



NOMBRE DEL ALUMNO: NORMA ALICIA HERNANDEZ GOMEZ

NOMBRE DEL TEMA: IMPLANTACION DEL MODELO DE NEGOCIO

PARCIAL:1

NOMBRE DE LA MATERIA: TALLER DEL EMPRENDEDOR

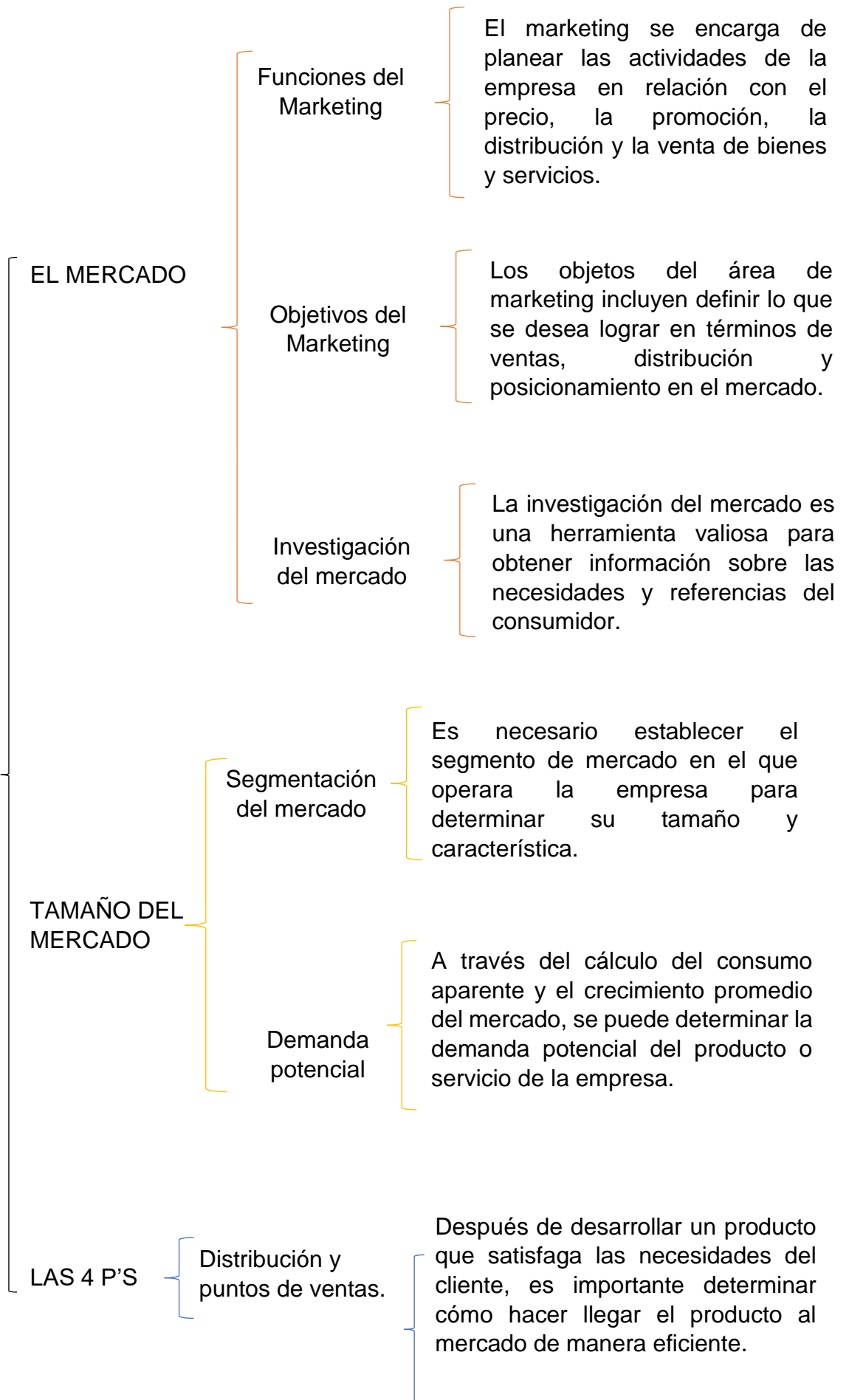
NOMBRE DEL PROFESOR: BEATRIZ ADRIANA MENDEZ GONZALEZ

NOMBRE DE LA LICENCIATURA: TRABAJO SOCIAL Y GESTIÓN  
COMUNITARIA

CUATRIMESTRE: NOVENO CUATRIMESTRE

**Pichucalco Chiapas a 18 de junio del 2023**

## IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO



## IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

### PROCESO DE DISTRIBUCION

Incremento de la distribución a clientes potenciales.

