



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

LICENCIATURA EN NUTRICION

MATERIA: TALLES DEL EMPRENDEDOR

ACTIVIDAD: CUADRO SINOPTICO

DOCENTE: ING. EDUARDO ARREOLA JIMENEZ

ALUMNO: MICHELL E. RAMON BORRALLEZ

9° CUATRIMESTRE

TAPACHULA, CHIAPAS A; 9 DE JULIO DEL 202

IMPLANTACION DE 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, así como de la definición del producto o servicio

Objetivos de marketing

Dentro de los objetivos del área de marketing es necesario definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado

Investigación de mercado

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

Tamaño de mercado

El siguiente paso del plan de negocios 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

Consumo aparente

esto se hace identificando el número de clientes potenciales, así como del consumo que se estima hagan del producto o servicio que la empresa ofrece, con base en sus hábitos de compra

Demanda potencial

Si cuenta con un cálculo del consumo aparente (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 plazos.

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.

Pasos para realizarlo

Encuesta tipo

Es muy importante que los datos que se quieren conocer respecto al mercado potencial de la empresa se traduzcan a preguntas claras, concretas, que no impliquen cálculos complicados, sean breves y arrojen la información que busca

Aplicación de la encuesta

No basta con diseñar el instrumento (encuesta) adecuado, sino que también resulta necesario aplicarlo. Por esto se necesita determinar cómo, dónde y cuándo se va a realizar, además de quién la aplicará.

Resultados obtenidos

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

Las 4 P's

La mezcla de mercadotecnia, también llamadas las 4p's del marketing o Marketing Mix, representan los cuatro pilares básicos de cualquier estrategia de marketing: Producto, Precio, Plaza y Promoción.

Producto

El Producto sirve para que tu equipo entienda y defina cuáles atributos y características tiene lo que se está ofreciendo

Precio

Como sabes, el precio es el valor monetario del mismo. Es decir, la cantidad a pagar cuando quieres adquirir un determinado producto u servicio.

Punto de venta

El lugar donde se podrá obtener el producto o servicio, ya sea offline u online.

Promoción

Momento en el que se presenta el producto o servicio al público con el objetivo de persuadirlo.

Producción

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

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. Tales productos pueden ser bienes o servicios