



Universidad del Sureste
Licenciatura en Medicina Humana

Nombre de la alumna: Victoria Belén de la Cruz Escobar

Nombre del profesor: Lic. Gladis Adilene Hernández López

Nombre del trabajo: “Cuadro sinóptico: Implantación del modelo de negocios”

Materia: Taller del emprendedor I

Grado: 7°

Grupo: “A”

PASIÓN POR EDUCAR

Comitán de Domínguez, Chiapas a 20 de noviembre del 2022

Implantación del modelo de negocios

El mercado

Marketing

Proceso de planear actividades de la empresa en relación

- Precio
- Promoción
- Distribución
- Venta de bienes
- Servicios

Objetivos del marketing

- Definir lo que se desea lograr
- Tener en cuenta el área y segmentos en los que se desea incursionar
- Tiempo en el cual se lograrán los objetivos
- Definir los objetivos: corto, mediano y largo

Investigación del mercado

▪ **Deben buscar la satisfacción del cliente, conocer sus necesidades**

▪ **Se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta**

▪ **Tamaño del mercado**

Buscar detalles de futuros clientes potenciales

▪ **Consumo aparente**

Establecer el consumo aparente y el número de clientes potenciales

▪ **Demanda potencial**

Cálculo del consumo aparente en los clientes

Estudio del mercado

▪ **Medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico**

Objetivo del mercado

Conocer al cliente mediante encuestas

- **Tipo:** Aplicar cuidadosamente, puesto que de ahí se obtienen las respuestas
- **Aplicación:** hay que tabularla y referirla a 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, así como de la información concerniente a las preferencias del posible consumidor
- **Conclusión de estudio:** 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, el sistema de comercialización o plan de ventas adecuado y la mezcla de marketing ideal para realizar el plan.

4 P`

▪ **Distribución y puntos de venta**

Se deben escoger rutas mediante las cuales, de la manera más eficiente posible, se transporte el producto desde el centro de producción hasta el

▪ **Promoción del producto o servicio**

un acto de información, persuasión y comunicación, que incluye varios aspectos de gran importancia, como la publicidad, la promoción de

▪ **Promoción de ventas**

el sistema de promoción de ventas, actividades que permiten presentar al cliente con el producto o servicio de la empresa; la promoción de ventas debe llevarse a cabo para que el cliente ubique al producto o servicio de la empresa en el mercado, ejemplo de estas actividades son: muestras gratuitas, regalos en la compra del producto, ofertas de introducción, patrocinio y/o participación en actividades sociales

Referencia bibliográfica

Febrero-Julio, S. (n.d.). *Taller del emprendedor*. Retrieved November 21, 2022, from

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/biblioteca/9a2cfa2ca5c306896c4a2438433b8176.pdf>