



**Nombre de alumno: Andrés Alonso  
Cancino García**

**Nombre del profesor: Lic. Sandra  
Daniela Guillen**

**Nombre del trabajo: CUESTIONARIO**

**Materia: Taller del emprendedor**

**PASIÓN POR EDUCAR**

**Grado: 7mo Semestre**

**Grupo: Grupo B**

Comitán de Domínguez Chiapas a 22 de septiembre de 2021.

## **CUESTIONARIO**

### **1.- ¿Qué entiende por Marketing?**

R= Este se encarga de la planificación de las actividades de una empresa, el proceso entorno a promoción, venta de bienes o servicios que ofrece la empresa, el precio y distribución; además en base al consumidor define el producto o servicio que ofrecerá la empresa, que satisfaga a los clientes y de la propia organización.

### **2.- ¿Cuáles son los objetivos del marketing?**

R= Es principalmente entregarle al consumidor un producto o servicio que, de resolución a un problema o necesidad de manera satisfactoria, así mismo lo que desea la empresa como una meta establecida en la promoción, distribución o precio, entre otros; esto realizado a través de la planificación al tener en cuenta el área y seguimiento de mercado al cual se incursiona a nivel local, regional, nacional, mundial o internacional, al igual que el tiempo de desarrollo para cumplir la meta establecida.

### **3.- ¿A qué nos referimos al hablar de investigación de mercado?**

R= Es la que tienen como objetivo conocer las necesidades y como se pueden satisfacer de la manera más eficaz y adecuada, por medio de una herramienta valiosa la cual es la recopilación u obtención de información clave, basado principalmente en la mejora continua de la empresa, con el objetivo de retroalimentación y evaluación continua del producto a pesar del tiempo desde su lanzamiento y sin importar que el producto tenga un éxito considerable en el mercado.

### **4.- ¿Cuáles son los objetivos del estudio de mercado?**

R= Los objetivos son el recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado al cual se le ofrecerá el producto o servicio, sobretodo basado en un nuevo lanzamiento; también conocer al cliente de forma personal y la opinión del mismo entorno al servicio o producto desde el precio, preferencias, opinión general, entre otras cosas; al igual, que permita realizar cambios o decisiones entorno a la información obtenida como lo es el precio, distribución, presentación, frecuencia de consumo, etc.

### **5.- ¿Cuál es la metodología para el estudio de mercado?**

R= Para realizar un estudio de mercado se recomienda hacer uso de encuestas o entrevistas para la recopilación de los datos del mercado específico, para ello, se debe de contar con:

- ❖ Que la entrevista a realizar este planteada de manera correcta entorno a lo que se desea obtener de ella.
- ❖ Que sea clara, concreta, que no sea compleja o requiera de cálculos complicados, que sea breve y permita obtener la información que se busca.

- ❖ Una aplicación correcta de la encuesta en cuestión, planificando el dónde, el cuándo, el cómo y finalmente el quien aplicara la encuesta.
- ❖ Puede ser útil una prueba previa de la encuesta con una muestra del mercado al que se va a aplicar para determinar si la encuesta es adecuada o esta mal redactada, confusa y no es válida o lo suficiente válida para la obtención de los datos que se requieren.

Además de la encuesta, al obtener la información se debe realizar un proceso de tabulación y análisis entrono a la población total de clientes potenciales, determinando la factibilidad del producto o servicio que ofrecería la empresa y las preferencias del posible cliente o consumidor. Después de determinado esto, es importante el análisis u interpretación, obteniendo de la forma más clara posible las ventas que la empresa lograría, el sistema de comercialización o plan de ventas más correcto para ejecutar.

## **BIBLIOGRAFÍA**

UDS. (s.f.). Antología de taller del emprendedor. Taller del emprendedor (Libro). pp. 1-61.