



CUADRO SINOPTICO

NOMBRE DE LA ALUMNA: PEREZ ROBLERO YURISELA

TEMA: IMPLANTACION DEL MODELO DE NEGOCIO

PARCIAL: PRIMER PARCIAL

MATERIA: TALLER DEL EMPRENDEDOR

NOMBRE DEL PROFESOR: GABRIELA EUNICE GARCIA ESPINOZA

LICENCIATURA: ENFERMERIA, DOMINGO

CUATRIMESTRE: 9NO. CUATRIMESTRE GRUPO "B"

Lugar y Fecha de elaboración

FRA. COMALAPA, 14 DE JUNIO 2022 DE 2022

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

EL MERCADO

Se encarga:

Del proceso de planear las actividades de la empresa en relación con el precio, la promoción, la distribución y la venta.

Permite:

Crear un intercambio (entre empresa y consumidor) que satisfaga los objetivos de los clientes y de la propia organización.

OBJETIVOS DEL MARKETING

Es necesario definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas.

Se debe tener en cuenta el área y segmento de mercado en que se piensa incursionar nivel local o nivel nacional.

INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

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

Tamaño del mercado

Con plan de buscar cuántos clientes posibles puede tener la empresa, dónde están y quiénes son.

Consumo aparente

Debe tratar de establecer el consumo aparente que dicho segmento representa; esto se hace identificando el número de clientes potenciales.

Demanda potencial

Si cuenta con un cálculo del consumo aparente (actual) del mercado, le será fácil determinar el consumo potencial del producto

ESTUDIO DEL MERCADO

Medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado.

Objetivo del estudio de mercado

- Conocer al cliente.
- Conocer el precio que está dispuesto a pagar.
- Definir el producto que planea ofrecer.
- Investigar la frecuencia del producto.

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

Conclusiones del estudio

Interpretación de los datos obtenidos, proyectada a condiciones potenciales de desarrollo de la empresa.

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

LAS 4 P'S

Distribución y puntos de venta

Se toma en cuenta aspectos como:

- ✦ Costo de distribución del producto.
- ✦ Control sobre políticas de precio.
- ✦ Convivencia para el consumidor.
- ✦ Capacidad de la empresa.

Publicidad

Serie de actividades necesarias para hacer llegar un mensaje al mercado meta.

El emprendedor debe hacer énfasis en:

- ♥ Animar a los compradores a comprar el producto.
- ♥ Ganar preferencia del cliente.

Servicio que ofrece algunos medios:

- ♥ **Periódicos:** Cubren con su circulación un territorio geográfico.
- ♥ **Radio:** Es accesible a todo lo largo y ancho de los países

Fijación y políticas de precios

El precio influye en la percepción que tiene el consumidor final sobre el producto o servicio.

PRODUCCION

Objetivos del área de producción

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.

Clasificación de servicios:

- ✦ 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

- Simplicidad y practicidad.
- Confiabilidad.
- Calidad.

Descripción del proceso de producción

- Determinar todas las actividades requeridas.
- Organizar las actividades de manera secuencial..
- Establecer los tiempos requeridos para llevar a cabo cada actividad.

Características de la tecnología

- Asegurar que se usará un nivel de tecnología.
- Tener en mente todas las alternativas de tecnología.

ORGANIZACIÓN

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

Objetivo de la organización

Se deben establecer los objetivos del área de acuerdo con las metas empresariales y del resto de las áreas que la conforman.

Estructura organizacional

Procesos operativos de la empresa:

- ✦ ¿Qué se hace?
- ✦ ¿Cómo se hace?
- ✦ ¿Con qué se hace?
- ✦ ¿Dónde se hace?

Descripción de puestos:

- ✦ Agrupar las funciones por similitud.
- ✦ Crear los puestos por actividades respecto del tiempo.
- ✦ Diseñar el organigrama de la empresa.

Funciones específicas por puesto

- ★ Establecer el objetivo que se pretende lograr.
- ★ Desarrollar las funciones específicas.
- ★ Describir los procesos de cada actividad.
- ★ Determinar los indicadores operativos

Administración de sueldos y salarios

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

- ★ Número de socios que desean iniciar el negocio.
- ★ Cuantía del capital social.
- ★ Responsabilidades que se adquieren frente a terceros.
- ★ Gastos de constitución de la empresa.
- ★ Diferentes responsabilidades laborales.

Aspectos laborales

- ★ Nombre, nacionalidad, edad, sexo, estado civil.
- ★ Si la relación de trabajo es por obra o tiempo determinado.
- ★ El servicio o servicios que deban prestarse.
- ★ El lugar o los lugares donde deba prestarse el trabajo.

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

ELEMENTOS DE ORGANIZACIÓN