El proceso de distribución permite llegar a un número mayor de clientes potenciales.

Costo de distribución del producto.

El costo de distribución del producto puede afectar la rentabilidad del negocio.

Pérdida de control y contacto directo con el mercado.

Control sobre políticas de precios, promoción y calidad del producto.

Al elegir un canal de distribución, se debe considerar el control que se tendrá sobre aspectos como el precio, la promoción y la calidad del producto.

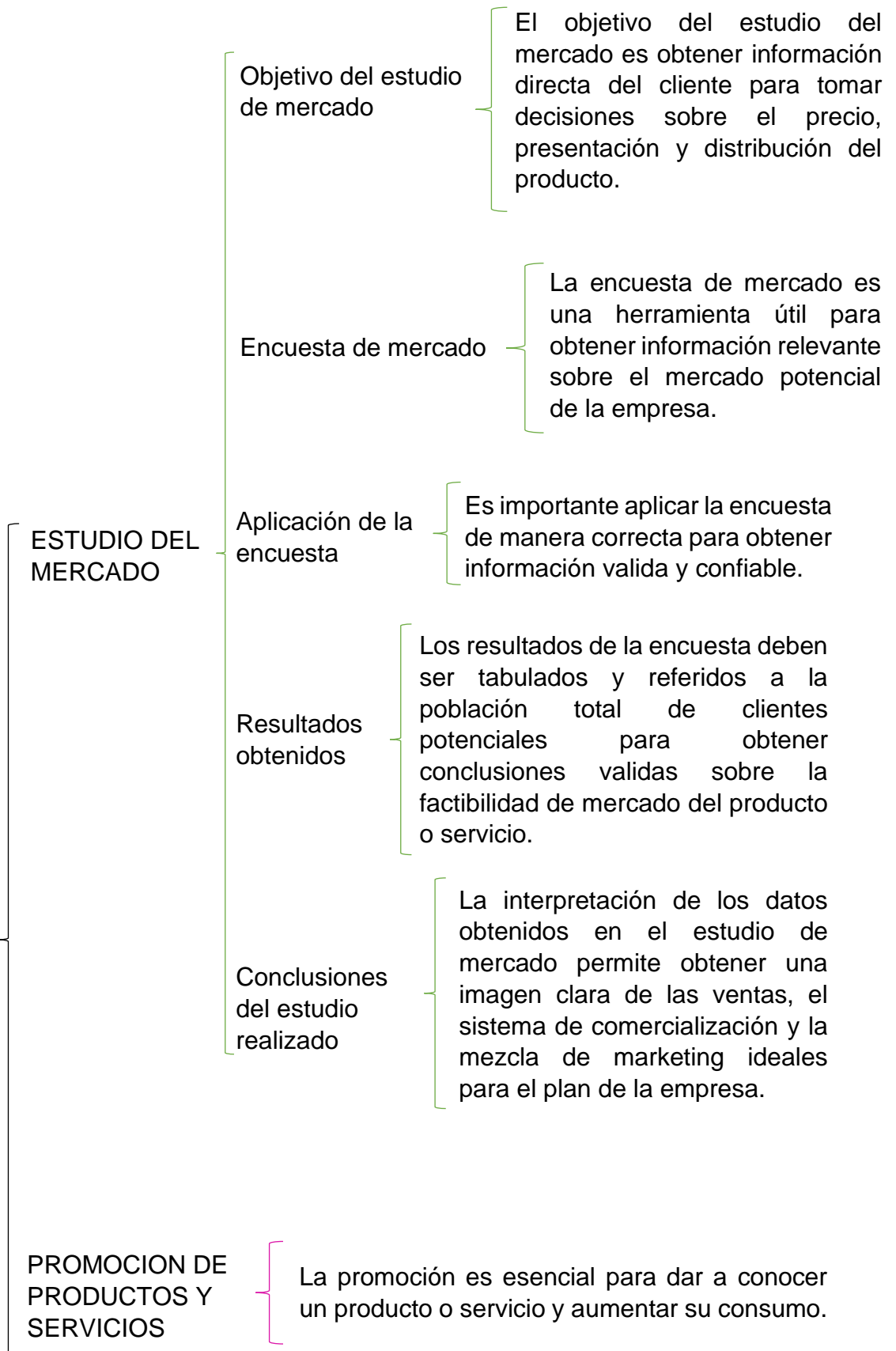
Conveniencia para el consumidor en el punto de venta.

