



**Mi Universidad**

## Cuadro sinóptico

*Nombre del Alumno: Jessenia Lizbeth Cruz Monzón*

*Nombre del tema: Unidad III y IV*

*Parcial 2*

*Nombre de la Materia: Taller del emprendedor*

*Nombre del profesor: Beatriz Adriana Méndez*

*Nombre de la Licenciatura: Enfermería*

*Cuatrimestre: 9*

# Unidad 3. Implantación del modelo de negocio



Unidad 3. Implantación del modelo de negocio

3.1 El mercado

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

3.2 Objetivos del Marketing

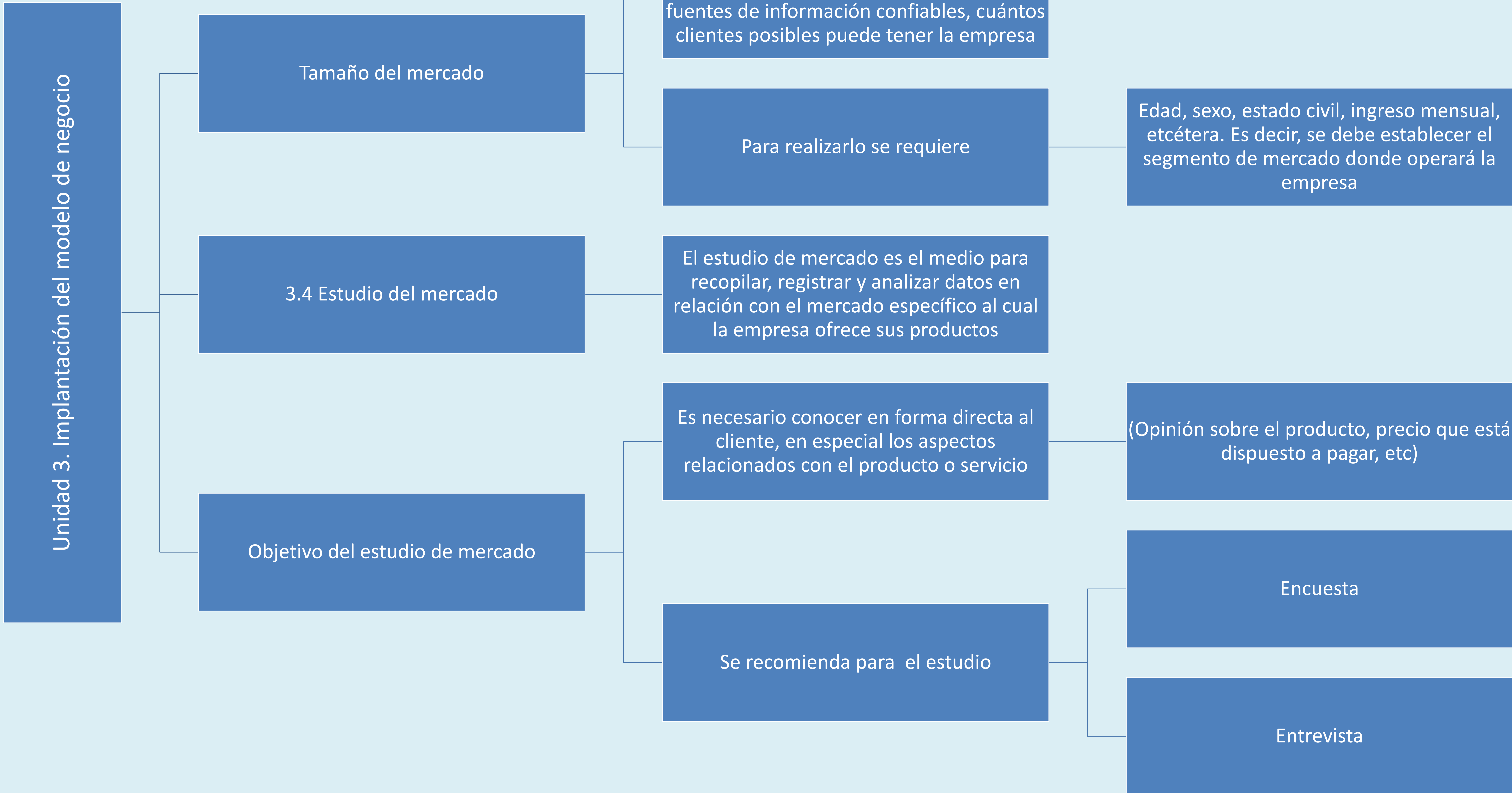
Detectar oportunidades, soluciones e, incluso, acciones ante posibles crisis para que las empresas puedan prever, resolver y alcanzar los mejores resultados

