



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

“PASIÓN POR EDUCAR”.

TEMA: ESTUDIO DE MERCADO Y ESTUDIO TECNICO

ASIGNATURA: TALLER DEL EMPRENDEDOR

PRESENTA: ALEJANDRA LUNA PÉREZ

GRADO: 9 GRUPO: F

BAJO LA DIRECCIÓN DE: ALBERTO DE JESÚS LÓPEZ

VILLAHERMOSA, TABASCO, 07 JULIO DEL 2020

ESTUDIO DE MERCADO

Estudio de mercado es el conjunto de acciones que se ejecutan para saber la respuesta del mercado; Target, consumidores y proveedores, competencia ante un producto o servicio.

Objetivos

- 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.

Estrategias de Producto y Precio

Requisitos: Organización orientada a la innovación con ambiente a los emprendedores, reducir riesgo de nuevas aventuras

Etapas: identificación de oportunidades, diseño, prueba, introducción, análisis de rentabilidad.

Procesos de mercadotecnia

Análisis de oportunidades
Investigación de mercados
Creación de las tácticas
Aplicación
Control

La Naturaleza del producto

Características

- Razón/Peso/Volumen
- Razón/Volumen /Precio
- Sustitubilidad
- Riesgo

Clasificación de los productos

- Por naturaleza
- Por destino
- Por el motivo de su compra
- Por la recolección con otros productos

Análisis de demanda

La **demanda** puede ser definida como la cantidad de bienes y servicios que son adquiridos por consumidores a diferentes precios, a de una unidad de tiempo específica (un día, un mes, un año, etc) ya que sin un parámetro temporal no podemos decir si de una cantidad de demanda crece o decrece.

Análisis de la oferta

La oferta, en economía, es la cantidad de bienes y servicios que los oferentes están dispuestos a poner a la venta en el mercado a unos precios concretos.

Ciclo de vida del producto (CVP)

Introducción

Estableciendo la marca y asegurándole al mercado la calidad del nuevo producto.

Conocimiento

Manteniendo la calidad del producto y añadiendo cualquier servicio extra o apoyo que se vuelva obvio durante la etapa de introducción.

Madurez

Revisando los canales de distribución y usando incentivos para animar a las tiendas a tener mercancía del producto original en lugar de preferir los nuevos productos.

Nuevas promociones cuyo objetivo sea mostrar la diferencia entre productos

Declive

Mantener el producto en el mercado pero añadiendo o quitando ciertas características, o buscando nuevos usos para el mismo.

Descontinuar el producto o vender los derechos del mismo a otra compañía.

Métodos de la fijación de precios

Métodos de fijación de precios basados en el coste

Métodos de fijación de precios basados en demanda

Métodos de fijación de precios basados en competencias

Rentabilidad vs Competitividad

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.

Trade Marketing y Administración de los canales de distribución de venta

Marketing

Visión categorías

Trade marketing

Visión canal

ESTUDIO TECNICO

Ingeniería Básica

Implica la definición de los criterios generales e ideas básicas del proyecto. Estas ideas y definiciones del proyecto serán en los que se basará la ingeniería de detalle, para el desarrollo de los planos de construcción.

Descripción del Producto

Para poder definir de manera específicas lo procesos que serán necesarios para producir o generar un producto se requiere conocer los componentes del mismo

Descripción del Producto

- Aprovechar las palabras descriptivas
- Hablar con el cliente en tu tienda online
- Describir los resultados, no las funciones

Identificación del equipo y la Tecnología

- Clasificación de la tecnología
- Tecnología de producto
- Tecnología de procesos
- Tecnología de distribución
- Tecnología de consumo

Determinación y tamaño máximo del Proyecto

Se debe tomar en cuenta para la determinación del tamaño del proyecto

- Demanda del producto
- Disponibilidad de materias e insumos
- Capacidad financiera
- Tecnología
- Localización

Identificación de los Insumos y suministros de un proyecto

Estado Inicial + proceso de transformación = producto final

Clasificación de tecnologías

Tecnologías blandas
Tecnologías duras

Localización y distribución del Negocio

Consiste en identificar el lugar ideal para la implementación del proyecto. La selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos:

- **Macrolocalización:** donde se elige la región o zona mas atractiva para el proyecto.

- **Microlocalización:** que determina el lugar específico donde se instalará el proyecto

Capacidad plana