Mapa conceptual.

Nombre del Alumno: Karla Osorio Contreras.

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: 8.

Lugar y Fecha de elaboración: Pichucalco Chiapas; 05/07/2025

3.1 EL MERCADO

El marketing

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

Relación con

El precio, la promoción, la distribución y la venta de bienes y servicios que ofrece.

Permitan

Crear un intercambio (entre empresa y consumidor).

Satisfacen

Los objetivos de los clientes y de la propia organización.

3.2 OBJETIVOS DEL MARKETING

Definen

Lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado.

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).

3.3 INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

Se utiliza

Como una herramienta valiosa en la obtención de esta información.

Plan de negocio

Tamaño del mercado.

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.

Identificando

Consumo aparente.

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.

Determina 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

¿Qué es?

Es el medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos.

Objetivo del estudio de mercado.

Conocer

En forma directa al cliente, en especial los aspectos relacionados con el producto o servicio.

Encuesta tipo.

Pretende

Aplicar debe ser cuidadosamente planeada.

Aplicación de la encuesta.

Necesario

Aplicarlo en la forma correcta para asegurar que la información que obtendrá sea válida para los fines perseguidos.

Resultados unidos.

Referirla

A la población total de clientes potenciales para obtener conclusiones válidas.

Conclusiones del estudio realizado.

Consiste

En la interpretación de los datos obtenidos.

3.5 LAS 4 P'S

Distribución y puntos de venta.

Identificar

Las necesidades del cliente o consumidor y desarrollar un producto que las satisfaga.

Promoción del producto o servicio.

Conocer

Un producto o servicio, incrementar su consumo.

Publicidad.

¿Qué es?

Una serie de actividades necesarias para hacer llegar un mensaje al mercado.

Promoción de ventas.

Actividades

Que permiten presentar al cliente con el producto o servicio de la empresa.

Marcas.

¿Qué es?

Es un nombre, término, signo, símbolo o diseño, o combinación de todos estos elementos, que identifica los bienes y/o servicios que ofrece una empresa.

3.6 PRODUCCIÓN

¿Qué es?

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

Producto.

¿Qué es?

Resultado final de un proceso de producción que representa un satisfactor para el consumidor.

Objetivos

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

Destacar

Bienes industriales: Productos que se utilizan para producir otros bienes.

Destacar

Bienes de consumo: Productos que usan los consumidores finales para satisfacer sus necesidades personales.

Clasifican

Bienes duraderos o perecederos.

3.7 ELEMENTOS DE PRODUCCIÓN

Proceso de producción

Es el conjunto de actividades que se llevan a cabo para elaborar un producto o para prestar un servicio.

Conjuntan

1.La maquinaria.
2.La materia prima.
3.Los recursos necesario para realizar el proceso.

Equipo e instalaciones.

Determina

Las actividades para realizar, así como el equipo, herramientas e instalaciones requeridas para llevar a cabo la elaboración de productos.

Materia prima.

Deben

Contar con los insumos que apoyan el proceso productivo o la prestación del servicio.

Necesidades de materia prima.

Refiere

Los elementos, partes o sustancias de las que está compuesto el producto de la empresa o a los insumos necesarios para prestar un servicio.

Identificación de proveedores y cotizaciones.

Manera de

Facilitará el inicio de actividades productivas.

Capacidad instalada.

Refiere

Nivel máximo de producción que puede llegar a tener una empresa con base en los recursos con los que cuenta, principalmente en ***cuanto a maquinaria, equipo e instalaciones físicas.***

3.8 ORGANIZACIÓN

¿Qué es?

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

Objetivos

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

3.9 ELEMENTOS DE ORGANIZACIÓN

Estructura

El primer paso para establecer un sistema de organización en la empresa.

Aspectos

1.Procesos operativos (funciones), de la empresa.
2.Descripción de puesto.
3. Definición del "perfil" del puesto.

Marco legal de la organización.

La empresa

Conjunto de recursos organizados por el titular (emprendedor), con el fin de realizar actividades de producción o de intercambio de bienes.

Referencias bibliográfica:

Antología UDS Taller del emprendedor.