



*Nombre del Alumno: IZARI YISEL PEREZ CASTRO*

*Nombre del tema: IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO*

*Parcial: 3*

*Nombre de la Materia: Taller del emprendedor*

*Nombre de la profesora: LIC. ICEL BERNARDO LEPE ARRIAGA*

*Nombre de la Licenciatura: ENFERMERIA*

*Cuatrimestre: 9"A"*

# 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

Definición

Del producto o servicio con base en las preferencias del consumidor, de forma tal 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.

Tener en

Cuenta el área y segmento de mercado en que se piensa incursionar (nivel local: colonia, sector, nivel nacional

Exportación regional, mundial, así como el tiempo en el cual se piensan lograr los objetivos

Defina los objetivos del área de marketing de su empresa, recuerda incluir el que, cuando y cuantos, corto, medio y largo plazo

## Investigación del mercado

Las decisiones que se tomen en el área de marketing y en otras áreas de la empresa, deben buscar la satisfacción del cliente

Lograrlo es necesario conocer sus necesidades y cómo pueden satisfacerse.

### Investigación

De mercado se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información

### Tamaño del mercado

### Siguiente

Paso del plan de negocios es buscar, de manera objetiva y con base en fuentes de información confiables

Cuántos clientes posibles pueden tener la empresa, dónde están y quiénes son para ello se requiere obtener detalles de los futuros clientes

### Como

Edad, sexo, estado civil, ingreso mensual

### Consumo aparente

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

Identificando el número de clientes potenciales, así como del consumo que se estima hagan del producto

Servicio que la empresa ofrece, con base en sus hábitos de compra.

### Demanda potencial

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

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

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

# Estudio del mercado

## 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.

Para

Lograr lo anterior, debe definir el producto o servicio que planea ofrecer, de acuerdo con el punto de vista del consumidor potencial.

Una

Veza que se define el producto o servicio, es necesario que la empresa determine la información que desea obtener a través del estudio de mercado

Permitirá

Tomar decisiones respecto al precio, presentación y distribución del producto

Asimismo

Asimismo, puede investigar la frecuencia de consumo del producto o servicio.

## Encuesta tipo

Encuesta de mercado que se pretende aplicar debe ser cuidadosamente planeada

Muy

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

Que sea

Concretas, que no impliquen cálculos complicados, sean breves y arrojen la información que busca

## Aplicación de la encuesta

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

Necesario

Determinar cómo, dónde y cuándo se va a realizar, además de quién la aplicará. Es recomendable evaluar si la encuesta está bien diseñada

## 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 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

## Conclusiones del estudio realizado

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

El sistema de comercialización o plan de ventas adecuado y la mezcla de marketing ideal para realizar el plan.



c35799364accd8c09bfa9e29f2c84c99-LC-

LEN904