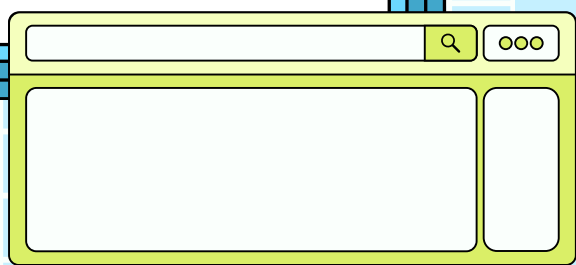
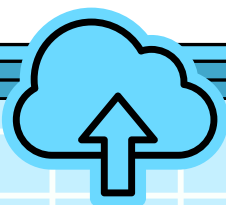


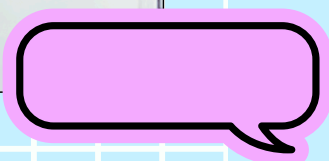


# IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO




## 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



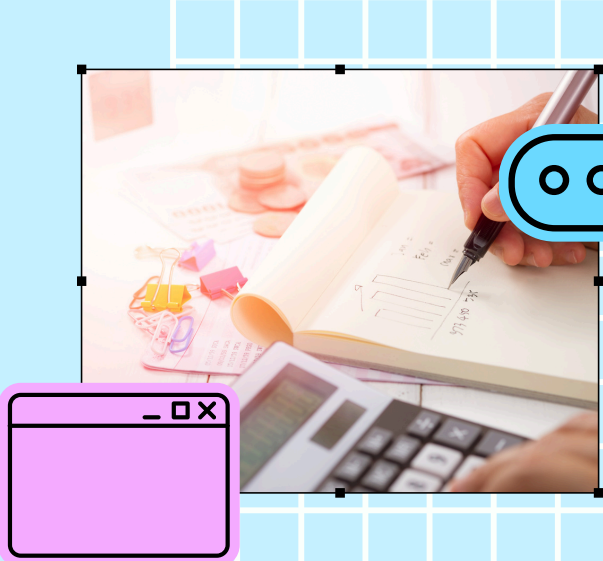
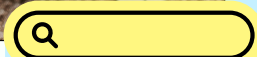
## OBJETIVOS DEL MARKETING

Definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado.



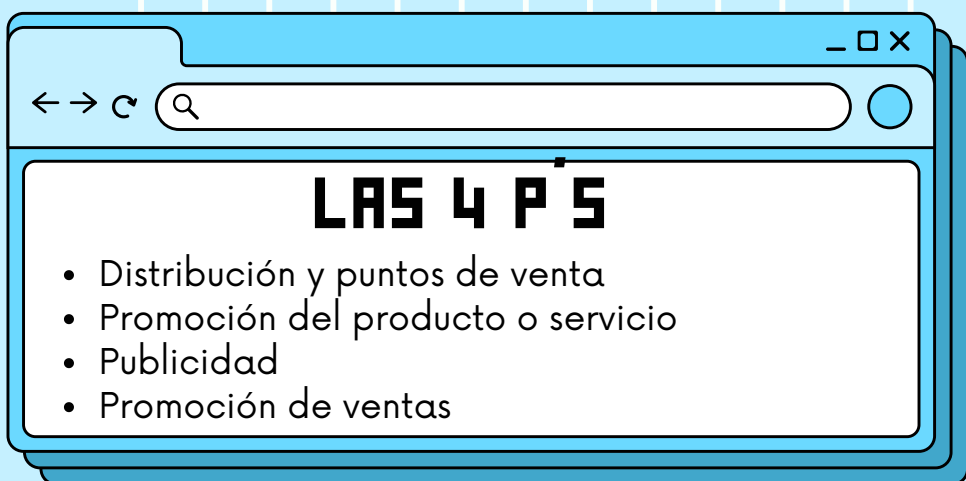
## INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

Se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información.



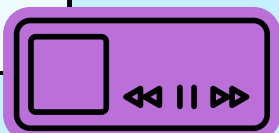
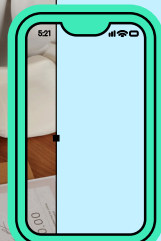
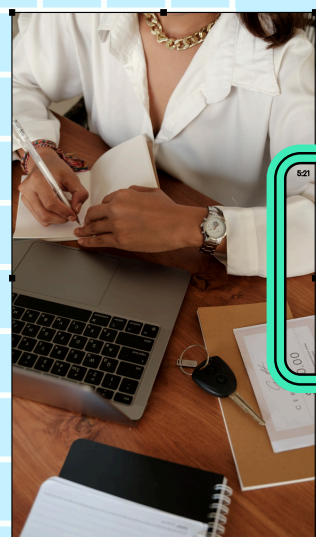
## ESTUDIO DEL MERCADO

