



## **UNIVERSIDAD DEL SURESTE**

### **CATEDRATICO:**

Alberto De Jesús López Muñoz.

### **MATERIA:**

Taller Del Emprendedor.

### **CARRERA:**

Lic. Enfermería

### **ALUMNA:**

Kattia Gerónimo Martínez

### **TRABAJO:**

Mapa Conceptual  
UNIDAD II: ESTUDIO DE MERCADO  
UNIDAD III: ESTUDIO TECNICO

# 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 PRODUCTOS Y PRECIO

◆Requisitos: Organización orientada a la innovación. Reducir los riesgos.  
◆Estrategias: Identificación de oportunidades, Diseño, Prueba, Introducción, Análisis de rentabilidad.

### 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.

## PROCESO DE MERCADOTECNIA

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

## CLASIFICACION DE PRODUCTOS

### POR

- 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 (coca cola- Pepsi) Complementarios (Leche+ cola cao) Independientes (Mueble- ropa).

## FIJACION DE PRECIOS

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

## CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

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

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

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

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

## 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.

## Trade Marketing y Administración de los Canales de Distribución de Ventas

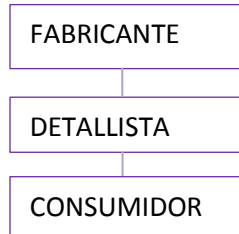
### CANAL DOBLE



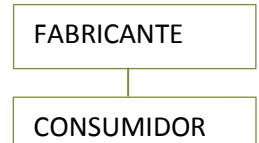
### CANAL LARGO



### CANAL CORTO



### CANAL DIRECTO



## ESTUDIO TECNICO

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

### 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

### 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.

### 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

### INGIENERIA BASICA

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.

### 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.

### LOCALIZACION Y DISTRIBUCION DEL NEGOCIO

Consiste en identificar el lugar ideal para la implementación del proyecto, se define en dos ámbitos:

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

### FACTORES A CONSIDERAR

- Acceso a servicios públicos y privados.
- Coste de alquiler o construcción.
- Comunicación.
- Tamaño adecuado (para trabajadores).

## **BIBLIOGRAFIA**

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

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

<https://www.monografias.com/trabajos64/procedimientos-formulacion-evaluacion-proyectos/procedimientos-formulacion-evaluacion-proyectos2.shtml>