ANALISIS DEL MERCADO»

INTEGRANTES:

YEIDY ALEJANDRA BOJORGE QUINA

YINEIDA GUTIERREZ ROJAS

Gestión Empresarial

Ficha- 2064939

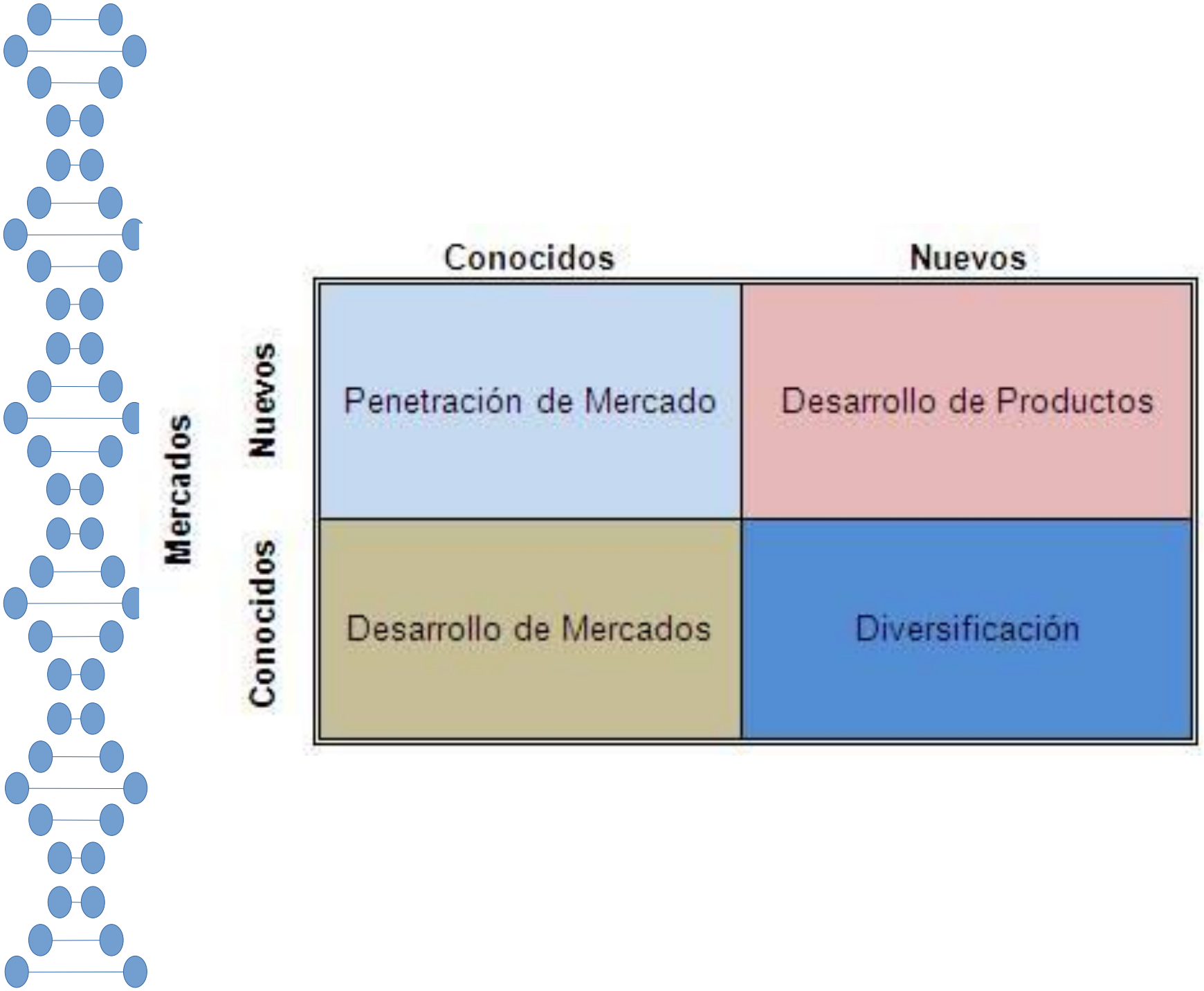
Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

Centro de Comercio y Servicios

Regional Cauca

MATRICES DE ANÁLISIS DEL MERCADO

El estudio de la situación y la tendencia del mercado es vital para fundamentar una estrategia de crecimiento, porque aun disponiendo de fuentes de financiación, de una óptima organización interna y de un sólido posicionamiento, sin demanda, es imposible crecer.


