



Nombre del alumno:

Karla Susana Almaraz Santiz.

Nombre del profesor:

Luis Eduardo López Morales.

Nombre del trabajo:

Súper Nota.

Materia:

Desarrollo Empresarial.

Cuatrimestre: 6to.

Bibliografía:

LC-LAN605.

Fecha: 14/06/2025.

DESARROLLO EMPRESARIAL.

INTRODUCCIÓN:

PARA QUE UN PROYECTO EMPRESARIAL TENGA ÉXITO, ES FUNDAMENTAL CONOCER BIEN EL MERCADO. ESTO INCLUYE ENTENDER A LOS CLIENTES, LA COMPETENCIA, LA DEMANDA, LAS TENDENCIAS Y CÓMO DISTRIBUIR EL PRODUCTO O SERVICIO DE FORMA EFICIENTE.



EL MERCADO.

El mercado es el entorno donde una empresa ofrece sus productos o servicios a personas con necesidades, intereses o problemas que busca satisfacer.

Componentes clave del mercado en un proyecto empresarial.

Son los elementos que te ayudan a entender cómo funciona el mercado donde competirás:

- **Demanda:** Saber quién necesita tu producto y cuánto lo quiere.
- **Oferta:** Conocer a tus competidores y qué ofrecen.
- **Clientes potenciales:** Personas que pueden y quieren comprar.
- **Tendencias:** Cambios en gustos, tecnología o hábitos que influyen en las decisiones de compra.
- **Segmentación:** Dividir el mercado por características (edad, ingresos, etc.) para enfocar mejor tus esfuerzos.
- **Tamaño del mercado:** Cuánto se compra o vende en ese sector.
- **Entorno externo:** Factores externos (económicos, sociales, políticos, tecnológicos) que pueden afectar tu proyecto.



ESTUDIO DEL MERCADO.

El estudio de mercado es una herramienta clave para conocer bien el entorno donde una empresa va a operar.

Sirve para recoger y analizar información sobre clientes, competencia, demanda y tendencias, con el fin de tomar decisiones estratégicas.

Este proceso ayuda a identificar:

- Qué necesitan los clientes.
- Cómo compran.
- Cuánto compran.
- Quiénes son los competidores.
- Qué oportunidades o amenazas existen en el mercado.



DISTRIBUCIÓN Y PUNTOS DE VENTA.

Distribución y puntos de venta

Este apartado muestra cómo y dónde la empresa entregará sus productos o servicios al cliente final.

- Es clave para que el negocio sea accesible, eficiente y rentable.

La distribución incluye todo el proceso: transporte, almacenamiento, canales de venta (físicos o en línea) y la forma en que el cliente recibe el producto.



CONCLUSIÓN:

ESTUDIAR EL MERCADO PERMITE TOMAR DECISIONES MÁS ACERTADAS, REDUCIR RIESGOS Y AUMENTAR LAS POSIBILIDADES DE ÉXITO AL OFRECER PRODUCTOS QUE REALMENTE RESPONDAN A LAS NECESIDADES DEL CONSUMIDOR.