

Simulación Empresarial

Tema 3

Actividad nº 3. Técnicas de recogida de información.

1. INTRODUCCIÓN

Como hemos visto en esta unidad, en el proceso de creación de una empresa y en la realización del Plan de Empresa, es fundamental hacer un análisis externo e interno de la empresa. Este análisis o estudio de mercado nos va a proporcionar la información necesaria para afrontar el plan de marketing o plan comercial y así poder establecer las estrategias necesarias para tener éxito en nuestro negocio.

1.1. OBJETIVO

- Conocer aquellas **técnicas cualitativas** más útiles para realizar un estudio de mercado en las pequeñas empresas:

1.2. RELACIÓN CON OTRAS TAREAS

Esta tarea te ayudará a conocer las fuentes de información que hay a nuestra disposición para realizar el análisis del entorno y el estudio de mercado de la empresa a crear. Estas fuentes pueden ser primarias o secundarias, y aunque hay una gran variedad de herramientas y de técnicas de estudio, habrá que elegir aquellas que se adecuen al negocio que se va a crear. En muchas ocasiones la complejidad y el coste de algunas de estas técnicas hacen que no estén a nuestro alcance. Sin embargo, es importante conocer que hay una serie de técnicas que podremos utilizar y que nos van a reportar valiosa información para la empresa que vamos a crear.

2. DESARROLLO DE LA TAREA

Recopila las herramientas y las técnicas que podremos utilizar para hacer un estudio de mercado de la empresa que podemos crear. Recoge 3 técnicas, explica cómo se llevaría a cabo y señala algún ejemplo que ilustre cada una de ellas.

IMPORTANTE

- Organizar bien los contenidos que vayas a explicar.
- Cuidar la presentación del texto. (Letra Calibri; tamaño 12; interlineado 1,5; justificación de márgenes)
- Usar tu imaginación y buen gusto para mejorar la presentación de la actividad.
- No superar 1 página.