



Nombre del profesor: Ana Laura Culebro

Nombre del alumno: Guadalupe del Carmen Hernández Velasco

Nombre del trabajo: Cuadro Sinóptico

Materia: Taller del emprendedor

Grado: 9no **Grupo:** "B"

Comitán de Domínguez Chiapas a 9 de julio del 2021

3.1: El mercado

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, de forma tal que permitan crear un intercambio (entre empresa y consumidor) que satisfaga los objetivos de los clientes y de la propia organización

3.2: Objetivos del Marketing

Los objetivos del área de marketing es necesario definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado

Se debe tener en cuenta el área y segmento de mercado en que se piensa incursionar, así como el tiempo en el cual se piensan lograr los objetivos

3.3: Investigación del mercado

Tamaño del mercado

El 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

Consumo aparente

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

Demanda potencial

El consumo potencial del producto o servicio de la empresa, simplemente proyecte el crecimiento promedio del mercado en el corto, mediano y largo plazos

3.4: Estudio del mercado

Objetivos del estudio del mercado

Una vez que se define el producto o servicio, es necesario que la empresa determine la información que desea obtener a través del estudio de mercado, la cual le permitirá tomar decisiones respecto al precio, presentación y distribución del producto

Aplicación de la encuesta

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

Resultados obtenidos

Una vez que aplicó la encuesta y obtuvo la información requerida, hay que tabularla y referirla a la población total de clientes potenciales para obtener conclusiones válidas y confiables

Bibliografía

Taller del emprendedor. (s.f.). Obtenido de Taller del emprendedor:

file:///C:/Users/2020/Desktop/9no%20cuatrimestre/Taller%20del%20emprendedor.pdf