



Nombre de alumno: Egner Rudiel Velázquez Reyes.

Nombre del profesor: C. P Víctor Tadeo Cruz.

Nombre del trabajo: Implantación del modelo de negocio.

Materia: Taller del emprendedor.

Grado: 9no. Cuatrimestre

Grupo: "B"

Frontera Comalapa, Chiapas a 19 de julio del 2021.

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

Representación abstracta de una organización, ya sea de manera textual o gráfica, de todos los conceptos relacionados, acuerdos financieros, y el portafolio central de productos o servicios que la organización ofrece y ofrecerá con base en las acciones necesarias para alcanzar las metas y objetivos estratégicos.

EL MERCADO

El 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, así como de la definición del producto o servicio con base en las preferencias del consumidor, de forma tal que permitan crear un intercambio (entre empresa y consumidor) que satisfaga los objetivos de los clientes y de la propia organización.

OBJETIVOS DEL MARKETING

Dentro de los objetivos del área de marketing es necesario definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado.

INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

Las decisiones que se tomen en el área de marketing y en otras áreas de la empresa, deben buscar la satisfacción del cliente; para lograrlo es necesario conocer sus necesidades y cómo pueden satisfacerse.

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, simplemente proyecte el crecimiento promedio del mercado en el corto, mediano y largo plazos.

Tamaño del mercado

Se trata de buscar, de manera objetiva y con base en fuentes de información confiables, cuántos clientes posibles puede tener la empresa, dónde están y quiénes son; para ello se requiere obtener algunos detalles de los futuros clientes: edad, sexo, estado civil, ingreso mensual, etcétera.

Consumo aparente

Debe tratar de establecer el consumo aparente que dicho segmento representa; esto se hace identificando el número de clientes potenciales, así como del consumo que se estima hagan del producto o servicio que la empresa ofrece, con base en sus hábitos de compra.

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

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.

LAS 4 P'S

Luego de identificar las necesidades del cliente o consumidor y desarrollar un producto que las satisfaga, es necesario determinar cómo hacer llegar los productos al mercado. Para ello se deben escoger rutas mediante las cuales, de la manera más eficiente posible, se transporte el producto desde el centro de producción hasta el consumidor.

Cuando elija un canal de distribución deberá tomar en cuenta aspectos como: Costo de distribución del producto. Control que pueda tener sobre políticas de precio, promoción al consumidor final y calidad del producto con base en los deseos del cliente. Conveniencia para el consumidor del punto final de venta (por cercanía, preferencia de compra en cierto tipo de tiendas, etc.).

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.

ELEMENTOS DE PRODUCCIÓN

Especificaciones del producto o servicio. El diseño de un producto o servicio debe cumplir con varias características, entre otras: - Simplicidad y practicidad (facilidad de uso). - Confiabilidad (que no falle). - Calidad (bien hecho, durable, etcétera). Asimismo, el diseño debe especificar en qué consiste el producto o servicio.

ELEMENTOS DE ORGANIZACIÓN

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; una vez que se realiza esto, es necesario definir los siguientes aspectos: 1. Procesos operativos (funciones), de la empresa • ¿Qué se hace? • ¿Cómo se hace? • ¿Con qué se hace? • ¿Dónde se hace? • ¿En cuánto tiempo 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 —perfill del puesto, en función de lo que se requiere en cuanto a: • Características físicas. • Habilidades mentales. • Preparación académica. • Habilidades técnicas (uso de máquinas y herramientas). • Experiencia laboral.