



Mi Universidad

Mapa Conceptual.

Nombre del Alumno: Siomara Grisel Vázquez Gómez.

Nombre del tema: Implantación del modelo de negocio.

Parcial: 3

Nombre de la Materia: Taller del Emprendedor.

Nombre del profesor: Gladis Adilene Hernández López.

Nombre de la Licenciatura: Administración y Estrategia de Negocios.

Noveno Cuatrimestre.

Comitán de Domínguez, Chiapas, 5 de julio del 2025.

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO.

El mercado.

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.

La definición de

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.

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.

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), así como el tiempo en el cual se piensan lograr los objetivos, de estos dependerá los plazos esperados.

3 objetivos.

- A cortos plazo.
- A mediano plazo.
- A largo plazo.

Investigación de mercado.

Las decisiones

Que se tomen en el área de marketing y en otras áreas de la empresa, deben buscar la satisfacción del cliente; para lograrlo es necesario conocer sus necesidades y cómo pueden satisfacerse.

La investigación

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

Tamaño del mercado

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. Es decir, se debe establecer el segmento de mercado donde operará la empresa.

Consumo aparente

Debe tratar de establecer el consumo aparente que dicho segmento representa; esto se hace identificando el número de clientes potenciales, así como del consumo que se estima hagan del producto o 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, le 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.



IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO.

Estudio del 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 del estudio de mercado

Es

Necesario conocer en forma directa al cliente, en especial los aspectos relacionados con el producto o servicio.

Encuesta tipo

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.

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.

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.

Conclusiones del estudio realizado.

La

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.

FODA

Es

Una herramienta que el emprendedor puede utilizar para valorar la viabilidad actual y futura.



Referencia: Antología (UDS) Taller del Emprendedor.

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LAN/af9ef60e1b7b83da28c05d2a257ed80-LC-LAN906%20TALLER%20DEL%20EMPRENDEDOR.pdf>