



Cuadros sinópticos.

Nombre del alumno (a): Vania Susana Sánchez López.

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

Parcial: I

Nombre de la Materia: Taller del Emprendedor.

Nombre del profesor: LAEA Beatriz Adriana Méndez González.

Nombre de la Licenciatura: Lic. En Trabajo Social y Gestión Comunitaria.

Cuatrimestre: 9no.

Juárez, Chiapas a 17 de junio del 2025.

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO.

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, de forma tal que permitan crear un intercambio (entre empresa y consumidor).

Objetivos del Marketing.

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 (nivel local: colonia, sector, etc.).

Investigación del mercado.

Tamaño del mercado: Se requiere obtener algunos detalles de los futuros clientes: edad, sexo, estado civil, ingreso mensual, etcétera.

Consumo aparente: Esto se hace identificando 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.

Estudio del mercado.

Medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos. Es conveniente evaluar el mercado a través de una encuesta para obtener información.

Es recomendable evaluar si la encuesta está bien diseñada. Lo cual se consigue al probarla mediante su aplicación a dos o tres personas.

Estudio del mercado.

Una vez que aplicó la encuesta y obtuvo la información requerida, hay que tabularla y referirla a la población total de clientes potenciales para obtener conclusiones válidas.

La conclusión del estudio de mercado es la interpretación de los datos obtenidos, proyectada a condiciones potenciales de desarrollo de la empresa.

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO.

Las 4 P's.

Distribución y punto de venta: Es necesario determinar cómo hacer llegar los productos al mercado. Para ello se deben escoger rutas mediante las cuales, de la manera más eficiente posible, se transporte el producto desde el centro de producción hasta el consumidor.

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, etc.

Las 4 P's.

Publicidad: Serie de actividades necesarias para hacer llegar un mensaje al mercado meta; su objetivo principal es crear un impacto directo sobre el cliente. **Promoción de ventas:** Actividades que permiten presentar al cliente con el producto o servicio de la empresa.

Marca: Nombre, término, signo, símbolo o diseño, o combinación de todos estos elementos, que identifica los bienes y/o servicios que ofrece una empresa. **Etiqueta:** Formas impresas que lleva el producto para dar información al cliente acerca de su uso o preparación.

Producción.

Transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos. **Producto:** Resultado final de un proceso de producción que representa un satisfactor para el consumidor ya sea bienes o servicios.

Tipos de Bienes: **Bienes industriales.** Productos que se utilizan para producir otros bienes. **Bienes de consumo:** Productos que usan los consumidores finales para satisfacer sus necesidades personales.

Producción.

Tipos de servicios: **Servicios comerciales:** Reparación y mantenimiento de maquinaria y equipo, diseño de instalaciones, etcétera. **Servicios profesionales:** Administrativos, atención médica o dental, educativos, de asesoría, etcétera.

Los objetivos del área de producción, al igual que los de otras áreas, deben ser cuantificables y medibles, e ir en relación con los recursos disponibles de la empresa.

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO.

Elementos de producción.

Especificaciones del producto o servicio: El diseño de un producto o servicio debe cumplir con varias características, entre otras: Simplicidad y practicidad (facilidad de uso), Confiabilidad (que no falle) y Calidad (bien hecho, durable, etcétera).

El proceso de producción es el conjunto de actividades que se llevan a cabo para elaborar un producto o para prestar un servicio. Es importante determinar la tecnología disponible para elaborar el producto.

Elementos de producción.

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.

La materia prima se refiere a los elementos, partes o sustancias de las que está compuesto el producto de la empresa o a los insumos necesarios para prestar un servicio.

Organización.

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

Se deben establecer los objetivos del área de acuerdo con las metas empresariales y del resto de las áreas que la conforman.

Elementos de organización.

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.

El siguiente paso es diseñar el manual operativo por trabajador. Establecer el objetivo que se pretende lograr con cada función general.

Elementos de organización.

Administración de sueldos y salario: Cuando se cuenta con una descripción básica de desempeño proceso de administrar sueldos y salarios resulta muy sencillo y rápido de realizar pues sólo implica jerarquizar los puestos de la empresa.

Marco legal de la organización: Se debe tomar en cuenta: Número de socios que desean iniciar el negocio, cuantía del capital social, responsabilidades que se adquieren frente a terceros, etc.

UNIDAD IV. PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO.

UNIDAD IV. PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO.

Plan de trabajo.

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

De tal manera que sea posible cumplir con los objetivos que se ha trazado y preparar todo lo necesario para el inicio de operaciones.

Marketing.

Desarrollar una investigación del mercado; Elaborar un análisis de la competencia; Llevar a cabo el estudio de mercado; Establecer el sistema de distribución, etc.

Definir la publicidad de la empresa; Diseñar etiquetas, anuncios, logotipo, eslogan, nombre comercial; Definir el sistema de promoción, etc.

Producción.

Diseñar el producto o servicio; Definir el proceso de producción; Determinar la ubicación de las instalaciones y su distribución; Especificar los requerimientos de mano de obra; Adquirir la tecnología necesaria.

Establecer el proceso de compras y control de inventarios de la empresa y comprar la materia prima para la elaboración del producto y/o la prestación del servicio.

Organización.

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; Elaborar los manuales operativos de cada área funcional.

