



Nombre del alumno: Vives López Sandy Azucena

CARRERA: Licenciatura en Psicología

9no CUATRIMESTRE

GRUPO LPS19SDC0118-H

CATEDRÁTICO: Karina Maricruz Pérez

MATERIA: Taller del emprendedor

Actividad: Mapa conceptual de la unidad II y III

Comitán, chis.

TALLER DEL EMPRENDEDOR

IMPLANTACION DEL MODELO DE NEGOCIO

Mercado

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.

Objetivo

Definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado.

Aspectos importantes de análisis antes de vender

- Investigación del mercado
- Tamaño del mercado
- Demanda potencial
- Estudio del mercado (objetivo)

Distribución

Las 4 P's

- **Costo** de distribución del **producto**
- **Control** de precio, promoción y calidad
- Conveniencia para el consumidor del **punto final de venta**
- Capacidad de la empresa para **distribuir el producto**

Cedula del sistema de distribución

- Promoción del producto o servicio
- Publicidad
- Promoción de ventas
- Marcas
- Etiqueta
- Empaque
- Fijación y políticas de precios

Producción

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

Objetivo

El producto es un bien o servicio, que representa un satisfactor para el consumidor

Tipos de bienes y servicios

- ✓ Bienes industriales
- ✓ Bienes de consumo
- ✓ Servicios comerciales
- ✓ Servicios profesionales

Elementos

- Diseño
- Servicio
- Tecnología disponible
- Materia prima
- Equipo o instalación
- Ubicación de la empresa
- Distribución de planta y oficina
- Programa de producción

Organización

Forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa para alcanzar

Objetivo

Es la forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa, para alcanzar eficientemente los objetivos propuestos

Elementos

1. Procesos operativos
2. Descripción de puestos
3. Definición del perfil de puestos
4. Administración de sueldos y salarios
5. La constitución de la empresa

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

Bases principales

- Idea original
- Propuesta de valor (cualidades de producto, relación con el consumidor, imagen y prestigio)
- Naturaleza de negocio
- Procesos creativos
- Justificación de la empresa
- Misión-visión

Modelo de negocio

Características

- Bajos costos
- Innovación y diferenciación

Tipos de empresas

- Comercial
- Industrial
- De servicios

Elementos (según Chesbrough y Rosenbloom)

- Propuesta de valor
- Segmento de mercado
- Estructura de la cadena de valor
- Generación de ingresos y ganancias
- Posición de la compañía en la red de oferentes (competencia)
- Estrategia competitiva

Según Osterwalder y Pigner (9 elementos esenciales)

1. Segmento del mercado
2. Propuesta de valor
3. Canales de distribución
4. Relación con los consumidores
5. Flujos de efectivo
6. Recursos clave
7. Actividades clave
8. Socios clave
9. Estructuras de costos