



**Nombre del Alumno: Moises Eduardo Villatoro  
Parcial: II**

**Nombre de la Materia: Evaluación de Proyectos**

**Nombre del profesor: Yaneth Espinosa Espinosa**

**Nombre de la Licenciatura: LAEN**

**Cuatrimestre: 9no**

# Unidad II

ESTUDIO DEL MERCADO

Estudio de la demanda

- facilita la producción
- ayuda a planificar acciones de marketing
- Reduce costos
- Optimiza los procesos

En lo que concierne a su concepto, a grandes rasgos, definimos a la demanda como la suma de bienes y servicios requeridos por los consumidores considerando diferentes precios durante un determinado período de tiempo.

Existen diferentes tipos de demanda, como la demanda negativa, inexistente, Irregular, excesiva, plena, indeseada, latente y descendente

Estudio de la oferta

Es la cantidad de bienes o servicios que se ponen a la disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar para que, en función de éstos, aquél los adquiera.

Tipo de ofertas

Ofertas de especialización

De ese modo, los compradores si influyen sobre el precio y la calidad de los bienes o servicios.

Oferta de grupo

Oferta en un mercado libre

Segmentar el mercado es una tarea que consiste en dividir en pequeños grupos homogéneos de clientes un mercado concreto.

Segmentar el mercado es la primera tarea que cualquier responsable de marketing debería hacer a la hora de pensar y trazar un plan estratégico.

Segmentación del mercado.

Factores:

- Demograficos
- Geograficos
- Psicologicos
- Psicograficos
- De uso
- Duración
- Beneficios
- Formas híbridas



## Análisis de factibilidad.

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:

- Estudio de factibilidad de mercado
- Estudio de factibilidad técnica
- Estudio de factibilidad medio ambiental.
- Estudio de factibilidad económica-financiera

La factibilidad no es nada mas que 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.

## Objetivos

- Saber si podemos producir algo.
- Conocer si la gente lo comprará.
- Decidir si lo hacemos o buscamos otro negocio.
- Hacer un plan de producción y comercialización.
- Entre otros.

## Características del producto

## Clasificación del producto

### Densidad económica

En la medida que el precio es mayor que el peso, los productos se pueden desplazar a mayor distancia.

### Destino de uso

- Consumo final
- Intermedio
- De capital

### Frecuencia de uso

- Uso frecuente
- Uso poco frecuente
- Uso esporádico

### Efecto

- Innovadores
- Iguales
- Similares, sustitutos y sucedáneos

### Durabilidad y tangibilidad

- Bienes duraderos
- Bienes no duraderos
- Servicios

Los productos pueden ser bienes físicos, servicios, experiencias, eventos, personas, lugares, organizaciones, información, ideas, etc.

Los productos pueden ser bienes físicos, servicios, experiencias, eventos, personas, lugares, organizaciones, información, ideas, etc.

