



Evaluación de proyectos de inversión

**Lic. Yaneth Del Rocío Espinosa
Espinosa**

Estudio de mercado

Manolo Enrique Rivera Escobar

PASIÓN POR EDUCAR

90

**Lic. administración y estrategias de
negocios**

ESTUDIO DE MERCADO

ESTUDIO DE MERCADO.



ES UN ESTUDIO DE DEMANDA, OFERTA Y PRECIOS DE UN BIEN O SERVICIO.

¿PARA QUE SIRVE?

ANALIZA CÓMO ESTÁ POSICIONADA LA DEMANDA DE NUESTROS PRODUCTOS/ SERVICIOS, MÁS QUE CENTRAR LA ATENCIÓN SOBRE EL POTENCIAL CONSUMIDOR Y LA CANTIDAD DEL PRODUCTO QUE ÉSTE DEMANDARÁ, EN EL ESTUDIO DE MERCADO SE TENDRÁN QUE ANALIZAR LOS MERCADOS DE PROVEEDORES, COMPETIDORES Y DISTRIBUIDORES E INCLUSO, CUANDO ASÍ SE REQUIERA, SE ANALIZARÁN LAS CONDICIONES DEL MERCADO EXTERNO.

IMPORTANCIA DEL ESTUDIO DE MERCADO

ESTÁ EN QUE RECOGE TODA LA INFORMACIÓN SOBRE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS QUE SUPONE SUMINISTRARÁ EL PROYECTO, Y PORQUE APORTA INFORMACIÓN VALIOSA PARA LA DECISIÓN FINAL DE INVERTIR O NO EN UN PROYECTO DE INVERSIÓN.

ASPECTOS A CONSIDERAR EN UN ESTUDIO DE MERCADO

- **CARACTERIZACIÓN DEL BIEN O SERVICIO**
- **DETERMINACIÓN DEL SEGMENTO DE MERCADO O EL ÁREA DE COBERTURA DEL PRODUCTO**
- **REALIZACIÓN DE DIAGNÓSTICOS DE LA OFERTA Y DEMANDA DEL PRODUCTO**
- **DETERMINACIÓN DE LOS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN DEL BIEN O SERVICIO**
- **DEFINICIÓN DE LAS POLÍTICAS DE VENTAS QUE REGIRÁN LA COMERCIALIZACIÓN DEL BIEN O SERVICIO**

ESTUDIO DE LA DEMANDA



DEMANDA

ES LA 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.

PARA ESTUDIAR LA DEMANDA SE INCLUYEN ELEMENTOS COMO SON: LOS ASPECTOS QUE AFECTAN LOS REQUERIMIENTOS DEL MERCADO CON RESPECTO A UN BIEN O SERVICIO, ASÍ COMO LA POSIBILIDAD DE PARTICIPAR COMO PRODUCTOR DE DICHOS BIENES O SERVICIOS. ES POR ELLO QUE SE DEBE CONSIDERAR EL ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

PROPÓSITOS DEL ESTUDIO DE LA DEMANDA

- **MEDIR LOS ASPECTOS QUE INFLUYEN EN LA CANTIDAD DE PRODUCTO O SERVICIO DEMANDADO**
- **DETERMINAR LA POSIBILIDAD DE QUE EL PRODUCTO O SERVICIO FUNCIONE COMO SATISFACTOR**
 - **CONOCER A DETALLE LAS NECESIDADES DE LOS CONSUMIDORES Y LA CAPACIDAD PARA ADQUIRIR EL PRODUCTO O SERVICIO**
 - **IDENTIFICAR LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES.**

DETERMINANTES DE LA DEMANDA

- **TAMAÑO Y CRECIMIENTO DEL MERCADO**
- **TAMAÑO Y CRECIMIENTO DE LA DEMANDA**
- **HÁBITOS DE CONSUMO**
- **GUSTOS Y PREFERENCIAS**
- **NIVEL DE INGRESO Y GASTO DE LA POBLACIÓN**
- **PRECIOS DE LOS PRODUCTOS**
- **EXPECTATIVAS**
- **PROMOCIONES**