Atraer a nuevos clientes y fidelizarlos

3.3 Investigación del mercado

Es necesario conocer sus necesidades y cómo pueden satisfacerse

Se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información



### 3.5 Las 4 P's

Distribución y puntos de venta

Identificar las necesidades del cliente o consumidor y desarrollar un producto que las satisfaga

Es necesario determinar

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

Promoción del producto o servicio

Esencia, un acto de información, persuasión y comunicación, que incluye varios aspectos de gran importancia

Ejemplo

Como la publicidad, la promoción de ventas, las marcas e, indirectamente, las etiquetas y el empaque

Publicidad

Su objetivo principal es crear un impacto directo sobre el cliente para que compre un producto, con el consecuente incremento en las ventas

Medios

Periódicos

Radio

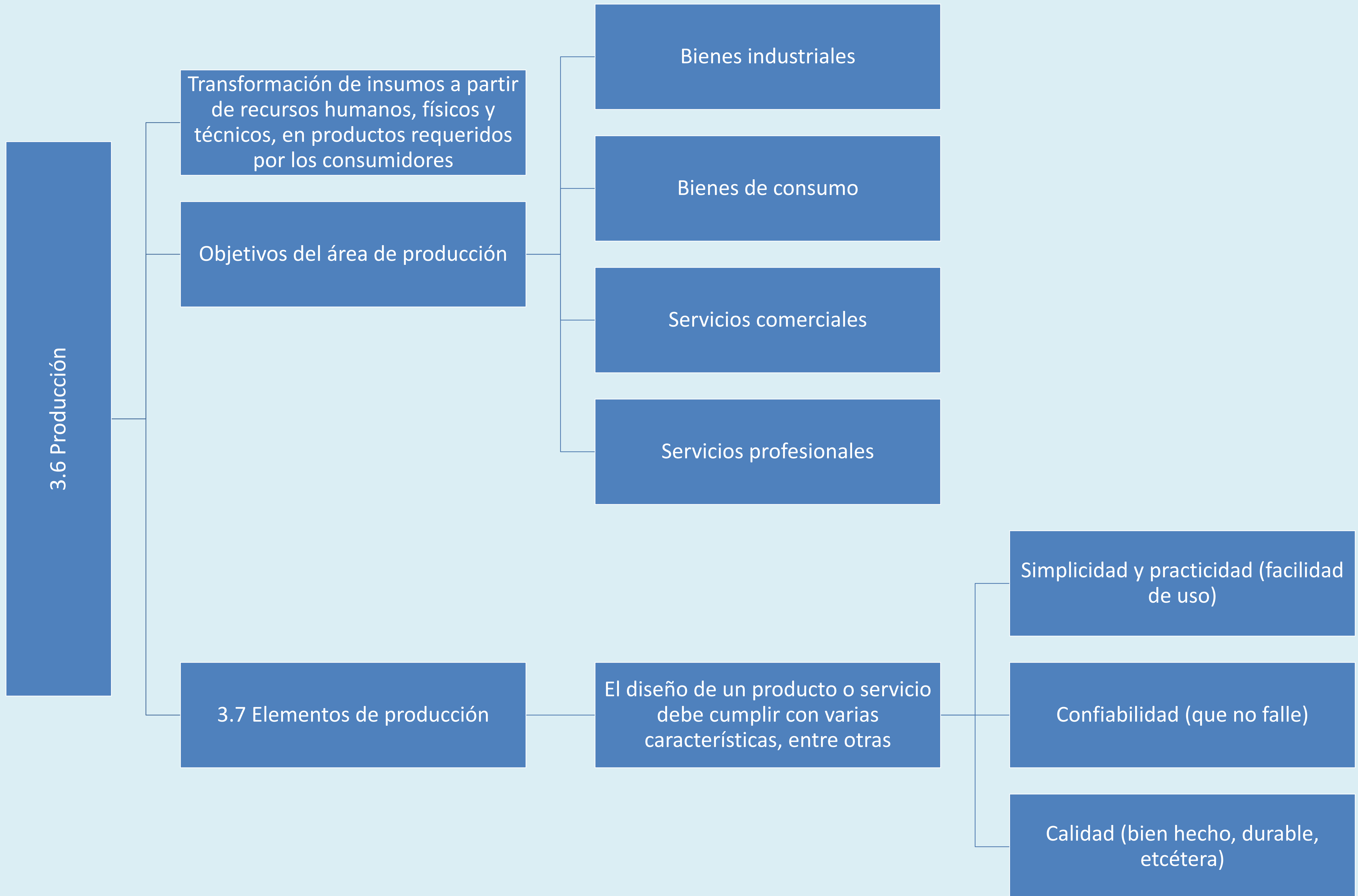
Volantes

Promoción de ventas

Permiten presentar al cliente con el producto o servicio de la empresa; la promoción de ventas debe llevarse a cabo para que el cliente ubique al producto o servicio de la empresa en el mercado

Ejemplo

Muestras gratuitas, regalos en la compra del producto, ofertas de introducción, patrocinio y/o participación en actividades sociales, educativas, culturales o deportivas de la comunidad, etcétera.





