



Cuadro sinóptico

Nombre del Alumno: Daniela Paola Sánchez Pastrana

Nombre del tema: Implantación del Modelo de Negocio

Parcial: 3

Nombre de la materia: Taller del emprendedor

Nombre del profesor: Beatriz Adriana Méndez González

Nombre de la licenciatura: Psicología General

Cuatrimestre: 9

Pichucalco Chiapas, a 11 de julio del 2022.

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, 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.

Objetivo

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, así como el tiempo en el cual se piensan lograr los objetivos.

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. La investigación de mercado se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información.

Áreas de la empresa

- Tamaño de mercado:** Se debe establecer el segmento de mercado donde operará la empresa
- Consumo aparente:** Debe tratar de establecer el consumo aparente que dicho segmento representa
- Demanda potencial:** Proyecte el crecimiento promedio del mercado en el corto, mediano y largo plazos.

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

Una vez que se define el producto o servicio, es necesario que la empresa determine la información que desea obtener a través del estudio de mercado, la cual le permitirá tomar decisiones respecto al precio, presentación y distribución del producto.

Técnica de aplicación

Encuesta tipo

Las 4 P's

Distribución y puntos de ventas: 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

- Promoción del producto o servicio:** Promover es, en esencia, un acto de información, persuasión y comunicación.
- Promoción de ventas:** Son actividades que permiten presentar al cliente con el producto o servicio de la empresa.

- Marcas
- Etiquetas
- Empaque
- Fijación y políticas de precio

Producción

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

Elementos de producción

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

Implantación del modelo de negocio

Organización

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

Elementos de la 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: En el punto anterior del plan se mencionaron las funciones generales de cada puesto, por lo que el siguiente paso es diseñar el manual operativo por trabajador
- 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 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
- 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

Bibliografía

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