



OPERARIO DE LECHES HIGIENIZADAS

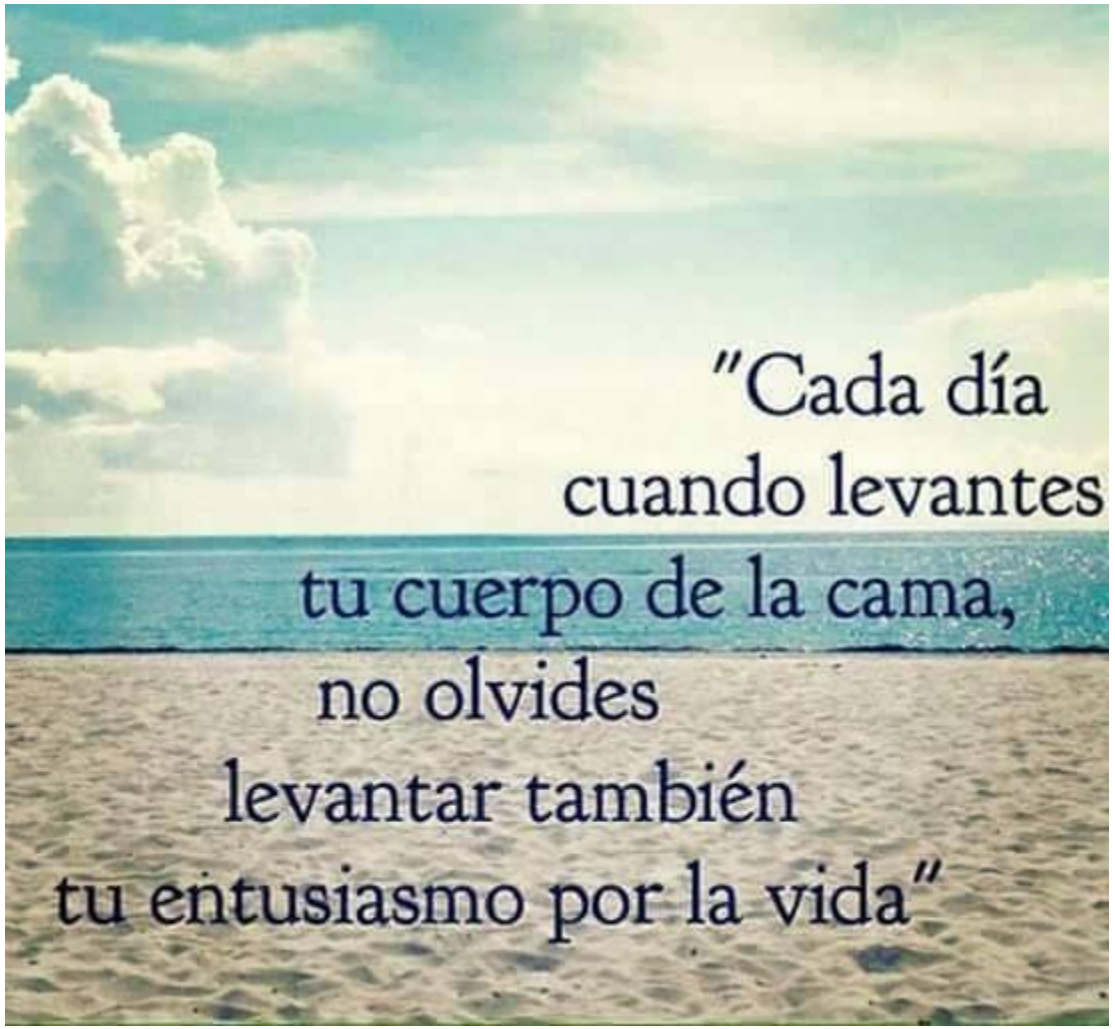
Sesión 45. Informe final del proyecto – parte 4

YESSICA MILENA ZAPATA

Ingeniero agroindustrial

ACTIVADOR COGNITIVO

¿Qué piensas de esta frase?



¿Qué es un informe escrito?

Es un texto escrito en prosa con el objetivo de informar sobre hechos o actividades concretas a un determinado lector o lectores.

- Incluyen elementos persuasivos, como recomendaciones, sugerencias u otras conclusiones motivacionales
- Es un texto expositivo y explicativo
- Utiliza un lenguaje objetivo
- Se escribe en tercera persona
- En este tipo de textos también está presente una estructura argumentativa





Es una exposición de los datos obtenidos en una investigación de campo o biográfica sobre un determinado tema, por eso su principal propósito es informativo

ESTUDIO DE LA OFERTA



Se trata de analizar los distintos productores (competencia) en el ámbito geográfico de interés así como la cantidad producida.

