



**Nombre del alumno: César Alberto
Altuzar Hernández**

**Nombre del profesor: Marisela Ivette
Robles**

**Nombre del trabajo: Proyecto de
inversión 1ra parte**

Materia: Evaluación de proyectos

PASIÓN POR EDUCAR

Grado: 3er cuatrimestre

Grupo: A

Comitán de Domínguez Chiapas a 24 de julio de 2021.

DEFINICIÓN DEL PROYECTO

AGENCIA DE MARKETING ALTUZAR

Mientras el desarrollo tecnológico envuelve la cotidianidad dentro de una red cada vez más compleja, nace este proyecto que surge de la necesidad de las empresas en Comitán de Domínguez, Chiapas. Que necesitan publicidad para darse a conocer ante la comunidad, en la cual se ofrece el servicio de perifoneo, volanteo, redes sociales, radio, tv.

1.1 Inconvenientes presentados al aplicar el proyecto, causas más comunes.

Los principales inconvenientes sería la competencia, que ya están establecidos en el mercado

1.2. Entidad ejecutora del proyecto, incluyendo:

El proyecto será planeado y ejecutado en la ciudad de Comitán de Domínguez, Chiapas, por el Lic. Cesar Alberto Altuzar Hernández, como resultado de la propuesta de emprendimiento que se desarrollara mediante prácticas y promoción en las diferentes empresas para dar publicidad.

1.3 Necesidades a satisfacer con el proyecto.

La necesidad de satisfacer a nuestros clientes con la publicidad adecuada para las empresas

1.3.1. Productos o servicios a ofrecer.

Perifoneo, volanteo, redes sociales, radio, tv.

1.3.2. Objetivos.

Desarrollar un plan de negocios para la creación de una empresa de marketing en la ciudad de Comitán de Domínguez, Chiapas

1.3.3. Justificación del proyecto.

Crear una agencia de marketing donde se encuentren todos los servicios de publicidad en uno mismo, ya que en Comitán no hay una empresa que cubra todo.

2. ESTUDIO DE MERCADO

Se estableció como herramienta de recolección de la información del mercado meta escogido, la aplicación de una encuesta a través de las empresas prospecto de publicidad

2.1. El producto.

Publicidad

2.2. El cliente.

Empresas que quieran el servicio de publicidad

2.2.1. El perfil del consumidor.

Puede ser cualquier empresa o servicio.

2.3. La demanda.

Teniendo en cuenta de la demanda de publicidad estaríamos acomodándonos en el mercado alrededor de 8 meses, establecidos

2.3.1. Análisis de la demanda.

2.4. La oferta.

Dentro de la oferta se encuentran varias dependencias donde el servicio es similar, por eso nosotros nos distinguiremos con la calidad y eficiencia.

2.4.1. Los competidores en el mercado del producto.

2.5. Estrategias de mercadeo.

Ir directamente con los jefes de departamento y ofertarle nuestro servicio.