

**MATERIA.**

Taller del emprendedor.

**TRABAJO.**

Cuadro sinóptico.

**ALUMNA.**

Perla de Belén Cáceres Rodríguez.

**CATEDRÁTICO.**

Ana Laura Culebro.

9°cuatrimestre de la licenciatura en nutrición.

Comitán de Domínguez a 05 de julio de 2021.

# 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 tal forma 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

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

### Demanda potencial

proyectar 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.

### Encuesta tipo:

La encuesta de mercado que se pretende aplicar debe ser cuidadosamente planeada.

### Aplicación de la encuesta

aplicar en la forma correcta para asegurar que la información que obtendrá sea válida para los fines perseguidos.

### Resultados obtenidos

Una vez que aplicó la encuesta y obtuvo la información requerida, hay que tabularla y referirla a la población total de clientes potenciales para obtener conclusiones válidas y confiables.

### 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

Culebro, A. L. (2021). Taller del emprendedor. Comitán de Domínguez.