

Nombre de la universidad

Universidad del sureste
UDS

Nombre de la materia

Taller del emprendedor

Nombre del catedrático
Ana Laura culebro.

Nombre del alumno

MALDONADO SALAZAR HEIDI YOSELIN

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, 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 de 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. { **Objetivos de marketing** {

- **Corto plazo.** { 6 meses
- **Mediano plazo.** { 1 año
- **Largo plazo.** { 2 años

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 puede 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. { **Ejemplos** {

- **Segmento de mercado.**
- **Características del segmento del mercado**

 { **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. { **Objetivos del estudio de mercados** { Para lograr lo anterior, debe definir el producto o servicio que planea ofrecer, de acuerdo con el punto de vista del consumidor potencial. { **Encuesta tipo.** { La encuesta de mercado que se pretende aplicar debe ser cuidadosamente planeada

Aplicación de la encuesta. { Es recomendable evaluar si la encuesta está bien diseñada.

Resultados obtenidos. { Aplicó la encuesta y obtuvo la información requerida.

Conclusiones de estudio realizado. { La conclusión del estudio de mercado es la interpretación de los datos obtenidos