

Nombre de alumno:

Blanca Edith Sánchez González

Nombre del profesor:

C.P Víctor Tadeo Cruz Recinos

Nombre del trabajo:

Cuadro sinóptico “Implantación del modelo de negocio”

Materia: Taller del emprendedor

Grado: 9º

Grupo: “B”

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

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

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

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

Ejemplos de objetivos

Objetivos de postres mexicanos

Corto plazo (6 meses)
Mediano plazo (1 año)
Largo plazo (2 años)

Objetivos de república

Corto plazo (1 año)
Mediano plazo (3 años)
Largo plazo (5 años)

INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

Se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información.

Tamaño de mercado

Es buscar de manera objetiva y con base de fuentes de información confiables

Segmento de mercado
Características del segmento de mercado

Demanda potencial

Determinar el consumo potencial del producto o servicio de la empresa

Corto plazo
Mediano plazo
Largo plazo

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

Objetivo del estudio

Encuesta tipo

Es conveniente evaluar el mercado a través de la encuesta para obtener información.

Aplicación de la encuesta

Se necesita determinar cómo, dónde y cuándo se va a realizar, además de quién la aplicará.

Resultados obtenidos

Obtener la información requerida, para obtener conclusiones válidas

Conclusión 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

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
- Conveniencia para el consumidor del punto final de venta
- Capacidad de la empresa para distribuir el producto

A CONTINUACIÓN MOSTRAREMOS LA CÉDULA DEL SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN EMPLEADO A SI COMO DEL SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN

Promoción del producto o servicio

Es, en esencia, un acto de información, persuasión y comunicación, que incluye varios aspectos de gran importancia, como la publicidad, la promoción de ventas, las marcas e, indirectamente, las etiquetas y el empaque

Publicidad

Es una serie de actividades necesarias para hacer llegar un mensaje al mercado meta; su objetivo principal es crear un impacto directo sobre el cliente para que compre un producto

Promoción de ventas

Actividades que permiten presentar al cliente con el producto o servicio de la empresa

Marcas

Es un nombre, término, signo, símbolo o diseño, o combinación de todos estos elementos, que identifica los bienes y/o servicios que ofrece una empresa

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

Debe ayudar a vender el producto, en particular el que es adquirido directamente por el consumidor final

Fijación y políticas de precios

Es de suma importancia, ya que el precio influye en la percepción que tiene el consumidor final sobre el producto o servicio.

PRODUCCIÓN

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

Objetivos

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

Podemos destacar dos tipos de bienes: Bienes industriales, Bienes de consumo. Los servicios se clasifican en: Servicios comerciales y servicios profesionales

**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, entre otras

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

**PROCESO DE
PRODUCCIÓN**

Determinar todas las actividades requeridas para producir un bien o prestar un servicio.
Organizar las actividades de manera secuencial
Establecer los tiempos requeridos para llevar a cabo cada actividad

Materia prima

Necesidades de materia prima
Capacidad instalada
Ubicación de la empresa
Diseño y distribución de planta y oficinas
Programa de producción

ORGANIZACIÓN

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

Objetivos del área de organización

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

**ELEMENTOS DE
ORGANIZACIÓN**

Estructura organizacional

Funciones específicas por puesto

Administración de sueldos y salarios

Marco legal de organización

Procesos operativos (funciones), de la empresa
Descripción de puestos
Definición del perfil del puesto, en función de lo que se requiere
Establecer el objetivo
Desarrollar las funciones específicas
Describir los procesos de cada actividad
Determinar los indicadores operativos
Es determinar cuánto se le pagará a cada quien, para que la remuneración sea justa y acorde con sus responsabilidades y obligaciones
La empresa es un conjunto de recursos organizados por el titular (emprendedor)