La cercanía y preferencia de compra en ciertos tipos de tiendas, son aspectos a considerar en la elección de un canal de distribución.

Explicación del proceso de distribución al cliente

Es importante explicar al cliente como se llevará el producto o servicio para asegurar su satisfacción.

## IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO



## IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

### PROMOCION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

#### Medios de publicidad

##### Periódicos

Los anuncios en periódicos pueden llegar a personas de diferentes estratos económicos.

##### Radio

La radio ofrece una exposición masiva de mensajes publicitarios y puede dirigirse a mercados específicos.

##### Volantes

Los volantes pueden tener un impacto fuerte si se cuida su contenido y presentación.

#### Promoción de ventas

Actividades como muestras gratuitas, regalos y patrocinios pueden ayudar a posicionar un producto en el mercado.

#### Importancia de las marcas

Las marcas permiten al cliente identificar y diferenciar un producto de la competencia.

#### etiquetas y empaques

Las etiquetas y empaques deben ser diseñados cuidadosamente para cumplir con la ley y mejorar la imagen del producto ante el cliente.

### IMPORTANCIA DEL PRECIO EN LA DEMANDA DE UN PRODUCTO

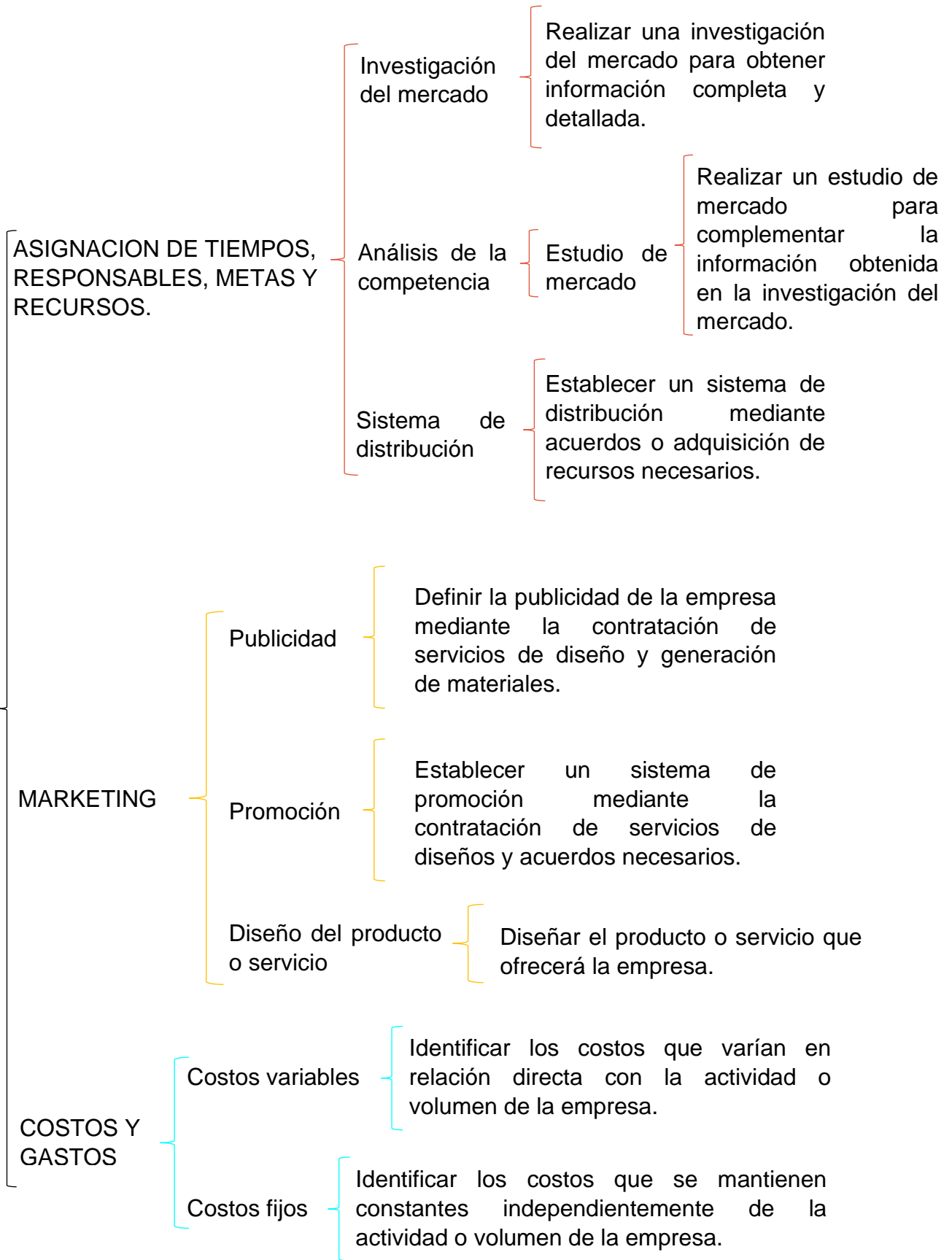
#### Mala fijación del precio como responsable de la escasa demanda

Una mala fijación del precio puede ser la causa de una baja demanda de un producto.

