



NOMBRE DEL ALUMNO:

YESENIA SAMYOA

NOMBRE DEL PROFESOR:

LIC. JEZABEL IVONNE SILVESTRE

NOMBRE DEL TRABAJO:

CUADRO SINOPTICO

MATERIA:

TALLER DEL EMPRENDEDOR

GRADO: 9CUATRIMESTRE

GRUPO: "A"

FRONTERA COMALAPA CHIAPAS A 17 DE OCTUBRE DEL 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

promoción, la distribución y la venta de bienes y servicios que ofrece

Objetivos del Marketing

objetivos del área de marketing es necesario definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas

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),

Investigación del mercado

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

Tamaño del mercado

para ello se requiere obtener algunos detalles de los futuros clientes: edad, sexo, estado civil, ingreso mensual, etcétera

Es decir, se debe establecer el segmento de mercado donde operará la empresa

Consumo aparente

segmento representa; esto se hace identificando el número de clientes potenciales

Estudio del mercado

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 Es necesario conocer en forma directa al cliente, en especial los aspectos relacionados con el producto o servicio

Encuesta tipo

es conveniente evaluar el mercado a través de la encuesta para obtener información

Aplicación de la encuesta

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

Una vez que aplicó la encuesta y obtuvo la información requerida, hay que tabularla y referirla

a la población total de clientes potenciales para obtener conclusiones válidas y confiables

respecto a la factibilidad de mercado del producto o servicio de la empresa,

Conclusiones del estudio realizado

La conclusión del estudio de mercado es la interpretación de los datos obtenidos, proyectada a condiciones potenciales de desarrollo de la empresa

Las 4 P's

Distribución y puntos de venta

Cada paso del proceso de distribución posibilita incrementar la distribución a un mayor número de clientes potenciales;

Promoción del producto o servicio

A partir de un adecuado programa de promoción, puede dar a conocer un producto o servicio, incrementar su consumo, etcétera

Publicidad

es una serie de actividades necesarias para hacer llegar un mensaje al mercado meta

Promoción de ventas

debe llevarse a cabo para que el cliente ubique al producto o servicio de la empresa en el mercado

Una **marca** es un nombre, término, signo, símbolo o diseño, o combinación de todos estos elementos, que identifica

Los bienes y/o servicios que ofrece una empresa

Las **etiquetas** no sólo son exigidas por ley, sino que pueden jugar un papel importante en la imagen que el consumidor se haga del producto

el **empaque** muestre el nombre del fabricante y la marca, el recipiente también debe servir como medio publicitario

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

Fijación y políticas de precios

es de suma importancia, ya que el precio influye en la percepción que tiene el consumidor final sobre el producto o servicio

Producción

Resultado final de un proceso de producción que representa un satisfactor para el consumidor

Objetivos del área de producción

La transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores es la producción

Elementos de producción

Descripción del proceso de producción o prestación del servicio

Este proceso debe quedar establecido en forma clara, de modo que permita a los trabajadores obtener el producto deseado con un uso eficiente de los recursos necesarios

Equipo e instalaciones El proceso productivo permite determinar las actividades a realizar

Materia prima Independientemente del giro de la empresa es necesario contar con los insumos que apoyan el proceso productivo o la prestación del servicio

Necesidades de materia prima La materia prima se refiere a los elementos, partes o sustancias de las que está compuesto el producto de la empresa o a los insumos necesarios para prestar un servicio

La capacidad instalada se refiere al nivel máximo de producción que puede llegar a tener una empresa

El 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

El 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 que se dispone y asigna el trabajo entre personal de la empresa eficientemente los objetivos propuestos

Elementos de la organización

Estructura organizacional es el primer paso para establecer el sistema de la organización

funciones específica por puesto En el punto anterior del plan se mencionaron las funciones generales de cada