



Mi Universidad

CUADRO SINÓPTICO

NOMBRE DEL ALUMNO: ELEAZAR GIRON LOPEZ

**NOMBRE DEL TEMA: IMPLEMENTACIÓN DEL MODELO DE
NEGOCIO / PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO
PARCIAL: 1**

NOMBRE DE LA MATERIA: TALLER DEL EMPRENDEDOR

NOMBRE DEL PROFESOR: LIC: BEATRIZ ADRIANA MENDEZ

**NOMBRE DE LA LICENCIATURA: TRABAJO SOCIAL Y GESTIÓN
COMUNITARIA**

CUATRIMESTRE: 9NO CUATRIMESTRE

LUGAR Y FECHA DE ELABORACIÓN: 18 DE JUNIO DEL 2024

INTRODUCCIÓN

La implementación del modelo de negocio y su presentación son dos aspectos fundamentales en el desarrollo y éxito de una empresa. La implementación se refiere a la ejecución de las estrategias y procesos necesarios para poner en marcha el plan de negocio, mientras que la presentación implica comunicar de manera efectiva la propuesta de valor de la empresa a diferentes audiencias. Ambos aspectos son clave para garantizar la viabilidad y el crecimiento de un negocio en un entorno competitivo y en constante evolución.



IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

La implantación del modelo de negocio se refiere al proceso de poner en práctica y operacionalizar la estrategia y estructura de un negocio previamente diseñados. Este proceso incluye una serie de pasos y actividades destinados a convertir las ideas y planes estratégicos en acciones concretas que permitan alcanzar los objetivos comerciales.

EL MERCADO

- Identificación de segmentos de mercado basados en características demográficas, geográficas y psicográficas.
- Análisis de la competencia para identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.
- Estudio del tamaño y tendencias del mercado para determinar la viabilidad del negocio.

OBJETIVOS DEL MARKETING

- Establecimiento de metas de marketing SMART (Específicas, Medibles, Alcanzables, Relevantes y con Tiempo).
- Definición de estrategias de posicionamiento de marca para diferenciarse en el mercado.
- Creación de campañas publicitarias efectivas para aumentar la visibilidad y atraer clientes potenciales.

INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

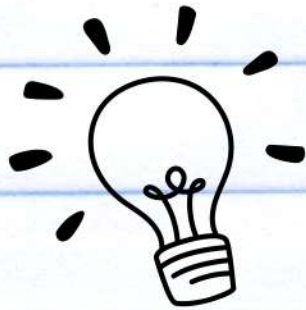
- Recopilación de datos demográficos y de comportamiento del consumidor para comprender sus necesidades y preferencias.
- Análisis de tendencias y cambios en el mercado que puedan impactar en la estrategia de negocio.
- Evaluación de oportunidades y amenazas externas para anticipar posibles desafíos.

ESTUDIO DEL MERCADO

- Análisis detallado del entorno competitivo, incluyendo la posición de los competidores y sus estrategias.
- Evaluación de la demanda y oferta en el mercado para ajustar la oferta a las necesidades del cliente.
- Establecimiento de precios competitivos que reflejen el valor percibido por los clientes.

LAS 4 P'S

- Producto: Desarrollo de productos/servicios innovadores que satisfagan las necesidades del mercado objetivo.
- Precio: Estrategias de fijación de precios considerando costos, competencia y percepción de valor.
- Plaza: Selección de canales de distribución eficientes para llegar a los clientes de manera efectiva.
- Promoción: Implementación de estrategias de marketing y publicidad para comunicar el valor de la marca.



IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

La implantación del modelo de negocio se refiere al proceso de poner en práctica y operacionalizar la estrategia y estructura de un negocio previamente diseñados. Este proceso incluye una serie de pasos y actividades destinados a convertir las ideas y planes estratégicos en acciones concretas que permitan alcanzar los objetivos comerciales.

PRODUCCIÓN

- Diseño de procesos de fabricación eficientes que garanticen la calidad del producto/servicio.
- Gestión de la cadena de suministro para asegurar la disponibilidad de materias primas y productos terminados.
- Implementación de controles de calidad para mantener altos estándares en la producción.

ELEMENTOS DE PRODUCCIÓN

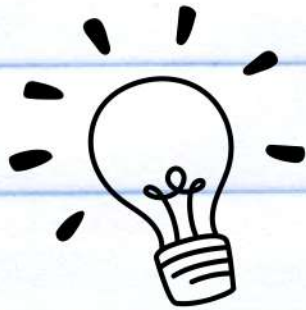
- Selección y adquisición de materias primas de proveedores confiables y de calidad.
- Inversión en equipos y maquinaria modernos para optimizar la producción y reducir costos.
- Contratación y capacitación de personal calificado para garantizar la eficiencia y productividad.

ORGANIZACIÓN

- Definición de una estructura organizativa clara que facilite la toma de decisiones y la comunicación interna.
- Asignación de roles y responsabilidades para cada miembro del equipo, estableciendo expectativas claras.
- Fomento de una cultura empresarial basada en valores compartidos y un ambiente de trabajo colaborativo.

