



# 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>