



**Nombre del alumno: Carlos Alejandro  
Pérez Pérez**

**Nombre del profesor: Karina Maricruz  
Pérez Guillen**

**Nombre del trabajo: Cuadro  
sinóptico**

**Materia: Taller del emprendedor**

**Grado: noveno cuatrimestre**

Comitán de Domínguez Chiapas a 1 de julio de 2020.

**IMPLANTACIÓN  
DEL MODELO DE  
NEGOCIO**

**El mercado**

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

**Objetivos del marketing**

Dentro de los objetivos del área de marketing es necesario definir lo que se desea lograr con el producto o servicio

Se debe tener en cuenta el área y segmento de mercado en que se piensa incursionar

**Investigación del mercado**

**Tamaño del mercado**

buscar, de manera objetiva y con base en fuentes de información confiables, cuántos clientes posibles

**Consumo aparente**

Una vez que ha definido el segmento de mercado, debe tratar de establecer el consumo aparente que dicho

**Demanda potencial**

Si cuenta con un cálculo del consumo aparente (actual) del mercado, le será fácil determinar el consumo potencial del producto o servicio de la empresa

**IMPLANTACIÓN  
DEL MODELO DE  
NEGOCIO**

**Estudio del  
mercado**

**Objetivo del estudio  
de mercado**

Es necesario conocer en forma directa al cliente, en especial los aspectos relacionados con el producto o servicio

**Encuesta tipo**

La encuesta de mercado que se pretende aplicar debe ser cuidadosamente planeada

**Aplicación de  
la encuesta**

No basta con diseñar el instrumento (encuesta) adecuado, sino que también resulta necesario aplicarlo en la forma correcta

**Resultados  
obtenidos**

Una vez que aplicó la encuesta y obtuvo la información requerida, hay que tabularla y referirla a la población total

**Conclusiones  
del estudio  
realizado**

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  
puntos de venta**

Una vez identificada las  
necesidades del cliente es  
necesario determinar cómo hacer  
llegar los productos al mercado

**Promoción  
del producto  
o servicio**

Promover es, en esencia,  
un acto de información,  
persuasión y comunicación

**Publicidad**

Hacer publicidad es una serie  
de actividades necesarias para  
hacer llegar un mensaje al  
mercado meta

**Periódicos**

Cubren con su circulación un  
territorio geográfico  
seleccionado (parte de una  
ciudad)

**Radio**

Es accesible a todo lo largo y  
ancho de los países (la mayoría  
de los hogares y de los vehículos  
de transporte poseen radios)

**Volantes**

Son distribuidos por los  
dueños o empleados de la  
empresa, de puerta en  
puerta, en colonias o en  
puntos de reunión

**IMPLANTACIÓN  
DEL MODELO DE  
NEGOCIO**

**Las 4 P's**

**Promoción de  
ventas**

Otro elemento que causa un gran impacto en el mercado meta es el sistema de promoción de ventas

**Marcas**

La venta de un producto se facilita cuando el cliente conoce el producto y lo solicita por su nombre; esto es posible gracias a las marcas

**Etiqueta**

Se le llama etiqueta a las formas impresas que lleva el producto para dar información al cliente acerca de su uso o preparación

**Empaque**

El empaque debe ayudar a vender el producto, en particular el que es adquirido directamente por el consumidor final

**Fijación y  
políticas de  
precios**

El comprador entrega algo de valor económico al vendedor, a cambio de los bienes y servicios que se le ofrecen

**IMPLANTACIÓN  
DEL MODELO DE  
NEGOCIO**

**Producción**

**producción**

**Transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores**

**producto**

**Resultado final de un proceso de producción que representa un satisfactor para el consumidor**

**Objetivos del área de producción**

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

**Bienes industriales**

**Productos que se utilizan para producir otros bienes; algunos de ellos entran directamente en el proceso productivo**

**Bienes de consumo**

**Productos que usan los consumidores finales para satisfacer sus necesidades personales; se clasifican en bienes duraderos o perecederos**

**Servicios comerciales**

**Algunos ejemplos son: reparación y mantenimiento de maquinaria y equipo, diseño de instalaciones**

**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**

**Descripción del  
proceso de  
producción**

**Independientemente de si  
se producirá, maquilará o  
comprará en un principio,  
es necesario conocer el  
proceso de producción**

**Características  
de la tecnología**

**Asegurar que se usará un nivel de  
tecnología apropiado al tipo de  
proyecto. Tener en mente todas  
las alternativas de tecnología**

**Equipo e  
instalaciones**

**El proceso productivo permite  
determinar las actividades a  
realizar, así como el equipo**

**Materia  
prima**

**Independientemente del giro de la  
empresa es necesario contar con los  
insumos que apoyan el proceso  
productivo o la prestación del servicio**

**Necesidades  
de materia  
prima**

**La materia prima se refiere  
a los elementos, partes o  
sustancias de las que está  
compuesto el producto de  
la empresa**

**IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO**

**Elementos de producción**

**Identificación de proveedores**

Esto facilitará el inicio de actividades productivas: calidad, precio, servicios.

**Capacidad instalada**

nivel máximo de producción que puede llegar a tener una empresa con base en los recursos con los que cuenta

**Ubicación de la empresa**

- 1 distancia al cliente
- 2 Distancia de los proveedores
- 3 distancia de los trabajadores
- 4 Requerimientos (limitaciones)

**Diseño y distribución**

El diseño y distribución de planta y oficinas es la forma en que se dispondrán las máquinas, herramientas y los flujos de producción

**Programa de producción**

es la planificación de las operaciones que deberán realizarse para asegurar el cumplimiento de los objetivos propuestos para el área



**IMPLANTACIÓN  
DEL MODELO DE  
NEGOCIO**

**Organización**

**Objetivos del  
área de  
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

**Estructura  
organizacional**

El primer paso es hacer que los objetivos de la empresa y los de sus áreas funcionales concuerden

**Elementos de  
organización**

**Funciones  
específicas por  
puesto**

El conjunto de los manuales operativos individuales, divididos entre cada área funcional de la empresa, constituyen los manuales operativos de la empresa

**Administración  
de sueldos y  
salarios**

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**

Aspectos como número de socios, cuantía del capital social, responsabilidades que se adquieren frente a terceros