



Nombre de la alumna: Beyra Alejandra
Ovando Flores.

Nombre del profesor: Jezabel Ivonne Silvestre
Montejo.

Nombre del trabajo: Super Nota.

Materia: Taller del emprendedor.

Grado: Noveno Cuatrimestre.

Grupo: "C"

Frontera Comalapa, Chiapas a 13 de junio de 2021

Implementar el modelo de negocio



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.



OBJETIVOS DEL MARKETING: Es lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado.



TAMAÑO DEL MERCADO: Es buscar, de manera objetiva y con base en fuentes de información confiables, cuántos clientes posibles puede tener la empresa, dónde están y quiénes son; para ello se requiere obtener algunos detalles de los futuros clientes.



INVESTIGACIÓN DEL MERCADO: Es necesario conocer sus necesidades y cómo pueden satisfacerse. La investigación de mercado se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información.



CONSUMO APARENTE: Identificando el número de clientes potenciales, así como del consumo que se estima hagan del producto o servicio que la empresa ofrece.



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.





COSTOS Y GASTOS: Realiza proyecciones o planeaciones de un negocio.



RESUMEN EJECUTIVO: Es el concentrado de la información sobresaliente de cada una de las áreas del plan de negocios.



MODELOS DE NEGOCIOS: Crea, captura y entrega valor, ya sea económica o social, al cliente.