



Nombre de alumno: Yahir Aguilar Sicalhua.

Nombre del tema: Implantación del modelo de negocio y presentación.

Parcial: 1.

Nombre de la materia: Taller del emprendedor.

Nombre del profesor: Juan José Ojeda Trujillo.

Nombre de la licenciatura: Ingeniería en Sistemas Computacionales.

Cuatrimestre: 9.

Implantación del modelo de negocio.

- **3.1 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, así como de la definición del producto o servicio con base en las preferencias del consumidor.
- **3.2 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.
- **3.3 Investigación del mercado.** Las decisiones que se tomen en el área de marketing y en otras áreas de la empresa, deben buscar la satisfacción del cliente; para lograrlo es necesario conocer sus necesidades y cómo pueden satisfacerse.
- **3.4 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.
- **3.5 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.
- **3.6 Producción.** Transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores. Producto. Resultado final de un proceso de producción que representa un satisfactor para el consumidor.
- **3.7 Elementos de producción.** El diseño de un producto o servicio debe cumplir con varias características, entre otras:
 - Simplicidad y practicidad (facilidad de uso).
 - Confiabilidad (que no falle).
 - Calidad (bien hecho, durable, etcétera).
- **3.8 Organización.** Forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa para alcanzar eficientemente los objetivos propuestos.
- **3.9 Elementos de organización.**
 1. Procesos operativos (funciones), de la empresa.
 2. Descripción de puestos.
 3. Definición del "perfil" del puesto.

Presentación del modelo de negocio.

- **4.1 Plan de trabajo.** El 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.** El área de marketing abarca una serie de actividades a realizar entre las que se encuentran las siguientes:
Desarrollar una investigación del mercado. Elaborar un análisis de la competencia. Establecer el sistema de distribución
- **4.3 Producción.** De la misma manera, el área de producción abarca una serie de actividades a realizar:
Diseñar el producto o servicio. Definir el proceso de producción. Determinar la ubicación de las instalaciones y su distribución.
- **4.4 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.
- **4.5 Costos y gastos.** El costo es uno de los elementos más importantes para realizar las proyecciones o planeaciones de un negocio. El costo es cualquier cantidad de dinero que se debe erogar para pagar lo que se requiere en la operación de la empresa.
- **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. Lo que hace falta es una infraestructura intelectual que permita adoptar decisiones y la capacidad de evitar que las emociones deterioren esa infraestructura.
- **4.6 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, no exceder de cinco páginas a doble espacio (el óptimo son tres).
- **4.7 Contenido del resumen ejecutivo.** Como ya se indicó, el resumen ejecutivo contiene los elementos principales (más importantes) del plan de negocios.
 - **4.7.1 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.
 - **4.7.2 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.
 - **4.7.3 Sistema de producción.** En cuanto al sistema de producción, la información que se incluirá en el resumen es:
Proceso de producción (simplificado y resumido). Características generales de la tecnología. Necesidades especiales de equipo, instalaciones, materia prima, mano de obra, etcétera.
 - **4.7.4 Organización.** En lo que respecta a la organización, la información que se incorporará en el resumen es:
Organigrama de la empresa. 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: Quién y cómo llevará a cabo el proceso contable. Capital inicial requerido. Resumen de los estados financieros.
 - **4.7.6 Plan de trabajo.** En cuanto al 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 que se requieren para iniciar operaciones (fecha de inicio y finalización de la totalidad de ellas).
- **4.8 Modelo de negocio.** Describe cómo una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económica o social, al cliente. 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.