



Mi Universidad

Súper nota

Nombre del Alumno: Sánchez Moreno Alondra Jacqueline

Nombre del tema: Estudio de mercado

Parcial: 2da unidad

Nombre de la materia: Evaluación de proyectos de inversión

Nombre del profesor: Espinosa Espinosa Yaneth del Rocío

Nombre de la Licenciatura: Administración y estrategia de negocios

Cuatrimestre: 9° cuatrimestre

Comitán de Domínguez, Chiapas a 07 de junio de 2022.



ESTUDIO DE MERCADO



ESTUDIO DE LA DEMANDA.

Es un estudio de demanda, oferta y precios de un bien o servicio. El estudio de mercado requiere de análisis complejos y se constituye en la parte más crítica de la formulación de un proyecto

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.



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

La demanda potencial es la cuantificación de los requerimientos de productos de la población, independientemente de que ésta pueda o no adquirirlos, es decir, es la determinación en términos cuantitativos de los requerimientos de productos para satisfacer las necesidades de la población.



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.

OFERTA MERCADO LIBRE.

En este caso existe un gran número de compradores y vendedores y el producto está tipificado, de tal manera que la participación de mercado es determinada por la calidad, el precio y el servicio que ofrecen los productores.



OFERTA OLIGOPÓLICA.

Esta situación se caracteriza porque el mercado se encuentra dominado por pocos productores. Un ejemplo de este tipo es el mercado de televisión de paga en México



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.

Elasticidad de la oferta = $\frac{\text{Variación en cantidad ofertada}}{\text{Variación en los precios}}$



SEGMENTACIÓN DEL MERCADO



La segmentación de mercados se refiere al proceso de división de consumidores en grupos menores, basándonos en las necesidades o características que tengan en común; éste es sólo el primer paso para generar una estrategia de marketing.

Demográficos. Psicológicos. Psicográficos (su estilo de vida). Relacionados con el uso. De uso-situación. De beneficios deseados. Formas híbridas de segmentación



EL MERCADO DE INSTRUMENTOS DE DEUDA

Es aquel mercado en donde se negocian títulos de crédito a corto mediano y largo plazo, que representan para el tenedor su participación individual en un crédito colectivo a cargo del emisor.



SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA.

Se entiende que las personas que viven en una misma área comparten las mismas necesidades y deseos, que a su vez son distintas a las de otras personas de otros lugares.



Por lo mismo, los mercadólogos coinciden en que los patrones de compra de las áreas urbanas, urbanas y rurales son distintos, en las grandes ciudades por ejemplo, es más común que las personas busquen aparatos domésticos pequeños



SEGMENTACIÓN DEL MERCADO



Conjunto de acciones que son necesarias para llevar a cabo una inversión, la cual se realiza con un objetivo previamente establecido, limitado por parámetros temporales, tecnológicos, políticos, institucionales, ambientales y económicos.

El análisis de factibilidad forma parte del ciclo que es necesario seguir para evaluar un proyecto. Un proyecto factible, es decir que se puede ejecutar, es el que ha aprobado cuatro estudios básicos:

1. Estudio de factibilidad de mercado
2. Estudio de factibilidad técnica
3. Estudio de factibilidad medio ambiental.
4. Estudio de factibilidad económica-financiera



CONCEPTO DE FACTIBILIDAD

El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso y si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y ambientales.

CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO.

“Es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad.” Los productos pueden ser bienes físicos, servicios, experiencias, eventos, personas, lugares, organizaciones, información, ideas, etc

DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO.

Un canal de marketing realiza la labor de llevar los bienes de los productores a los consumidores, superando las brechas de tiempo, plaza y posesión que separan los bienes y servicios de quienes los necesitan o los desean



Bibliografía

Antología Evaluación de proyectos de inversión