



Mi Universidad

Cuadro Sinóptico

Nombre del Alumno: Jose Andrés Mondragón Aguilar

Nombre del tema: Unidad III. Implantación del modelo de negocio y Unidad IV. Presentación del modelo de negocio.

Parcial: 2 parcial

Nombre de la Materia: Taller del Emprendedor

Nombre del profesor: Beatriz Adriana Méndez González

Nombre de la Licenciatura: Enfermería

Cuatrimestre: Noveno

Pichucalco Chiapas a 17 de julio del 2023.



Investigación de mercado: Deben buscar la satisfacción del cliente; para lograrlo es necesario conocer sus necesidades y cómo pueden satisfacerse. De lo cual contiene lo siguiente:

- Tamaño del mercado
- Consumo aparente
- Demanda potencial

Objetivos del 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.

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.

El Mercado

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

Las 4 P's.

Distribución y puntos de ventas: Es necesario determinar cómo hacer llegar los productos al mercado.

Promoción: 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.

Producto: Resultado final de un proceso de producción que representa un satisfactor para el consumidor.

Es el medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos. Que consta de lo siguiente:

- Objetivo del estudio
- Encuesta y aplicación
- Resultados y conclusiones

Estudio de Mercado



Elementos de la organización:

- Estructura organizacional
- Funciones específicas por puesto
- Administración de sueldos y salarios
- Marco legal de la organización

Organización: Forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa para alcanzar eficientemente los objetivos propuestos.

- Especificaciones del producto
- Descripción del proceso
- Características de la tecnología
- Equipo e instalaciones
- Materia prima
- Capacidad instalada
- Programas

Elementos de producción



IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

El plan de trabajo

Consiste, básicamente, en asignar tiempos, responsables, metas y recursos a cada actividad de la empresa.

Costos: Es cualquier cantidad de dinero que se debe erogar para pagar lo que se requiere en la operación de la empresa.

- Costos variables
- Costos fijos

Capital social: Es la cantidad total de dinero que invierten los dueños de la empresa (socios).

Créditos: es una aportación económica que se entrega a la empresa, con el fin de hacer frente a compromisos o necesidades de inversión que no pueden ser solventados con el capital de la misma.



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.

Contenido del resumen ejecutivo:

Como ya se indicó, el resumen ejecutivo contiene los elementos principales (más importantes) del plan de negocios.

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 (concreta, no en detalle).



Modelo de negocio

Describe cómo una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económica o social,

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, esquemas de financiamiento y obtención de recursos, entre otros.

Lo puede dar a conocer en tres formatos diferentes, el más sencillo es en uno o dos párrafos; también lo puede redactar utilizando viñetas para cada uno de los nueve puntos que lo integran, o presentarlo en forma gráfica.



BIBLIOGRAFIA

Fernando Trías de Bes. (2007). El libro negro del emprendedor: no digas que nunca te lo advirtieron. Gestión del conocimiento.: Empresa activa.

Eric Ries. (2011). El método Lean Startup. ISBN:9788423409495: Deusto.

Alcázar 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. S.f: 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