



Mi Universidad

Supernota

Nombre del Alumno: Fatima Montserrat Cruz Hernandez

Nombre del tema: Implantación del modelo de negocios

Parcial: 3ro

Nombre de la Materia: Taller del emprendedor

Nombre del profesor: Lic. Beatriz Adriana Méndez

Nombre de la Licenciatura: Lic. Enfermería

Cuatrimestre: 9no

MARKETING

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

OBJETIVOS

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

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.



INVESTIGACION DE MERCADO

Tamaño del mercado

El siguiente paso del plan de negocios es buscar, de manera objetiva y con base en fuentes de información confiables, cuántos clientes posibles puede tener la empresa, dónde están y quiénes son

Consumo aparente

Una vez que ha definido el segmento de mercado, debe tratar de establecer el consumo aparente que dicho segmento representa

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

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. Es muy importante que los datos que se quieren conocer respecto al mercado potencial de la empresa se traduzcan a preguntas claras

APLICACIÓN DE LA ENCUESTA

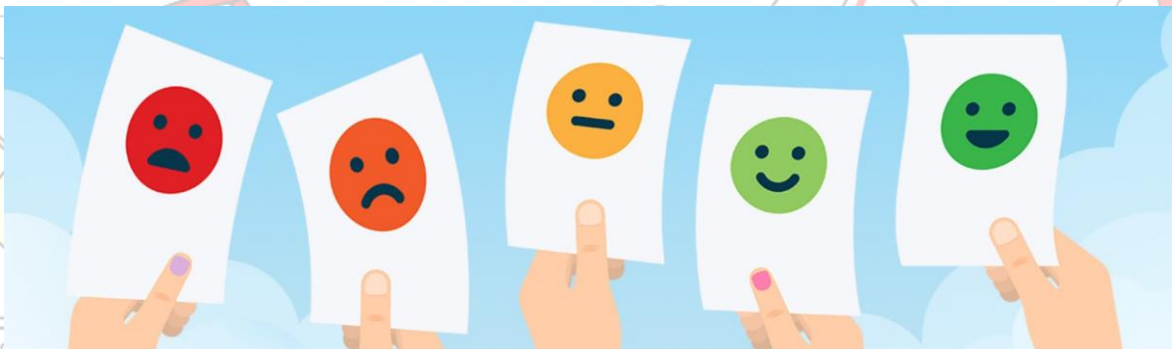
Se necesita determinar cómo, dónde y cuándo se va a realizar, además de quién la aplicará. Es recomendable evaluar si la encuesta está bien diseñada. Lo cual se consigue al probarla mediante su aplicación a dos o tres personas

RESULTADOS OBTENIDOS

Una vez que aplicó la encuesta y obtuvo la información requerida, hay que tabularla y referirla a la población total de clientes potenciales para obtener conclusiones válidas

CONCLUSIONES DEL ESTUDIO REALIZADO

La conclusión del estudio de mercado es la interpretación de los datos obtenidos, proyectada a condiciones potenciales de desarrollo de la empresa para obtener una imagen lo más clara posible de las ventas que la empresa logrará



DISTRIBUCIÓN Y PUNTOS DE VENTA

Luego de identificar las necesidades del cliente o consumidor desarrollar un producto que las satisfaga, es necesario determinar cómo hacer llegar los productos al mercado.



LAS 4 P'S

Producto

Variedad
Calidad
Diseño
Características
Nombre de marca
Envase
Servicios

Precio

Precio de lista
Descuentos
Bonificaciones
Periodo de pago
Planes de crédito

Cientes Meta

Posicionamiento Buscado

Promoción

Publicidad
Ventas personales
Promoción de ventas
Relaciones públicas

Plaza

Canales
Cobertura
Surtido
Ubicaciones
Inventario
Transporte
Logística

PROMOCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

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.

PUBLICIDAD

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.

