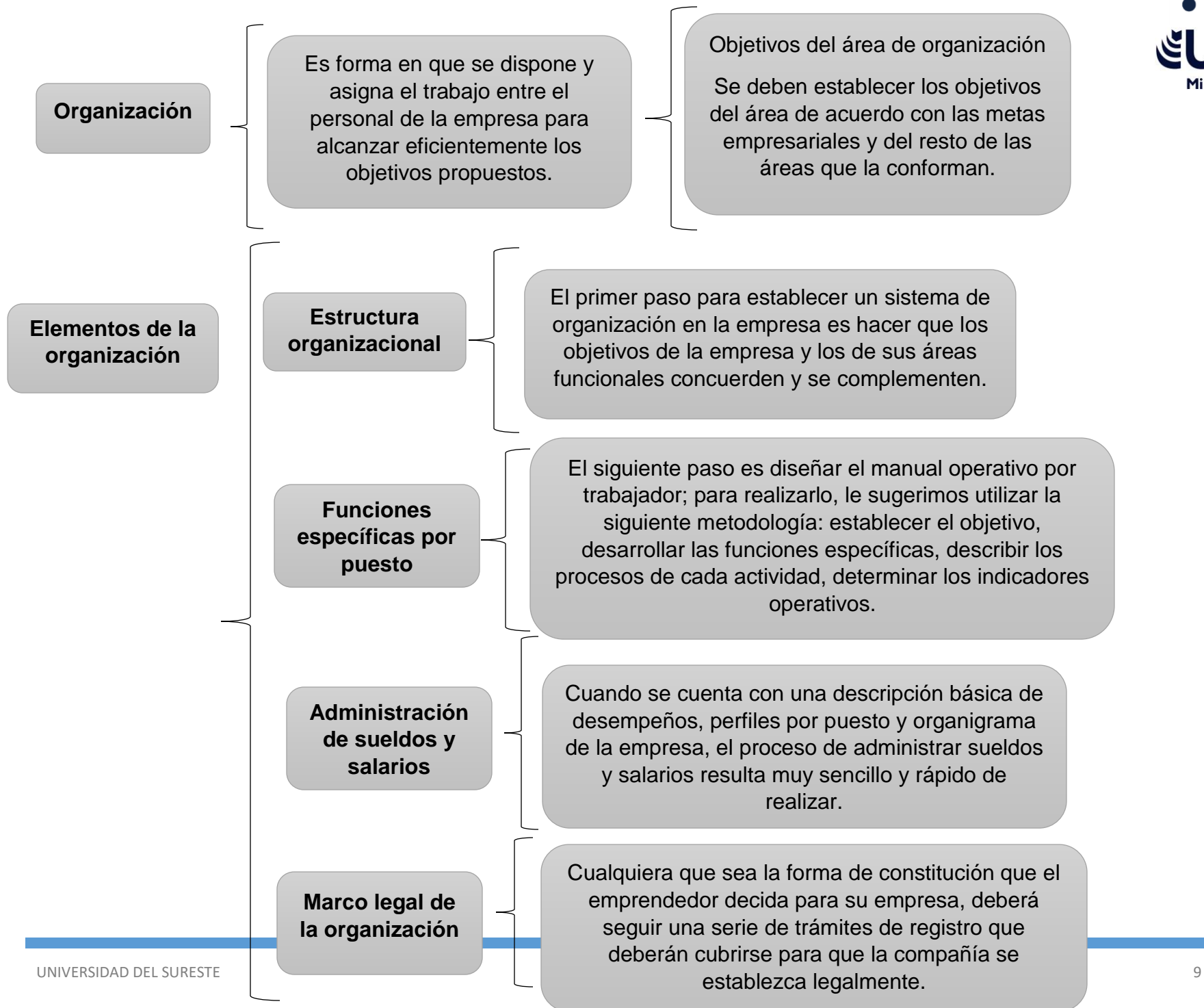
La materia prima se refiere a los elementos, partes o sustancias de las que está compuesto el producto de la empresa o a los insumos necesarios para prestar un servicio.

**Capacidad instalada**

La capacidad instalada se refiere al nivel máximo de producción que puede llegar a tener una empresa con base en los recursos con los que cuenta.







**Unidad IV  
Presentación del  
modelo de negocio**

**Plan de trabajo**

El plan de trabajo consiste, básicamente, en asignar tiempos, responsables, metas y recursos a cada actividad de la empresa.

**Marketing**

El área de marketing abarca una serie de actividades a realizar entre ellas: 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. Etc.