Ejemplo: Aceite de oliva



Vs.

el sector es el de los aceites comestibles, y su segmentación



Características

- el estudio del conjunto de empresas con las que se comparte el mercado del producto que pretende producir.
- para determinar las ventajas competitivas de la empresa es recomendable realizar un Análisis DAFO
- Se trata de analizar con detalle a las empresas competidoras que podrían afectar en el futuro el fortalecimiento y el crecimiento de nuestra empresa en el giro.

DOFA DE PRINCIPALES COMPETIDORES
EJEMPLO

6.1. PRINCIPALES COMPETIDORES

FORTALEZAS
Presencia a nivel mundial
Calidad de sus productos
Eficiencia operativa
Posición financiera sólida
Alto valor de marca

OPORTUNIDADES
Crecimiento de la demanda
Penetración en otros mercados
Nuevas tecnologías
Comercio electrónico

lifeder.com

GRUPO BIMBO

DEBILIDADES
Desaceleración del volumen de producción
Entorno de consumo frágil en EE.UU.
Productos perecederos
Cultura organizacional débil

AMENAZAS
Dietas alimenticias más saludables
Competencia directa e indirecta
Escasez de mano de obra cualificada
Inestabilidad económica

Nombre empresa	Coca-Cola
Fortalezas	**Debilidades**
• Mayor cuota de mercado en todo el mundo en el campo de las bebidas no alcohólicas • Campañas de marketing y publicidad enormes • Mayor cadena de distribución de bebidas • Clientela fidelizada • Poder para negociar los precios con los proveedores • Fuerte responsabilidad social de la empresa	• Concentración en la producción de bebidas carbonatadas • Portafolio de productos poco diversificado • Grandes deudas por adquisiciones • El fracaso de la introducción de nuevas marcas • Posesión de marcas que no aportan suficientes ingresos
Oportunidades	**Amenazas**
• Crecimiento en el consumo de agua embotellada • Crecimiento de la demanda de alimentos y bebidas saludables • Crecimiento en el consumo de bebidas no alcohólicas en los mercados emergentes • Expansión a través de adquisiciones	• Cambio en los hábitos de consumo • La escasez de agua • Dolar demasiado fuerte • Reglamentaciones para imprimir información que puede ser comprometedora en las etiquetas • Disminución de la utilidad bruta y neta • Competencia de las marcas de PepsiCo • Mercado de bebidas carbonatadas saturado

PARA CAPACITACIÓN

ESTUDIO TÉCNICO

Permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas

Presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal.



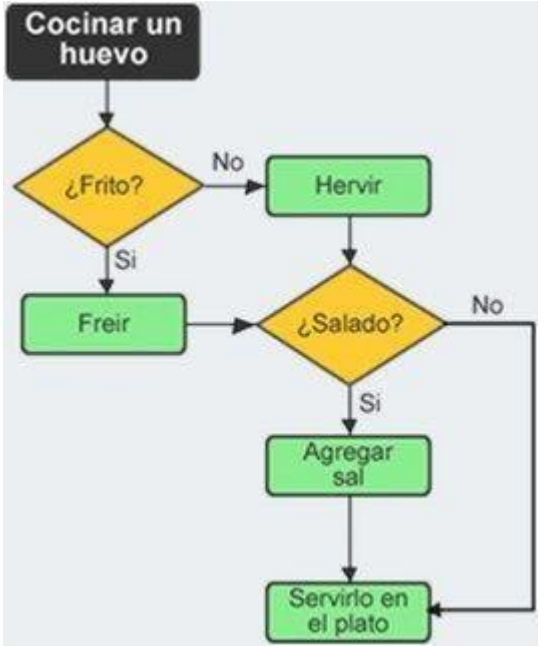
Análisis de ingeniería	Tamaño del proyecto	Decisión de localización
• Se toma la decisión acerca de la infraestructura, obra física, equipamiento tecnológico, MO y materias primas.	• Volumen de demanda esperados, la disponibilidad de recursos técnicos y humanos, la legislación vigente , etc.	• Analizar los factores determinantes que pueden afectar la productividad del proyecto (ubicación de los consumidores, zonas de abastecimiento, disponibilidad de medios de transporte, etc.



ESTUDIO TÉCNICO



7.1 DIAGRAMA DE FLUJO



ESTUDIO TÉCNICO

7.2. BONDADES Y BENEFICIOS

Características	• ENUMERARLAS
Beneficios	• ESPECIFICAR EN FUNCIÓN DEL DESTINATARIO DE LOS SERVICIOS/PRODUCTOS
Ventaja competitiva	• ESCOGER LOS BENEFICIOS QUE SON ÚNICOS PARA SEGMENTO DEL MERCADO

Ejemplo:



ESTUDIO TÉCNICO

7.3 INNOVACION DEL PRODUCTO



La innovación de producto es el proceso de introducir nuevos productos al mercado con características y funcionamientos drásticamente mejorados.



