



Evaluación de proyectos de inversión

**Lic. Yaneth Del Rocío Espinosa
Espinosa**

Estudio de mercado

Manolo Enrique Rivera Escobar

9o

**Lic. administración y estrategias de
negocios**

Estudio de mercado

Realizamos un estudio de mercado cuando queremos establecer un determinado negocio de nuestro interés de manera posterior a este , el estudio de mercado nos sirve para conocer diversos factores del área en la que nos vamos a establecer, por ejemplo nos sirve para conocer las preferencias de los consumidores, la cantidad de demanda que existe sobre ciertos productos, y también para conocer los rangos de precios de los productos que son similares a los nuestros, nuestros proveedores, competidores y distribuidores, conocer estos y otros factores mediante el estudio de mercado es fundamental para tener una noción de como será tomada nuestra propuesta de producto por el público consumidor al que nos estamos dirigiendo, del estudio de mercado va a depender como se van a desarrollar los siguientes pasos de nuestro proyecto, de los resultados del proyecto de inversión tomamos la decisión si invertir o no en nuestro proyecto.

Estudio de la demanda

La demanda es la cantidad de productos o servicios que los consumidores exigen a los ofertantes de estos. Al realizar el estudio de la demanda nos damos cuenta primeramente cuales son las necesidades de los consumidores y cuales son sus capacidades para la adquisición de bienes, que tanto los consumidores necesitan de ciertos productos o servicios, también conocemos hasta que grado nuestra propuesta va a funcionar como un satisfactor para la población, la demanda es determinada finalmente por los mismos consumidores, para ello tomamos en cuenta cuales son sus expectativas, sus gustos, sus niveles de ingresos y egresos, que tanto crecen las demandas que ellos tienen, en fin todos

estos factores nos permiten analizar los diversos comportamientos de los individuos y así, mediante eso vamos formando nuestro producto satisfactor.

Clasificación de la demanda

Debemos saber que existen dos tipos de demanda, la demanda potencial y la demanda real. La demanda potencial es la encargada de cuantificar los recursos destinados a satisfacer las necesidades de la población, por otra parte la demanda real se encarga de tomar en cuenta la cantidad de productos que la población si va a adquirir, tomando en cuenta en primer lugar su nivel de ingresos, ya que este determina el poder de compra de los consumidores, tomamos en cuenta otras clasificaciones como son las siguientes: De acuerdo con las necesidades: Bienes socialmente necesarios, son los bienes que la población requiere para poder sobrevivir. Bienes no necesarios: Son los productos que no son tan importantes para los consumidores, como por ejemplo los accesorios o productos que son de lujo. De acuerdo con la temporalidad: Demanda continua: Son bienes de uso constante o permanente, por ejemplo la comida o la ropa. Ciclica o estacional: Va de la mano con las diferentes estaciones del año, por ejemplo ropa de invierno o verano. De acuerdo con el destino de los productos: Demanda final: Son las cantidades de productos que el consumidor adquiere para satisfacer una necesidad, por ejemplo el alcohol. Demanda intermedia: Son los productos que constituyen la materia prima de otro producto, por ejemplo las llantas de un automóvil. De acuerdo con la estructura del mercado: Situación de importaciones: Son los productos que se hacen en el interior del país para que no se compren en el extranjero. Demanda insatisfecha o potencial: Esta demanda surge cuando los productores no tienen la suficiente cantidad para cubrir la demanda existente. Mercado cautivo o integrado: Se da cuando los consumidores solo eligen a un proveedor. Clasificación de acuerdo a la oportunidad: Demanda insatisfecha: La cantidad de oferta no

alcanza a cubrir la cantidad de la demanda. Demanda satisfecha saturada: La cantidad de la oferta es mas que la demanda. Demanda satisfecha no saturada: Es la demanda que esta completamente cubierta, gracias a las promocione so rebajas.

La demanda en si es la exigencia de los consumidores de ciertos productos o servicios, como podemos ver existen diversos tipos.

Estudio de la oferta

La oferta va de la mano con la demanda, esta se refiere a la cantidad de productos o servicios que los fabricantes ofrecen a los consumidores para satisfacer sus diferentes necesidades (La demanda).

Clasificación de la demanda

Al igual que la demanda, esta está clasificada, de la siguiente manera:

Oferta de mercado libre: Existen muchos compradores y vendedores, los productos son elegidos por su calidad y el precio. Oferta oligopólica: En el mercado existen pocos productores. Oferta monopolica. Existe un solo productor y domina totalmente el mercado

Elasticidad de la oferta: Se refiere a la variación de la oferta a causa de la variación de precios

Tipos de elasticidad:

Perfectamente inelástica: Aunque el precio varíe, la demanda no cambia

Perfectamente elástica: El precio es igual y la cantidad ofrecida crece de manera indefinida

Elasticidad unitaria: Ante los cambios de precio, se da el mismo cambio de la cantidad ofrecida

Oferta actual: Busca medir la cantidad y las condiciones en que la economía pone a disposición un bien

