

**Nombre de alumna: Escandón
Hernández Anallely**

**Nombre del profesor: Karina Maricruz
Pérez Guillen**

**Nombre del trabajo: Cuadro
Sinóptico**

PASIÓN POR EDUCAR

Materia: Taller del Emprendedor

Grado: Noveno cuatrimestre

**Grupo: Medicina veterinaria y
zootecnia**

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

El mercado

El Marketing se encarga de

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

Objetivos del Marketing

Definir

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

Área y segmento

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

La investigación de mercado se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información.

Tamaño del mercado

Buscar, de manera objetiva, fuentes de información confiables, clientes que puede tener, dónde están y quiénes son; requiere algunos detalles de los futuros clientes: edad, sexo, estado civil, ingreso mensual, etcétera

Consumo aparente

Se hace identificando el número de clientes potenciales, así como del consumo que se estima hagan del producto o servicio que la empresa ofrece, en base a sus hábitos de compra

Demanda potencial

Cálculo del consumo aparente (actual) del mercado, será fácil determinar el consumo potencial del producto o servicio de la empresa, proyecta 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

Objetivo del estudio de mercado

Le permitirá tomar decisiones respecto al precio, presentación y distribución del producto. Asimismo, puede investigar la frecuencia de consumo del producto o servicio.

Encuesta tipo

Evaluar el mercado a través de la encuesta para obtener información. Los datos se traducen a preguntas claras, concretas, no implican cálculos complicados, son breves y arrojan la información que busca.

Aplicación de la encuesta

Su aplicación a dos o tres personas, ya que así detectarán preguntas mal redactadas o confusas, al interpretar las respuestas, se evalúa si la información que puede obtener es relevante. Si la encuesta está bien diseñada.

Resultados obtenidos

En la encuesta obtuvo información requerida tabularla y referirla a la población total de clientes potenciales para obtener conclusiones válidas y confiables a la factibilidad de mercado del producto o servicio de la empresa, información concerniente a las preferencias del posible consumidor

Conclusiones del estudio realizado

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

Las 4 P's

Distribución y puntos de venta

Escoger rutas mediante las cuales, de la manera más eficiente posible, se transporte el producto desde el centro de producción hasta el consumidor.

Promoción del producto o servicio

Publicidad

- ☉ Periódico
- ☉ Radio
- ☉ Volante

Promoción de ventas

Actividades que permiten presentar al cliente con el producto o servicio de la empresa; el cliente ubica al producto o servicio de la empresa en el mercado

Muestras gratuitas, regalos en la compra del producto, ofertas de introducción, patrocinio y/o participación en actividades sociales, educativas, culturales o deportivas de la comunidad

- ☉ Marcas
- ☉ Etiquetas
- ☉ Empaques

Fijación y políticas de precios

Las políticas de precios y los costos variables y fijos, es posible determinar el precio del producto o servicio en los diferentes niveles del canal de distribución y para el consumidor final

Producción

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

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.

- ☉ Bienes industriales.
- ☉ Bienes de consumo.
- ☉ Servicios comerciales.
- ☉ Servicios profesionales.

Elementos de producción

Especificaciones del producto o servicio

- ☉ Simplicidad y practicidad (facilidad de uso).
- ☉ Confiabilidad (que no falle).
- ☉ Calidad (bien hecho, durable, etcétera).

Descripción del proceso de producción o prestación del servicio

Es el conjunto de actividades que se llevan a cabo para elaborar un producto o para prestar un servicio. En él se conjuntan la maquinaria, la materia prima

Características de la tecnología

Asegurar un nivel de tecnología al tipo de proyecto y a la región donde se desarrollará. Tener en mente todas las alternativas de tecnología

Equipo e instalaciones

Herramientas e instalaciones requeridas para llevar a cabo la elaboración de productos y/o prestación de servicios de la empresa

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

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

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
- ☉ Funciones específicas por puesto
- ☉ Administración de sueldos y salarios
- ☉ Marco legal de la organización