



Nombre del Alumno: Ingrid Villarreal Sanchez

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: Enfermería

Cuatrimestre: 9.

## 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).

## PRODUCCIÓN

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

Producto: Resultado final de un proceso de producción que representa un satisfactor para el consumidor del objetivos del área

## LAS 4 P'S

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 (Promoción, publicidad, periódico y promoción de ventas)

## ESTUDIO DEL MERCADO

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.

## ORGANIZACIÓN

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

## OBJETIVOS DEL ÁREA DE ORGANIZACIÓN

La organización es la forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa, para alcanzar eficientemente los objetivos propuestos. Al igual que en los puntos anteriores, se deben establecer los

## ELEMENTOS DE ORGANIZACIÓN

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; una vez que se realiza esto.

Una vez que se realiza lo anterior, se deben establecer las políticas operativas que indiquen y enfatizan las siguientes áreas:  
Sistema de comunicación.  
Procesos para la resolución de conflictos.  
Carácter moral de la empresa (valores).  
Comportamientos esperados (actitudes, cumplimiento, etcétera).

## 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

## 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.  
(nivel local: colonia, sector, etc.; nivel nacional: de exportación regional, mundial, u otros).

## IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

## CONSUMO APARENTE

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

## 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

## 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

