



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

“PASION POR EDUCAR”

MAPA CONCEPTUAL

LICENCIATURA EN PSICOLOGIA

ASIGNATURA:

TALLER DEL EMPRENDEDOR

ALUMNA:

MARTHA MARIA MARTINEZ SALVADOR

PROFESOR:

CARLOS ALBERTO LOPEZ MUÑOZ

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO.

El mercado:

El marketing

Se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa.

Precio, la promoción.

La distribución.

Y la venta de bienes y servicios.

Objetivos del Marketing:

Definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas.

Distribución y posicionamiento en el mercado.

Área y segmento de mercado.

Nivel local:

Colonia, sector, etc.

Investigación del mercado:

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

Tamaño del mercado:

Establecer el segmento de mercado donde operará la empresa.

Establecer el consumo aparente que dicho segmento

Hábitos de compra.

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO.

Estudio del mercado:

Es el medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado

Objetivo del estudio de mercado:

Permitirá tomar decisiones respecto al precio, presentación y distribución del producto.

Encuesta tipo:

Es conveniente evaluar el mercado a través de la encuesta.

Distribución y puntos de venta:

Costo de distribución del producto.

Control que pueda tener sobre políticas de precio.

Conveniencia para el consumidor.

Capacidad de la empresa para distribuir el producto.

Distribución empleado así como del sistema de distribución.

Promoción del producto o servicio.

La promoción de ventas, las marcas e, indirectamente, las etiquetas y el empaque.

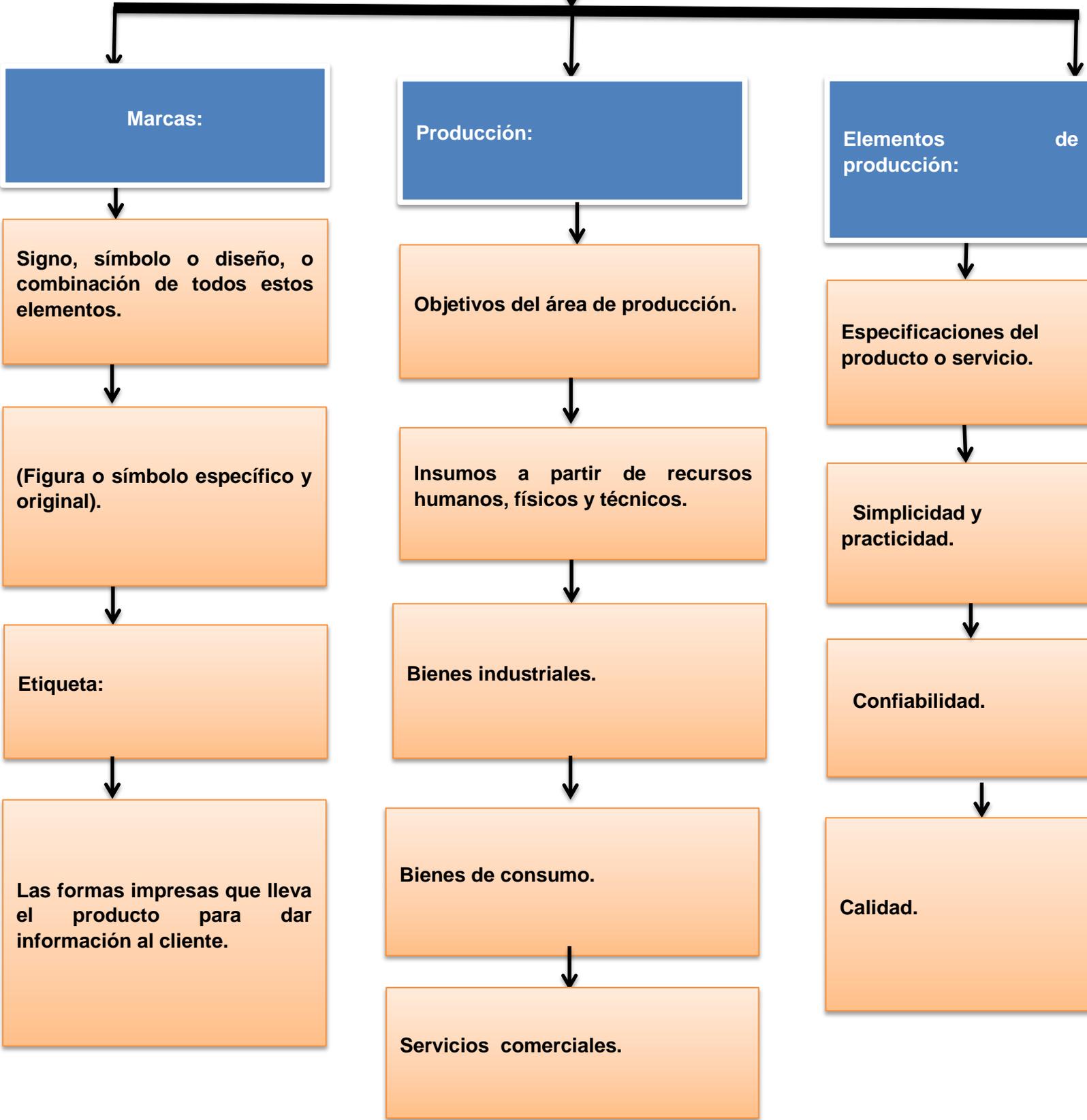
Publicidad.

Es crear un impacto directo sobre el cliente para que compre un producto.

Animar a los posibles compradores.

Ganar la preferencia del cliente.

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO.



IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO.

Necesidades de materia prima:

Cumplimiento en fechas de entrega.

Calidad.

Precio.

Servicios que ofrece.

Créditos.

Programa de producción.

Es la planificación de las operaciones.

