



Nombre del alumno: Lisbeth Pérez López.

Nombre del profesor: Ivonne Jezabel Silvestre.

Nombre del trabajo: Super Nota.

Materia: Taller del emprendedor.

PASIÓN POR EDUCAR

Grado: Noveno semestre.

Grupo: "A"

Frontera Comalapa Chiapas a 13 de junio del 2021.

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, de forma tal que permitan crear un intercambio (entre empresa y consumidor) que satisfaga los objetivos de los clientes y de la propia organización.

Consumidor



Empresa



- ❖ **Objetivos del marketing:** Definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de venta, distribución y posicionamiento en el mercado. Se debe de 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 piensa lograr los objetivos.



Objetivos del
marketing

En el área de marketing abarca una serie de actividades a realizar entre las que se encuentran las siguientes:

- Desarrollar una investigación del mercado (número de clientes, potenciales, consumo aparente, demanda potencial, etc.), especialmente si no se contó con la información completo y detallada al elaborar el plan de negocios.
- Elaborar un análisis de la competencia (o complementarlo, si es necesario).
- Llevar a cabo el estudio de mercado.
- Establecer el sistema de distribución (generar los acuerdos necesarios para subcontratar el servicio de distribución o adquirir los recursos necesarios, por ejemplo: camionetas, y planear el sistema de distribución).
- Definir la publicidad de la empresa (contratar el servicio de diseño y generar los materiales correspondientes para llevar a cabo el proceso de publicidad).
- Diseñar etiquetas, anuncios, logotipo, eslogan, nombre comercial, etc.
- Definir el sistema de promoción (contratar el servicio de diseño y generar los materiales correspondientes, así como establecer los acuerdos necesarios para llevar a cabo este proceso).
- Diseño del empaque del producto (si lo hay).



Investigación del mercado:

Las decisiones que se tomen en el área de marketing y en otras áreas de la empresa, deben buscar la satisfacción del cliente; para lograrlo es necesario conocer sus necesidades y como pueden satisfacerse.

❖ **Tamaño de mercado:** El siguiente paso del plan de negocios es buscar de manera objetiva y con base en fuentes de información confiables, cuantos clientes posibles puede tener la empresa, donde están y quienes son; para ello se requiere obtener algunos detalles de los futuros clientes: edad, sexo, estado civil, ingreso mensual, etc. Es decir, se debe establecer el segmento de mercado donde operara la empresa.

➤ **Demanda potencial:** Si cuenta con un calculo del consumo aparte actual del mercado, le será fácil determinar el consumo potencial del producto o servicio de la empresa, simplemente proyecte el crecimiento promedio del mercado en el corto, mediano y largo plazo.



Es muy importante que, al inicio de emprender un negocio, checar en qué estado se encuentra el mercado.

Estudio de mercado: Es el medio para recopilar, registrar y analizar datos en recolección 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 (opinión sobre el

producto, que precio esta dispuesto a pagar, etc.), para lo cual se recomienda hacer un estudio de mercado, a través de una encuesta o entrevista.

Asimismo, puede investigar la frecuencia de consumo del producto o servicio. A continuación, veremos los siguientes puntos:

- ✚ Encuesta tipo.
- ✚ Aplicación de la encuesta.
- ✚ Resultados obtenidos.
- ✚ Conclusiones del estudio realizado.



Distribución y puntos de venta: Es necesario determinar como hacer llegar los productos al mercado. Para ello se deben escoger rutas mediante las cuales, de la manera mas eficiente posible, se transporte el producto desde el centro de producción hasta el consumidor.

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

El objetivo del área de producción es la transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores es la producción. Tales productos pueden ser bienes o servicios.

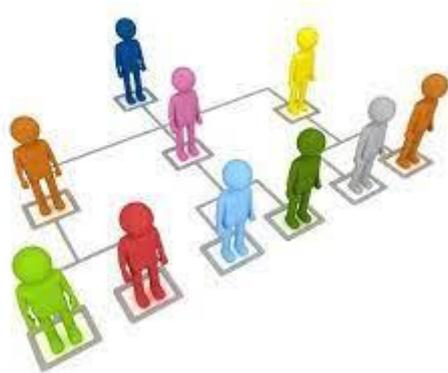
Los elementos de producción cumplen con varias características:

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



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: Se deben establecer los objetivos del área de acuerdo con las metas empresariales y del resto de las áreas que la conforman.



Plan de trabajo: Consiste básicamente en asignar tiempos, responsables, metas y recursos a cada actividad de la empresa, de tal manera que sea posible cumplir con los objetivos que se ha trazado y preparar todo lo necesario para el inicio de las operaciones.



Costos y gastos: El costo es cualquier cantidad de dinero que se debe erogar para pagar lo que se requiere en la operación de la empresa, no tiene como fin la ganancia, en tanto que el gasto si se desembolsa con el objetivo de obtener utilidades.



Resumen ejecutivo: Es el concentrado de la información sobresaliente de cada una de las áreas del plan de negocio. Un buen resumen ejecutivo debe ser claro, conciso y explicativo.

