



Mi Universidad

Súper Nota

Nombre del Alumno: Xochilt Cilalli Mellanes Vargas

Nombre del tema: Implantación Del Modelo De Negocio

Parcial: Unidad III

Nombre de la Materia: Taller Del Emprendedor

Nombre del profesor(a): Ingrid Paola Domínguez de León

Nombre de la Licenciatura: Derecho

Cuatrimestre: Noveno

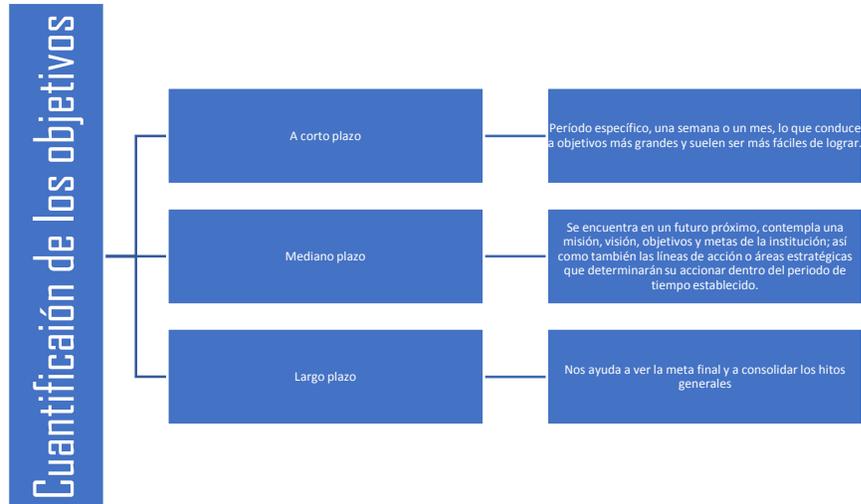
Tuxtla Gutiérrez, Chiapas a 10 de Junio de 2023

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

INTRODUCCIÓN

Para tener claro que es un modelo de trabajo, necesitamos conocer sus generalidades como su mercado, su Objetivos del Marketing, Investigación del mercado, Estudio del mercado y Las 4 P's. Así como lo que se refiere a la ejecución o puesta en acción de todas las actividades y tareas correspondientes al plan de negocio para hacer realidad el negocio.





Herramienta para la análisis, difusión y sistemático de la con el fin de mejorar la estratégicas



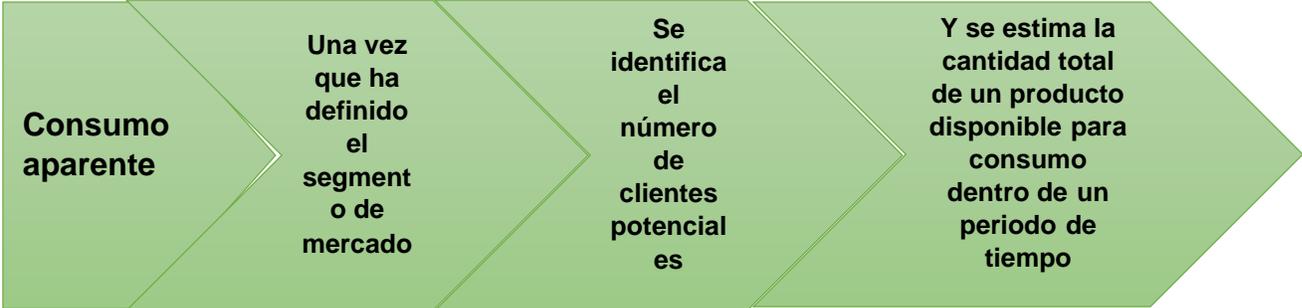
identificación, acopio, aprovechamiento información de mercados toma de decisiones