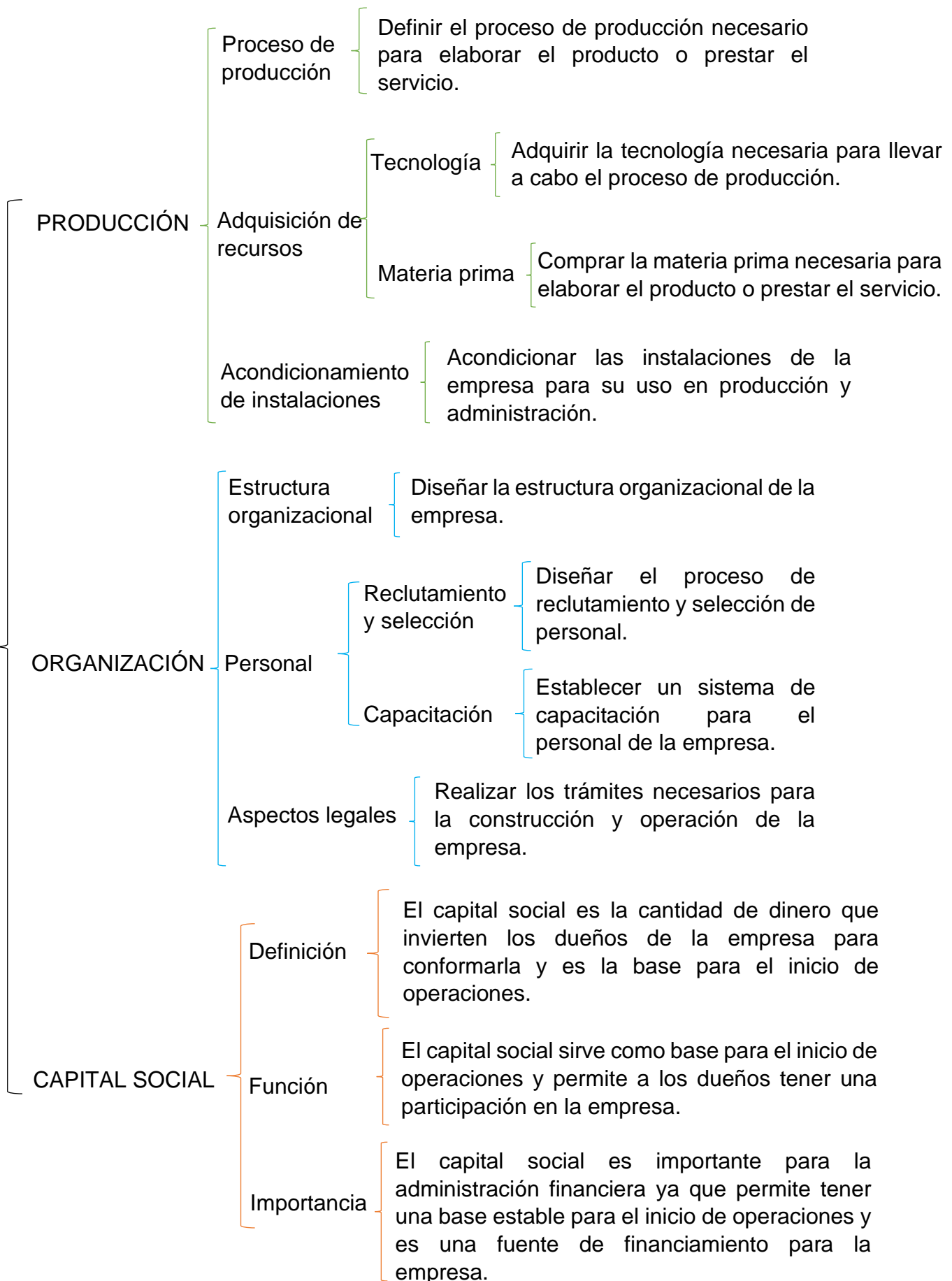
#### Consideraciones en la fijación del precio.

Es importante considerar los costos, márgenes de ganancia y el precio que el consumidor está dispuesto a pagar en la fijación del precio de un producto.

