

MATERIA: “ DESARROLLO EMPRESARIAL ”

- LIC. VICTOR ANTONIO GONZALEZ SALAS
- ALUMNO: CHRISTIAN VALERIA FIGUEROA VICTORIA
 - SEXTO CUATRIMESTRE

MODELO DE NEGOCIOS

¿Qué es?

Un modelo de negocios es un instrumento que permite tener claridad en el modo por el cual se ofrece una solución a una necesidad del mercado. Estos modelos tienen que ser claros y definir las estrategias que deben emplearse en la búsqueda de los objetivos de un negocio.

Naturaleza

Es necesario definir la esencia del negocio, es decir, cuáles son los objetivos de crearlo, cuál es la misión que persigue y por qué se considera justificable desarrollarlo.

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.

Producción

La transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores es la producción.

Organización

La organización es la forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa, para alcanzar eficientemente los objetivos propuestos.

- **Justificación:** Una vez que ha seleccionado una idea, debe justificar la importancia de la misma, especificar la necesidad o carencia que satisface, o bien el problema concreto que resuelve.
- **Nombre:** El nombre de la empresa es su carta de presentación, es el reflejo de su imagen, su sello distintivo y, por ende, debe reunir una serie de características específicas: descriptivo, original, atractivo, claro, agradable.
- **Descripción:** El giro de una empresa es su objeto u ocupación principal. En México existen tres giros en los que toda empresa se puede clasificar: comercial, industrial, servicios.
- **Misión:** El giro de una empresa es su objeto u ocupación principal. En México existen tres giros en los que toda empresa se puede clasificar
- **Visión:** la visión de la empresa es una declaración que ayuda al emprendedor a seguir el rumbo al que se dirige a largo plazo. Una visión clara permite establecer objetivos y estrategias que se convierten en acciones que inspiren a todos los miembros del equipo para llegar a la meta.

- **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.
- **Investigación de 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.
- **Consumo aparente:** Identificar el número de clientes potenciales, así como del consumo que se estima hagan del producto o servicio que la empresa ofrece, con base en sus hábitos de compra.
- **Demanda potencial:** determinar el consumo potencial del producto o servicio de la empresa, proyectando el crecimiento promedio del mercado en el corto, mediano y largo plazos.
- **Promoción del producto o servicio:** Es un acto de información, persuasión y comunicación, que incluye varios aspectos como la publicidad, la promoción de ventas, las marcas y las etiquetas y el empaque.

- **Especificaciones del producto o servicio:** El diseño de un producto o servicio debe cumplir con varias características, entre otras: Simplicidad y practicidad, Confiabilidad, Calidad.
- **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:** Independientemente del giro de la empresa es necesario contar con los insumos que apoyan el proceso productivo o la prestación del servicio, éstos deben tener la calidad y precio seleccionados

- **Estructura organizacional:** El primer paso para establecer un sistema de organización en la empresa es hacer que los objetivos de la empresa y los de sus áreas funcionales concuerden y se complementen.
- **Funciones específicas por puesto:** diseñar el manual operativo por trabajador; Establecer el objetivo que se pretende lograr con cada función general, Desarrollar las funciones específicas y procesos de cada actividad.
- **Captación de personal.** El ciclo de personal abarca diversas actividades que permiten encontrar, seleccionar, contratar, recibir, preparar y definir la carrera del personal que formará parte de la empresa.
- **Inducción:** El proceso de inducción es el primer encuentro entre el trabajador y la empresa cuando éste es contratado; es la presentación con la misión, valores y carácter de la compañía y con el puesto que va a desempeñar
- **Relaciones de trabajo:** El ambiente de trabajo es de gran importancia para el desarrollo de la empresa e involucra una serie de aspectos de gran importancia, como: Motivación, Comunicación, Trabajo en equipo, Calidad personal y de vida de todos los miembros de la organización.

Bibliografía

- <https://blog.hubspot.es/sales/modelo-negocio>
- <https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/biblioteca/2fc4ce8aa154f348cc888d92daf4e67c.pdf>