**Producción**

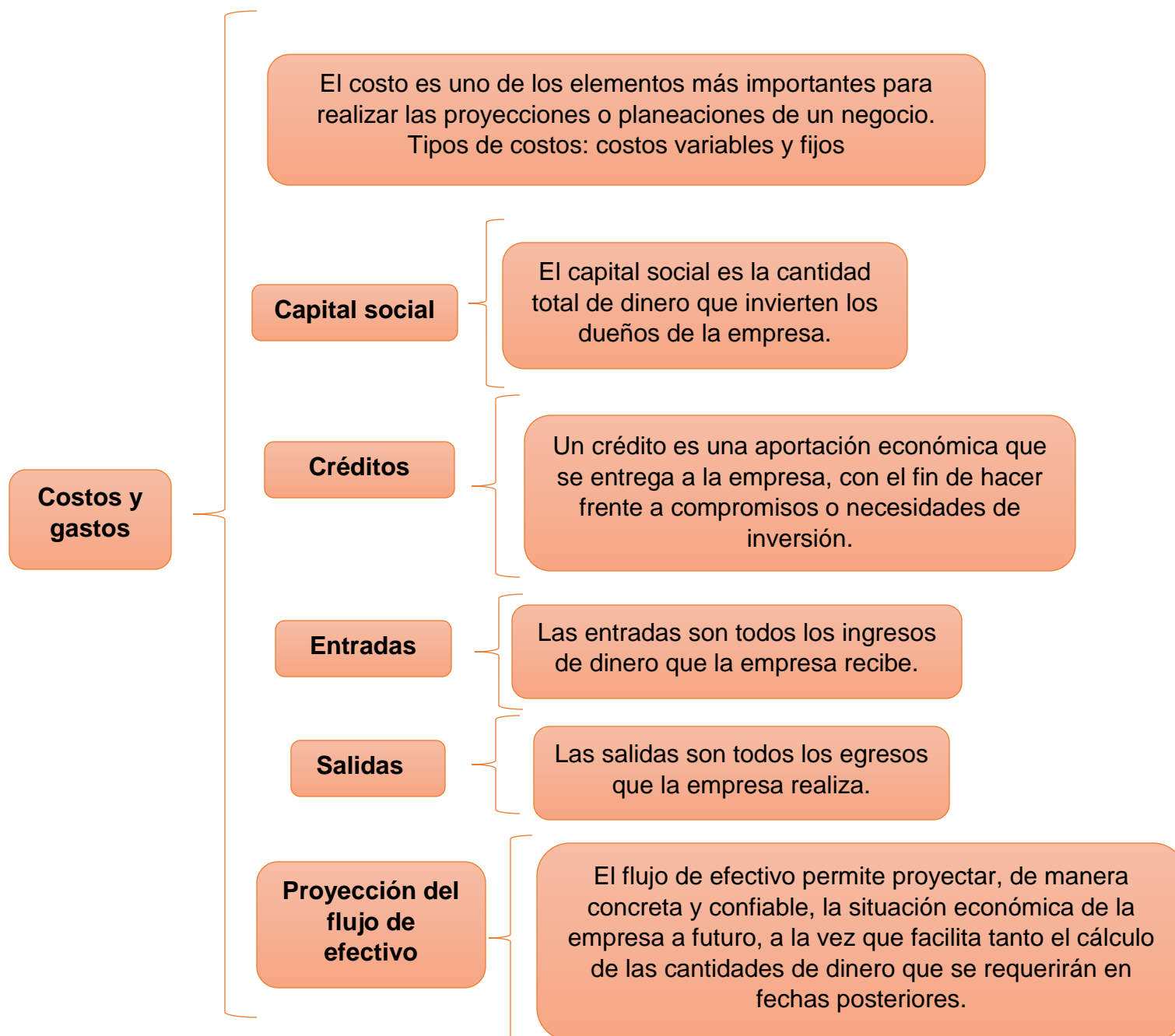
De la misma manera, el área de producción abarca una serie de actividades a realizar (al igual que en marketing, se trata de las actividades que pudieron haber quedado pendientes o que pudieran requerir complementación).

**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, entre otros.

**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.



**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.

**Balance general**

El balance general presenta la situación del negocio en un momento particular. Es un instrumento que muestra, a una fecha determinada, cuáles son los activos, pasivos y capital contable.

**Indicadores financieros**

Los indicadores financieros son instrumentos que se utilizan para evaluar los resultados de las operaciones del negocio, toman como base los estados financieros proyectados.

**Sistema de financiamiento**

El emprendedor deberá analizar, basado en sus estados financieros proyectados, cuánto dinero requerirá para llevar a cabo sus actividades y cuándo lo necesitará; una vez realizado esto, es necesario comenzar a buscar las diversas opciones de financiamiento y las condiciones de pago.