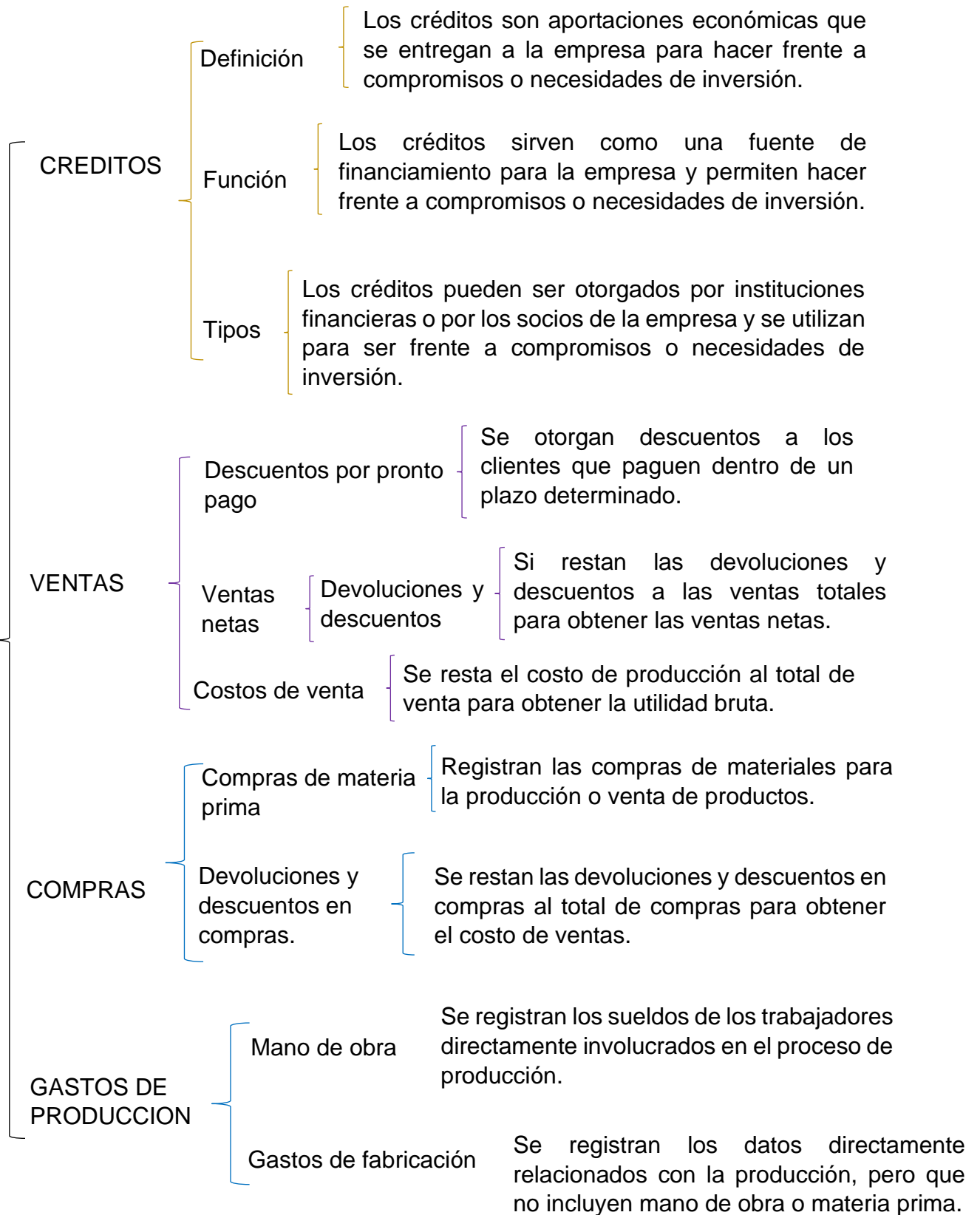
**PLAN DE TRABAJO**



# PLAN DE TRABAJO



# PLAN DE TRABAJO





## PLAN DE TRABAJO

### GASTOS DE OPERACION

Honorarios

Se registran los pagos por servicios prestados por personas o empresas externas.

Servicios públicos

Se registran los gastos por servicios básicos utilizados en el funcionamiento del negocio.

Nomina

Se registran los sueldos de los empleados no directamente relacionados con la producción.

Materiales

Se registran los gastos en materiales necesarios para el funcionamiento del negocio.

Mantenimiento

Se registran los gastos en mantenimiento y reparaciones de activos fijos.

Publicidad y promoción

Se registran los gastos en publicidad y promoción para dar a conocer la empresa o sus productos.

### OTROS INGRESOS Y GASTOS

Ingresos por interés

Se registran los ingresos por interés generados en inversiones.

Gastos por interés

Se registran los gastos por interés generados en préstamos o financiamientos.

ISR (Impuesto sobre la renta)

Se calcula y registra el impuesto sobre la renta a pagar.

Utilidad neta

Se calcula la diferencia entre los ingresos y gastos totales de la empresa.

Pérdida neta

Se calcula la diferencia entre los ingresos y gastos totales de la empresa, cuando los gastos son mayores que los ingresos

## REFERENCIA BIBLIOGRAFICA

Antología UDS – Taller del Emprendedor (Noveno Cuatrimestre)

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.

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.