



**UNIVERSIDAD DEL SURESTE**

**“PASIÓN POR EDUCAR”.**

---

**Actividad 1: MAPA CONCEPTUAL**

**Asignatura: TALLER DEL EMPRENDEDOR**

**PRESENTA: Gabriel Pérez Hernández**

**Numero de celular: 9933838301**

**Correo electrónico: gabyib788@gmail.com**

**BAJO LA DIRECCIÓN DEL: Mtro. ALBERTO DE JESUS  
LOPEZ MUÑOZ**

**VILLAHERMOSA, TABASCO, JULIO 10 DEL 2020**

**Unidad II y unidad III**

**Estudio de mercado**

**Estudio técnico**

Es el estudio que comprende el análisis de la oferta, la demanda, los clientes y los consumidores.

- Materia prima
- Localización
- Distribución de la planta
- Plan de producción
- Ingeniería del proceso
- Tamaño
- Sistema de control
- Maquinaria y equipo
- Procesos de producción
- Desarrollo de producto

**Objetivo:**

- Determinar el espacio que ocupa un bien o un servicio en un mercado específico.
- Identificar las empresas productoras de bienes o servicios similares, o competencia directa.

**Tamaño del proyecto**

- demanda insatisfecha
- tecnología
- capacidad financiera
- disponibilidad de insumo
- localización geográfica
- estacionalidad de la demanda
- proyecciones de inflación, devaluación y tasa de interés
- valoración del riesgo

**Localización del proyecto**

**Proceso productivo**

- Transformación de la materia prima e insumo
- Identificación y presentación de los requerimientos de bienes i servicios

**Proceso de mercadotecnia:**

- Análisis de oportunidades
- Investigación de mercado
- Creación de la estrategia
- Creación de las tácticas
- Aplicación
- control

- Macrolocalización
- microlocalización

**4 pasos del estudio del mercado**

- Precio.....costo
- Producto.....cliente
- Promoción....comunicación
- Plaza .....conveniencia

**Localización y distribución del negocio**

- Acceso a servicios públicos y privados
- Coste de alquiler o construcción
- Comunicación
- Tamaño adecuado