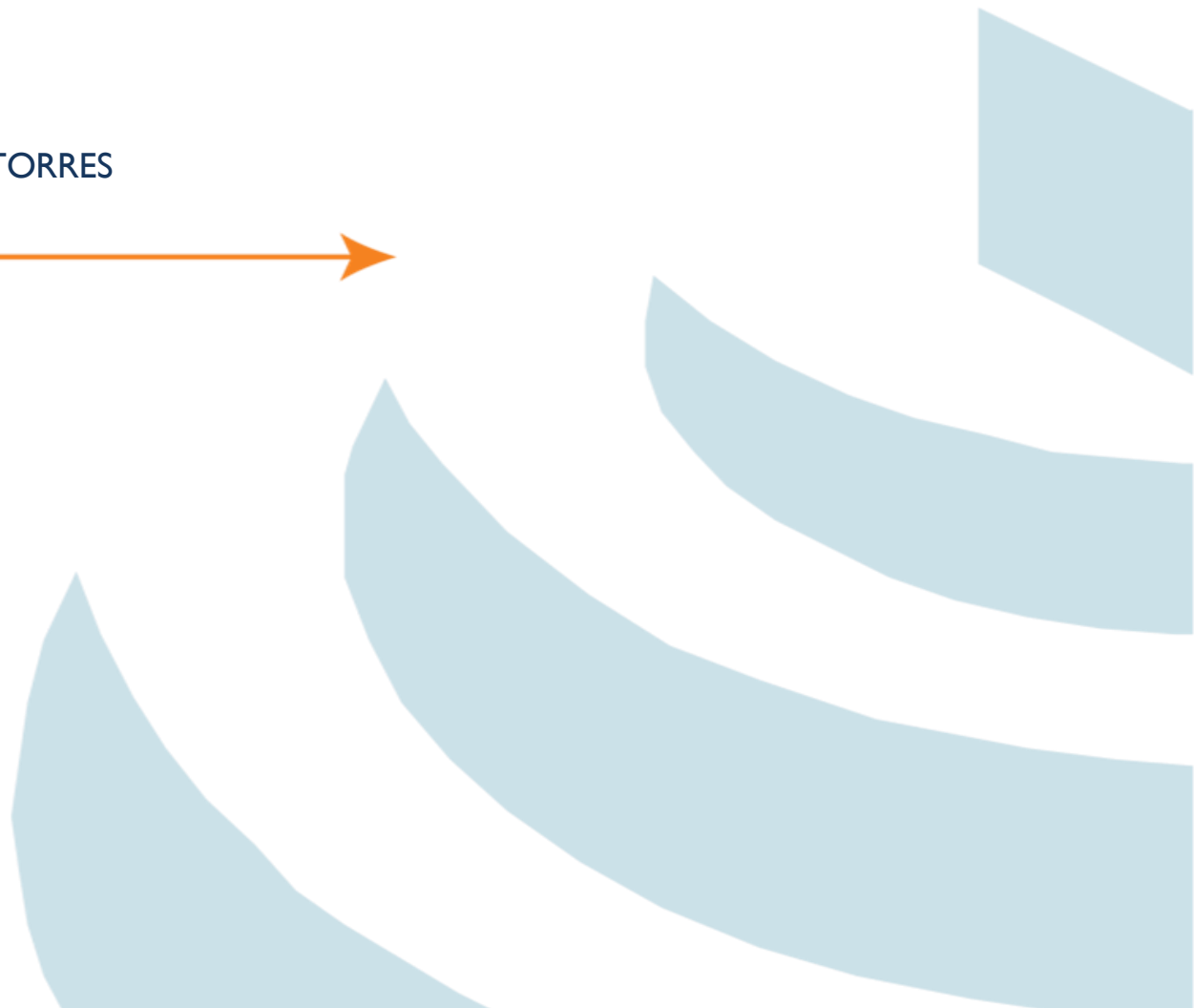


- Materia: TALLER DEL EMPRENDEDOR
- Carrera: LIC. EN ENFERMERIA
- 9° Cuatrimestre
- Alumno: LOURDES GOMEZ RAMIREZ
- Catedrático/a: LIC. ANA LAURA CULEBRO TORRES



# IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

## UNIDAD III

### 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, así como de la definición del producto o servicio con base en las preferencias del consumidor

De forma tal que permitan crear un intercambio (entre empresa y consumidor) que satisfaga los objetivos de los clientes y de la propia organización.

### Objetivos del Marketing

Dentro de los objetivos del área de marketing es necesario definir 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 en que se piensa incursionar (nivel local: colonia, sector, etc.; nivel nacional: de exportación regional, mundial, u otros), así como el tiempo en el cual se piensan lograr los objetivos.

### Investigación del mercado

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

#### Tamaño del mercado

El siguiente paso del plan de negocios es buscar, de manera objetiva y con base en fuentes de información confiables, cuántos clientes posibles pueden tener la empresa, dónde están y quiénes son;

Para ello se requiere obtener algunos detalles de los futuros clientes: edad, sexo, estado civil, ingreso mensual, etcétera. Es decir, se debe establecer el segmento de mercado donde operará la empresa.

#### Consumo aparente

Esto se hace identificando el número de clientes potenciales, así como del consumo que se estima hagan del producto o servicio que la empresa ofrece, con base en sus hábitos de compra.

#### Demanda potencial

Si cuenta con un cálculo del consumo aparente (actual) del mercado, le será fácil determinar el consumo potencial del producto o servicio de la empresa, simplemente proyecte el crecimiento promedio del mercado en el corto, mediano y largo plazos.

### 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.

#### Objetivo del estudio de mercado

Es necesario conocer en forma directa al cliente, en especial los aspectos relacionados con el producto o servicio (opinión sobre el producto, precio que está dispuesto a pagar, etc.), para lo cual se recomienda hacer un estudio de mercado, a través de una encuesta o entrevista.



©DESIGNALIKE

---

## BIBLIOGRAFIA:

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LEN/6b3109ae02a8e59f040473b5ff83a7d7-LC-LEN901.pdf>