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



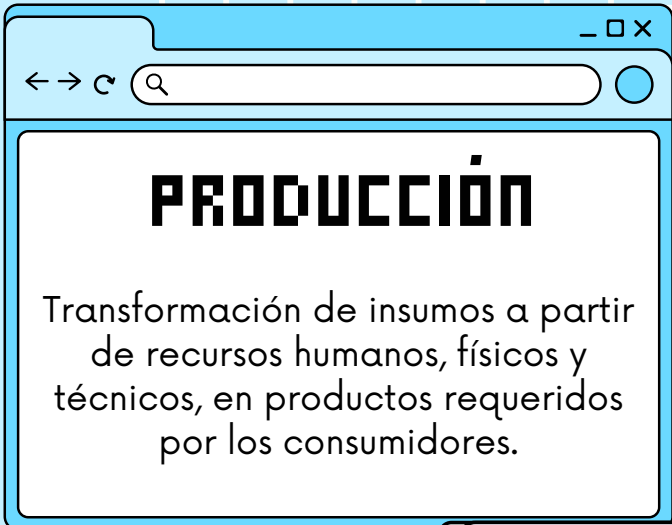
## LAS 4 P'S

- Distribución y puntos de venta
- Promoción del producto o servicio
- Publicidad
- Promoción de ventas



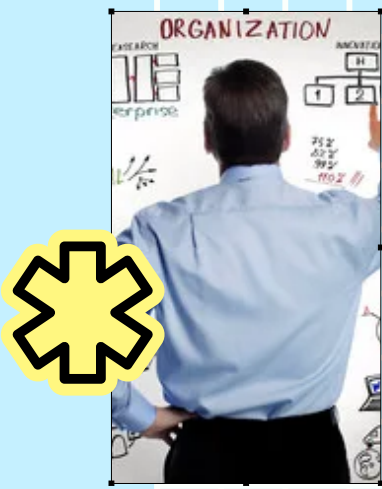


# IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO



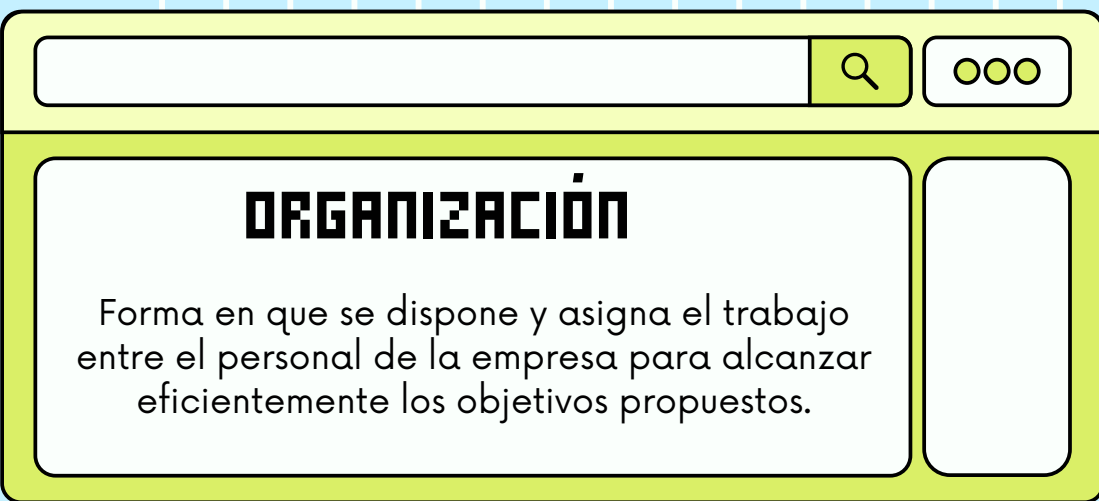
## PRODUCCIÓN

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




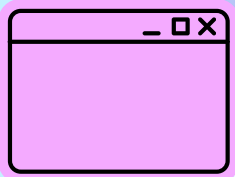
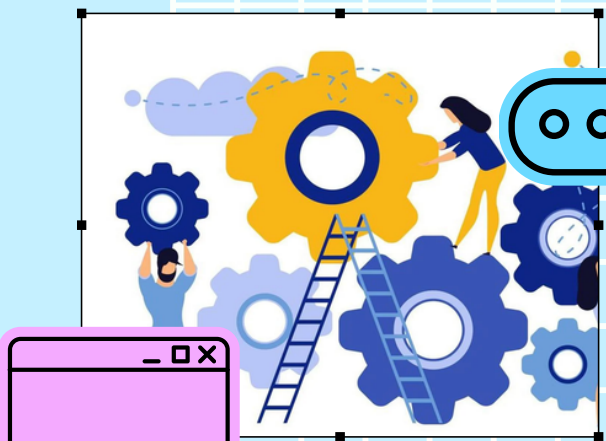
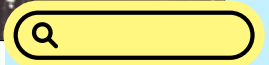
## ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO O SERVICIO

- Especificaciones del producto o servicio
- Descripción del proceso de producción o prestación de servicio
- Características de la tecnología



## ORGANIZACIÓN

Forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa para alcanzar eficientemente los objetivos propuestos.



## ELEMENTOS DE ORGANIZACIÓN

- Estructura organizacional
- Funciones específicas por puesto
- Administración de sueldos y salarios
- Marco legal de la organización

