

Universidad del Sureste

Licenciatura en Medicina Humana

Materia:

Taller del emprendedor.

Trabajo:

Cuadro sinóptico (Modelo de negocio).

Docente:

Lic. Gladys Adilene Hernández

Alumno:

Ulises Osorio Contreras

Semestre y grupo:

7° "A"

Comitán de Domínguez, Chiapas a; 20 de noviembre 2022.



IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

El marketing

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

Objetivos

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.

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.

Consumo aparente

Una vez que ha definido el segmento de mercado, debe tratar de establecer el consumo aparente que dicho segmento representa;

Consumo que se estima hagan del producto o servicio que la empresa ofrece, con base en sus hábitos de compra.

Estudio de 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.

Objetivo

- Es necesario conocer en forma directa al cliente, en especial los aspectos relacionados con el producto o servicio

Encuesta

- Es conveniente evaluar el mercado a través de la encuesta para obtener información.

Resultados

- Factibilidad de mercado del producto o servicio de la empresa

Conclusión (estudio de mercado es la interpretación de los datos obtenidos).

Demanda potencial

un cálculo del consumo aparente (actual) del mercado, le será fácil determinar el consumo potencial del producto o servicio de la empresa

- Crecimiento**
- Corto
 - Mediano
 - Largo plazo

Referencia bibliográfica:



Taller del emprendedor
Séptimo Semestre

Febrero- Julio