



Mi Universidad

MAPA CONCEPTUAL

**NOMBRE DEL ALUMNO: MARÍA DHALAI CRUZ
TORRES**

TEMA: 3.1-3.4

MATERIA: TALLER DEL EMPRENDEDOR

DOCENTE: ICEL BERNARDO LEPE ARRIAGA

9NO CUATRIMESTRE

3ER PARCIAL

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

CONCEPTO

Herramienta previa al plan de negocio, cuyo objetivo es permitir conocer con claridad el tipo de negocio que se va a crear e introducir en el mercado

EL MERCADO

CONCEPTO

El marketing es el sistema de investigar un mercado, ofrecer valor y satisfacer al cliente con un objetivo de lucro.

REALIZA

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 DEL MARKETING

SE NECESITA

Es necesario definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el Mercado

SE DIVIDE EN

CORTO PLAZO

MEDIANO PLAZO

LARGO PLAZO

Se debe tener en cuenta el área y segmento de mercado en que se piensa incursionar mundial, así como el tiempo en el cual se piensan lograr los objetivos

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

EN

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

INCLUYE

TAMAÑO DEL MERCADO

SE DEBE

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

CONSUMO APARENTE

SE DEBE

Debe tratar de establecer el consumo aparente que dicho segmento representa, incluyendo el número de clientes y su consumo

DEMANDA POTENCIAL

SE DEBE

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

ESTUDIO DEL MERCADO

CONCEPTO

Es el medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos.

SE DIVIDE EN

OBJETIVOS

SE DEBE

Es necesario que la empresa determine la información que desea obtener a través del estudio de mercado, la cual le permitirá tomar decisiones respecto al precio, presentación y distribución del producto

ENCUESTA TIPO

SE DEBE

Es muy importante que los datos que se quieren conocer respecto al mercado potencial de la empresa se traduzcan a preguntas claras, concretas, que no impliquen cálculos complicados, sean breves y arrojen la información que busca

APLICACIÓN DE ENCUESTA

SE DEBE

No basta con diseñar el instrumento (encuesta) adecuado, sino que también resulta necesario aplicarlo en la forma correcta para asegurar que la información que obtendrá sea válida para los fines perseguidos.

RESULTADOS OBTENIDOS

SE DEBE

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

CONCLUSIÓN

SE DEBE

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, entre otros