



**Nombre del alumno: Ximena Yelitza Reyes Gutiérrez**

**Nombre del profesor: Icel Bernardo Lepe Arriaga**

**Nombre del trabajo: Implantación del modelo de negocio**

**Materia: Taller del emprendedor**

**Grado: Noveno cuatrimestre**

**Grupo: A**

Frontera Comalapa, Chiapas a 20 de junio de 2020

# IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

## 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

## OBJETIVO DEL MARKETING

DEFINIR LO QUE SE DESEA LOGRAR CON EL PRODUCTO O SERVICIO EN TÉRMINOS DE VENTAS, DISTRIBUCIÓN Y POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO. 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

## INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

CONOCER LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y CÓMO PUEDEN SATISFACERSE.

**TAMAÑO DEL MERCADO.** SIRVE PARA IDENTIFICAR A LOS POSIBLES CLIENTES, DÓNDE ESTÁN Y QUIÉNES SON.

**CONSUMO APARENTE.** IDENTIFICAR NÚMERO DE CLIENTES POTENCIALES, ASÍ COMO EL CONSUMO QUE SE ESTIMA QUE HAGAN CON BASE EN SUS HÁBITOS DE COMPRA.

**DEMANDA POTENCIAL.** PROYECTA EL CRECIMIENTO DEL MERCADO EN CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO.

## ESTUDIO DEL 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.** CONOCER AL CLIENTE A TRAVÉS DE ENCUESTAS Y ENTREVISTAS

**ENCUESTA TIPO.** PREGUNTAS CLARAS, CONCRETAS Y QUE ARROJEN LA INFORMACIÓN QUE BUSCA.

**APLICACIÓN DE LA ENCUESTA.** CÓMO, DÓNDE Y CUÁNDO SE VA A APLICAR Y QUIÉN VA A APLICARLA.

**RESULTADOS OBTENIDOS Y CONCLUSIÓN DE LOS RESULTADOS.** TABULAR LA INFORMACIÓN E INTERPRETAR LOS RESULTADOS.

## LAS 4PS

- PRODUCTO
- PRECIO
- PUNTO DE VENTA
- PROMOCIÓN