# UNIDAD IV. PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO





# UNIDAD IV. PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

## 4.1 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

## 4.2 Marketing

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

Desarrollar investigación del mercado, elaborar análisis de competencia , establecer el sistema de distribución y definir publicidad etiqueta y sistema

## 4.3 Producción

Se trata de las actividades que pudieron haber quedado pendientes o que pudieran requerir complementación), como son

1. Diseñar el producto o servicio.
2. Definir el proceso de producción.
3. Determinar la ubicación de las instalaciones y su distribución.
4. Especificar los requerimientos de mano de obra. • Adquirir la tecnología necesaria.
5. Identificar y seleccionar a los proveedores de equipo, herramientas y materias primas.
6. Obtener el equipo y herramientas necesarias para llevar a cabo el proceso de producción.
7. Establecer el proceso de compras y control de inventarios de la empresa.
8. Comprar la materia prima para la elaboración del producto y/o la prestación del servicio.
9. Adquirir (comprar o rentar) las instalaciones necesarias.
10. Acondicionar las instalaciones de la empresa (tanto de producción como administrativas).
11. Reclutar y capacitar a la mano de obra necesaria.
12. Diseñar el sistema de calidad de la empresa.

## 4.4 Organización

Es una función administrativa que se centra en la organización, realizando la estructuración e integración de las unidades orgánicas y los recursos de una empresa, ya sean materiales, financieros, humanos y tecnológicos

UNIDAD IV. PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

4.5 Costos y gastos

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

Costos y 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

Estados financieros proyectados

Son resúmenes de resultados de las diferentes operaciones económicas de la empresa, en un periodo determinado o en una fecha específica futura

Estado de resultado

Se define como el instrumento que utiliza la administración para informar las operaciones que se realizan en la empresa en un periodo determinado

