



Nombre del alumno: Wuilver Encinos Gómez .

Nombre del profesor(a): Ing. Abel Estrada Dichi

Nombre del trabajo: Entrega final.

Materia: Taller del emprendedor.

Grado: 9º cuatrimestre.

Grupo: Arquitectura

Ocosingo, Chiapas a 22 de junio de 2020

La empresa es pensada para el público en general, el hacer las compras por internet brindan beneficios y que de igual forma poder formar tu propia empresa, de modo que brindamos productos de mejor calidad y servicio, por ello se hace todo el análisis de productos, de la región, puesto que esta, debe empezar de lo bajo para así poder conocer el mercado y ascender poco a poco. Tener servicios a domicilio hace más factible la venta de nuestros productos, puesto que muchas de las personas están en cuarentena y no poder salir, hace que esta sea viable y que podamos brindar servicios en otras regiones.

Logo de la empresa



La empresa nace de la necesidad y el aprovechamiento de la red de internet, la cual, la mayor parte de la población cuenta con teléfonos móviles, de modo que esto es más fácil de poder interactuar y adaptar a las personas que sepan navegar a internet y conseguir lo que ellos quieren.

Justificación del proyecto

Dar servicio a las personas sin salir de casa y así poder conectar a la gente en el cual entre en el mundo de las compras en internet y así poder usar el avance tecnológico.

Delimitación geográfica del mercado

La empresa no tiene límites y fronteras, todo contara con el servicio que se le brinde al cliente y así poder brindar en otras regiones, estados y países.

Describe a sus clientes de primera mano que piensa tener:

- **Cantidad:** principalmente a los locatarios y personas físicas.
- **localización geográfica:** la región de Ocosingo, bachajon, chilon y Altamirano.

productos que demanda: Productos de cuidado personal, artículos de casa y de oficina, servicios profesionales, supermercado.

- **precios que pueden pagar:** van desde los \$100.00 a \$8,000.00
- **nivel económico:** regular (tienen ingresos de \$3,000.00 aproximadamente)
- **hábitos socioculturales.** El consumir mas productos de mejor calidad.

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.

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 serían 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 más 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 esté dispuesta a hacernos descuentos por la cantidad de productos vendidos.

Análisis de la demanda

- **Comportamiento de la demanda:** por las cuestiones de la pandemia, podemos agilizar nuestros productos de entrega, así como productos de supermercado y llevarlas hasta los hogares.
- **Cantidad de ventas en productos o en pesos:** de \$5,000.00 a \$6,000.00 semanales

Cuales productos son los más vendidos de acuerdo al giro de tu empresa: Los productos de supermercado y productos de cuidado personal.

- **Mercado Potencial.**

Público dirigido: para el público 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.

Análisis de la oferta

Ø Llevar a cabo un estudio para conocer mejor su mercado (posibles clientes, competidores, oferta de productos, diversidad y cantidad).

Muchas tiendas minoristas no tienen presencia online. Puede que quieran tenerla, pero muchos no tienen el tiempo, los fondos o los conocimientos para poner su negocio online. Algunas compañías de dropshipping eligen trabajar con estos negocios y convertirse en su presencia online. Cada vez que el negocio de dropshipping realiza una vez, se le pide a la tienda física que envíe el artículo al cliente.

Los dropshippers que son la extensión de un negocio por lo general ya tienen una relación establecida con la tienda minorista. conocer los niveles de inventario y los detalles de los productos, así como tomarles fotos de buena calidad. Esto funciona bien nuestra región en donde los negocios podrían estar más dispuestos a estudiar la posibilidad de expandir su mercado.

Obtener los niveles de inventario apropiados, escribir los detalles del producto y tomar fotos de productos puede demorar mucho tiempo. Sin embargo, el beneficio es que se tiene menos competencia a través del acceso exclusivo a los productos de la tienda minorista.

Otros estudios:

Como empresa tenemos mas facilidad el hacer el estudio, un claro ejemplo, son las redes sociales, Facebook, Instagram, twitter, entre otras, en las cuales se hacen uso de ellas, para ver la factibilidad del producto en demanda, de modo que esta debe de ser dinámica, para que el expectador pueda dar la respuesta que nosotros queremos como empresa, asi mismo, hacer campañas publicitarias, publicar ofertas, promociones a clientes de primera mano.

Las cuestiones de revistas y periódicos no se ven factibles, de modo que todo ya es tecnologico, de modo que con un teléfono móvil se puede hacer una infinidad de cosas, una de ellas es hacer compras por internet.