Periódicos. Cubren con su circulación un territorio geográfico seleccionado

Radio. Es accesible a todo lo largo y ancho de los países (la mayoría de los hogares y de los vehículos de transporte poseen radios).

Volantes. Son distribuidos por los dueños o empleados de la empresa, de puerta en puerta, en colonias o en puntos de reunión del segmento de mercado seleccionado

MARCA

Una marca 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

El empaque debe ayudar a vender el producto, en particular el que es adquirido directamente por el consumidor final.

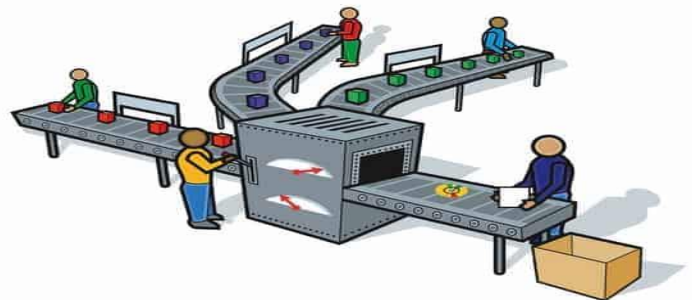
FIJACIÓN Y POLÍTICAS DE PRECIOS

El comprador entrega algo de valor económico al vendedor, a cambio de los bienes y servicios que se le ofrecen. La cantidad de dinero que se paga por los bienes o servicios constituye su precio.

Es importante considerar el margen de ganancia que desean obtener los elementos del canal de distribución (mayoristas, minoristas, productor, etc.) para determinar el precio final del producto

PRODUCCION

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



OBJETIVOS DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN

La transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores es la producción. Tales productos pueden ser bienes o servicios

Bienes industriales. Productos que se utilizan para producir otros bienes

Bienes de consumo. Productos que usan los consumidores finales para satisfacer sus necesidades personales

Servicios comerciales. Algunos ejemplos son: reparación y mantenimiento de maquinaria.

Servicios profesionales. Algunos ejemplos son: administrativos, atención médica o dental,

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).

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN O PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Independientemente de si se producirá, maquilará o comprará en un principio, es necesario conocer el proceso de producción y/o prestación de servicios de la empresa. El proceso de producción es el conjunto de actividades que se llevan a cabo para elaborar un producto o para prestar un servicio.



CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA

Es importante determinar la tecnología disponible para elaborar el producto, porque hace posible: - Asegurar que se usará un nivel de tecnología apropiado al tipo de proyecto y a la región donde se piensa desarrollar. - Tener en mente todas las alternativas de tecnología, para considerarlas en la selección.

Equipo e instalaciones

El proceso productivo permite determinar las actividades a realizar, así como el equipo, herramientas e instalaciones requeridas para llevar a cabo la elaboración de productos y/o prestación de servicios de la empresa



Materia prima

Independientemente del giro de la empresa es necesario contar con los insumos que apoyan el proceso productivo o la prestación del servicio, éstos deben tener la calidad y precio seleccionados



Identificación de proveedores y cotizaciones

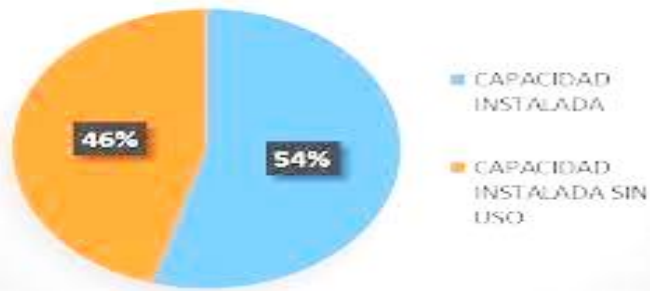
Esto facilitará el inicio de actividades productivas.

