



**Mi Universidad**

**Súper nota**

*Nombre del Alumno: Rafael Torres Adorno*

*Nombre del tema: Implantación del modelo de negocio*

*Parcial: 3CER*

*Nombre de la Materia: Taller del emprendedor*

*Nombre del profesor: Beatriz Adriana Méndez*

*Nombre de la Licenciatura: Licenciatura en Enfermería*

*Cuatrimestre: 9NO*

*Pichucalco Chiapas, a 10 de julio de 2022*

## UNIDAD III. 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 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.

### 3.2 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. Se debe tener en cuenta el área y segmento de mercado en que se piensa incursionar.

### 3.3 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.

### 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. Objetivo del estudio de mercado Es necesario conocer en forma directa al cliente, en especial los aspectos relacionados con el producto o servicio (opinión sobre el producto, precio que está dispuesto a pagar.

#### INVESTIGACIÓN DE MERCADOS:

##### PROCESO

1 Definir el problema y los objetivos de la investigación.

2 Desarrollar el plan de investigación para recopilar información.

3 Implementar el plan de investigación: obtener y analizar los datos.

4 Interpretar e informar los resultados.

ELEVACIÓN DIGITAL

### 3.5 las 4 P's

Promoción del producto o servicio

Publicidad

Promover 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.

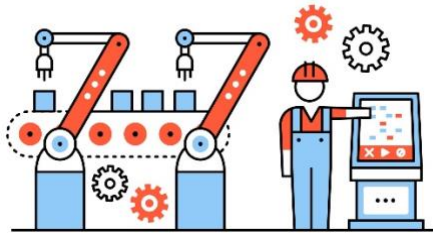
Hacer publicidad es una serie de actividades necesarias para hacer llegar un mensaje al mercado meta; su objetivo principal es crear un impacto directo sobre el cliente para que compre un producto, con el consecuente incremento en las ventas.

Promoción de ventas

La promoción de ventas debe llevarse a cabo para que el cliente ubique al producto o servicio de la empresa en el mercado, ejemplo de estas actividades son: muestras gratuitas, regalos en la compra del producto

Precio

Una vez establecidas las políticas de precios y los costos variables y fijos, es posible determinar el precio del producto o servicio en los diferentes niveles del canal de distribución y para el consumidor final.



### 3.6 Producción

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

### 3.7 Elementos de producción

Especificaciones del producto o servicio

Descripción del proceso de producción

Características de la tecnología

Programa de producción

Equipo e instalaciones

Ubicación de la empresa

Materia prima



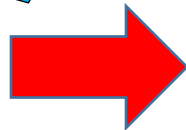
### 3.8 Organización

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

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

### 3.9 Elementos de organización



Estructura organizacional 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

