



PASIÓN POR EDUCAR

**MEDICINA VETERINARIA
ZOOCTENISTA**

**ALUMNO: BERMÚDEZ MORALES
ALEJANDRO**

PRESENTA:

CUADRO SINÓPTICO

FRONTERA COMALAPA A 03 DE JULIO DEL 2020

Implementación Del Modelo De Negocio

3.1 El Mercado

Se encarga 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 la definición del producto o servicio con base al consumidor.

3.2 Objetivos del Marketing

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

3.3 Investigación del mercado

Se toman en relación con el área de marketing, y en algunas otras áreas de la empresa, deben buscar la satisfacción del cliente, para lograrlo es necesario conocer sus necesidades como la satisfacción de éstas.

Tamaño del mercado
Es el siguiente paso del plan de negocios, para que se logre es necesario saber sus necesidades de sus clientes, así como el detallar quienes son, edad, estado civil, ingresos etc.
Consumo aparente
Una vez definido el segmento del mercado, se debe establecer el consumo aparente que dicho segmento representa, esto va de la mano de número de clientes potenciales, así como del consumo que se estima.
Demanda Potencial
Es el cálculo del consumo aparente del mercado, se determina el consumo potencial del producto o servicio de la empresa.

3.4 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.

Se sugiere:
Realizar encuestas de tipo para recopilar datos que se quieren conocer al respecto del mercado potencial
Aplicación de encuestas y los resultados obtenidos
Conclusiones del estudio realizado, interpretando los datos obtenidos proyectados a condiciones potenciales de desarrollo de la empresa para obtener una imagen clara de posible de las ventas que la empresa logrará.

3.5 Las 4 P's

En esta se distribuyen los puntos de venta, para luego identificar las necesidades del cliente o consumidor y desarrollo de un producto que satisfaga a través de una serie de pasos que lleven a una distribución mayor del número de clientes.

Promoción del Producto o Servicio

Se toma como acto para informar, persuadir y comunicar al cliente mediante la publicidad y promoción de ventas, las marcas de nuestro producto:

- Periódicos
- Radio
- Volantes
- Promoción de Ventas

Promoción de Ventas

Este elemento nos ayuda a crear un impacto en el mercado con la meta de promocionar las ventas y actividades que permiten presentar al cliente con el producto o servicio de la empresa.

- Marcas
- Etiqueta
- Empaque
- Fijación y Políticas de precios

Implementación Del Modelo De Negocio

3.6 Producción

La transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos en productos requeridos para los consumidores.

3.7 Elementos de producción

- Objetivos del área de producción
- Bienes Industriales
- Bienes del Consumo
- Servicio Comerciales
- Servicios Profesionales
- Elementos de Producción
- Especificaciones del producto o servicio
- Descripción del proceso de producción o prestación del servicio
- Características de la Tecnología
- Equipo e Instalaciones
- Materia Prima
- Identificación de Proveedores y Cotizaciones
- Capacidad Instalada
- Ubicación de la Empresa
- Diseño y Distribución de plantas y oficinas
- Programa de Producción

3.8 Organización

Tiene como objetivos la forma de trabajo que se dispone y asigna en el trabajo, así como la relación entre el personal de la empresa para obtener los objetivos.

3.9 Elementos de organización

Este es el primer paso para establecer un sistema de organización en la empresa en los objetivos de la empresa y los de sus áreas funcionales concuerden y se complementen.

- Procesos Operativos Funcionales de la Empresa
- Descripción de Puestos
- Definición del perfil del puesto
- Funciones específicas de un puesto
- Administración de sueldos y salarios
- Marco Legal de la Organización