



**Nombre de alumno: Jesimiel Ortega  
Gómez**

**Nombre del profesor: Ana Laura  
Culebro Torres**

**Nombre del trabajo: cuadro sinóptico  
unidad 3**

**Materia: taller del emprendedor**

**Grado: noveno cuatrimestre**

**Grupo: "A"**

Comitán de Domínguez Chiapas a 09 de julio de 2021.

**El mercado**

Conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuos.

La base del mercado es el intercambio

El intercambio se lleva a cabo porque ambos participantes obtienen un beneficio, es decir ambas partes ganan.

**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, 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.

**Investigación del mercado**

La investigación de mercado se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información.

Hay dos formas de obtener esta información, que son:

Investigación primaria:

cuando tú mismo realizas la investigación, recopilas y analizas los datos

Investigación secundaria:

cuando la búsqueda es realizada por un tercero y está disponible para quien quiera accederla. Algunos ejemplos son estudios académicos e informes de empresas privadas.

**Estudio del mercado**

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

Objetivo del estudio de mercado

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

para lo cual se recomienda hacer un estudio de mercado, a través de una encuesta o entrevista.

## **Bibliografía**

Antología taller del emprendedor, nutrición, noveno cuatrimestre, mayo-agosto (2021), UDS, Comitán Chiapas, págs.69 - 74