

**Mapa conceptual**  
**“implantación del modelo de negocio”**

**Taller del emprendedor**  
Lic. Cesar Alfredo Escobar

**PRESENTA EL ALUMNO:**

**De León Morales Yoari Anahí**

**GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:**

**9 Cuatrimestre grupo “ D” Semi Escolarizado**

**Frontera Comalapa, Chiapas**

**11 de junio del 2020**

# IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

Se utiliza

Como una herramienta valiosa en la obtención de esta información

Estudio del mercado

Es el

Medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado

Objetivo

Conocer en forma directa al cliente, en especial los aspectos relacionados con el producto o servicio

Publicidad

Es una serie de actividades necesarias para hacer llegar un mensaje al mercado

Se encarga del proceso de planear las actividades en la relación con el precio, la promoción, la distribución y la venta de bienes y servicios.

Distribución y puntos de venta

Es necesario determinar cómo hacer llegar los productos al mercado

Promoción del producto

Es esencia, un acto de información, persuasión y comunicación

Marcas

Es un nombre que identifica los bienes y servicios que ofrece una empresa y señala una clara diferencia

Producción

Es

La transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos

Características

- Simplicidad
- Confiabilidad
- calidad

Proceso de producción

Es el conjunto de actividades que se llevan a cabo para elaborar un producto o para prestar un servicio

Organización

Forma en que se dispone y asigna el trabajo

Materia prima

Se refiere a los elementos, partes o sustancias de las que está compuesto el producto

Capacidad instalada

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

Programa de producción

Es la planificación de las operaciones que deberán realizarse para asegurar el cumplimiento

Objetivo

Alcanzar eficientemente los objetivos propuestos