



Nombre de alumno: Firidiana Dominguez Godínez

Nombre del profesor: Ana Laura Culebro

Nombre del trabajo: cuadro sinóptico

Materia: Taller del emprendedor

Grado: Noveno cuatrimestre

Grupo: "A"

Comitán de Domínguez Chiapas a 9 de junio de 2021.

**UNIDAD III
IMPLANTACIÓN DEL
MODELO DE NEGOCIO**

3.1 El mercado

El marketing se encarga de

Proceso de planear las actividades de la empresa en relación con

- ✓ Precio
- ✓ Promoción
- ✓ Distribución
- ✓ Venta de bienes y servicios

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

Lo cual

De forma tal que permitan crear un intercambio

Entre empresa y consumidor

3.2 Objetivos del Marketing

Dentro de los objetivos del área de marketing

Lo cual es

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 nacional:

Nivel local

- Colonia
- sector

Exportación regional, mundial

3.3 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

Consumo aparente

Una vez que ha definido el segmento de mercado

Se debe

Tratar de establecer el consumo aparente que dicho segmento representa

Lo cual

Esto se hace identificando el número de clientes potenciales

Demanda potencial

Si cuenta con un cálculo del consumo aparente (actual) del mercado

Se

Le será fácil determinar el consumo potencial del producto o servicio de la empresa

**UNIDAD III
IMPLANTACIÓN DEL
MODELO DE NEGOCIO**

**3.4 Estudio del
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

Para lo cual se recomienda hacer un estudio de mercado, a través de una encuesta o entrevista

Una vez que se define el producto o servicio es necesario

Necesario que la empresa determine la información que desea obtener a través del estudio de mercado

Encuesta tipo

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

Es muy importante

Que los datos que se quieren conocer respecto al mercado potencial de la empresa se traduzcan a preguntas claras, concretas

Lo cual no impliquen

Cálculos complicados, sean breves y arrojen la información que busca

Aplicación de la encuesta

Es necesario aplicarlo en la forma correcta para asegurar que la información que obtendrá sea válida para los fines perseguidos

Cómo, dónde y cuándo se va a realizar, además de quién la aplicará

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

Con

Respecto a la factibilidad de mercado del producto o servicio de la empresa

Conclusiones del estudio realizado

La conclusión del estudio de mercado

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: UNIVERSIDAD DEL SURESTE. (2021). Taller del emprendedor. Comitán de Domínguez Chiapas: UDS.