



Mapa Conceptual

Nombre del alumno: Jesús Alexander Arismendi López

Nombre del tema: Implantación del Modelo de Negocio

Parcial: 3ro

Nombre de la Materia: Taller del Emprendedor

Nombre del profesor: Beatriz Adriana Méndez

Nombre de la Licenciatura: Lic. En Enfermería

Cuatrimestre: 9no

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

3.1 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.

3.2 Objetivos del Marketing

Dentro de los objetivos

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

Se debe tener 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), así como el tiempo en el cual se piensan lograr los objetivos

Tipos de Objetivos:

- Corto plazo
- Mediano plazo
- Largo plazo

3.3 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

Tamaño del mercado

El siguiente paso del plan de negocios es buscar, de manera objetiva y con base en fuentes de información confiables

Consumo aparente

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

Demanda potencial

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

3.4 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.

Objetivo del estudio de mercado Es necesario conocer en forma directa al cliente, en especial los aspectos relacionados con el producto o servicio

Encuesta tipo La encuesta de mercado que se pretende aplicar debe ser cuidadosamente planeada

Conclusiones del estudio realizado: 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 posible de las ventas

3.5 Las 4 P's

Distribución y puntos de venta Luego de identificar las necesidades del cliente o consumidor y desarrollar un producto que las satisfaga

Promoción del producto o servicio Promover es, en esencia, un acto de información, persuasión y comunicación, que incluye varios aspectos de gran importancia

Promoción de ventas actividades que permiten presentar al cliente con el producto o servicio de la empresa

Fijación y políticas de precios El comprador entrega algo de valor económico al vendedor, a cambio de los bienes y servicios que se le ofrecen. La cantidad de dinero que se paga por los bienes o servicios constituye su precio.

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

3.6 Producción

Transformación de insumos

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

Podemos destacar dos tipos de bienes:

☒ **Bienes industriales.** Productos que se utilizan para producir otros bienes; algunos de ellos entran directamente en el proceso productivo, como materia prima, producto semiterminado o componentes.

☒ **Bienes de consumo.** Productos que usan los consumidores finales para satisfacer sus necesidades personales; se clasifican en bienes duraderos o perecederos.

Los servicios se clasifican, en general, de la siguiente forma:

☒ **Servicios comerciales.** Algunos ejemplos son: reparación y mantenimiento de maquinaria y equipo, diseño de instalaciones, etcétera.

☒ **Servicios profesionales.** Algunos ejemplos son: administrativos, atención médica o dental, educativos, de asesoría, etcétera

3.7 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).**

Características de la tecnología

Es importante determinar la tecnología disponible para elaborar el producto, porque hace posible:

- **Asegurar que se usará un nivel de tecnología apropiado al tipo de proyecto y a la región donde se piensa desarrollar.**
- **Tener en mente todas las alternativas de tecnología**

Equipo e instalaciones El proceso productivo permite determinar las actividades a realizar

Capacidad instalada La capacidad instalada se refiere al nivel máximo de producción que puede llegar a tener una empresa

3.8 Organización

El estudio de mercado

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.

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

Materia prima es necesario contar con los insumos que apoyan el proceso productivo o la prestación del servicio

Ubicación de la empresa Para determinar la ubicación ideal de la empresa existen cuatro elementos muy importantes a considerar:

1. **Distancia al cliente.**
2. **Distancia de los proveedores.**
3. **Distancia de los trabajadores.**
4. **Requerimientos (limitaciones) legales.**

3.9 Elementos de 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

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.

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.

Referencia Bibliográfica

https://fileservice.s3mwc.com/storage/uds/biblioteca/2025/05/QjzYtfm4Wnk57FhNiVMv-LC_LTS905_TALLER_DEL_EMPRENDEDOR.pdf