



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

CATEDRÁTICO:

LIC. ALBERTO LOPEZ MUÑOZ.

MATERIA:

TALLER DEL EMPRENDEDOR.

PRESENTA:

NAYELI VERA GONZALEZ

CARRERA:

LICENCIATURA EN ENFERMERIA

CUATRIMESTRE: NOVENO

GRUPO: "F"

09 DE JULIO DE 2020
VILLAHERMOSA, TABASCO.
POB DOS MONTES.

UNIDAD II



ESTUDIO DE MERCADO

Consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica.



ESTRATEGIAS

ESTRATEGIAS DE PRECIO

- **DESCREME:** Precio inicial alto, después de un tiempo bajarlo.
- **PENETRACION:** Precio bajo a veces por economías a escala bajarlo.
- **PRESTIGIO:** Precio alto el más alto y no se baja nunca.

ESTRATEGIAS DE PRODUCTOS Y PRECIO

- ◆ **REQUISITOS:** Organización orientada a la innovación. Reducir los riesgos.
- ◆ **ESTRATEGIAS:** Identificación de oportunidades, Diseño, Prueba, Introducción, Análisis de rentabilidad.

PROCESO DE MERCADOTECNIA

- Análisis de oportunidades
- Investigación de mercados
- Creación de la estrategia
- Creación de las tácticas
- Aplicación
- Control

CLASIFICACION DE PRODUCTOS

- **NATURALEZA:** Tangibles (Mesa, Libro) Intangibles (Serv. Médico, Abogado).
- **DESTINO:** Consumo inmediato (alimento, bebida). Industriales (Maquinas Materias primas).
- **MOTIVO DE COMPRA:** Racionales (necesidad real). Emocionales (Deseo inmediato).
 - **RELACION CON OTROS PRODUCTOS:**
 - Sustitutivos
 - Complementarios
 - Independientes

CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

- INTRODUCCION
- CRECIMIENTO
- MADUREZ
- DECLIVE

FIJACION DE PRECIOS

- ◆ Basada en el costo
- ◆ Basada en la demanda
- ◆ Basada en la competencia

RENTABILIDAD VS COMPETITIVIDAD

RENTABILIDAD: Relación entre los beneficios que proporciona una determinada operación o cosa y la inversión o el esfuerzo 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 fijado una cierta calidad.

UNIDAD III



ESTUDIO TECNICO

Tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y costos de operación pertinentes a esta área.



DESCRIPCION DEL PRODUCTO

Para definir de manera específica los procesos que son necesarios para producir o generar un producto /Servicio se requiere conocer los componentes del mismo.

- Aprovechar las palabras descriptivas.
- Hablar con el cliente en tu tienda online.
- Describir los resultados, no las funciones.
- Restar importancia a los “detalles” del producto.

CARACTERISTICAS

TIEMPO: Nacen, mueren

UNICO: No hay 2 iguales

DEPENDENCIA: Origen en planes y programas oficiales y privados.

FLEXIBILIDAD: Se acomodan.

FRAGILIDAD: Se afecta por cambios.

CREATIVIDAD: Imaginación, Innovación-Actividades que no sean repetitivas

IDENTIFICACION DEL EQUIPO Y LA TECNOLOGIA.

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

LOCALIZACION Y DISTRIBUCION DEL NEGOCIO

- ◆ Macrolocalización: donde se elige la región o zona más atractiva para el proyecto.
- ◆ Microlocalización: que determina el lugar específico donde se instalará el proyecto.

CLASIFICACION DE LA TECNOLOGIA

TECNOLOGIAS DURAS: Son aquellas que nos aportan, bienes tangibles.

Ejemplo: Ganadería, Carpintería, La Producción textil, La Metalúrgica.

TECNOLOGIAS 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.

BIBLIOGRAFIA

- <https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/biblioteca/8328600eeb76ac53cf293256c48165bb.pdf>
- <https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/biblioteca/e955d28f2b2dfb707a33b80ff801d4a7.pdf>