PRONOSTICO DE LA DEMANDA

PARA REALIZAR UN PRONÓSTICO DE CÓMO SE COMPORTARÁ LA DEMANDA ES NECESARIO CONOCER LOS TIPOS DE DEMANDA EXISTENTES

◊ **DEMANDA ELÁSTICA: EL AUMENTO DE LOS PRECIOS DEL PRODUCTO OCASIONA QUE LA DEMANDA DISMINUYA**

◊ **DEMANDA INELÁSTICA: LA DEMANDA SE MANTIENE CONSTANTE SIN IMPORTAR LA VARIACIÓN DE PRECIO**

◊ **DEMANDA UNITARIA: LA VARIACIÓN DE PRECIOS ES LA MISMA QUE LA DE LOS PRODUCTOS**

CLASIFICACIÓN DE LA DEMANDA

DEMANDA POTENCIAL Y DEMANDA REAL.

- **LA DEMANDA POTENCIAL ES LA CUANTIFICACIÓN DE LOS REQUERIMIENTOS DE PRODUCTOS DE LA POBLACIÓN**
- **LA DEMANDA REAL ES LA CANTIDAD DE PRODUCTOS QUE LA POBLACIÓN PUEDE ADQUIRIR, DETERMINADA PRINCIPALMENTE POR SU NIVEL DE INGRESOS, DADO QUE ES LO QUE LE PROPORCIONA EL PODER DE COMPRA**

CLASIFICACIÓN DE ACUERDO CON DIVERSOS CRITERIOS

DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES

- **DE BIENES SOCIALMENTE NECESARIOS.**
- **DE BIENES NO NECESARIOS.**

DE ACUERDO CON LA TEMPORALIDAD

- **DEMANDA CONTINUA.**
- **CÍCLICA O ESTACIONAL.**

DE ACUERDO CON EL DESTINO DE LOS PRODUCTOS

- **DEMANDA FINAL**
- **DEMANDA INTERMEDIA.**

DE ACUERDO CON LA ESTRUCTURA DE MERCADO

- **SUSTITUCIÓN DE IMPORTACIONES.**
- **DEMANDA INSATISFECHA O POTENCIAL.**
- **MERCADO CAUTIVO O INTEGRADO.**

DE ACUERDO CON LA OPORTUNIDAD

- **DEMANDA INSATISFECHA**
- **DEMANDA SATISFECHA.**
- **DEMANDA SATISFECHA SATURADA.**
- **DEMANDA SATISFECHA NO SATURADA.**

ESTUDIO DE LA OFERTA

¿QUÉ ES LA OFERTA?



LA OFERTA ES 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.

CLASIFICACION DE LA OFERTA SEGÚN EL GRADO DE DOMINIO QUE LOS FABRICANTES O PRODUCTORES TENGAN SOBRE EL MERCADO

- * OFERTA MERCADO LIBRE. EN ESTE CASO EXISTE UN GRAN NÚMERO DE COMPRADORES Y VENEDORES Y EL PRODUCTO ESTÁ TIPIFICADO.**
- * OFERTA OLIGOPÓLICA. ESTA SITUACIÓN SE CARACTERIZA PORQUE EL MERCADO SE ENCUENTRA DOMINADO POR POCOS PRODUCTORES.**
- * OFERTA MONOPÓLICA. EXISTE UN SOLO PRODUCTOR DEL BIEN O SERVICIO QUE, POR TAL MOTIVO, DOMINA TOTALMENTE EL MERCADO E IMPONE CALIDAD, PRECIO Y CANTIDAD DEL PRODUCTO O SERVICIO QUE OFECE.**

ELASTICIDAD DE LA OFERTA

ES LA MEDIDA O CAMBIO PORCENTUAL QUE MUESTRA LA CANTIDAD OFRECIDA CUANDO OCURRE UNA VARIACIÓN DE PRECIO.

