



Universidad del Sureste

Escuela de Medicina

“Investigación de mercado”

Presenta:

- **Gordillo Fonseca Celeste Azucena.**
- **Morales Walter Khalia Alejandría.**

Nombre de la asignatura: Taller del emprendimiento

Semestre y grupo: 7mo B

Nombre del profesor: Myreille Erendira Rodríguez Alfonzo.

Comitán de Domínguez, Chiapas a 1 de Noviembre del 2020.

Objetivos de Marketing

Objetivos a corto plazo:

- Establecer precios al por mayor y por menor para la línea de ropa, para determinar el margen de beneficio necesario para el éxito.
- Ofrecer uniformes médicos de mejor calidad satisfaciendo las necesidades y gustos de los clientes.
- Vender uniformes médicos que cumplan con la protección, comodidad y estilo de los clientes.

Objetivos a mediano plazo:

- Aumentar la participación del mercado de nuestra línea de ropa en un 10% abriendo un local en la ciudad de Comitán.
- Trabajar con regalos exclusivos para los clientes frecuentes o comunicarnos con ellos para asegurarnos de haber cumplido sus necesidades.
- Mantener buenos precios para que este negocio sea la primera opción en elegir un uniforme quirúrgico.

Objetivos a largo plazo:

- Analizar tendencias de moda existentes para determinar la perspectiva a largo plazo de la línea de ropa
- Tener un nivel de record de ventas de 200 uniformes al mes, en la ciudad de Comitán.
- Expandir el negocio abriendo 5 tiendas nuevas en el país, siendo las bases CDMX, Guadalajara, Monterrey, Playas del Carmen y Puebla.

Características del segmento de mercado

El segmento de mercado son principalmente hombres y mujeres dentro del ámbito de la salud, personas que trabajen dentro de hospitales, consultorios, etc. Como médicos, enfermeros, trabajadores sociales, nutriólogos, estudiantes, entre otros. Estos productos van dirigidos a personas de distintas edades dada la profesión.

- Que busquen protección y comodidad en sus uniformes.
- Que quieran un estilo individual y personal para trabajar
- Que estén dentro del ámbito de la salud
- Que busquen accesibilidad de precios

Objetivo del estudio de mercado

Debemos conocer de manera directa al cliente para poder personalizar sus uniformes de acuerdo a sus necesidades y a su estilo, en especial aspectos en cuanto al precio y al producto. Para esto necesitamos hacer encuestas o entrevistas y así dar a conocer nuestro producto.

Con las encuestas podremos conocer las necesidades de cada uno de los clientes y así trabajar de manera correcta y dar la calidad, comodidad, estilo que el cliente desee.

Preguntas de encuesta

1. Sexo:

Hombre Mujer

2. ¿Cuál es su especialidad?

Medicina. Enfermería. Trabajo social. Nutrición. Otra: _____

3. ¿Cuánto estás dispuesto a pagar por un uniforme quirúrgico?

De \$800 a \$1000. De \$1000 a \$1200 De \$1200 a \$1400. Más de \$1400

4. ¿Cuánto estás dispuesto a pagar por una bata?

De \$250 a \$500 De \$500 a \$700 De \$700 a \$900 Más de \$900

5. ¿Cuánto estás dispuesto a pagar por una filipina?

De \$250 a \$500

De \$500 a \$700

De \$700 a \$900

Más de \$900

6. ¿Cuántos días estarían dispuestos a esperar por su uniforme?

De 5 a 6 días

2 semanas

3 semanas

1 mes

7. ¿En qué parte de la ciudad te gustaría que estuviera ubicada la primera tienda?

Centro de la ciudad

Plaza las flores

Colonia Miguel Alemán

8. ¿En qué redes te gustaría que subiéramos las novedades?

Facebook

Instagram

WhatsApp

Página independiente

9. ¿Te gustaría que hubiese servicio a domicilio?

Si

No

10. ¿A qué otras marcas acudirías para comprar uniformes?

Ortocom

La Leo

Casa de las enfermeras

Textiles Liliana