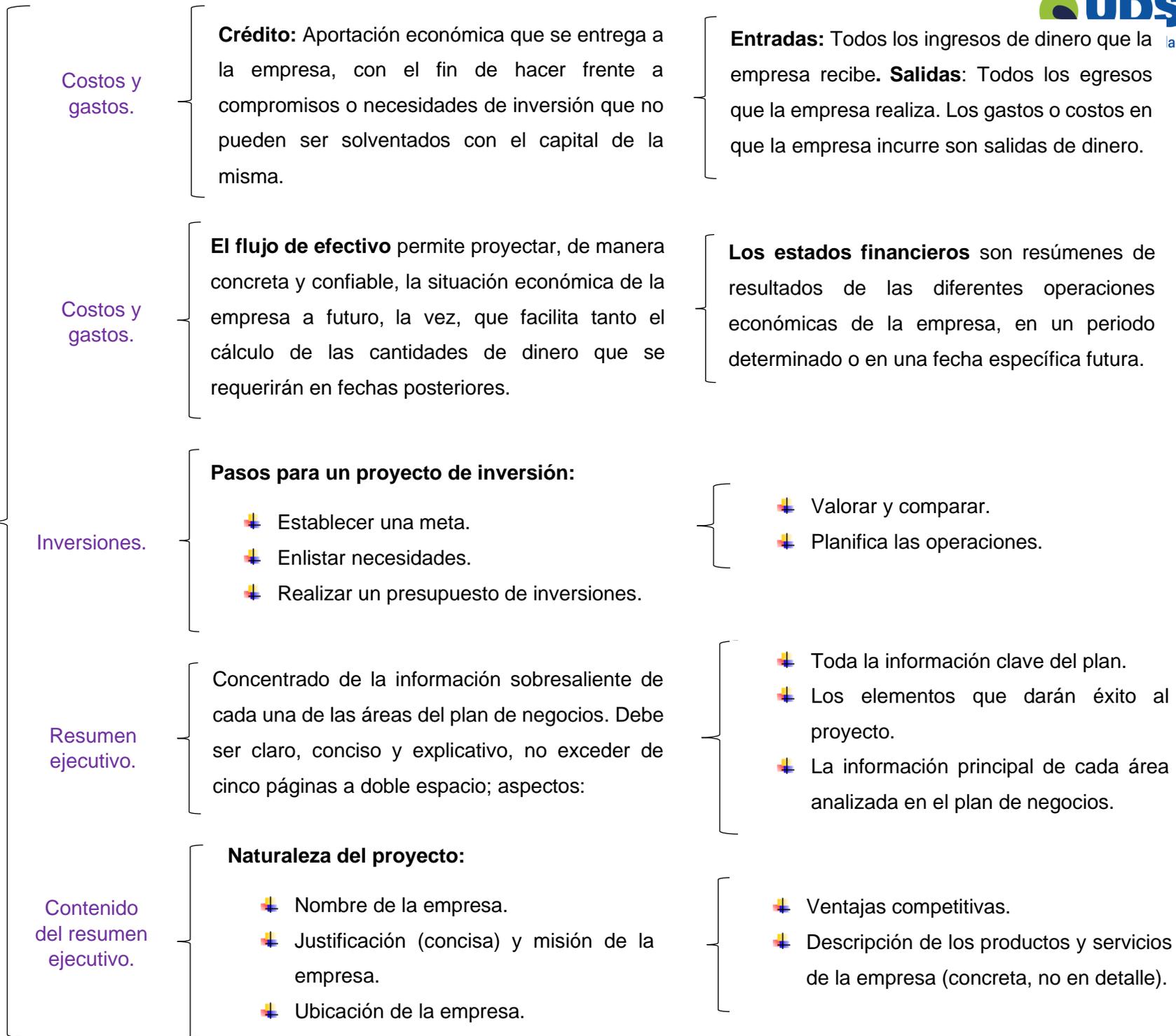
Elaborar los manuales operativos de cada área funcional y diseñar el proceso de reclutamiento, selección, contratación e inducción del personal.

Costos y gastos.

Costos variables: Cambian en relación directa con determinada actividad o volumen. **Costos fijos:** Son aquellos que permanecen constantes en un periodo determinado, sin importar si cambia el volumen de ventas.

El capital social es la cantidad total de dinero que invierten los dueños de la empresa (socios) para conformar la misma y sirve como base para el inicio de sus operaciones.

**UNIDAD IV.
PRESENTACIÓN
DEL MODELO
DE NEGOCIO.**



**UNIDAD IV.
PRESENTACIÓN
DEL MODELO
DE NEGOCIO.**

Contenido del resumen ejecutivo.

El mercado:

- ✚ Descripción del mercado que atenderá la empresa.
- ✚ Demanda potencial del producto o servicio.
- ✚ Conclusiones del estudio de mercado realizado.
- ✚ Resumen del plan de ventas.

Sistema de producción:

- ✚ Proceso de producción.
- ✚ Características generales de la tecnología.
- ✚ Necesidades especiales de equipo, instalaciones, materia prima, etc.

Contenido del resumen ejecutivo.

Organización:

- ✚ Organigrama de la empresa.
- ✚ Marco legal (régimen de constitución, situación accionaria, etcétera).

Contabilidad y finanzas:

- ✚ Quién y cómo llevará a cabo el proceso contable.
- ✚ Capital inicial requerido.
- ✚ Resumen de los estados financieros, etc.

Contenido del resumen ejecutivo.

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.

Modelo de negocio: Describe cómo una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económica o social, al cliente.

Referencias:

Universidad del sureste (UDS), Antología “Taller del Emprendedor”, pág.: 64-105, 2025. Pichucalco, Chiapas.