



Alumno: Fernando Morales

Profesor: Diego Loyo

Materia: Taller del emprendedor

Trabajo: Súper nota

Licenciatura: Medicina veterinaria y  
zootecnia

Cuatrimestre : 9

# IMPLEMENTACIÓN MODELO DE NEGOCIO



## El mercado

Está constituido por usuarios empresariales, organizaciones que compran bienes y servicios con uno de los siguientes fines, para producir bienes, para revender a otros usuarios empresariales, para realizar las actividades de la organización



## Estudio del mercado

Es una investigación para analizar la viabilidad comercial y económica de una idea, un proyecto empresarial, un producto o servicio. Se trata de anticipar las respuestas de los clientes potenciales y de la competencia

# 4 P

## Las 4p

Son los 4 elementos en los que se basa el funcionamiento del marketing.

**Producto:** Es el valor de la idea o del servicio, tiene como objetivo satisfacer las necesidades de los clientes.

**Precio:** Cantidad de dinero que el consumidor debe pagar para adquirir el producto.

**Punto de venta:** Es el medio por el cual el producto llega al cliente.

**Promoción:** Hace referencia a las acciones que tu empresa realiza para dar a conocer tu producto



## Producción

Conjunto de diversos procesos a los cuales es sometida la materia prima para transformarla, con el fin de elaborar un producto destinado a la venta.



## Elementos de producción

Especificación del producto o servicio, descripción del proceso de producción o prestación del servicio, características de la tecnología, equipo e instalaciones, materia prima, necesidades de materia prima, identificación de proveedores y cotizaciones, capacidad instalada, ubicación de la empresa, programa de producción,



## Organización

Se centra en la organización, realizando la estructuración e integración de las unidades orgánicas y los recursos de la empresa ya sean materiales, financieros, humanos y tecnológicos.

# IMPLEMENTACIÓN MODELO DE NEGOCIO



## Bibliografía

fundamentos de mercadotecnia (Philip Kotler, Prentice Hall)

Manual de la mercadotecnia (Philip Kotler, Tomo1, Prentice Hall)

Fundamentos de marketing (William Stanton)