



**Nombre de alumnos: ODALIS MENDÉZ
LOPÉZ**

**Nombre del profesor: C.P VICTOR TADEO
CRUZ RECINOS**

Nombre del trabajo: CUADRO SINÓPTICO

Materia: TALLER DEL EMPRENDEDOR

PASIÓN POR EDUCAR

Grado: 9° CUATRIMESTRE

Grupo: "B"

FRONTERA COMALAPA, CHIAPAS, A 17 DE JULIO DEL 2021.

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

3.1 EL MERCADO

El marketing se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa en relación con el precio, la promoción, la distribución

Así como de la definición del producto o servicio con base en las preferencias del consumidor

Que permitan crear un intercambio (entre empresa y consumidor) que satisfaga los objetivos de los clientes y de la propia organización

3.2 OBJETIVOS DEL MARKETING

Es necesario 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.; nivel nacional: de exportación regional, mundial, u otros), así como el tiempo en el cual se piensan lograr los objetivos

3.3 INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

La investigación de mercado se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información

TAMAÑO DEL MERCADO
Es decir, se debe establecer el segmento de mercado donde operará la empresa

DEMANDA POTENCIAL
Si cuenta con un cálculo del consumo aparente (actual) del mercado, le será fácil determinar el consumo potencial del producto

3.4 ESTUDIO DEL MERCADO

El estudio de mercado es el medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos

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

3.5 LAS 4 P'S

DISTRIBUCIÓN Y PUNTOS DE VENTA
Luego de identificar las necesidades del cliente o consumidor y desarrollar un producto que las satisfaga

CUENTA ASPECTOS COMO
- Costo de distribución del producto.
- Control que pueda tener sobre políticas

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

3.6 PRODUCCIÓN

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

DOS TIPOS DE BIENES:

- Bienes industriales
- Bienes de consumo
- Servicios comerciales

Es indispensable establecer los objetivos que se pretenden alcanzar en el área de producción, con el propósito de contribuir al cumplimiento de los objetivos de la empresa

3.7 ELEMENTOS DE PRODUCCIÓN

El diseño de un producto o servicio debe cumplir con varias características

- Simplicidad y practicidad (facilidad de uso).
- Confiabilidad (que no falle).
- Calidad (bien hecho, durable, etcétera)

CONTIENE UN PROCEDIMIENTO

- a) Determinar todas las actividades requeridas
- b) Organizar las actividades de manera secuencia

3.8 ORGANIZACIÓN

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

OBJETIVOS DEL ÁREA DE ORGANIZACIÓN

La organización es la forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa

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

3.9 ELEMENTOS DE ORGANIZACIÓN

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

1. Procesos operativos (funciones), de la empresa

- ¿Qué se hace?
- ¿Cómo se hace?
- ¿Con qué se hace? • ¿Dónde se hace?

2. DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

- Agrupar las funciones por similitud.
- Crear los puestos por actividades respecto del tiempo (cargas de trabajo).
- Diseñar el organigrama de la empresa

3. DEFINICIÓN DEL PERFIL DEL PUESTO

- Características físicas.
- Habilidades mentales.
- Preparación académica.
- Experiencia labora