

**MAPA CONCEPTUAL : UNIDAD III
IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO.
TALLER DEL EMPRENDEDOR
LIC. CESAR ALFREDO ESCOBAR**

**PRESENTA EL ALUMNO:
EYMI DARLENI ROBLERO GUZMAN**

**GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:
9no. Cuatrimestre "B" enfermería semiescolarizado**

Frontera Comalapa, Chiapas a 13 de junio del 2020.

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

El mercado

PRODUCCION

Se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa.

Resultado final de un proceso

Objetivos del Marketing

Estudio del mercado

Objetivos del área

Lograr con el producto o servicio

Medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico

Las 4p's

La transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos

Distribución y puntos

Dos tipos

En términos de

Objetivo

En la distribución se deben escoger rutas, incrementar a un número mayor de clientes. potenciales.

Bienes industriales y bienes de consumo.

Ventas, distribución y posicionamiento en el mercado.

Para lograr el producto o servicio que planea ofrecer, la cual le permitirá tomar decisiones respecto al precio, presentación y distribución del producto

Aspectos como:

Se clasifica en

Investigación del mercado

Encuesta tipo

Costo de distribución control, convivencia para el consumo, capacidad de la empresa para la distribución

Servicio comerciales y servicio profesionales

Se utiliza como una herramienta valiosa obtención de la información

Empresa se traducan a preguntas claras, concretas, que no impliquen cálculos complicados, sean breves y arrojen la información que busca.

Tamaño del mercado

Demanda potencial

Promoción del producto son:

Elementos de producción

Simplicidad y practicidad, Confiabilidad, Calidad.

El siguiente paso del plan de negocios es buscar, de manera objetiva y con base en fuentes de información confiables.

Proyete el crecimiento promedio del mercado en el corto, mediano y larao plazos

Aplicación

La forma correcta para asegurar que la información que obtendrá sea

Publicidad, periódico, radio y volantes.

Descripción

Consumo aparente

se hace identificando el número de clientes potenciales

Hay que tabularla y referirla a la población, conclusiones válidas.

Resultado:

Marcas, etiqueta y empaque.

Promoción de ventas

Determinar todas las actividades requeridas, Organizar las actividades de manera secuencia y establecer los tiempos requeridos para llevar a cabo cada actividad.

La fijación del precio es de suma importancia, ya que el precio influye en la percepción que. Las políticas de u a empresa: determinan la fijación del precio de introducción en el mercado, así como los descuentos por compra en volumen o pronto pago, promociones, comisiones, ajustes de acuerdo con la demanda, tiene el consumidor final sobre el producto o servicio

Fijación y políticas

Características de la tecnología, Equipo e instalaciones, Materia prima y sus necesidades Identificación de proveedores y cotizaciones, Capacidad instalada, Ubicación de la empresa, Diseño y distribución de planta y oficinas, Programa de producción

