



**Nombre de alumnos:**

**Verónica Cecilia López Gómez**

**Nombre del profesor: Karina Maricruz Pérez**

**Materia: Taller del emprendedor**

**Grado:**

**9° Cuatrimestre**

**Grupo: A**

Comitán de Domínguez Chiapas a 3 de julio de 2020.

# Implantación del modelo de negocio

## 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.

## Objetivos 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. 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

Se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información.

Tamaño del mercado: cuántos clientes posibles puede tener la empresa, dónde están y quiénes son.

consumo aparente: se hace identificando el número de clientes potenciales

demanda potencial: proyecte el crecimiento promedio del mercado en el corto, mediano y largo plazos.

## 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.

Es necesario conocer en forma directa al cliente, en especial los aspectos relacionados con el producto o servicio para lo cual se recomienda hacer un estudio de mercado, a través de una encuesta o entrevista.

## Las 4 P's

Distribución y puntos de venta: cómo hacer llegar los productos al mercado.

Publicidad: actividades necesarias para hacer llegar un mensaje al mercado meta a través de periódico, radio o volantes.

Promoción de ventas: actividades que permiten presentar al cliente con el producto o servicio de la empresa, como las marcas, etiquetas, empaque.

Fijación y políticas de precios: el precio influye en la percepción que tiene el consumidor final sobre el producto o servicio

## Implantación del modelo de negocio

### Producción

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

Los objetivos del área de producción, al igual que los de otras áreas, deben ser cuantificables y medibles, e ir en relación con los recursos disponibles de la empresa.

### 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) y Calidad (bien hecho, durable, etcétera).

**Descripción del proceso de producción o prestación del servicio:** Determinar todas las actividades requeridas para producir un bien o prestar un servicio, Organizar las actividades de manera secuencial y Establecer los tiempos requeridos para llevar a cabo cada actividad.

### Organización

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

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

### Elementos de organización

**Estructura organizacional:** Procesos operativos, Descripción de puestos y Definición del perfil del puesto, en función de lo que se requiere en cuanto a Características físicas, Habilidades mentales, Preparación académica, Habilidades técnicas (uso de máquinas y herramientas) y Experiencia laboral.