



**Nombre del alumno:**

Lucidalia García Roblero

**Nombre del profesor:**

Magner Joel Herrera Ordoñez

**Licenciatura:**

Lic. En enfermería

**Materia:**

Taller del emprendedor

PASIÓN POR EDUCAR

**Nombre del trabajo:**

Cuestionario del tema

“Estudio de Mercado”

### 1. ¿Qué son la oferta y la demanda?

R= **Oferta.** Cantidad de producto que los vendedores están dispuestos a ofrecer a un determinado precio.

**Demanda.** Cantidad de producto que los compradores están dispuestos a adquirir a un determinado precio

### 2. ¿Qué es el mercado potencial?

R= Cuando se hace una gestión comercial, se ha de tener en cuenta cuál será el mercado en el momento en que se ofrezca el producto.

### 3. ¿Cómo se calcula la cuota de mercado?

R= 
$$\text{Cuota de mercado} = \frac{\text{Mercado actual de una empresa} \times 100}{\text{Mercado actual total}}$$

### 4. ¿Qué agentes intervienen en el mercado?

R= Fabricantes de bienes y prestadores de servicio, Intermediarios, prescriptores y compradores.

### 5. ¿Qué debemos conocer de nuestros clientes?

R= Quién decide, quién compra, quién paga y quién consume. Qué se compra y por qué. Cuándo se compra y con qué frecuencia. Dónde se compra. Cuánto se compra.

### 6. ¿Qué se entiende por competencia?

R= Como la concurrencia en el mismo mercado de distintos oferentes de bienes o servicios

**7. ¿Qué aspectos de las fuentes de datos hemos de tener en cuenta para determinar su valor?**

R= Grado de fiabilidad, Origen de la fuente, Grado de obsolescencia, Validez contrastada.

**8. ¿En qué se diferencian las fuentes de información primarias de las secundarias?**

R= Que las primarias los datos son obtenidos por el propio investigador y las secundarias los datos se obtienen de trabajos ya elaborados.

**9. Define marketing estratégico y marketing mix.**

R= El marketing estratégico trata de conocer las necesidades actuales y futuras de nuestros Clientes y El marketing mix utiliza la combinación o mezcla (mix) de cuatro de las variables del marketing para alcanzar las metas fijadas. Estas variables son: producto, precio, distribución y promoción, han dado nombre a la teoría de las «cuatro pes».

**10. ¿Qué entiendes por marketing?**

R= Es una estrategia utilizada en una empresa la cual diseña algunos recursos para que la empresa funcione.

**11. ¿Cuáles son los niveles del producto?**

R=Producto básico, producto formal, producto ampliado.

**12. ¿Cómo pueden ser los productos en función de su finalidad?**

R= De consumo el cual compran los consumidores particulares para su uso personal y de Industriales son los que compran las empresas para sus actividades productivas o comerciales

**13. ¿Cuáles son los diferentes métodos de fijación de precios?**

R= Basado en los costes, basado en el comprador, basado en la competencia.

**14. Explica las ventajas e inconvenientes de los medios de comunicación.**

R= Que todo medio de comunicación tiene diferencias ya que por ejemplo la televisión tienen ventajas puesto que se puede ver y escuchar a la vez la cual puede atraer más al público pero tienen desventajas ya que en este caso existen personas que omiten los anuncios y no hay tanta repetición

**15. ¿Qué tipos de fuentes de información conoces?**

R= Televisión, radio, periódicos, revistas, anuncios, tarjetas de presentación, internet.

**16. ¿Cuál es el objetivo del marketing estratégico?**

R= Proporcionar productos de valor o de moda en la actualidad con base a las necesidades de la sociedad para que la empresa funcione.