



**UNIVERSIDAD DEL SURESTE**  
**ESCUELA DE MEDICINA**



**MATERIA:**

**Seminario de tesis**

**CUADRO SINOPTICO**

**DOCENTE: Lic. Gladis Adilene Hernández López**

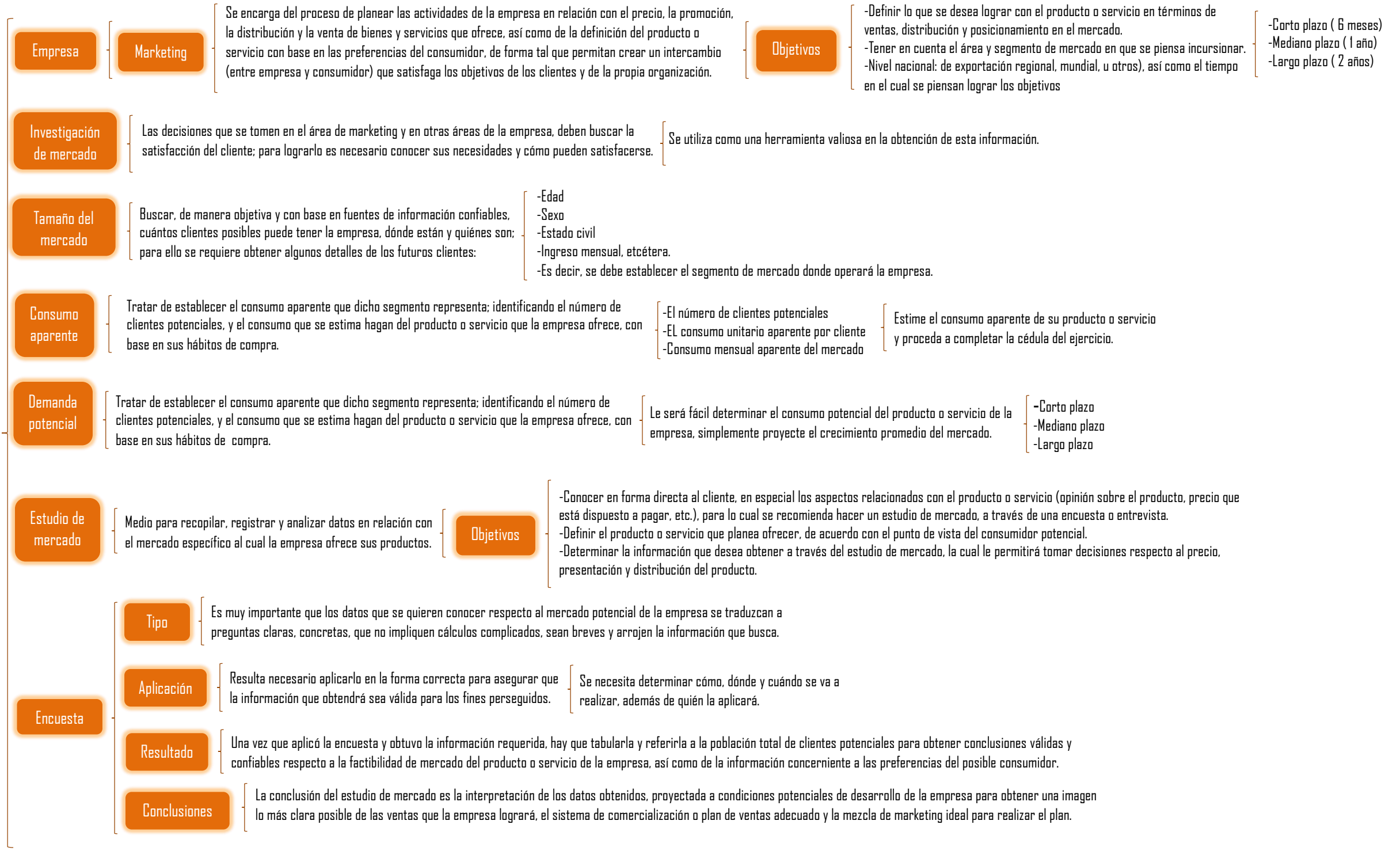
**PRESENTA: Heydi Antonia Coutiño Zea**

**8 -“B”**

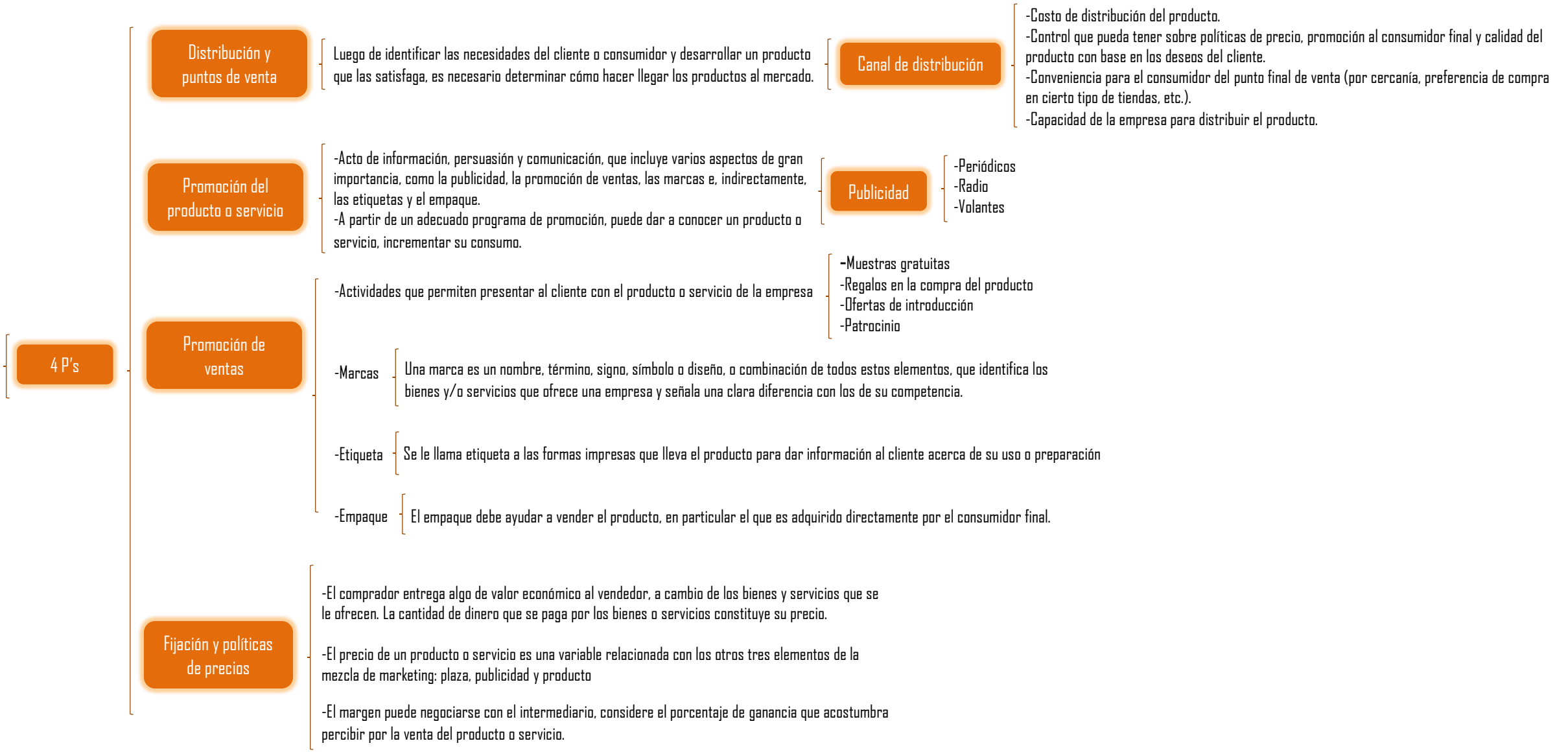
**LUGAR Y FECHA:**

**COMITÁN DE DOMÍNGUEZ, CHIAPAS A 15 DE MARZO DE 2023.**

IMPLEMENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO



# IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO



## 4 P's

### Distribución y puntos de venta

Luego de identificar las necesidades del cliente o consumidor y desarrollar un producto que las satisfaga, es necesario determinar cómo hacer llegar los productos al mercado.

#### Canal de distribución

- Costo de distribución del producto.
- Control que pueda tener sobre políticas de precio, promoción al consumidor final y calidad del producto con base en los deseos del cliente.
- Conveniencia para el consumidor del punto final de venta (por cercanía, preferencia de compra en cierto tipo de tiendas, etc.).
- Capacidad de la empresa para distribuir el producto.

### Promoción del producto o servicio

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

#### Publicidad

- Periódicos
- Radio
- Volantes

### Promoción de ventas

-Actividades que permiten presentar al cliente con el producto o servicio de la empresa

- Muestras gratuitas
- Regalos en la compra del producto
- Ofertas de introducción
- Patrocinio

-Marcas { 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.

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

-Empaque { El empaque debe ayudar a vender el producto, en particular el que es adquirido directamente por el consumidor final.

### Fijación y políticas de precios

- El comprador entrega algo de valor económico al vendedor, a cambio de los bienes y servicios que se le ofrecen. La cantidad de dinero que se paga por los bienes o servicios constituye su precio.
- El precio de un producto o servicio es una variable relacionada con los otros tres elementos de la mezcla de marketing: plaza, publicidad y producto
- El margen puede negociarse con el intermediario, considere el porcentaje de ganancia que acostumbra percibir por la venta del producto o servicio.

**Bibliografía:**

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/biblioteca/9c1de7643f7fd562978e560f870eabcb.pdf>