

MATERIA:

Taller del emprendedor

TEMA:

Estudio de mercado y estudio técnico

PRESENTA:

Fabián Hernández Chable

CARRERA:

licenciatura en enfermería

DOCENTE:

Mtro. Alberto de Jesús López

GRADO: 9no cuatrimestre

GRUPO: "F"

11 DE JUNIO DEL 2020

VILLAHERMOSA, TABASCO

Introducción

El estudio de mercado es un método que le ayuda a conocer sus clientes actuales y a los potenciales. De manera que al saber cuáles son los gustos y preferencias de los clientes, así como su ubicación, clase social, educación y ocupación, entre otros aspectos, podrá ofrecer los productos que ellos desean a un precio adecuado. Lo anterior lo lleva a aumentar sus ventas y a mantener la satisfacción de los clientes para lograr su preferencia. el estudio técnico de un proyecto de inversión, a que se detalla la estructura básica de la que está compuesto un estudio técnico, Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto, Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto, Análisis de la disponibilidad y el costo de los suministros e insumos, Identificación y descripción del proceso, Determinación de la organización humana y jurídica que se requiere para la correcta operación del proyecto

Tipos de Proyecto

Proyecto público: Buscan alcanzar un impacto sobre la calidad de vida de la población, los cuales no necesariamente se expresan en dinero. Los promotores de estos proyectos son el estado, los organismos multilaterales, las ONG (organización no gubernamental) y también las empresas, en sus políticas de responsabilidad social

Proyectos de inversión social: Buscan contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas orientados frente a una situación problemática, estos proyectos se pueden realizar con financiamiento público o privado. **Ámbito público:** Programas sociales, orientados a los sectores más vulnerables. **Sector privado:** A través de ONG, que trabajan con poblaciones que tengan iniciativa de trabajo. El impacto que tiene este tipo de proyectos se miden de manera cualitativa y a largo plazo utilizando herramientas de medición de costos.

Estudio de mercado ¿Qué es? Es el Estudio que comprende el análisis de la oferta, la demanda, los clientes y los consumidores

Creación de proyecto:

La **sustentabilidad** se enfoca más en la intervención humana para hacer que un proyecto funcione. La **sostenibilidad** se enfoca en la autosuficiencia natural de los ecosistemas para hacer que un proyecto funcione.

Rentabilidad: Relación existente entre los beneficios que proporciona una determinada operación o cosa y la inversión o el esfuerzo que se ha hecho; cuando se trata del rendimiento financiero; se suele expresar en porcentajes.

Competitividad: Capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores fijando un precio o la capacidad de poder ofrecer un menor precio fijada una cierta calidad.

Estrategias de puras:

Descreme: fijar el precio inicial alto y después de un tiempo bajarlo.

Penetración: fijar precio bajo y a veces o después por economías a escala bajarlo.

prestigio: fijar alto el más alto del mercado y no se baja nunca

Las 4 p's del marketing:

Precio - costo

Producto – cliente

Promoción – comunicación

Plaza – conveniencia

ESTUDIO TECNICO

Tamaño del proyecto: variables –

Demanda insatisfecha, capacidad financiera, tecnología, disponibilidad de insumos, localización geográfica, estacionalidad de la demanda, proyecciones de inflación, devaluaciones y tasas de interés, valoración de riesgo.

Localización del proyecto: variables –

macro localización, macro localización.

Proceso productivo:

Transformación de materia prima e insumos, identificación y presentación de requerimientos de bienes y servicios

Descripción del producto:

Para poder definir de manera específica los procesos que serán necesarios para producir o generar un producto/servicio, se requiere conocer los componentes del mismo. Construir la descripción del producto o del servicio principal de la idea de negocio, permitir la planificación de los requerimientos del proceso productivo, incluyendo desde materia prima, mano de obra, equipo y de más recursos

Características:

Tiempo – nacen y mueren

Único – no hay 2 iguales

Independencia – origen en planes y programas oficiales o privados

Flexibilidad – se acomoda
fragilidad – se afecta por cambios

Creatividad – imaginación, innovación- actividades que no sean repetitivas

Descripción del producto:

- 1- Aprovechar las palabras descriptivas,
- 2- hablar con el cliente en tu tienda online,
- 3- describir los resultados, no las funciones,
- 4- restar importancia a los detalles del producto esta

Identificación de los insumos y suministros de un proyecto:

Estado inicial + proceso transformación = producto final

Clasificación de la tecnología: desde el punto de vista de la fase o el momento en que se aplican, las tecnologías se pueden clasificar en: Tecnología de producto, tecnología de proceso, tecnología de distribución, tecnología de consumo

La tecnología se divide en 2 grupos

Tecnologías duras: son aquellas que nos aportan bienes tangibles: la ganadería, la carpintería, la producción textil, la metalurgia.

Tecnologías blandas: son aquellas que nos aportan bienes intangibles ejemplo: el control y la supervisión de los empleados, administrar los gastos y los ingresos de una empresa

Localización y distribución del negocio:

Factores a considerar: acceso a servicios públicos y privados, coste de alquiler o construcción, comunicación, tamaño adecuado para trabajadores

Capacidad de la planta.