



Mi Universidad

Mapa conceptual

Nombre del Alumno: Gilberto Haddad Osorio

Nombre del tema: Mapa conceptual

Parcial. I

Nombre de la Materia: Formulación de proyectos

Nombre de la Maestría: Administración

Cuatrimestre: 3

Comalcalco, Tab, 06 de julio del año 2022.

Estudio comercial o de mercado

Se define como

Este estudio indica si el mercado es o no sensible al bien o servicios producidos por el proyecto y la aceptabilidad que tendría en su consumo o uso, también determina la postergación o rechazo de un proyecto.

El estudio de mercado requiere de análisis complejos y se constituye en la parte más crítica de la formulación de un proyecto.

¿Cómo realizar un estudio de mercado?



Estudio del producto

Es

Todo objeto, servicio o idea que se ha visto como provechoso para satisfacer una necesidad o deseo que representa la oferta de la empresa. Resultado de un esfuerzo elaborado que se ofrece a los clientes con características determinadas.

Factores que determinan los niveles de producción de cada uno de los oferentes en un mercado determinado. Para obtener la oferta total de un mercado se suma la producción de cada uno de los oferentes individuales. Es medir las cantidades y las condiciones en que una economía (caracterizada por los productores) puede y quiere poner actualmente a disposición del mercado un bien o un servicio

Es la serie de

Balance oferta - demanda

La cantidad de productos que los diversos fabricantes, productores o prestadores de servicios ponen en los mercados a disposición de los consumidores para satisfacer sus necesidades.

- Oferta mercado libre
- Oferta oligopólica
- Oferta monopólica.

Se concreta como

Estudio de oferta



Estudio de precios

Expresión de

Valor que tiene un producto o servicio, manifestado en general en términos monetarios, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio, es uno de los elementos más importantes que condiciona la cuota de mercado de la empresa y su rentabilidad.

Canales de comercialización

Se basa en que

Clientes conozcan de su producto o servicio a través de diferentes modos de publicidad y se apoya en los medios fuertes de comunicación ya sea por medio de revistas, televisión periódico, radio entre otras para hacerle promoción.

- Las ventas personales
- La promoción de ventas



Estudio de demanda

Se define como

Cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado.
Cantidad de productos (bienes y servicios) que los consumidores están dispuestos a adquirir a un precio determinado con la finalidad de satisfacer una necesidad específica.

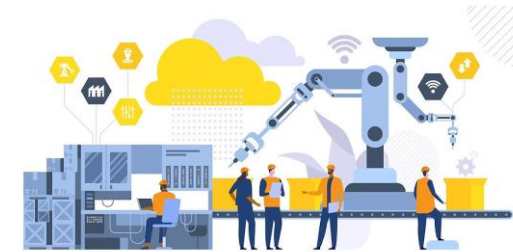
- Pronóstico de la Demanda
- Clasificación de la demanda

Estudio técnico

Se define

Período permanente de producción de bienes o a la prestación de un servicio, Es la etapa se materializan las acciones, que dan como resultado la producción de bienes o servicios y termina cuando el proyecto comienza a generar beneficios.

Hace referencia a las inversiones que son necesarias para dejar al proyecto en condiciones de entrar en operación.



Estudio de materias primas

Es donde

Se identifica los precios y la disponibilidad de materias primas de base biológica, su uso competitivo así como lo siguiente:

- Características generales
- Propiedades físico-químicas
- Datos de producción
- Formas de abastecimiento
- Aspectos relacionados a seguridad



Localización física

Influyen los

Medios y costos de transporte; disponibilidad y costo de mano de obra, la cercanía de las fuentes de abastecimiento, factores ambientales; cercanía del mercado; costo y disponibilidad de terrenos, topografía de suelos; estructura tributaria y legal, disponibilidad de recursos como agua, energía y otros insumos, comunicaciones y posibilidad de desprenderse de desechos.

Tamaño del proyecto

Es su

Capacidad productiva y se expresa en unidades de producción por año; el cual también puede definirse por indicadores indirectos como el monto de su inversión, ocupación de mano de obra.

Es indudable, que el tamaño del proyecto se ve severamente afectada por la disponibilidad de financiamiento para la inversión en los aspectos antes mencionados y en algunos casos el financiamiento es determinante.



Distribución de instalaciones

Determina las

Función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado.

Todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento del proyecto, desde la descripción del proceso productivo, adquisición de equipo y maquinaria, determinación de la distribución óptima de la planta hasta definir la estructura de organización y jurídica que habrá tener la planta productiva

Bibliografía

Castro, Carmen, Mercadotecnia, Universitaria Potosina, S.L.P, México 1997

GARCIA Mendoza, Alberto. Evaluación de proyectos de inversión. Ed. McGraw-Hill Interamericana, México, 2004.

Hartline, Michael, Estrategia de Marketing,(Thomson :Tercera Edición).

Herrera, Jorge, Los Proyectos: La razón de ser del presente,(Ecoe. Bogotá 2005).

Kotler, Philip, et al, Dirección de marketing, Pearson, México, 2006.

Kotler, Philip, Fundamentos del marketing, Pearson, (sexta edición)

Mercado, Salvador, Mercadotecnia programada: principios y aplicaciones, Limusa S.A de C.V, México Soriano.

TORRES, Joaquín. Evaluación de proyectos de inversión. Ed. Pearson: México.

<http://www.ugr.es/~aulavirtualpfcicq/estudiodelamateriaprimer.html>