TIPOS DE ELASTICIDAD EN LA OFERTA

- † **PERFECTAMENTE INELÁSTICA. AUN CUANDO EL PRECIO VARÍE, LA CANTIDAD OFRECIDA PERMANECE CONSTANTE.**
- † **PERFECTAMENTE ELÁSTICA. ES CUANDO EL PRECIO ES FIJO Y LA CANTIDAD OFRECIDA CRECE DE MANERA INDEFINIDA.**
- † **ELASTICIDAD UNITARIA. ESTA SITUACIÓN SE PRESENTA CUANDO ANTE UN CAMBIO DE PRECIO SE PRODUCE EL MISMO CAMBIO PORCENTUAL EN LA CANTIDAD OFRECIDA.**

AL ESTUDIAR LA OFERTA DE PRODUCTOS ES NECESARIO ESTUDIAR LOS COSTOS EN QUE SE INCURRE, ESTOS SON

COSTOS DE LA OFERTA

- **COSTOS FIJOS**
- **COSTOS VARIABLES**
- **COSTO TOTAL**
- **COSTO MARGINAL**

OFERTA ACTUAL

EL PROPÓSITO PRINCIPAL DEL ANÁLISIS DE LA OFERTA ACTUAL ES MEDIR LAS CANTIDADES Y LAS CONDICIONES EN QUE UNA ECONOMÍA PUEDE Y QUIERE PONER ACTUALMENTE A DISPOSICIÓN DEL MERCADO UN BIEN O UN SERVICIO.

LOS PRINCIPALES FACTORES QUE AFECTAN DIRECTAMENTE LA CANTIDAD DE PRODUCCIÓN DE UN MERCADO SON:

- **NÚMERO DE OFERENTES.**
- **UBICACIÓN GEOGRÁFICA.**
- **VOLÚMENES OFRECIDOS.**
- **CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DE LOS DIFERENTES PRODUCTORES.**
- **DISPONIBILIDAD DE MATERIAS PRIMAS.**
- **TECNOLOGÍA DISPONIBLE EN LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN.**

- **TECNOLOGÍA QUE UTILIZAN LOS DIVERSOS PRODUCTORES.**
- **OFERTA DE OTROS PAÍSES.**
- **TIPO DE COMPETIDORES.**
- **FENÓMENOS CLIMATOLÓGICOS.**
- **CAMBIOS ECONÓMICOS.**
- **FORMA EN QUE INGRESARON AL MERCADO LOS DIVERSOS OFERENTES.**
- **DIFICULTADES, DEBILIDADES Y VENTAJAS DE CADA UNO DE LOS OFERENTES.**

COSTOS DE LA OFERTA

CUANDO SE ANALIZA LA OFERTA SE DEBEN INCLUIR LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN, ES DECIR, CUÁNTO CUESTA FABRICAR LOS PRODUCTOS.

- ✦ **COSTOS FIJOS. SON LOS QUE NO CAMBIAN AUNQUE SE MODIFIQUEN LOS VOLÚMENES DE PRODUCCIÓN.**
- ✦ **COSTOS VARIABLES. SON LOS QUE CAMBIAN ANTE DIFERENTES VOLÚMENES DE PRODUCCIÓN.**
- ✦ **COSTO TOTAL. ES LA SUMA DE LOS COSTOS FIJOS Y LOS VARIABLES.**
- ✦ **COSTO MARGINAL. ES LO QUE CUESTA AL OFERENTE PRODUCIR UNA UNIDAD MÁS DE PRODUCTO, A PARTIR DE LOS MÁRGENES EXISTENTES DE OPERACIÓN, DE DONDE SURGE SU NOMBRE DE COSTO MARGINAL.**