



# Mapa conceptual.

*Nombre del alumno (a): Leydi Laura Cruz Hernández.*

*Nombre del tema: Planteamiento del modelo de negocio*

*Parcial: 3*

*Nombre de la Materia: Taller del emprendimiento*

*Nombre del profesor: Beatriz Adriana Mendez Gonzales*

*Nombre de la Licenciatura: Lic. Enfermería*

*Cuatrimestre: 9*

*Pichucalco, Chiapas a 06/07/2025*

# UNIDAD III. 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

## 3.2 OBJETIVOS DEL MARKETING

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

- Corto plazo: 6 meses.
- Mediano plazo: 1 año.
- largo plazo: 2 años.

## 3.3 INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

Deben buscar la satisfacción del cliente; para lograrlo es necesario conocer sus necesidades y cómo pueden satisfacerse. La investigación de mercado se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información.

## 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; Es decir, se debe establecer el segmento de mercado donde operará la empresa.

## CONSUMO APARENTE

Esto se hace identificando 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.

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, simplemente proyecte el crecimiento promedio del mercado en el corto, mediano y largo plazos.

## 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

Una vez que se define el producto o servicio, es necesario que la empresa determine la información que desea obtener a través del estudio de mercado, la cual le permitirá tomar decisiones respecto al precio, presentación y distribución del producto.

## ENCUESTA TIPO

Es muy importante que los datos que se quieren conocer respecto al mercado potencial de la empresa se traduzcan a preguntas claras, concretas, que no impliquen cálculos complicados, sean breves y arrojen la información que busca.

## APLICACIÓN DE LA ENCUESTA

Evaluar si la encuesta está bien diseñada. Lo cual se consigue al probarla mediante su aplicación a dos o tres personas, ya que así detectarán preguntas mal redactadas o confusas y, al interpretar las respuestas, podrá evaluar si la información que puede obtener es relevante

## RESULTADOS OBTENIDOS

hay que tabularla y referirla a la población total de clientes potenciales para obtener conclusiones válidas y confiables respecto a la factibilidad de mercado del producto o servicio de la empresa

## CONCLUSIONES DEL ESTUDIO REALIZADO

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 que la empresa logrará, el sistema de comercialización o plan de ventas adecuado y la mezcla de marketing ideal para realizar el plan.

# UNIDAD III. IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO.

## 3.5 LAS 4 P'S

- Distribución y puntos de venta
- Promoción del producto o servicio (Publicidad, Periódicos, Radio, Volantes.)
- Promoción de ventas (Marcas, Etiqueta, Empaque)
- Fijación y políticas de precios

## 3.6 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.

## OBJETIVOS DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN

El resultado final de un proceso de producción es el producto, el cual puede ser un bien o servicio, que representa un satisfactor para el consumidor.

## 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).

## DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN O PRESTACIÓN DEL SERVICIO

El proceso de producción se establece siguiendo el procedimiento que a continuación se describe: a) Determinar todas las actividades requeridas para producir un bien o prestar un servicio. b) Organizar las actividades de manera secuencial. c) Establecer los tiempos requeridos para llevar a cabo cada actividad.

## CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA

Cuando se elige la tecnología, es necesario tomar en cuenta aspectos como:

- Facilidad para adquirir la tecnología.
- Condiciones especiales para hacer uso de ella (pago de patentes, acuerdos, etcétera).
- Aspectos técnicos especiales de la tecnología, al aplicarla en el proceso de producción (capacitación, equipo, instalaciones, etcétera).

## EQUIPO E INSTALACIONES

para esto se necesita lo siguiente:

- Descomponer el proceso en actividades específicas.
- Elaborar una lista de todo el equipo requerido para cada actividad.
- Realizar una lista de todas las herramientas necesarias para cada actividad.
- Determinar el espacio necesario para llevar a cabo cada actividad.
- Establecer cualquier requerimiento especial de instalaciones o facilidades para realizar cada tarea.

## MATERIA PRIMA

es necesario contar con los insumos que apoyan el proceso productivo o la prestación del servicio, éstos deben tener la calidad y precio seleccionados; además, deben llegar a las instalaciones de la empresa en el momento oportuno para lograr el resultado deseado

## NECESIDADES DE MATERIA PRIMA

La materia prima se refiere a 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

Es indispensable establecer criterios; entre otros, se encuentran:

- Cumplimiento en fechas de entrega.
  - Calidad. Precio.
- Servicios que ofrece
  - Créditos
- Localización del proveedor

# UNIDAD III. IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO.

## CAPACIDAD INSTALADA

se refiere al 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.

## 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.

## DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTA Y OFICINAS

es la forma en que se dispondrán las máquinas, herramientas y los flujos de producción, lo cual permitirá organizar el trabajo eficientemente.

## PROGRAMA DE PRODUCCIÓN

es la planificación de las operaciones que deberán realizarse para asegurar el cumplimiento de los objetivos propuestos para el área; el programa de producción se divide en dos partes:

- a) Actividades preoperativas.
- b) Actividades operativas.

## 3.8 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.

## 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.

1. Procesos operativos (funciones), de la empresa
2. Descripción de puestos
3. Definición del "perfil" del puesto, en función de lo que se requiere en cuanto a:
  - Características físicas. □
  - Habilidades mentales.
  - Preparación académica.

## FUNCIONES ESPECÍFICAS POR PUESTO

sugerimos utilizar la siguiente metodología:

1. Establecer el objetivo que se pretende lograr con cada función general
2. Desarrollar las funciones específicas (actividades), necesarias para llevar a cabo cada función general.
3. Describir los procesos de cada actividad
4. Determinar los indicadores operativos (de desempeño) y de calidad (mejoramiento) de cada actividad.

## ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS

la ley establece una serie de obligaciones al empleador, que se traducen en erogaciones proporcionales al sueldo que se le paga a cada trabajador, y que van de 32 a 40%. Los presupuestos por sueldos y salarios deben considerar estos gastos, para ser calculados al momento de obtener proyecciones financieras de la empresa.

## MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN

Cuando se pretende constituir legalmente una empresa es importante tomar en cuenta, entre otros, los siguientes aspectos: □ Número de socios que desean iniciar el negocio. □ Cuantía del capital social (aportaciones por socio). □ Responsabilidades que se adquieren frente a terceros. □ Gastos de constitución de la empresa. □ Trámites a realizar para implantarla legalmente. □ Obligaciones fiscales que se deberán afrontar. □ Diferentes responsabilidades laborales que se adquieren.

Existen algunos otros aspectos legales que la empresa debe considerar como los trámites siguientes: □

- Licencias sanitarias.
- -Obtención de patentes, marcas, diseños industriales y modelos de utilidad y registro de nombres comerciales, logotipos y eslogans.
- Registro ante las cámaras.
- Secretaría de Relaciones Exteriores.
- Notario público.
- Juzgado correspondiente al domicilio.
- Registro Público de la Propiedad y del Comercio.
- Secretaría de Desarrollo Urbano.