



Cuadro Sinóptico

Nombre Del Alumno (A): Denisse Areli De La Cruz Vazquez.

Nombre Del Tema: UNIDAD III “Implantación Del Modelo De Negocio” Y UNIDAD IV “Presentación Del Modelo De Negocio”.

Parcial: 1°

Nombre De La Materia: Taller Del Emprendedor

Nombre Del Profesor: LAEA. Beatriz Adriana Méndez González.

Nombre De La Licenciatura: Trabajo Social Y Gestión Comunitaria.

Cuatrimestre: 9°

Pichucalco, Chiapas A 17 De Junio De 2025.

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

¿QUÉ ES EL MARKETING?

Es el conjunto de actividades y estrategias utilizadas por una empresa para identificar, crear, comunicar y entregar valor a sus clientes, con el objetivo de satisfacer sus necesidades y lograr sus objetivos comerciales.

OBJETIVOS DEL MARKETING

Atraer nuevos clientes y fidelizar a los existentes, así como aumentar la demanda de productos o servicios, y tener definido el tiempo en el cual se piensan alcanzar los objetivos.

INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

TAMAÑO DEL MERCADO: Se refiere a la cantidad total de clientes potenciales que podrían comprar un producto o servicio específico en un mercado determinado.

EL CONSUMO APARENTE: Es una estimación de la cantidad total de un producto disponible para consumo en un período específico.

LA DEMANDA POTENCIAL: se refiere a la cantidad máxima de bienes o servicios que un mercado podría consumir, considerando ciertas condiciones y factores.

ESTUDIO DEL MERCADO

Es el medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos.

Se recomienda hacer un estudio de mercado:

- Objetivo del estudio de mercado.
- Encuesta tipo.
- Aplicación de la encuesta.
- Resultados obtenidos.
- Conclusiones del estudio realizado.

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

LAS 4 P'S

PRODUCTO:

Se refiere a la naturaleza del bien o servicio que la empresa ofrece. Incluye características, diseño, calidad, marca, empaque y servicios relacionados.

PRECIO:

Determina cuánto cuesta el producto o servicio. Se considera la estrategia de precios, incluyendo descuentos, promociones y el costo total para el consumidor.

PUNTO DE VENTA:

Se refiere a cómo y dónde se distribuye el producto o servicio al consumidor. Esto incluye el canal de distribución, los puntos de venta (tiendas, tiendas en línea, etc.) y la logística.

PROMOCIÓN:

Son todas las actividades de comunicación y persuasión que se utilizan para informar, convencer y recordar a los consumidores sobre el producto o servicio. Incluye publicidad, relaciones públicas, ventas directas y promociones.

PRODUCCION

Se refiere al acto de generar o crear algo, ya sea bienes o servicios, dentro de un sistema económico.

TIPOS DE BIENES:

- Bienes industriales.
- Bienes de consumo.

TIPOS DE SERVICIOS:

- Servicios comerciales.
- Servicios profesionales.

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

ELEMENTOS DE PRODUCCIÓN

- **ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO O SERVICIO:** Simplicidad y practicidad, Confiabilidad y Calidad
- **DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN.**
- **CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA:** Es importante determinar la tecnología disponible para elaborar el producto.
- **EQUIPO E INSTALACIONES.**
- **MATERIA PRIMA.**
- **IDENTIFICACIÓN DE PROVEEDORES Y COTIZACIONES.**
- **CAPACIDAD INSTALADA:** Se refiere al nivel máximo de producción que puede llegar a tener una empresa.
- **UBICACIÓN DE LA EMPRESA.**
- **DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTA Y OFICINAS.**
- **PROGRAMA DE PRODUCCION.**

ORGANIZACION

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.

ELEMENTO DE ORGANIZACION

- **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:** Es diseñar el manual operativo por trabajador.
- **ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS**
- **MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN:** Cualquiera que sea la forma de constitución que el emprendedor decida para su empresa, deberá seguir una serie de trámites de registro que deberán cubrirse para que la compañía se establezca legalmente.

REFERENCIA:

Universidad del sureste (UDS), antología "TALLER DEL EMPRENDEDOR", pág. 64 – 81 del 2025. Pichucalco, Chiapas.

PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

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.

MARKETING

Se encarga de identificar, anticipar y satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores, con el objetivo de generar demanda, aumentar las ventas y fortalecer la imagen de la marca. En esencia, el marketing es el proceso que una empresa utiliza para atraer clientes, construir relaciones con ellos y mantenerlos leales.

PRODUCCION

El área de producción es la columna vertebral de la empresa, ya que es responsable de la creación y entrega de productos o servicios que satisfacen las necesidades del mercado.

ORGANIZACIÓN

Esta área se encarga de tomar decisiones estratégicas, supervisar la gestión operativa, y velar por los intereses de los accionistas o socios. Definir las funciones de la empresa y el personal que las llevará a cabo

PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

COSTOS Y GASTOS

Representan las salidas de dinero o recursos necesarios para su operación. Los costos están directamente relacionados con la producción de bienes o servicios, mientras que los gastos se refieren a los desembolsos necesarios para el funcionamiento general del negocio, pero no directamente relacionados con la producción.

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.

CONTENIDO DEL RESUMEN EJECUTIVO

- Naturaleza del proyecto
- El mercado
- Sistema de producción
- Organización
- Contabilidad y finanzas
- Plan de trabajo

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.

REFERENCIA:

Universidad del sureste (UDS), antología "TALLER DEL EMPRENDEDOR", pág. 89 – 103 del 2025. Pichucalco, Chiapas.