



**Nombre del alumno: Juana Beatriz Francisco Francisco**  
**Nombre del profesor: ANA LAURA CULEBRO TORRES**  
**Nombre del trabajo: Cuadro sinóptico 3.1, 3.2, 3,3 y 3.4.**  
**Materia: Taller del emprendedor.**  
**Grado: 9 cuatrimestre**  
**Grupo: A**

PASIÓN POR EDUCAR

Comitán de Domínguez Chiapas a 09 de julio de 2021.

# Implantación del modelo de negocios

## 3.1. El mercado

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.

## 3.2 Objetivos del Marketing

Es necesario definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado

### Ejemplos

#### Objetivo de republica

- Corto plazo (1 año)

Se planea abarcar 13% del mercado actual de publicidad y sistemas de información por internet.

- Mediano plazo (3 años )

Un crecimiento de 100% del mercado, situación que se planea aprovechar al incrementar la fuerza de ventas

- Largo plazo (5 años )

Crecimiento del 18% del mercado abarcado en el mediano plazo.

## 3.3 Investigación del mercado

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

- Tamaño del mercado

Buscar, de manera objetiva y en fuentes de información confiables, cuántos clientes posibles puede tener la empresa, dónde están y quiénes son

Edad, sexo, estado civil, ingreso mensual,

- Demanda potencial

- ❖ Cálculo del consumo aparente (actual) del mercado

- ❖ le será fácil determinar el consumo potencial del producto o servicio de la empresa

- ❖ Proyecte el crecimiento promedio del mercado en el corto, mediano y largo plazos.

## 3.4 Estudio del mercado

### Concepto

- Es necesario conocer en forma directa al cliente, en especial los aspectos relacionados con el producto o servicio

### Objetivo del estudio de mercado

- Es necesario definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado

### Encuesta tipo

- ❖ Se pretende aplicar debe ser cuidadosamente planeada.
- ❖ Se traduzcan a preguntas claras, concretas, que no impliquen cálculos complicados, sean breves y arrojen la información que busca.
- ❖ Es conveniente evaluar el mercado a través de la encuesta para obtener información.

### Aplicación de la encuesta

- ❖ Resulta necesario aplicarlo en la forma correcta para asegurar que la información que obtendrá sea válida para los fines perseguidos.
- ❖ Necesita determinar cómo, dónde y cuándo se va a realizar
- ❖ Es recomendable evaluar si la encuesta está bien diseñada.
- ❖ Se consigue al probarla mediante su aplicación a dos o tres personas
- ❖ Detectarán preguntas mal redactadas o confusas

### Resultados obtenidos

- ❖ Hay que tabularla y referirla a la población total de clientes potenciales para obtener conclusiones válidas y confiables respecto a la factibilidad de mercado del producto o servicio de la empresa,

### Conclusiones del estudio realizado

- ❖ es la interpretación de los datos obtenidos, proyectada a condiciones potenciales de desarrollo de la empresa para obtener una imagen lo más clara posible de las ventas que la empresa logrará.

# Bibliografía

- Laura, A. d. (s.f.). IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO. *Antología Taller del emprendedor* , Pag: 69-75.