

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

PPROFE: KARINA MARICRUZ PÈREZ GUILLÈN
PAULINA MONSERRATH CÁRDENAS GUILLÉN



3.1 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.

OBJETIVOS DE MARKETING

01

CORTO PLAZO

Equivalente a seis meses

02

MEDIANO PLAZO

UN AÑO

03

LARGO PLAZO

2 AÑOS A MÁS

04

INV. DE MERCADO

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

05

TAMAÑO DEL MERCADO

cuántos clientes posibles puede tener la empresa, dónde están y quiénes son; para ello se requiere obtener algunos detalles de los futuros clientes: edad, sexo, estado civil, ingreso mensual, etcétera.

06

ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es el medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos.

PROMOCION DEL PRODUCTO O SERVICIO

Promover es, en esencia, un acto de información, persuasión y comunicación, que incluye varios aspectos de gran importancia, como la publicidad, la promoción de ventas, las marcas e, indirectamente, las etiquetas y el empaque.



MARCAS Y EMPAQUE



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 y señala una clara diferencia con los de su competencia.

Se le llama etiqueta a las formas impresas que lleva el producto para dar información al cliente acerca de su uso o preparación. 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

¿CÓMO SE CONSTITUYE LEGALMENTE UNA EMPRESA?

- Número de socios que desean iniciar el negocio.
- Cuantía del capital social (aportaciones por socio).
- Responsabilidades que se adquieren frente a terceros.
- Gastos de constitución de la empresa.
- Trámites a realizar para implantarla legalmente.
- Obligaciones fiscales que se deberán afrontar.
- Diferentes responsabilidades laborales que se adquieren.