

Universidad el sureste

Administración y Estrategia de Negocios

Noveno Cuatrimestre

José Alberto Aguilar Aguilar

Actividad: Cuadro comparativo



2.1 Estudio de la demanda.

Es un estudio de demanda, oferta y precios de un bien o servicio.

La 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.



Los siguientes son los aspectos fundamentales mínimos que se deben considerar en un estudio de mercado:

- Caracterización del bien o servicio.
- Determinación del segmento de mercado o área de cobertura que tendrá el bien o servicio.
- Realización de diagnósticos relativos a la oferta y demanda del bien o servicio.

-Proyección o pronóstico de la oferta y demanda del bien o servicio.

-Cuantificación de la demanda insatisfecha, si es que existe.

-Determinación de los canales de comercialización que se emplearán para hacer llegar el bien o servicio al consumidor final.

-Definición de las políticas de ventas que regirán la comercialización del bien o servicio, en cuanto a precio del bien o servicio y condiciones de ventas.

Estudio de la demanda

El estudio de la demanda tiene como propósitos:

-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.

Determinantes de la demanda:

-Tamaño y crecimiento del mercado.

-Tamaño y crecimiento de la demanda.

-Hábitos de consumo.

-Gustos y preferencias.

-Niveles de ingreso y gasto de la población.

Pronóstico de la Demanda (o Determinación de la Proyección)

Para realizar un pronóstico de cómo se comportará la demanda es necesario conocer los tipos de demanda existentes; a continuación, se explican los principales tipos de demanda existentes: Demanda elástica, Demanda inelástica, Demanda unitaria.



Clasificación de la demanda:

Clasificación de acuerdo con las necesidades:

Demanda de bienes socialmente necesarios.

Demanda de bienes no necesarios.

Clasificación de acuerdo con la temporalidad:

Demanda continua.

Demanda cíclica o estacional.

Clasificación de acuerdo con el destino de los productos:

Demanda final.

Demanda intermedia.

Demanda para exportación.

Clasificación de acuerdo con la estructura de mercado:

Sustitución de importaciones.

Demanda insatisfecha o potencial.

Mercado cautivo o integrado.

Clasificación de acuerdo con la oportunidad:

-Demanda insatisfecha.

-Demanda satisfecha.

Demanda satisfecha saturada.

Demanda satisfecha no saturada.



2.2 Estudio de 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.

Según el grado de dominio que los fabricantes o productores tengan sobre el mercado:

Oferta mercado

Oferta oligopólica.

Oferta monopolólica



libre.

Elasticidad de la oferta:

La elasticidad de la oferta es la medida o cambio porcentual que muestra la cantidad ofrecida cuando ocurre una variación de precio. Los tipos de la elasticidad en la oferta son:

- Perfectamente inelástica.
- Perfectamente elástica.
- Elasticidad unitaria.



Los factores que afectan directamente la cantidad de servicios ofertados por la empresa en el mercado son: Numero de oferentes, Ubicación geográfica, volúmenes ofertados, Capacidad de producción de los servicios y tecnología en procesos de producción.

Oferta actual:

El propósito principal del análisis de la oferta actual 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.

Costos de la oferta

Cuando se analiza la oferta se deben incluir los costos de producción, es decir, cuánto cuesta fabricar los productos. Los renglones que integran este costo son:

- 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.