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

4.5.1 Inversiones

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

5 pasos para un proyecto de inversión

1. Establece una meta

2. Enlista necesidades

3. Realiza un presupuesto de inversiones

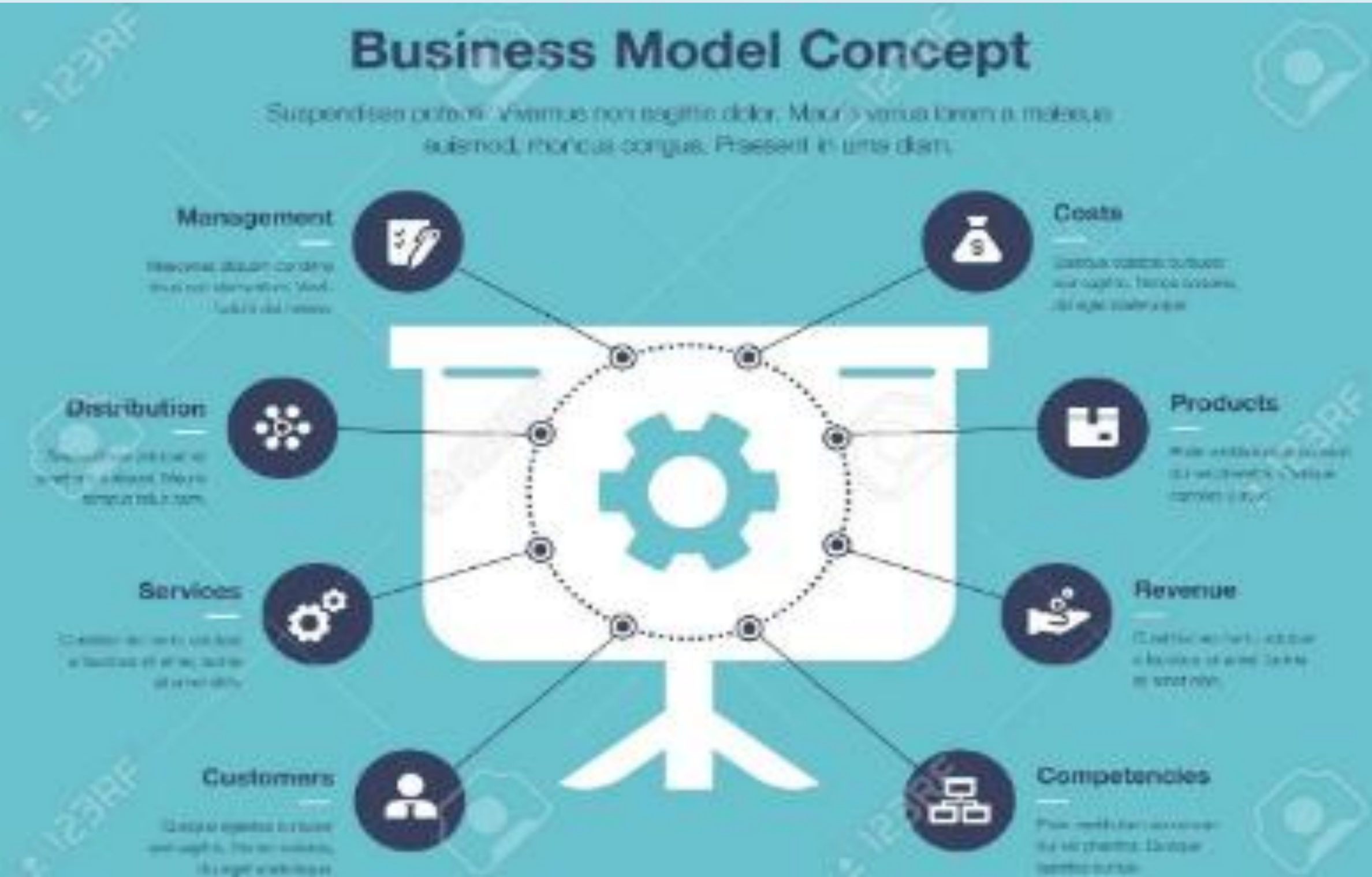
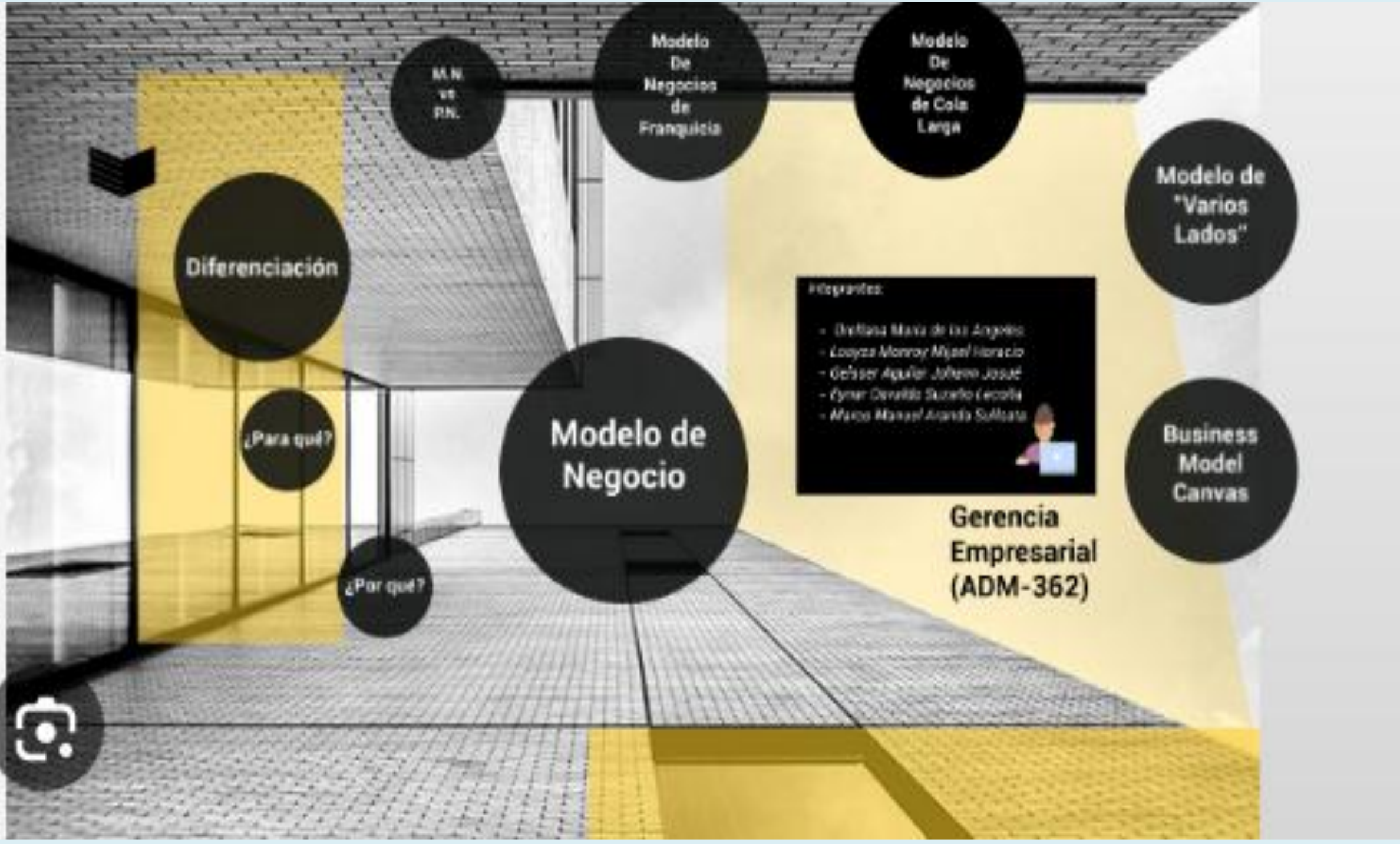
4. Valora y compara

