|  |  |
| --- | --- |
| LA POESIA PUERTA DE LA CREATIVIDAD: DESCRIPCIÓN GENERAL DEL ... | **Institución Educativa Técnica Empresarial Miguel de Cervantes Saavedra**  |
| ***Educación por ciclos***  |
| ***Creación de empresas*** | **AÑO 2021** |
| ***MÓDULO 2*** |

**ESTUDIANTE: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**MODULO 2: *ESTUDIO DE MERCADO (continuación )***

2.8.1 **Producto**

* Explique lo qué se va a vender, haciendo una breve descripción del producto o los productos (ya sean bienes o servicios) cantidad, disponibilidad y variedades del producto, los atributos de empaque y envase, Servicios adicionales que ofrecerá: pre-venta, post-venta, Garantías sobre mantenimiento,(asesorías mantenimiento, atenciones) Incluye en la descripción cualquier otra característica que diferencie tus productos o servicios de la competencia.
* Teniendo en cuenta la información de la presentación diseñe el logo para su empresa , descríbalo indique el por qué del color, tamaño, forma, etc. Puede dibujarlo o elaborarlo por una herramienta ofimática o virtual, diseñe un slogan que acompañe a su logo como la que encontrará en el siguiente enlace.
* https://www.wix.com/logo/maker/esh/?referralAdditionalInfo=arenaSplitPage
* Dibuje su producto , el empaque y o etiqueta

2.8.2 Plaza (distribución)

La empresa estaría ubicada en:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Mapa de la ubicación espacial de mi empresa

Las razones para escoger esta ubicación son: mínimo tres

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Método de distribución que utilizaré para llegar a mis clientes

Defina el canal de distribución del bien o servicio (hágalo **gráficamente** con la explicación de cada etapa) (Vender directamente de mi tienda/fábrica/almacén/oficina/casa, Vender a minoristas/otras tiendas, entrega a domicilio, vender de puerta en puerta/en la casa del cliente, tomar pedidos por teléfono, ventas por internet)

NOTA: Recuerde que los precios de los productos son dependientes de los costos de producción de los mismos, estos se estudiaran en el modulo financiero

Las razones para escoger estas formas de distribución: mínimo tres

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2.8.3 Precio

Complete teniendo en cuenta los resultados de la investigación de mercados y los productos de la competencia.

|  |  |
| --- | --- |
| Producto | Precio  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

Estrategia utilizada para la asignación de precio

Adicione o quite si considera necesario

2.8.4 Promoción

Publicidad tradicional : (impresa, radial, tv, internet…) elegir mínimo tres, explicar en qué consiste, por qué es efectiva ese tipo de publicidad y cómo lo hará

Publicidad alternativa: explicar en qué consiste, por qué es efectiva ese tipo de publicidad y cómo lo hará

Promoción en ventas: (descuentos, ofertas, muestras, cupones…)

Imagen de la publicidad impresa visual a utilizar