Costos de la oferta: Toma en cuenta cuánto cuesta la fabricación de los productos

Segmentación de mercado

Se dedica a la división de los consumidores de acuerdo a sus niveles de ingresos o en sus necesidades o características que tengan

Tipos de Segmentación

Segmentación geográfica: Son las personas que viven en una misma región o lugar, comparten niveles de ingresos y gustos similares

Segmentación demográfica: Factores como el sexo, la edad, el estado civil, educación y ocupación determinan el mercado meta del grupo

Segmentación psicológica: Son los factores internos como la personalidad y las actitudes de las personas, determinan los satisfactores que ellos requieren

Segmentación psicográfica: Hace un análisis del estilo de vida de las personas y así determinar sus necesidades

Segmentación socio-cultural: Toma en cuenta cuestiones sociológicas y antropológicas, clase social, valores culturales, etc.

Segmentación relacionada con el uso: Determina con qué frecuencia se utiliza un producto o servicio

Segmentación por la situación del uso: Son los factores que influyen en la situación de compra del consumidor

Segmentación por beneficios: Si el producto trae beneficios para el consumidor, este se vuelve más significativo.

El estudio de la oferta nos permite conocer de qué tamaño es la cantidad de productos o servicios que nos pueden brindar los proveedores, por otro lado la elasticidad de la demanda se refiere a los cambios que sufre la demanda a causa de diversos factores, la segmentación de mercados es la clasificación de los consumidores, es importante conocerla para saber cómo serán tomados en cuenta nuestros productos y cómo dirigirlos a los consumidores

Análisis de factibilidad

Es un paso fundamental en la realización de la evaluación de un proyecto, con ella determinamos que tan conveniente va a ser un proyecto

Concepto de factibilidad

Este se dedica a analizar si una empresa va a resultar redituable o no, y para determinar las condiciones en las que va a desarrollarse y asegurarse de que estas sean buenas para que la empresa sea exitosa y asegurarse de que contribuya a la protección y conservación de medio ambiente.

Estructura del estudio de factibilidad

Es una combinación de elementos técnicos y económicos y son aspectos fundamentales, crean un grupo de expertos para que hagan la tarea y analicen la inversión.

Características del producto.

Un producto es un objeto que es comercializado por un proveedor para los demandantes, este satisface las necesidades de las personas que lo adquieren, puede ser también un bien intangible como lo puede ser la prestación de un servicio, lo podemos adquirir cuando tenemos la necesidad de hacer alguna actividad y no podemos hacerla, pagamos a alguien que la haga por nosotros.

Clasificación de los productos

Destino de uso

Consumo final: Son los que terminan en su ciclo con los consumidores, ellos son los que terminan con su ciclo

Consumo intermedio: Es la materia prima que con otros productos sirve para complementar los productos finales

Consumo de capital: Es equipo o maquinaria que sirve para fabricar otros productos

De efecto:

Innovadores: Son productos nuevos en el mercado

Iguales: Son productos similares a otros que se acaban de introducir al mercado

Similares, sustitutos y sucedáneos: Sustitutos, son similares a los originales pero satisfacen igual la necesidad, los sucedáneos poseen características similares o iguales a otros productos y hacen su misma función

Densidad económica

Es la relación precio-peso o volumen-distancia de los productos

Normatividad sanitaria, técnica y comercial

Se dedican a determinar y a establecer las normas sanitarias que deben cumplir los productos para que puedan ser adquiridos por los consumidores, sobre todo los que son ingeribles.

Frecuencia de uso.

Uso frecuente: El uso de los productos es de uso diario

Poco frecuente: Su consumo es prolongado por ciertos tiempos

Uso esporádico: Se adquieren una vez cada varios años

Durabilidad y tangibilidad

Bienes no duraderos: Bienes tangibles que normalmente solo se usan una vez

Bienes duraderos: Bienes tangibles que se utilizan en varias ocasiones

Servicios: Son bienes intangibles, variables, imparables y perecederos

Distribución del producto

Es el medio por el cual los productos viajan para poder llegar a los consumidores, son organizaciones que se dedican a colocarlos en el lugar adecuado para que lleguen al consumidor

Tipos de canales de distribución

Productores-consumidores: El productor es quien vende el producto

Productores- minoristas- consumidores: Hay un intermediario entre el vendedor y el consumidor

Productores-mayoristas- minoristas-consumidores: Entre mas grande es la empresa, mas grande es su canal de distribución.

Selección del canal de distribución

Factores

Objetivos de la empresa

Monto de la inversión en la distribución del producto

Tipos de productos que se van a comercializar

Mercado que se va a atender

Control del producto, entre más grande es el canal, más difícil es controlarlo

Capacidad de la empresa para establecer sus canales de distribución.

Conocer todos los conceptos de los diferentes temas antes mencionados es muy importante si queremos ser buenos emprendedores, si queremos establecer una empresa y esta sea exitosa estos factores son muy influyente, por eso es de vital importancia conocerlos a detalle