



**Nombre de alumnos:** Eli Samuel Herrera  
Aguilar

**Nombre del profesor:** Aldo irecta Nájera

**Nombre del trabajo:** súper nota

**Materia:** Taller del Emprendedor

PASIÓN POR EDUCAR

**Grado:** 9

**Grupo:** A

Comitán de Domínguez Chiapas.

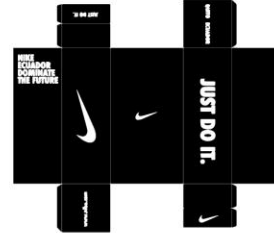
# Marcas

es un nombre, término, signo, símbolo o diseño, o combinación de todos estos elementos, que identifica los bienes y/o servicios que ofrece una empresa y señala una clara diferencia con los de su competencia.



# Etiqueta

a las formas impresas que lleva el producto para dar información al cliente acerca de su uso o preparación.



# Empaque

El empaque debe ayudar a vender el producto, en particular el que es adquirido directamente por el consumidor final.

## 6. TAMAÑO MUESTRAL (SEGMENTACIÓN DE MERCADO)

Según la investigación cuantitativa de la 'Encuesta NIKE' el tamaño muestral en Chile con los mejores resultados al generar los niveles de satisfacción de los consumidores de la marca Nike, los hombres y las mujeres que más adquieren la marca Nike son los hombres y las mujeres de las edades 15 y 45 años, por lo tanto este grupo de consumidores tiene una representación proporcional a los resultados que se obtienen por comparación con el resto de la población.

Para determinar qué nivel de satisfacción tienen los clientes de la marca Nike en Chile, se realizó una encuesta a los consumidores de la marca Nike en Chile, con el objetivo de conocer qué nivel de satisfacción tienen los clientes de la marca Nike en Chile. La encuesta se realizó a través de un cuestionario en línea, que se aplicó a un grupo de consumidores de la marca Nike en Chile. El cuestionario se aplicó a un grupo de consumidores de la marca Nike en Chile, que se seleccionó de manera aleatoria a partir de una base de datos de consumidores de la marca Nike en Chile. El cuestionario se aplicó a un grupo de consumidores de la marca Nike en Chile, que se seleccionó de manera aleatoria a partir de una base de datos de consumidores de la marca Nike en Chile.

## PROCESO DE MUESTREO

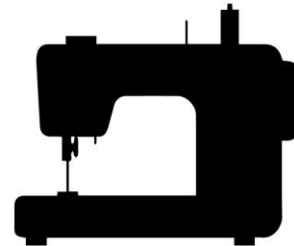
El proceso de muestreo se realizó de la siguiente manera: se seleccionó un grupo de consumidores de la marca Nike en Chile, que se seleccionó de manera aleatoria a partir de una base de datos de consumidores de la marca Nike en Chile. El cuestionario se aplicó a un grupo de consumidores de la marca Nike en Chile, que se seleccionó de manera aleatoria a partir de una base de datos de consumidores de la marca Nike en Chile.

Se determinó el tamaño muestral de la siguiente manera: se seleccionó un grupo de consumidores de la marca Nike en Chile, que se seleccionó de manera aleatoria a partir de una base de datos de consumidores de la marca Nike en Chile. El cuestionario se aplicó a un grupo de consumidores de la marca Nike en Chile, que se seleccionó de manera aleatoria a partir de una base de datos de consumidores de la marca Nike en Chile.

Los resultados de la encuesta se analizaron de la siguiente manera: se seleccionó un grupo de consumidores de la marca Nike en Chile, que se seleccionó de manera aleatoria a partir de una base de datos de consumidores de la marca Nike en Chile. El cuestionario se aplicó a un grupo de consumidores de la marca Nike en Chile, que se seleccionó de manera aleatoria a partir de una base de datos de consumidores de la marca Nike en Chile.

# Fijación y políticas de precios

La fijación del precio es de suma importancia, ya que el precio influye en la percepción que tiene el consumidor final sobre el producto o servicio.



# Producción

Transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores.



# Materia prima

se refiere a los elementos, partes o sustancias de las que está compuesto el producto de la empresa o a los insumos necesarios para prestar un servicio.