



**Mi Universidad**

## **Cuadro sinóptico**

*Nombre del Alumno: Luisa Bethel López Sánchez*

*Nombre del tema: Unidad III. “Implantación del Modelo de Negocio”*

*Parcial: Tercero*

*Nombre de la Materia: Taller del Emprendedor*

*Nombre del profesor: Beatriz Adriana Méndez González*

*Nombre de la Licenciatura: Psicología General*

*Cuatrimestre: Noveno*

*Pichucalco, Chiapas; 10 de julio del 2022*

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

3.1 EL MERCADO

El marketing se encarga...

- 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
- 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.
- 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)
- 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** 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. Es decir, se debe establecer el segmento de mercado donde operará la empresa
- CONSUMO APARENTE** 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.
- 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.

3.4 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.

- ENCUESTA DE MERCADO** Es muy importante que los datos que se quieren conocer respecto al mercado potencial de la empresa se traduzcan a preguntas claras, concretas, que no impliquen cálculos complicados, sean breves y arrojen la información que busca.
- APLICACIÓN DE LA ENCUESTA** Se necesita determinar cómo, dónde y cuándo se va a realizar, además de quién la aplicará.
- RESULTADOS OBTENIDOS** Hay que tabularla y referirla a la población total de clientes potenciales para obtener conclusiones válidas y confiables respecto a la factibilidad de mercado del producto o servicio de la empresa, así como de la información concerniente a las preferencias del posible consumidor
- CONCLUSIONES DEL ESTUDIO** Es a 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

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

3.5 LAS 4 P's

PUNTOS DE VENTA

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.).
- Capacidad de la empresa para distribuir el producto.

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, con el consecuente incremento en las ventas

3.6 PRODUCCIÓN Y 3.7 ELEMENTOS DE PRODUCCIÓN

El resultado final de un proceso de producción es el producto, el cual puede ser un bien o servicio, que representa un satisfactor para el consumidor.

Podemos destacar dos tipos de bienes:

- Bienes industriales: Productos que se utilizan para producir otros bienes
- Bienes de consumo: Productos que usan los consumidores finales para satisfacer sus necesidades personales

Los servicios se clasifican, en general, de la siguiente forma:

- SERVICIOS COMERCIALES
- SERVICIOS PROFESIONALES

ELEMENTOS

- Especificaciones del producto o servicio
- Descripción del proceso de producción o prestación del servicio
- Equipo e instalaciones
- Materia prima
- Capacidad instalada
- Ubicación de la empresa
- Diseño y distribución de planta y oficinas
- Programa de producción

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

3.8 ORGANIZACIÓN Y 3.9 ELEMENTOS DE ORGANIZACIÓN

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

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

1. Procesos operativos (funciones), de la empresa

2. Descripción de puestos

3. Definición del "perfil" del puesto, en función de lo que se requiere

FUNCIONES ESPECÍFICAS POR PUESTO

Manual operativo por trabajador

1. Establecer el objetivo que se pretende lograr con cada función general

2. Desarrollar las funciones específicas (actividades), necesarias para llevar a cabo cada función general

3. Describir los procesos de cada actividad

4. Determinar los indicadores operativos (de desempeño) y de calidad (mejoramiento) de cada actividad

ELEMENTOS

ADMINISTRACIÓN DE SUELDO Y SALARIOS

El proceso de administrar sueldos y salarios resulta muy sencillo y rápido de realizar pues sólo implica jerarquizar los puestos de la empresa.

Sin embargo, la parte difícil es determinar cuánto se le pagará a cada quien, para que la remuneración sea justa y acorde con sus responsabilidades y obligaciones.

Para resolver este problema se puede acudir a las tablas de sueldos y salarios que algunas organizaciones realizan en forma periódica y que son fáciles de conseguir en el mercado

MARCO LEGAL

Cuando se pretende constituir legalmente una empresa es importante tomar en cuenta, entre otros, los siguientes aspectos:

Número de socios que desean iniciar el negocio.

Cuantía del capital social (aportaciones por socio).

Responsabilidades que se adquieren frente a terceros.

Gastos de constitución de la empresa.

Trámites a realizar para implantarla legalmente.

Obligaciones fiscales que se deberán afrontar.

Diferentes responsabilidades laborales que se adquieren.

# **REFERENCIAS**

Universidad Del Sureste (UDS). Taller del Emprendedor. (Págs. 64-88)

Link:

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/biblioteca/b7ecd2332915de6c4a48803107651f84.pdf>