5. Planifica las operaciones

# UNIDAD IV. PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

4.6 Resumen ejecutivo	Es el concentrado de la información sobresaliente de cada una de las áreas del plan de negocios	No exceder de cinco páginas a doble espacio (el óptimo son tres), y contener los siguientes aspectos:
4.7 Contenido del resumen ejecutivo	Piensa en los aspectos cruciales que los miembros de tu equipo de gestión necesitan conocer apenas entran en contacto con el proyecto	Antes de que tengan la oportunidad de ver el plan del proyecto; eso es tu resumen ejecutivo
4.7.1 Naturaleza del proyecto	Respecto a la naturaleza del proyecto, la información que se incluirá en el resumen es:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Nombre de la empresa.</li> <li>2.-Justificación (concisa) y misión de la empresa.</li> <li>3.- Ubicación de la empresa.</li> <li>4.-Ventajas competitivas.</li> <li>5.-Descripción de los productos y servicios de la empresa (concreta, no en detalle).m</li> </ol>
4.7.2 El mercado	La información de mercados que se incluirá en el resumen es:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.-Descripción del mercado que atenderá la empresa.</li> <li>2.-Demanda potencial del producto o servicio.</li> <li>3.- Conclusiones del estudio de mercado realizado.</li> <li>4.-Resumen del plan de ventas.</li> </ol>
4.7.3 sistema de producción	La información que se incluirá en el resumen es:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Proceso de producción (simplificado y resumido).</li> <li>2.-Características generales de la tecnología.</li> <li>3.- Necesidades especiales de equipo, instalaciones, materia prima, mano de obra, etcétera.</li> </ol>

- 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, que permita la evaluación preliminar técnica, económica y de marketing del proyecto.



UNIDAD IV. PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

4.7.4 organización

En lo que respecta a la organización, la información que se incorporará en el resumen es:

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

4.7.5 contabilidad y finanzas

Respecto a la contabilidad y finanzas de la empresa, la información que se insertará en el resumen es:

- 1.-Quién y cómo llevará a cabo el proceso contable.
- 2.-Capital inicial requerido.
- 3.-Resumen de los estados financieros.
- 4.- Resultados de la aplicación de indicadores financieros (punto de equilibrio, TIR, VPN, etc., con la interpretación correspondiente).
- 5.-Plan de financiamiento para la empresa.

4.7.6 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

(fecha de inicio y finalización de la totalidad de ellas).

4.8 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, esquemas de financiamiento y obtención de recursos, entre Otros)

# Referencias

- Antología UDS (Universidad Del Sureste) Taller del emprendedor 2023.
- Bibliografía básica y complementaria:
- [?] Fernando Trias de Bes. (2007). El libro negro del emprendedor: no digas que nunca te lo advertieron. Gestión del conocimiento.: Empresa activa.
- [?] Eric Ries. (2011). El método Lean Startup. ISBN:9788423409495: Deusto.
- [?] Alcazar Rodríguez I. (2004). El emprendedor de éxito. Guía de planes de negocio. Mc Graw hill
- [?] Alexander Osterwalder y Yves Pigneur. (2010). Tu modelo de negocio.. sf: Deusto.
- [?] 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.