Conocidos
Nuevos
Mercados
Nuevos
Conocidos
Penetración de Mercado
Desarrollo de Productos
Desarrollo de Mercados
Diversificación

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

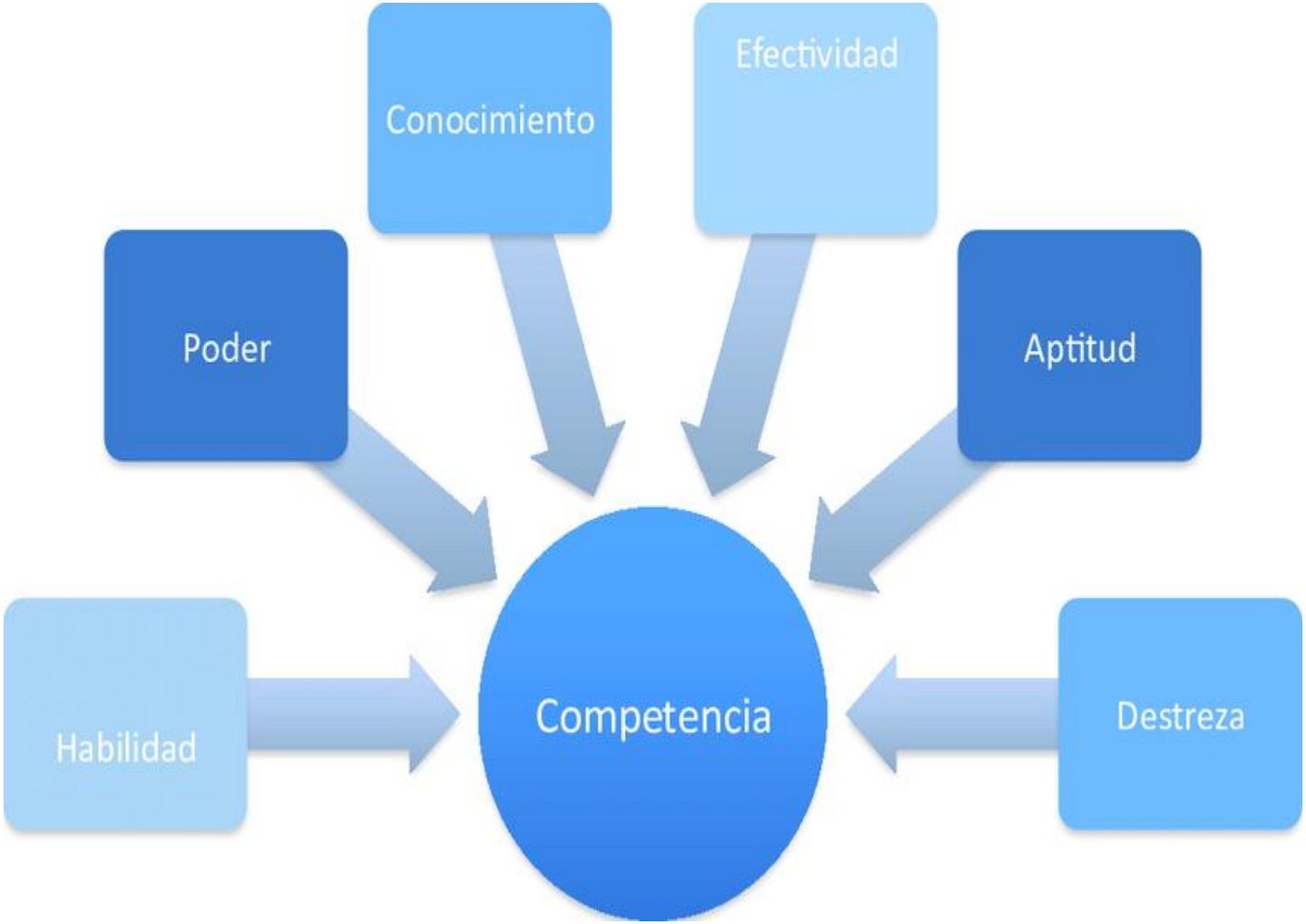
- La segmentación de mercado divide un mercado en segmentos más pequeños de compradores que tienen diferentes necesidades, características y comportamientos que requieren estrategias o mezclas de marketing diferenciadas.

- Como su propio nombre indica, se trata de identificar segmentos de Mercado (Marketing)(mercado)o grupos uniformes más pequeños.



Características de competencia

La competencia es una situación en la cual los agentes económicos tiene la libertad de ofrecer bienes y servicios en el mercado y de elegir a quien compran o adquieren estos bienes y servicios.


Conocimiento
Efectividad
Poder
Aptitud
Habilidad
Competencia
Destreza

Normatividad



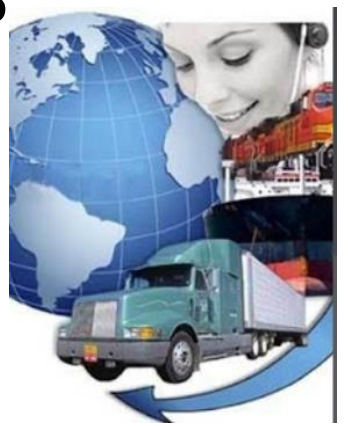
La normatividad es un conjunto de leyes o reglamentos que rigen conductas y procedimientos según los criterios y lineamientos de una institución u organización privada o estatal.

Reglamentación comercial



- El reglamento se define como el documento en el que se establecen las características de un producto o los procesos y métodos de producción con ellas relacionadas, con inclusión de las disposiciones administrativas aplicables y cuya observancia es obligatoria.

Nivel de implicación de expansión a los mercados internacionales



El éxito en el entorno empresarial mundial de la actualidad depende del conocimiento y la comunicación. Las tendencias muestran que para ser competitivas, las organizaciones multinacionales.

