



Nombre de alumno: Gencov Yae Montes Morales

Nombre del profesor: Janeth del Rocío Espinosa Espinosa

Nombre del trabajo: Ensayo

Materia: Evaluación de proyectos de inversión

Grado: 9°

Comitán de Domínguez Chiapas a 19 de junio de 2020.

Introducción

En el siguiente ensayo hablaremos acerca del estudio de mercado, de su importancia, de cómo un buen estudio de mercado puede influir en el éxito de un proyecto.

Hablaremos también sobre la demanda, la oferta, como se debe segmentar un mercado, que tan factible es realizar un estudio, y además de las características del producto.

La investigación de mercados es actualmente una herramienta fundamental para la gestión empresarial, es esencial para entender los mercados, para contrastar y confirmar tendencias, para definir estrategias y líneas de actuación presentes y futuras, y finalmente, y no por ello menos importante, para controlar resultados. Las empresas necesitan información.

Estudio de mercado

El Estudio del mercado está compuesto por bloques, buscando identificar y cuantificar, a los participantes y factores que influyen en su comportamiento. Éste busca probar que existe un número suficiente de consumidores, empresas y otros entes que en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifican la inversión en un programa de producción de un bien durante cierto período de tiempo.

Estudio de la demanda

Aquí hay que determinar las cantidades del bien que los consumidores están dispuestos a adquirir a cambio de un determinado precio. Se debe cuantificar la necesidad de una población de consumidores, con disposición de poder adquisitivo suficiente y con unos gustos definidos para adquirir un producto que satisfaga sus necesidades.

Estudio de la oferta

Estudia las cantidades del producto que se van a ofrecer en el mercado y analiza a las empresas productoras más importantes teniendo en cuenta la situación actual y futura.

Segmentacion

Su objetivo es proyectar las cantidades del producto que la población estará en capacidad de consumir a los diferentes precios. Para determinarla hay que seguir los siguientes pasos:

Cruzar los datos de demanda con los de oferta.

Si la demanda es mayor que la oferta significa que existirá una demanda insatisfecha.

Compararla con la oferta del producto que cubrirá el proyecto y cuantificarla.

En caso de no existir diferencias se deberán mencionar los factores que pueden permitir captar un mercado ya cubierto o la incorporación a posibles expansiones futuras.

Esta demanda es usada para las estimaciones financieras.

Producto

En esta parte se tienen que describir las características del producto o bien que estamos estudiando.

Producto principal. Se tienen que reunir todos los datos que permitan identificarlo y señalar todas sus características (químicas, físicas, etc.) y se debe aclarar si se trata de productos para exportación, tradicionales o es un nuevo producto.

Subproductos. Hay que señalar si se realizan subproductos en la fabricación del producto principal y el uso que tienen.

Productos sustitutivos. Hay que señalar la existencia y las características de productos que realicen la misma función e indicar en que condiciones pueden favorecer o no al producto que estamos estudiando.

Productos complementarios. Hay que indicar si la creación de este producto puede estar condicionado por la disponibilidad de otros bienes o productos.

Distribución

Es el conjunto de actividades relacionadas con la transferencia del producto de la empresa productora al consumidor final y que pueden generar costes para el proyecto.

Para ello es necesario detallar la cadena de comercialización desde que el producto sale de la fábrica hasta que llega al usuario y hay que determinar si se va a utilizar publicidad, empaques, servicio al cliente, transporte y los costes que esto ocasiona.

Conclusión

Creo que sin duda si hacemos una correcta investigación de mercados nuestro proyecto tiene mucha mayor probabilidad de funcionar, sin embargo no garantiza el éxito al 100%.