Actividades preoperativas.

Actividades operativas.

Ejemplos de actividades preoperativas son:

Compra o renta de equipo.
Acondicionamiento de áreas de trabajo.etc.

Existen algunos otros aspectos legales que la empresa debe considerar:

Licencias sanitarias.

Obtención de patentes, marcas, diseños.

Registro ante las cámaras.

Secretaría de Relaciones Exteriores.

Notario público.

**PRESENTACIÓN DEL
MODELO
DE
NEGOCIO.**

Plan de trabajo:

Asignar tiempos, responsables, metas y recursos a cada actividad de la empresa.

Marketing.

Desarrollar una investigación del mercado.

Elaborar un análisis de la competencia.

Llevar a cabo el estudio de mercado.

Producción:

Diseñar el producto o servicio.

Definir el proceso de producción.

Determinar la ubicación de las instalaciones y su distribución.

Especificar los requerimientos de mano de obra.

Establecer el proceso de compras y control de inventarios.

Organización:

Definir las funciones de la empresa.

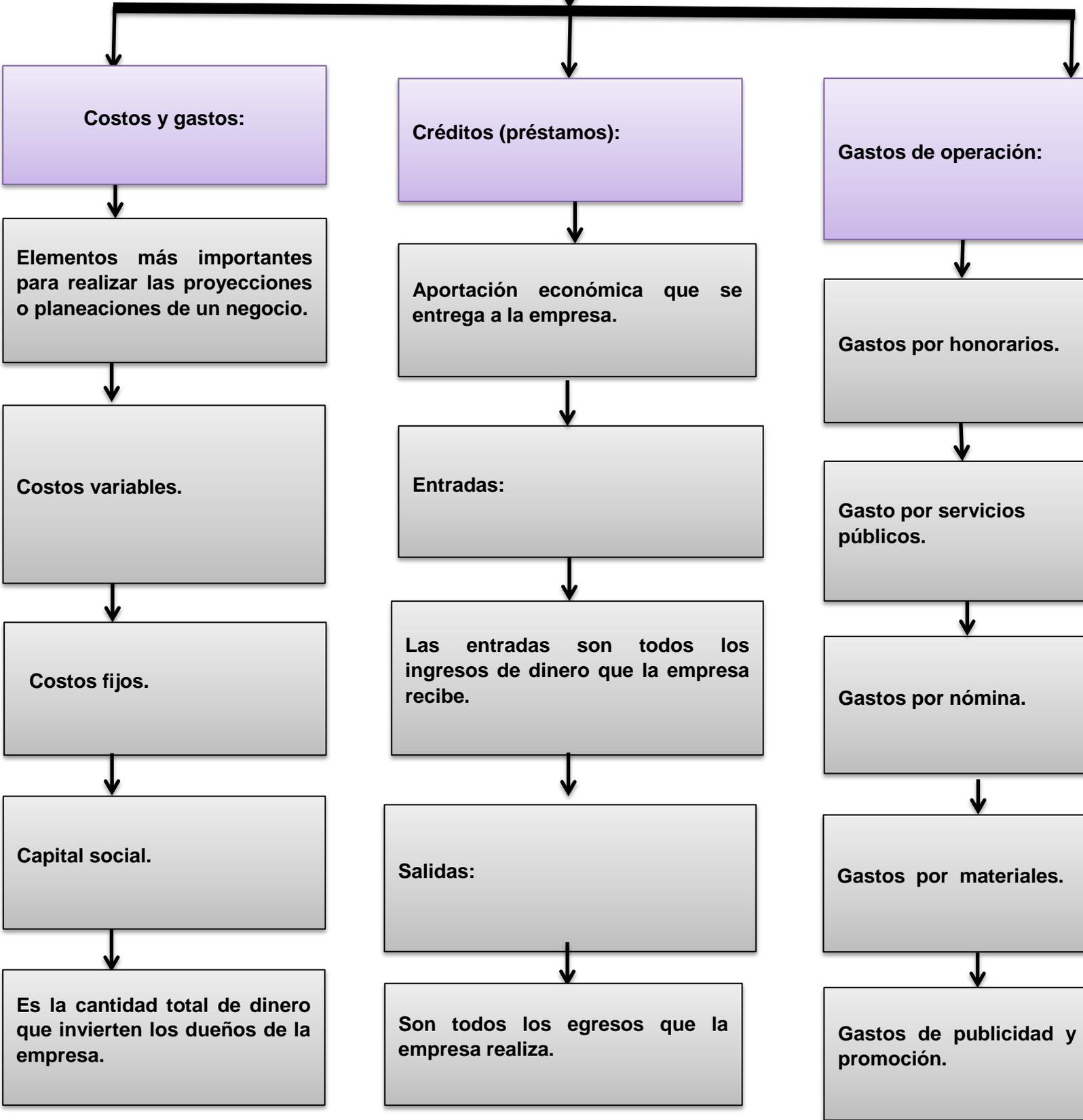
Diseñar la estructura organizacional de la empresa.

Establecer los perfiles de cada puesto.

Elaborar los manuales operativos de cada área funcional.

Diseñar el proceso de reclutamiento, selección, contratación.

PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO.



PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO.

Indicadores financieros.

Son instrumentos que se utilizan para evaluar los resultados.

Razones de eficiencia y operación.

Rentabilidad.

Punto de equilibrio.

Tasa interna de retorno.

El mercado:

Descripción del mercado que atenderá la empresa.

Demanda potencial del producto o servicio.

Conclusiones del estudio de mercado realizado.

Resumen del plan de ventas.

Plan de trabajo:

Tiempo necesario para iniciar operaciones.

Modelo de negocio.

Organización crea, captura y entrega valor, ya sea económica o social, al cliente.

Propuesta de valor.

Canales de distribución.