Si se identifican los proveedores, se facilitará la selección del tipo de materia prima que se desee utilizar en el proceso de producción del bien. Es recomendable identificar a varios proveedores, y evaluar a cada uno

Capacidad instalada

La capacidad instalada se refiere al nivel máximo de producción que puede llegar a tener una empresa con base en los recursos con los que cuenta, principalmente en cuanto a maquinaria, equipo e instalaciones físicas.

CAPACIDAD INSTALADA



Ubicación de la empresa

Para determinar la ubicación ideal de la empresa existen cuatro elementos muy importantes a considerar:

1. Distancia al cliente.
2. Distancia de los proveedores.
3. Distancia de los trabajadores.
4. Requerimientos (limitaciones) legales.

Diseño y distribución de planta y oficinas

El diseño y distribución de planta y oficinas es la forma en que se dispondrán las máquinas, herramientas y los flujos de producción, lo cual permitirá organizar el trabajo eficientemente.

Programa de producción

El programa de producción es la planificación de las operaciones que deberán realizarse para asegurar el cumplimiento de los objetivos propuestos para el área

A) Actividades preoperativas.

Son todas aquellas actividades que deben realizarse para iniciar las operaciones productivas.

B) Actividades operativas.

Son todas las actividades que es necesario desarrollar para tener listo el producto o prestar el servicio de la



Plan maestro de producción

Organización

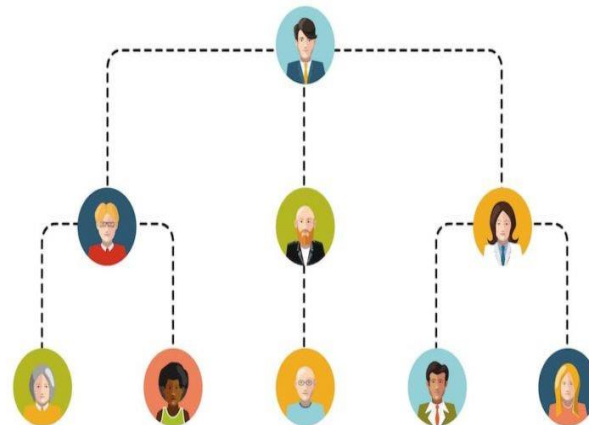
Forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa para alcanzar eficientemente los objetivos propuestos.



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



Funciones específicas por puesto

1. Establecer el objetivo que se pretende lograr con cada función general
2. Desarrollar las funciones específicas (actividades)
3. Describir los procesos de cada actividad
4. Determinar los indicadores operativos (de desempeño) y de calidad











Administración de sueldos y salarios

Cuando se cuenta con una descripción básica de desempeños, perfiles por puesto y organigrama de la empresa, el proceso de administrar sueldos y salarios resulta muy sencillo. Es muy importante no olvidar que la ley establece una serie de obligaciones al empleador, que se traducen en erogaciones proporcionales al sueldo que se le paga a cada trabajador,

Marco legal de la organización

La empresa es un conjunto de recursos organizados por el titular (emprendedor), con el fin de realizar actividades de producción o de intercambio de bienes o servicios que satisfacen las necesidades de un mercado en particular.

ASPECTOS LEGALES QUE LA EMPRESA DEBE CONSIDERAR

-  Licencias sanitarias.
-  Obtención de patentes, marcas, diseños industriales y modelos de utilidad y registro de nombres comerciales, logotipos y eslógans.
-  Registro ante las cámaras.
-  Secretaría de Relaciones Exteriores.
-  Notario público.
-  Juzgado correspondiente al domicilio.
-  Registro Público de la Propiedad y del Comercio.
-  Secretaría de Desarrollo Urbano.



BIBLIOGRAFIA

[Antología literaria Universidad del Sureste \(UDS\) 2022](#)

[aspectos legales de una empresa - Búsqueda de Google](#)

[Funciones específicas del responsable o encargado del SG-SST \(safetya.co\)v](#)

<https://concepto.de/estructura-organizacional/>