



## **SUPER NOTA**

**Nombre del Alumno: Edwin Alfredo González Gómez**

**Nombre del tema: IMPLEMENTACION DEL MODELO DE  
NEGOCIO**

**Parcial: 1**

**Nombre de la Materia: TALLER DEL EMPRENDEDOR**

**Nombre del profesor: INDRID PAOLA DOMINGUEZ DE  
LEON**

**Nombre de la Licenciatura: Trabajo social y  
Gestión comunitaria**

**Cuatrimestre: 9**

# IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

## 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.



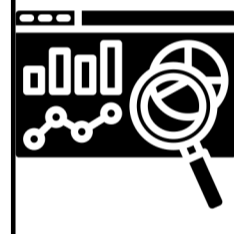
## OBJETIVOS DEL MARKETING

Es lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado. Se debe tener en cuenta el área y segmento de mercado y el tiempo.



## INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

La investigación de mercado se utiliza como una herramienta valiosa para obtener información, esto para conocer las necesidades del cliente y cómo pueden satisfacerse.



## TAMAÑO DEL MERCADO

Se debe establecer el segmento de mercado donde operará la empresa como:

- Cuantos clientes - Sexo
- Donde se localizan - Edad
- Quienes son - Ingresos



## CONSUMO APARENTE

Esto nos permitira estimar lo consumido por una población en un tiempo determinado, utilizando para esto los valores de producción y de comercio internacional (importaciones y exportaciones)



## DEMANDA POTENCIAL

Determinar el consumo potencial del producto o servicio de la empresa, simplemente proyectando el crecimiento promedio del mercado en el corto, mediano y largo plazos.



Referencias:

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LTS/7eb5fa94e42506bef2503fe099dc7b75-LC-LTS905%20TALLER%20DEL%20EMPRENDEDOR.pdf>

# IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

## ESTUDIO DEL 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.



Pintura

## OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO

Es necesario conocer en forma directa al cliente sobre el producto o servicio de diferentes aspectos de ellos, esto mediante a través de una encuesta o entrevista.



## LAS 4 P'S

### PRECIO

- Demostrar por qué el valor del producto coincide con su precio.



### PRODUCTO

- Comunicar lo que el producto proporcionará al cliente.



### PUNTOS DE VENTA

- Aparecer en los puntos de venta donde el público objetivo de la empresa frecuente.



### PROMOCIÓN

- Usar estrategias de promoción efectivas para llegar a los clientes potenciales.



Referencias:

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LTS/7eb5fa94e42506bef2503fe099dc7b75-LC-LTS905%20TALLER%20DEL%20EMPREENDEDOR.pdf>