**Inversiones**

Para invertir con éxito durante toda la vida no es necesario un coeficiente intelectual estratosférico, un conocimiento empresarial extraordinario ni información privilegiada.

**Pasos para un proyecto de inversión:**

- Establece una meta.
- Enlista necesidades.
- Realizar un presupuesto de inversiones.
  - Valora y compara.
- Planifica las operaciones.

**Resumen ejecutivo**

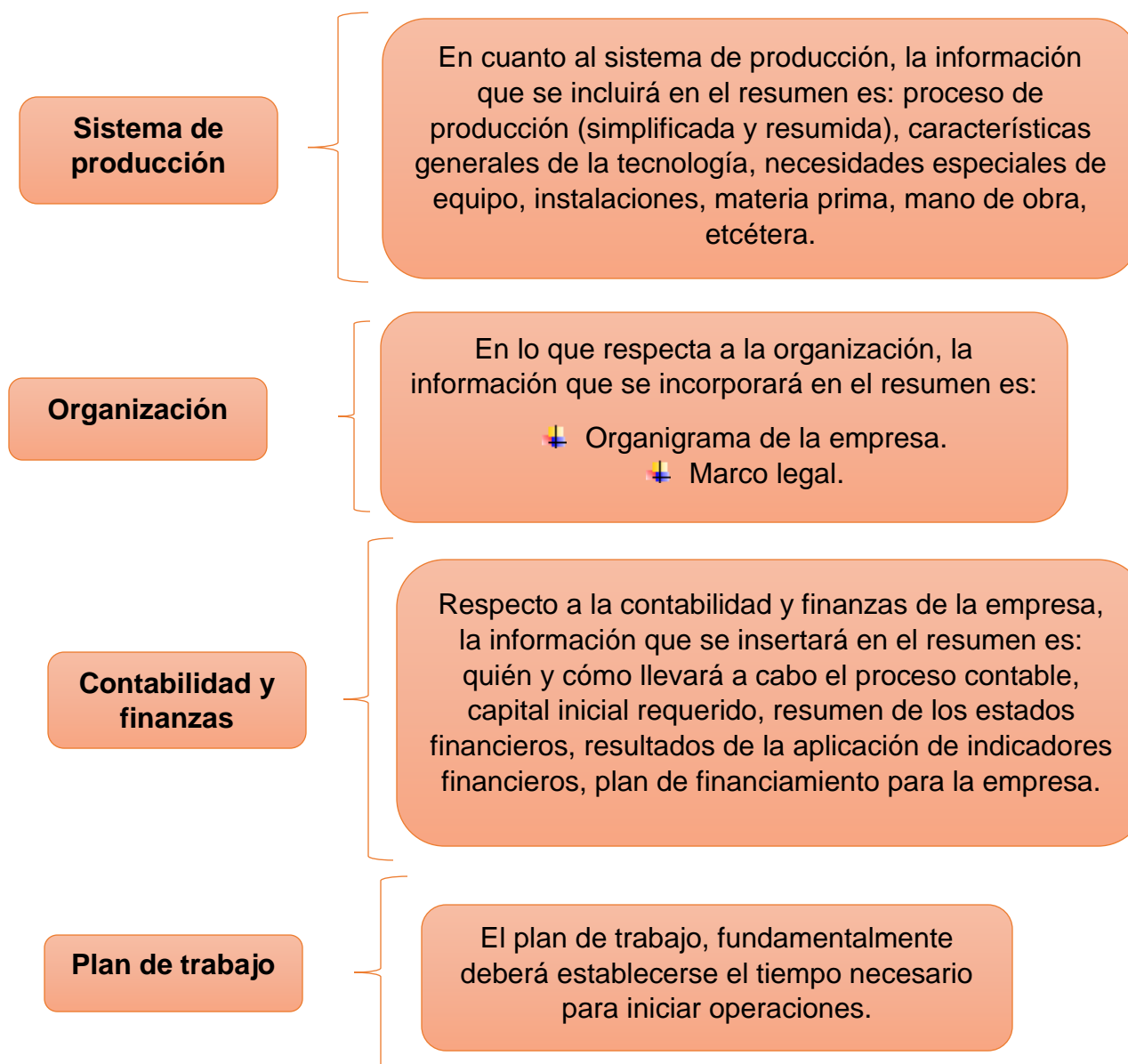
El resumen ejecutivo es el concentrado de la información sobresaliente de cada una de las áreas del plan de negocios. Un buen resumen ejecutivo debe ser claro, conciso y explicativo.

**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 empresa, ventajas competitivas, 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, resumen del plan de ventas.



**Modelo de  
negocio**

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.

**Referencia bibliográfica:**

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/biblioteca/2afd2c0addca7d70a18404a373f49ea4.pdf>