



Mi Universidad

Cuadro sinóptico

NOMBRE DEL ALUMNO: Omar Emanuel López reyes

TEMA: Implantación del modelo de negocios

PARCIAL: 3° parcial

MATERIA: Taller del emprendedor

NOMBRE DEL PROFESOR: Icel Bernardo Lepe Arriaga

LICENCIATURA: enfermería

CUATRIMESTRE: 9° cuatrimestre

Frontera Comalapa Chiapas, a 02 de julio del 2022

IMPLANTACIÓN DEL
MODELO DE
NEGOCIO

El mercado

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

Producto o servicio

Que permitan crear un intercambio (entre empresa y consumidor) que satisfaga los objetivos de los clientes y de la propia organización

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

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

El tiempo en el cual se piensan lograr los objetivos

Corto plazo

Mediano plazo

Largo plazo

Investigación del mercado

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

Tamaño del mercado

Se debe establecer el segmento de mercado donde operará la empresa

Consumo aparente

Establecer el consumo aparente que dicho segmento representa

Identificando el número de clientes potenciales
Consumo del producto o servicio que la empresa ofrece

Demanda potencial

Determinar el consumo potencial del producto o servicio de la empresa

Proyectando el crecimiento promedio del mercado en el corto, mediano y largo plazos

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

Hacer un estudio de mercado, a través de una encuesta o entrevista

Se debe definir el producto o servicio que se 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

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

Resultados obtenidos

Tabular y referir 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

Las 4 P's

Distribución y puntos de venta

Luego de identificar las necesidades del cliente o consumidor y desarrollar un producto que las satisfaga, es necesario determinar cómo hacer llegar los productos al mercado

Promoción del producto o servicio

A partir de un adecuado programa de promoción, puede dar a conocer un producto o servicio, incrementar su consumo

Promoción de ventas

Actividades que permiten presentar al cliente con el producto o servicio de la empresa