



Nombre del alumno: Ricardo Zepeda Camacho.

Nombre del profesor: Abel Estrada Dichi.

Nombre del trabajo: Estudio de mercado.

Materia: Taller del emprendedor.

Grado: 9º cuatrimestre.

Grupo: Arquitectura.

Ocosingo, Chiapas a 15 de junio de 2020.

Estudio de mercado

Posibles clientes:

Esta empresa va dedicado a la venta de distintas edades, de modo que son ventas de productos a la cuales son demandadas por la zona o región, así mismo usar el **Google Trends** para averiguar las tendencias de búsquedas sobre determinados productos y el planificador de palabras de **Adwords** para saber cuántas búsquedas tiene un término y, además, qué competencia presenta, un sitio web el cual nos ayuda el hacer el análisis de mercado.

No solo las personas que compran por internet, también aquellas personas que no tienen acceso a ella, los cuales dichas personas salen al centro de cada municipio para conseguir provisiones, la parte de la estrategia es la publicidad, para así dar a conocer nuestros productos o que productos requiere el cliente, para que así se vaya haciendo el estudio de mercado, así mismo también, ajustando precios a la economía del cliente.

Se hicieron preguntas abiertas las cuales, un agricultor, hace compras de maquinaria para cultivo, de modo que el producto tiende a descomponerse, ya que esta no es de buena calidad y menos con garantía, aquí es donde podemos brindar producto de buena marca y a un buen precio, de modo que el cliente no afecte su economía.

Así como:

- Bombas de agua
- Motochapiadoras
- Motosierras
- Cortadoras
- Lijadoras
- Entre otros productos

Que van de \$7,000.00 a \$10,000.00 cada producto, de modo que son caras porque son empresas las cuales hacen compra y venta, por lo elevan el precio ajustando a los pagos de impuestos e incluyendo las ganancias.

Otras de las ventajas al crear la empresa, que no se pagan rentas, personal, gastos de papelería, un sinfín de gastos.

Estos clientes tienen las comodidades de pagos, ya que en la zona la mayor parte de las personas se dedican al comercio de agricultura y de ganadería, por lo que estas mismas buscan la facilidad de trabajo por lo que acuden a productos de maquinaria, así mismo invertir a lo que ellos les genera ganancia.

Competidores:

En nuestra zona existen diversos vendedores de productos, ya sea, en accesorios, de ropa, electrodoméstico, entre otros, los cuales no usan este tipo de ventas en línea, de modo que tienen una tienda en físico, así mismo debemos ajustar al margen de beneficio para poder acercarte a sus precios de venta al público.

Así mismo, las empresas internacionales, así como Coppel, Electra, Soriana, Bodega Aurrera, el cual son tiendas con las que hay que competir, así mismo recreamos una estrategia de venta, ya sea en promociones en productos cada mes u dar cupones por cada producto comprada o así mismo sumar puntos por la cantidad gastada por el cliente, en fin, son formas en las que esas empresas no cuentan, hacer campañas de publicidad online en distintas plataformas.

Las tiendas minoristas, las cuales hacen compras en tiendas en otros municipios, dicho esto, el c. Julio proporciono información acerca de sus productos, los cuales hace compras en Tuxtla con un proveedor chino, en la compra de accesorios, los cuales son productos de mala calidad, de modo que el se gasta entre \$5,000.00 y \$8,000.00, aproximadamente, así mismo, no incluye gastos de transporte y de comida. Para nuestra empresa ya hay una gran ventaja, el cual se le brindara servicio a dicho vendedor con la mejor calidad de productos y servicios.

Ventaja competitiva

Rapidez en el servicio: Si hay algo que marca la diferencia entre las empresas, que tienen clientes fieles, y aquellas que luchan por retener a sus clientes, es la velocidad en su servicio al cliente. Por ello, se buscara empresas que nos proveerán productos para nuestra empresa, cumpliendo así mismo con esta demanda, por ello, nosotros nos comprometemos con ellos así mismo con los clientes en las cuales queremos la buena opinión pública.

Todo dependerá de la distancia en la que ubica la empresa productora, y así mismo se calcula los días.

Tiempo de entrega:

Calidad del producto: la calidad dependerá en la oferta/demanda del cliente, como hacerlo? Las redes sociales son una herramienta muy poderosa para los empresarios, por ello, no es necesario salir y encuestar personas, este dato se puede obtener por ese medio, mediante comentarios podemos elaborar un gráfica, de los productos en las que ocupa las personas y la marca, de modo que no somos sabedores de cualquier tipo producto, por ello se implementa este tipo de estrategia.

Envase y embalaje: como se dijo anteriormente, como empresa no nos hacemos cargo de las cuestiones de envío, puesto que es obligación de la empresa productora, que las cuestiones de paquetería sean comprometedoras, para que el producto se reciba en buenas condiciones.

Servicio 24/365: las cuestiones de 24/7 serian una de las cualidades de la empresa, y que también serian productos con mayor ganancia, porque el cliente esta sabedor y la necesidad del producto, así modo medicinas u otro producto en particular.

Crear un número telefónico para llamadas y mensajes, para que el cliente tenga acceso a ello, teniendo un contestador programado para estas cuestiones y que las notificaciones nos lleguen a nosotros como empresa.

Atención al cliente: esto es uno de los puntos importantes, ya que, es la calidad de servicio al que vas a ofrecer a dicho cliente, de modo que esta requieren de atención rápida y eficaz, por ello, dicho anteriormente, en las redes sociales, son una herramienta, para ello ofreceremos autoservicio, para la rápida atención del cliente, también, proporcionar opciones como preguntas frecuentes, foros y vídeos tutoriales es una excelente manera de dar respuestas rápidas a las preguntas más frecuentes del cliente.

manejo de devoluciones: las cuestiones de devoluciones se maneja directamente con cliente, empresa y el proveedor, el cliente nos hace saber si el producto no era de su convenio o que este dañada y poderla reenviar el producto, y nosotros como empresa le haremos saber al proveedor y que esta reembolse el costo del producto y del envío.

amigable con el medio ambiente: en estas cuestiones, no nos comprometemos, de modo que se manejaran diferentes productos, puesto que estas mismas serán de empaques que no sean biodegradables o de otro material.

Precio: el precio se hará conforme a la cantidad de productos en comprar, de modo que si el cliente hace mas compras, podemos ajustar los precios y así mismo poder generar un poco y al mismo tiempo satisfacer al cliente, el cual, también la empresa proveedora este dispuesta a hacernos descuentos por la cantidad de productos vendidos.

Mercado Potencial.

Público dirigido: para el publico en general, desde niños hasta adultos, por lo que serán productos en demanda.

personas que compran productos similares en la competencia: las personas de mayor edad.

personas que podrían comprar y aún no consumen el producto o servicio:

Productos de cuidado personal, artículos de casa y de oficina, servicios profesionales, supermercado.

zonas geográficas viables para la comercialización: en nuestro municipio de Ocosingo (cabecera municipal, Abasolo, montelivano), Altamirano, bachajon.

Cantidades potenciales a vender. Los productos de supermercado y productos de cuidado personal.