



Nombre del alumno: Wuilver Encinos Gómez.

Nombre del profesor: Abel Estrada Dichi.

Nombre del trabajo: Estudio de mercado.

Materia: Taller del emprendedor.

Grado: 9º cuatrimestre.

Grupo: Arquitectura.

Ocosingo, Chiapas a 05 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.

Asi 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 dedicas 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.