



**Nombre de alumnos: Erick Urías Vázquez Díaz**

**Nombre del profesor: Icel Bernardo Lepe Arriaga**

**Nombre del trabajo: cuadro sinóptico**

**Materia: Taller del emprendedor**

**Grado: noveno cuatrimestre**

**Grupo: "A"**

frontera Comalapa, Chiapas a 26 de mayo de 2020.

## Estudio de mercado

### Definición y conceptos

El marketing se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa en relación con el precio, la promoción, la distribución y la venta de bienes y servicios que ofrece, así como de la definición del producto o servicio con base en las preferencias del consumidor.

### objetivo

Los objetivos del marketing serían buscar algo relacionado al producto que logre estar dentro del mercado, y que sea un producto que tenga buen término en ventas y sobre todo que tenga la capacidad de exportación.

### Proceso de mercadotecnia

- Investigación del mercado y entorno económico
- Definir mercado objetivo
- Establecer estrategia de marketing
- Mezcla de mercadotecnia
- Control del plan de marketing

### Estrategia de producto y precio

Las decisiones que se tomen en el área de marketing y en otras áreas de la empresa, deben buscar la satisfacción del cliente; para lograrlo es necesario conocer sus necesidades y cómo pueden satisfacerse. La investigación de mercado se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información.

### La naturaleza del producto

El siguiente paso del plan de negocios es buscar, de manera objetiva y con base en fuentes de información confiables, cuántos clientes posibles puede tener la empresa, dónde están y quiénes son; para ello se requiere obtener algunos detalles de los futuros clientes: edad, sexo, estado civil, ingreso mensual, etcétera. Es decir, se debe establecer el segmento de mercado donde operará la empresa.

### Análisis de la demanda

Una vez que ha definido el segmento de mercado, debe tratar de establecer el consumo aparente que dicho segmento representa; esto se hace identificando el número de clientes potenciales, así como del consumo que se estima hagan del producto o servicio que la empresa ofrece, con base en sus hábitos de compra.

## **Análisis de oferta**

Si cuenta con un cálculo del consumo aparente (actual) del mercado, le será fácil determinar el consumo potencial del producto o servicio de la empresa, simplemente proyecte el crecimiento promedio del mercado en el corto, mediano y largo plazos.

## **Ciclo de vida del proyecto**

el ciclo de vida del Proyecto es el inicio, planificación, ejecución y cierre del conjunto de procesos que componen un Proyecto. El ciclo de vida del Proyecto abarca: desde que el Proyecto nace hasta que el Proyecto finaliza.

## **Métodos de la fijación de precios Rentabilidad Vs Competitividad**

es el medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos.

- Opinión del producto
  - Estudio en el mercado por medio de encuestas o entrevista
- Una vez que se define el producto la empresa obtiene información a través del estudio lo cual le permite tomar decisión respecto al precio presentación y distribución del producto así mismo el consumo.

## **Trato de Marketing y Administración de los canales de distribución de**

No basta con diseñar el instrumento (encuesta) adecuado, sino que también resulta necesario aplicarlo en la forma correcta para asegurar que la información que obtendrá sea válida para los fines perseguidos. Por esto se necesita determinar cómo, dónde y cuándo se va a realizar, además de quién la aplicará.

los datos obtenidos, proyectada a condiciones potenciales de desarrollo de la empresa para obtener una imagen lo más clara posible de las ventas que la empresa logrará, el sistema de comercialización o plan de ventas adecuado y la mezcla de marketing ideal para realizar el plan.