



**UNIVERSIDAD
DEL SURESTE**
ESCUELA DE MEDICINA
7to Semestre
Grupo "B"
TALLER DEL EMPRENDEDOR
CUADRO SINOPTICO

Lic. GUILLEN PULIDO SANDRA DANIELA

Presenta:

- Víctor Daniel González Hernández**

25 de Septiembre del 2021 Comitán, Chis

UNIDAD II

INVESTIGACION DE MERCADO

Marketing; Proceso de planear actividades de la empresa en relación con el precio, la promoción, la distribución y la venta de bienes y servicios que ofrece.

OBJETIVOS

- Definir lo que se desea lograr con el producto o servicio
- Conocer el área y segmento de mercado en el que se va a incursionar
- Posicionar el producto en el mercado

SATISFACCION DEL CLIENTE

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

Tamaño del mercado

Buscar, de manera objetiva y con base en fuentes de información confiables, cuántos clientes posibles puede tener la empresa

Establecer el consumo aparente

identificar el número de clientes potenciales, así como del consumo que se estima

Demanda potencial

Proyectar el crecimiento promedio del mercado en el corto, mediano y largo plazos.

Participación de la competencia en el mercado

- Desarrollar la entrada del nuevo producto al mercado.
- Ofrecer innovaciones
- Desarrollar nuevos productos.
- Intensificar la lucha por participación de mercado a través de promoción y publicidad.

Estudio mercado

de Medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico.

Objetivos de estudio de mercado

- Conocer en forma directa al cliente
- Definir el producto o servicio que planea ofrecer
- Determinar la información que desea obtener a través del estudio de mercado

A través de una encuesta

Datos que se quieren conocer respecto al mercado potencial de la empresa se traduzcan a preguntas claras, concretas y arrojen la información que busca

Resultados obtenidos: tabular y referir a la población total de clientes potenciales
Conclusiones: Interpretación de los datos obtenidos, proyectada a condiciones potenciales de desarrollo de la empresa para obtener una imagen lo más clara posible de las ventas

Análisis y elaboración del prototipo del producto

Decidir plenamente lo que se diseñará y cómo se llevará a cabo el diseño, elegir los materiales, las técnicas que se emplearán, entre otros elementos.

Prototipos

Se realizan pruebas y boceto final del producto.

Proceso de estructuración de los prototipos de servicios

orientado al desarrollo de un servicio debe direccionarse a un punto específico

Principios básicos

- Comprobación del servicio
- Reducción de riesgos
- Generación de espacios de perfeccionamiento

Elaboración de un reglamento interno

Conjunto ordenado y coherente de preceptos o normas que regirán el trabajo en una empresa, en una organización.

es un documento que reúne todas las normas que deben cumplir de forma obligatoria patrones y empleados.

Estructura de un reglamento

- Proemio Legal.
- Exposición Motivos
- Disposiciones Generales
- a Competencia y Organización.
- Facultades de las autoridades administrativas
- Derecho y obligaciones de los trabajadores
- Transitorios
- Firmas

Elaboración de presupuesto de cada área funcional.

El área financiera mantiene un monitoreo constante de las operaciones y salud financiera de la empresa

Sistema contable

proceso para llevar ordenadamente las cuentas de la empresa, saber cuál es su situación y buscar opciones atractivas que le permitan ahorrar en costos y/o gastos, así como aumentar sus expectativas de rendimiento