ELEMENTOS DE ORGANIZACIÓN

- Establecimiento de políticas y procedimientos internos que regulen el funcionamiento de la empresa.
- Gestión del talento humano mediante programas de capacitación, desarrollo y retención del personal.
- Implementación de sistemas de evaluación del desempeño y feedback para promover el crecimiento y la motivación de los empleados.



PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

es un documento o una exposición que describe de manera estructurada y clara cómo una empresa planea generar ingresos y beneficios. Este tipo de presentación es esencial para comunicar a inversores, socios y otras partes interesadas la propuesta de valor de la empresa, su estrategia de mercado, estructura operativa, y proyecciones financieras.

PLAN DE TRABAJO

- Definición de objetivos SMART (Específicos, Medibles, Alcanzables, Relevantes y con Tiempo) para guiar las acciones.
- Establecimiento de un cronograma detallado con hitos y tareas específicas.
- Asignación de recursos humanos, financieros y materiales de manera eficiente.

MARKETING

- Desarrollo de estrategias de marketing mix (producto, precio, plaza, promoción) adaptadas al mercado objetivo.
- Investigación de mercado para comprender las necesidades y preferencias de los clientes.
- Implementación de acciones de marketing digital, redes sociales y relaciones públicas.

PRODUCCIÓN

- Diseño de procesos de producción basados en estándares de calidad y eficiencia.
- Selección de proveedores confiables y negociación de contratos favorables.
- Implementación de sistemas de control de calidad y mejora continua en la producción.

ORGANIZACIÓN

- Diseño de una estructura organizativa clara con definición de roles, responsabilidades y jerarquías.
- Fomento de una cultura empresarial basada en valores como la transparencia, la innovación y la colaboración.
- Establecimiento de canales de comunicación efectivos para garantizar la coordinación y el trabajo en equipo.

COSTOS Y GASTOS

- Identificación y clasificación detallada de costos directos e indirectos.
- Elaboración de un presupuesto detallado que incluya todos los gastos operativos y de inversión.
- Análisis de rentabilidad y punto de equilibrio para tomar decisiones financieras informadas.



PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

es un documento o una exposición que describe de manera estructurada y clara cómo una empresa planea generar ingresos y beneficios. Este tipo de presentación es esencial para comunicar a inversores, socios y otras partes interesadas la propuesta de valor de la empresa, su estrategia de mercado, estructura operativa, y proyecciones financieras.

RESUMEN EJECUTIVO

- Síntesis concisa de la propuesta de valor y diferenciadores clave del negocio.
- Información relevante sobre el mercado objetivo, competencia y proyecciones de crecimiento.
- Objetivos estratégicos y financieros a corto, mediano y largo plazo.

CONTENIDO DEL RESUMEN EJECUTIVO

- Descripción detallada del producto/servicio y su propuesta de valor única.
- Análisis de mercado detallado que incluya segmentación, tendencias y oportunidades identificadas.
- Estrategias claras de marketing, producción, organización y ventas para el éxito del negocio.

NATURALEZA DEL PROYECTO

- Explicación detallada de la idea de negocio, su justificación y el problema que resuelve en el mercado.
- Identificación de la ventaja competitiva y el valor agregado que ofrece el proyecto.
- Análisis de riesgos y oportunidades que puedan impactar en la viabilidad y sostenibilidad del proyecto.

SISTEMA DE PRODUCCIÓN

- Descripción exhaustiva de los procesos de producción, desde la adquisición de materias primas hasta la entrega del producto final.
- Implementación de tecnologías y sistemas de gestión de la producción para optimizar la eficiencia y calidad.
- Garantía de cumplimiento de normas y estándares de calidad para satisfacer las expectativas de los clientes.

MODELO DE NEGOCIO

- Descripción completa del modelo de negocio, incluyendo la propuesta de valor, segmento de clientes y fuentes de ingresos.
- Análisis de costos, estructura de precios y estrategias de monetización.
- Evaluación de la viabilidad y sostenibilidad del modelo de negocio a largo plazo.

CONCLUSIÓN

En conclusión, la implementación del modelo de negocio y su presentación son dos pilares esenciales en el camino hacia el éxito empresarial. La implementación eficaz garantiza que las estrategias y acciones planificadas se lleven a cabo de manera efectiva, permitiendo que la empresa alcance sus objetivos y se adapte a los cambios del mercado. Por otro lado, una presentación clara y persuasiva del modelo de negocio es crucial para atraer inversores, clientes y colaboradores clave, generando confianza y apoyo para el crecimiento de la empresa.

En conjunto, la implementación y presentación del modelo de negocio son procesos interdependientes que requieren planificación, ejecución cuidadosa y comunicación efectiva. Al integrar estos aspectos de manera coherente y estratégica, las empresas pueden diferenciarse, generar valor para sus stakeholders y consolidar su posición en el mercado. Así, la implementación y presentación del modelo de negocio se convierten en herramientas poderosas para impulsar el crecimiento y la sostenibilidad de las empresas en un entorno empresarial dinámico y competitivo.