Sopa de letras

INVESTIGACION DE MERCADOS

L	Ñ	M	D	L	Z	H	W	L	C	V	A	M	H	I	M	I	R	G	E	M	R	O	U	J
E	S	O	T	A	D	F	Z	O	G	I	C	C	O	E	N	D	J	D	S	Q	D	Ñ	Ñ	Q
H	E	N	D	F	V	M	B	N	R	K	U	I	D	F	V	S	U	C	T	Y	J	E	M	I
X	I	C	H	A	T	E	H	O	D	A	D	I	O	B	P	F	N	U	A	E	C	P	H	O
U	Ñ	U	Ñ	Z	R	U	T	O	L	U	A	R	N	D	S	W	O	E	D	P	A	M	G	F
M	I	U	D	T	Y	A	W	I	T	G	M	P	O	E	E	E	I	S	I	M	V	E	Q	P
M	S	H	U	Z	R	H	T	S	E	A	W	P	I	C	G	N	C	T	S	F	I	S	S	F
X	Z	R	F	O	Q	A	E	O	C	Z	W	F	C	I	M	T	A	I	T	H	T	E	B	O
M	A	G	L	J	T	T	M	I	M	T	M	P	A	S	E	R	T	O	I	W	A	D	S	C
Z	A	P	L	I	D	E	O	O	E	O	W	S	L	I	N	E	N	N	C	P	T	A	B	U
K	X	T	V	A	T	N	N	E	D	D	A	L	B	O	T	V	E	A	A	F	I	F	J	S
E	B	A	S	R	I	I	K	A	I	M	N	C	O	N	A	I	M	R	W	A	T	L	Y	G
H	N	D	I	E	T	R	L	I	A	D	A	O	P	E	C	S	I	I	D	T	N	S	L	R
V	M	C	O	O	U	E	A	R	A	X	E	N	O	S	I	T	R	O	E	R	A	N	G	O
W	A	W	R	R	N	C	G	M	R	X	A	C	A	N	O	A	E	D	S	W	U	O	H	U
O	K	I	J	A	Ñ	O	N	D	I	G	V	L	A	I	N	J	P	H	C	C	C	I	B	P
N	A	Q	P	V	T	A	C	E	T	R	M	U	C	U	D	P	X	G	R	S	F	C	H	S
S	G	D	O	S	Y	Ñ	D	Z	M	E	P	Y	W	J	W	E	E	F	I	X	Y	C	D	I
M	Z	Y	I	T	Y	Z	K	N	E	F	D	E	C	A	Y	D	M	C	P	C	T	E	A	S
T	T	H	A	Q	M	U	E	S	T	R	A	N	T	S	Q	Y	T	A	T	B	Z	L	E	I
Ñ	Y	T	H	Ñ	Y	M	N	H	I	F	J	T	K	N	O	Ñ	O	S	I	P	Z	O	F	L
A	S	P	D	L	O	Ñ	W	J	C	V	G	E	F	D	E	O	U	I	V	S	G	C	G	A
H	I	P	O	T	E	S	I	S	A	P	E	L	U	G	L	U	K	P	A	M	Ñ	E	V	N
V	S	W	J	R	Z	E	H	H	B	I	R	F	I	X	T	S	F	G	H	R	H	R	S	A
Z	O	C	I	T	S	O	N	G	A	I	D	X	P	H	C	B	B	J	T	F	I	G	C	N

ANALISIS
COBERTURA
CONCLUYENTE
CUALITATIVA
CUANTITATIVA
CUESTIONARIO
DATOS
DECISIONES
DESCRIPTIVA
DESEMPEÑO
DIAGNOSTICO
ENCUESTA
ENTREVISTA
ESTADISTICA
ESTUDIO
EXPERIMENTACION
EXPLORATORIA
FOCUSGROUP
FUENTEPRIMARIA
HIPOTESIS
HISTOGRAMA
INFORMACION
MEDIAARITMETICA
MEDIAGEOMETRICA
MEDIANA
MODA
MONITORIA
MUESTRA
PANEL
POBLACION
RECOLECCION
SEGMENTACION

kokolikoko.com



ENSOPADOS

por: www.buscapalabras.com.ar

Sopa de letras de La investigación de mercado

A	R	N	S	L	C	N	E	C	E	S	I	D	A	D	E	S	I	M
E	E	I	N	A	C	O	D	N	U	P	I	O	S	U	I	V	I	T
I	C	I	M	E	O	R	S	A	I	N	R	O	T	S	M	U	A	E
S	O	M	C	M	N	I	O	D	I	I	T	O	I	A	D	I	T	A
T	P	C	P	D	S	I	N	I	M	I	E	L	D	I	E	N	E	A
I	I	S	O	M	U	E	D	V	B	O	A	T	C	U	N	R	N	Z
C	L	E	S	S	M	L	A	Á	E	N	R	D	A	N	C	S	C	O
A	A	G	I	M	I	T	H	S	A	S	R	R	O	A	L	T	I	N
N	C	M	C	P	D	S	M	L	M	U	T	L	S	I	C	E	C	V


Gracias