

Mapa conceptual de estudio de
mercado y estudio técnico

Unidad 2 y 3

07/07/2020

Jesús Antonio García salvador

Taller del emprendedor

Docente: Alberto de Jesús López Muñoz

Estudio de mercado

El estudio es una estrategia que mercado consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial

Objetivos

- Identificar necesidades y objetivos de los diferentes segmentos de mercado.
- Definir cuáles son los beneficios que los usuarios valoran más.
- Medir el posicionamiento de la marca en el público consumidor
- Comparar tus precios con los de la competencia.
- Estar consciente de las desventajas y limitaciones del producto.
- Definir el público meta o Buyer Persona

Estructura

Definir para qué queremos realizar el estudio. Anota los problemas a resolver.

Fuentes de información, primarias (encuestas, entrevistas, grupos de discusión, etc.) fuentes secundarias (artículos, informes, páginas web, estadísticas de empresa, fuentes gubernamentales, etc.)

Diseño y tratamiento de los datos las herramientas o técnicas vas a utilizar.

Procesamiento y análisis de los datos.

Informe final, se realizara un reporte que analice los datos obtenidos y conclusiones finales.

Demanda

Cantidad de bienes o servicios que se solicitan o se desea en un mercado a un precio específico.

Oferta

Cantidad de bienes, productos o servicios que se ofrecen en un mercado bajo unas determinadas condiciones.

Herramientas del estudio de mercado

- Establecer el objetivo y la necesidad del estudio de mercado
- Recoge la información de terceros
- Recoge la información propia
- Análisis de la competencia.
- Definir tu público objetivo

Canales de distribución

Directo, Corto, Largo y Doble.
Conformado por fabricante, agente, mayorista, detallista y consumidor.

En marketing, el ciclo de vida de un producto se entiende como el conjunto de etapas por las que pasa un producto desde su introducción en el mercado hasta su retirada.

Etapas del CVP

- Introducción
- Crecimiento
- Madurez
- Declive

Competitividad

Es el rendimiento de las utilidades

Ciclo de vida de un producto

Rentabilidad

La rentabilidad es el rendimiento obtenido de una inversión en forma de renta o plusvalía

Estudio Técnico

Propone analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, a la vez verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas de una actividad económica.

Componentes del estudio técnico

Analizar y determinar tamaño

Se mide por su capacidad, producción o prestación de servicios, como el monto de la inversión, el monto de ocupación efectiva de mano de obra o algún otro de sus efectos sobre la economía

Analizar y determinar localización

Consiste en abordar el problema de lo macro a lo micro

Macro localización

Ubicación del mercado de consumo; las fuentes de materias primas y la mano de obra disponible.

Micro localización

Cercanía con el mercado consumidor, infraestructura y servicios

Analizar y determinar Tecnología

Se refiere al conjunto de procedimientos y medios que el proyecto utilizara para la producción del bien o servicio para el cual se concibe

Tipos de tecnología

Tecnología de producto.
Tecnología de proceso.
Tecnología de distribución.
Tecnología de consumo.

Clasificación

Tecnología Fija.
Tecnología Flexible.
Tecnología Blanda.
Tecnología Dura.
Tecnología de Equipo.
Tecnología de Operación.
Tecnología de Producto.
Tecnología Limpia.

Ingeniería básica

Se reflejarán definitivamente todos los requerimientos de usuario, las especificaciones básicas, el cronograma de realización y la valoración económica.

Descripción del producto

Las descripciones de productos son una parte importante del proceso de conversión, ya que inciden en la determinación del comprador al momento de comprar

Bibliografía

- Coll, X. (18 de Diciembre de 2018). *Canales sectoriales interempresas*. Obtenido de [https://www.interempresas.net/Quimica/Articulos/230401-La-definicion-de-ingenieria-conceptual-e-ingenieria-basica-\(Parte-1\).html](https://www.interempresas.net/Quimica/Articulos/230401-La-definicion-de-ingenieria-conceptual-e-ingenieria-basica-(Parte-1).html)
- espinosa, R. (s.f.). *Roberto espinosa*. Obtenido de <https://robertoespinosa.es/2018/11/04/ciclo-de-vida-de-un-producto>
- Marti, M. B. (22 de Marzo de 2016). *Making Experience*. Obtenido de <https://makingexperience.com/blog/redactar-descripcion-de-producto-en-tu-tienda/>
- Milagros Cano Flores, D. O. (2013). Rentabilidad y competitividad en la PYME. *Ciencia Administrativa*, 80-86.
- Pollo cocido. (21 de agosto de 2017). *Pollo cocido*. Obtenido de <https://www.pollococido.com.ar/competitividad/rentabilidad-competitividad-y-eficiencia/#:~:text=hablamos%20de%20estacionalidad-,Rentabilidad%2C%20competitividad%20y%20eficiencia,forma%20de%20renta%20o%20pluval%C3%ADa.&text=Mientras%20que%20la%20competiti>
- Posas, R. R. (1999). *Formulacion y evaluacion de proyectos*. San jose: ICAP.
- Red cultural de la republica en colombia. (2017). *Banrepcultural*. Obtenido de https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Oferta_y_demanda#:~:text=El%20t%C3%A9rmino%20demanda%2C%20se%20refiere,mercado%20bajo%20unas%20determinadas%20condiciones.
- Silva, E. D. (s.f.). *Magenta Branding y Planificacion* . Obtenido de <https://magentaig.com/que-es-y-como-se-hace-un-estudio-de-mercado/>
- TecnoMagazine. (16 de junio de 2017). *Tecno Magazine*. Obtenido de <https://tecnomagazine.net/2017/06/16/tipos-de-tecnologia/>
- The Social Media Family. (6 de septiembre de 2018). *Mailrelay*. Obtenido de https://blog.mailrelay.com/es/2018/09/06/estudio-de-mercado#_Como_se_hace_un_estudio_de_mercado_paso_a_paso
- Vicente, D. F. (2015). *Slide player*. Obtenido de <https://slideplayer.es/slide/5497347/>