



**UNIVERSIDAD DEL SURESTE**

MODULO:

TALLER DEL EMPRENDEDOR

TEMA:

MAPA CONCEPTUAL

ALUMNO:

ZURYSADAI PEREZ GONZALEZ

DOCENTE:

LIC. ALBERTO DE JESUS LOPEZ MUÑOZ

CARRERA:

LIC EN ENFERMERIA

ESTUDIO DE MERCADO Y ESTUDIO TECNICO

DEFINICION

ESTUDIO DE MERCADO

ESTUDIO TECNICO

ES EL CONJUNTO DE ACCIONES QUE SE EJECUTAN PARA SABER LA RESPUESTA DEL MERCADO; TARGET, CONSUMIDORES PROVEDORES Y COMPETENCIA ANTE UN PRODUCTO O SERVICIO.

DISEÑAR LA FUNCION PRUDUCCION ÒPTIMA QUE MEJOR UTILICE LOS RECUROS DISPONIBLES PARA OBETENER EL PRODUCTO SERVICIO DESEADO.

OBJETIVO

OBJETIVO

- 1- DETERMINAR EL ESPACIO QUE OCUPA UN BIEN O UN SERVICIO EN UN MERCADO ESPECIFICO.
- 2- IDENTIFICAR LAS EMPRESAS PRODUCTORAS DE SERVICIOS SIMILARES O COMPETENCIA DIRECTA.

- 1- VERIFICAR LA DISPONIBILIDAD TECNICA DE LA FABRICACION DEL PRODUCTO QUE SE PRETENDE CREAR.
- 2- ANALIZAR Y DETERMINAR EL TAMAÑO ÒPTIMO LA LOCALIZACION ÒPTIMA LOS EQUIPOS Y LAS INSTALACIONES, PARA LA REALIZACION DE LA PRODUCCION.



<b>CONSUMIDOR</b> SUS MOTIVACIONES DE CONSUMO SUS HABITOS DE COMPRA SU ACEPTACION DE PRECIOS SUS OPINIONES DE NUESTRO PRODUCTO Y LOS DE LA COMPETENCIA	<b>CLASES DE MERCADO</b> MERCADO TOTAL MERCADO POTENCIAL MERCADO META MERCADO REAL	<b>PRODUCTO</b> ESTUDIO SOBRE LOS USOS DE PRODUCTOS ESTUDIOS SOBRE SU ACEPTACION COMPARATIVOS CON LOS DE LA COMPETENCIA
---	--	--

<b>TAMAÑO DE PROYECTO</b> <b>VARIABLES</b> DEMANDA INSATISFECHA CAPACIDAD FINANCIERA TECNOLOGIA DISPONIBILIDAD DE INSUMO	<b>LOCALIZACION DEL PROYECTO</b> <b>VARIABLES</b> MACROLOCALIZACION MICROLOCALIZACION	<b>PROCESO PRODUCTIVO</b> <b>TRANSFORMACION DE MATERIA PRIMA E INSUMOS</b>
---	--	---