



PASIÓN POR EDUCAR

**Nombre del alumno: Eric Williams
López Abadia**

**Nombre del profesor: Karina Maricruz
Pérez Guillen**

**Nombre del trabajo: Cuadro
sinóptico**

Materia: taller del emprendedor

Grado: noveno cuatrimestre

El mercado { El marketing se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa en relación con el precio, la promoción, la distribución

Objetivos del Marketing { Dentro de los objetivos del área de marketing es necesario definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas

Investigaciones del mercado { Las decisiones que se tomen en el área de marketing y en otras áreas de la empresa, deben buscar la satisfacción del cliente

Investigación del mercado { **Tamaño del mercado** { El siguiente paso del plan de negocios es buscar, de manera objetiva y con base en fuentes de información confiables **Consumo aparente** { esto se hace identificando el número de clientes potenciales, así como del consumo que se estima hagan del producto

Demanda potencial { Se proyecta el crecimiento promedio del mercado en el corto, mediano y largo plazos

Maniobras de cosecha

Las

La red está montada entre la relinga superior con flotadores

Red de arrastre

La red está montada entre la relinga superior con flotadores

Cosecha sin vaciado

En caso de no disponer de agua para reposición, se deberá efectuar la cosecha sin vaciar el estanque

Cosecha con vaciado parcial

De disponer de poca agua, vaciar medio estanque y realizar la cosecha con red de arrastre de menos de 1 cm de luz de malla

Atarraya

Es una red cónica que se lanza desde la orilla, desde una embarcación o dentro del agua si ésta es poco profunda

Estudio del mercado

Objetivo del estudio de mercado

Es necesario conocer en forma directa al cliente, en especial los aspectos relacionados con el producto o servicio

Encuesta tipo

La encuesta de mercado que se pretende aplicar debe ser cuidadosamente planeada

Aplicación de la encuesta

No basta con diseñar el instrumento (encuesta) adecuado

sino que también resulta necesario aplicarlo en la forma correcta para asegurar la información

Resultados obtenidos

Una vez que aplicó la encuesta y obtuvo la información requerida, hay que tabularla y referirla a la población total

Conclusiones del estudio realizado

La conclusión del estudio de mercado es la interpretación de los datos obtenidos

Las 4 P's

Distribución y puntos de venta

es necesario determinar cómo hacer llegar los productos al mercado

Promoción del producto o servicio

promover es, en esencia, un acto de información, persuasión y comunicación, que incluye varios aspectos de gran importancia

Publicidad

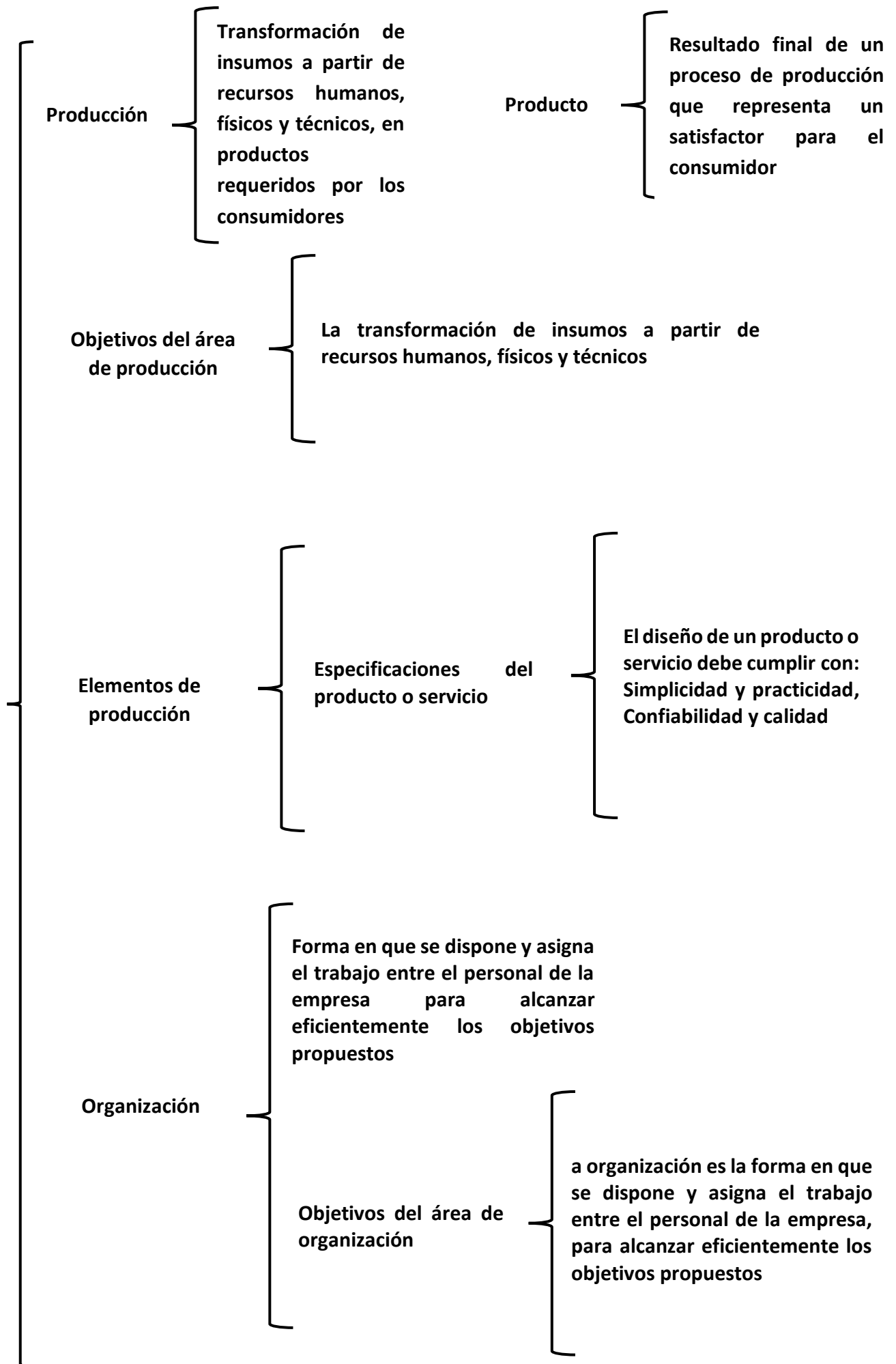
Periódicos, radios, volantes

Promoción de ventas

actividades que permiten presentar al cliente con el producto o servicio

Marcas

La venta de un producto se facilita cuando el cliente conoce el producto y lo solicita por su nombre



Elementos de organización

Estructura organizacional

El primer paso es hacer que los objetivos y áreas funcionales concuerden

Funciones específicas por puesto

Establecer el objetivo que se pretende lograr con cada función general

Administración de sueldos y salarios

implica jerarquizar los puestos de la empresa

Sin embargo, la parte difícil es determinar cuánto se le pagará a cada quien

Marco legal de la organización

conjunto de recursos organizados por el titular (emprendedor), con el fin de realizar actividades de producción

- Número de socios
- Cuantía del capital
- Responsabilidades
- Trámites a realizar