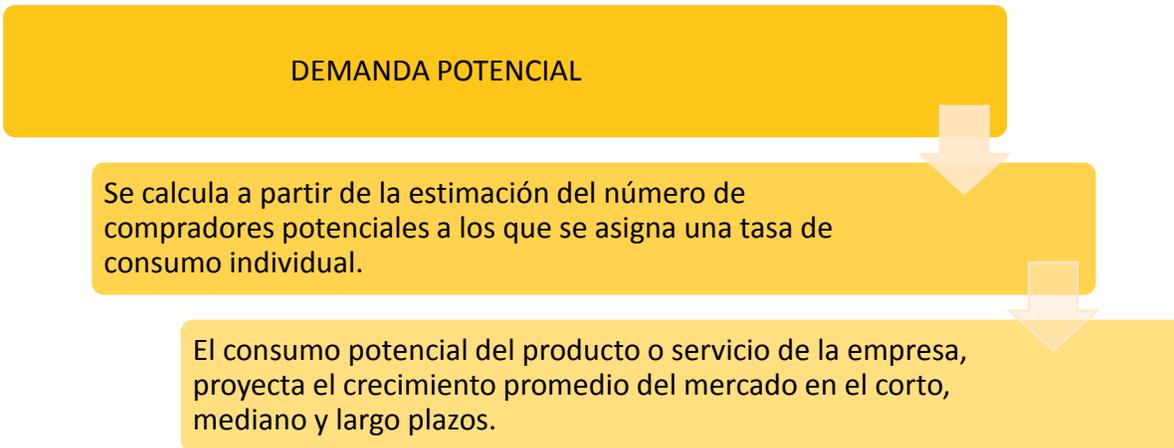
- La investigación de mercado se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información.

TAMAÑO DEL MERCADO

Cantidad máxima de ingresos que puedes generar vendiendo tus productos o servicios a los clientes potenciales que se beneficiarían realmente de la compra de tus soluciones.

Se debe establecer el segmento de mercado donde operará la empresa.





Conjunto de acciones que una empresa utiliza a nivel comercial para obtener información actualizada sobre las necesidades de sus consumidores.

Objetivo del estudio de mercado

- Te permiten conocer cuántos individuos o empresas desarrollan la actividad económica que pretendes desarrollar con tu proyecto productivo.
- Para lograr lo anterior, debe definir el producto o servicio que planea ofrecer, de acuerdo con el punto de vista del consumidor potencial.



Aplicación de la encuesta

- Se necesita determinar cómo, dónde y cuándo se va a realizar, además de quién la aplicará.
- Es recomendable evaluar si la encuesta está bien diseñada.

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

Encuesta tipo

- Los datos que se quieren conocer respecto al mercado potencial de la empresa se traduzcan a preguntas claras, concretas.
- Es conveniente evaluar el mercado a través de la encuesta para obtener información.

Conclusiones del estudio realizado

- Es la interpretación de los datos obtenidos.
- Proyectada a condiciones potenciales de desarrollo de la empresa para obtener la mezcla de marketing ideal para realizar el plan.

Las 4 P's

DISTRIBUCIÓN Y PUNTOS DE VENTA



PROMOCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

Publicidad	Periódicos	Cubren con su circulación un territorio geográfico seleccionado y llegan a personas de prácticamente todos los estratos económicos.
	Radio.	Es accesible a todo lo largo y ancho de los países
	Volantes.	Son distribuidos por representantes de la empresa, de puerta en puerta, o en puntos de reunión del segmento de mercado seleccionado, etcétera
Promoción de ventas	Marcas	Es un nombre, término, signo, símbolo o diseño, o combinación de todos estos elementos, que identifica los bienes
	Etiqueta	Formas impresas que lleva el producto para dar información al cliente acerca de su uso o preparación.
	Empaque	No basta que el empaque muestre el nombre del fabricante y la marca, el recipiente también debe servir como medio publicitario

	Fijación y políticas de precios	<ul style="list-style-type: none"> -Precio influye en la percepción que tiene el consumidor final sobre el producto o servicio. -Las políticas de precios de una empresa determinan la fijación del precio de introducción en el mercado -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.
--	---------------------------------	--

CONCLUSION

Como modelo de negocios entendimos que es un instrumento que permite tener claridad en el modo por el cual se ofrece una solución a una necesidad del mercado. Estos modelos tienen que ser claros y definir las estrategias que deben emplearse en la búsqueda de los objetivos de un negocio, para tener un éxito.

Ahora bien, la implantación es un proceso mediante el cual se integra un modelo de aprendizaje automático en un entorno de producción existente para obtener decisiones comerciales efectivas basadas en datos.

Por eso fue importante conocer como hacer un estudio completo para su buen desarrollo.