

FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DEL PROYECTO

I - Introducción y marco de desarrollo

II - Marco de desarrollo, Marco de Referencia o Antecedentes del Estudio

Objetivos del Estudio

III – Estudio de Mercado

IV – Estudio Técnico

V – Estudio de Costos o Estudio Económico

VI – Evaluación

VII – Análisis y Evaluación del Riesgo

VIII – Conclusión General

FORMULACIÓN DEL PROYECTO

Estudio de Mercado

Identificar y estudiar los mercados:











- consumidor,
- proveedor,
- competidor y
- distribuidor.

A través de métodos cuantitativos y cualitativos

FORMULACIÓN DEL PROYECTO

Estudio de Mercado

MUNDO DE AYER MUNDO DE MAÑANA

 Estable.....	 Dinámico
 Monopolios	 Alta Competencia
 Mercados Protegidos.....	 Mercado libre y global
 Poca Tecnología.....	 Alta Tecnología
 Producto: Rey.....	 Cliente: Rey

FORMULACIÓN DEL PROYECTO

Estudio de Mercado

Aspectos a estudiar:

- El consumidor y las demandas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
- La competencia y las ofertas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
- La comercialización del producto o servicio generado por el proyecto.
- Los proveedores y la disponibilidad y el precio de los insumos, actuales y proyectados.

FORMULACIÓN DEL PROYECTO

Estudio de Mercado

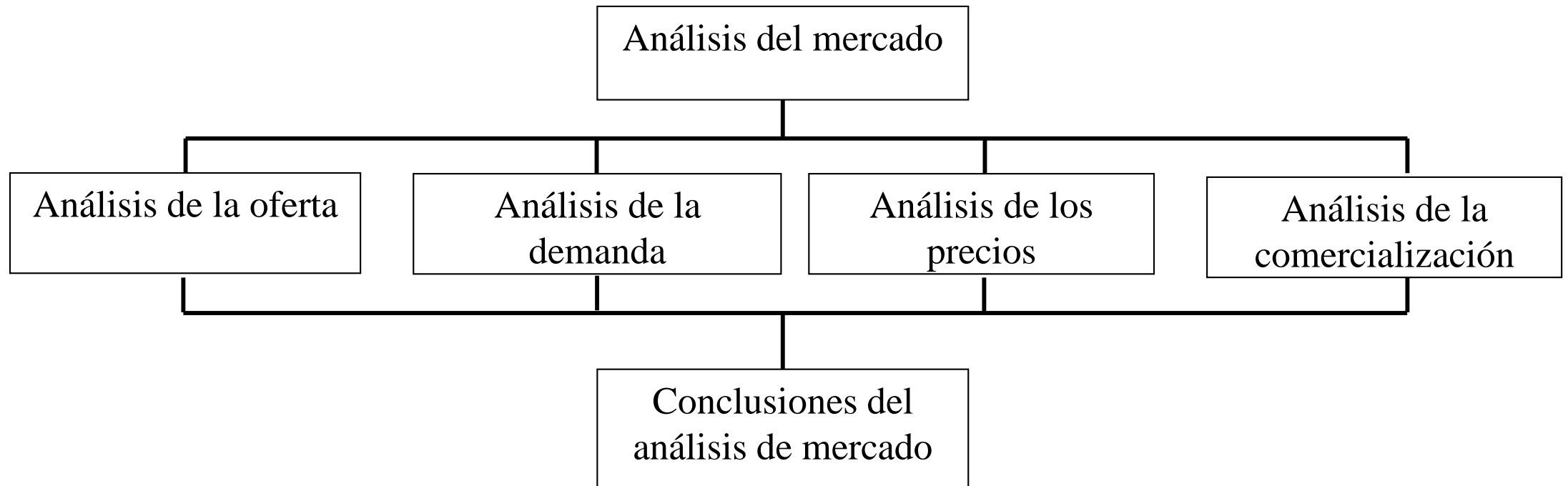
Objetivos y generalidades

En esta parte del estudio se buscarán los siguientes objetivos:

- Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado, o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el que ofrecen los productos existentes en el mercado.
- Determinar la cantidad de bienes y servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios.
- Conocer cuales serán los medios que se emplearán para hacer llegar los bienes y servicios a los usuarios.
- Proponer una idea al inversionista del riesgo que su producto corre de ser aceptado o no en el mercado. Una demanda insatisfecha clara y grande, no siempre indica que pueda penetrarse con facilidad en ese mercado. Un mercado aparentemente saturado indicará que no es posible vender una cantidad adicional a la que normalmente se consume.

FORMULACIÓN DEL PROYECTO

Estudio de Mercado



FORMULACIÓN DEL PROYECTO

Estudio de Mercado

Esquema de Porter



FORMULACIÓN DEL PROYECTO

Estudio de Mercado

La investigación debe respetar las siguientes características:

- La recopilación de la información debe ser sistemática.
- El método de recopilación debe ser objetivo y no tendencioso.
- Los datos recopilados siempre deben ser información útil.
- El objeto de la investigación siempre debe tener como objetivo final servir como base para la toma de decisiones.

FORMULACIÓN DEL PROYECTO

Estudio de Mercado

Análisis de la demanda

Definición

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

FORMULACIÓN DEL PROYECTO

Estudio de Mercado

Análisis de la demanda

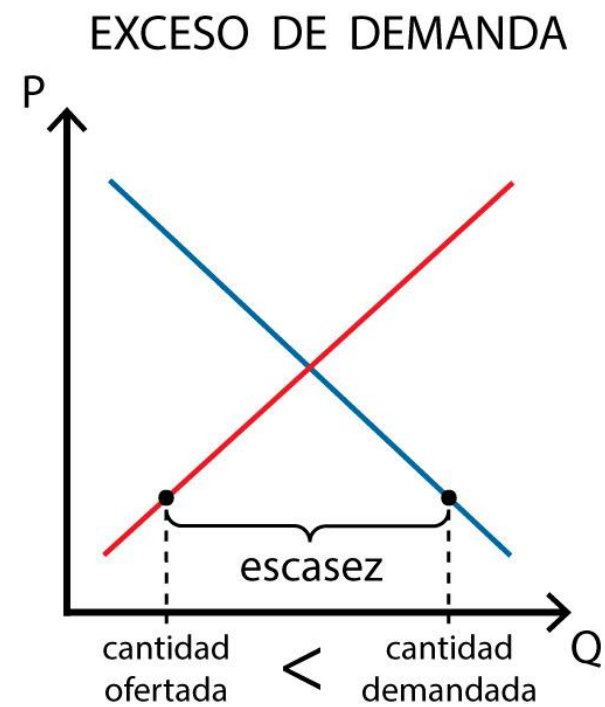
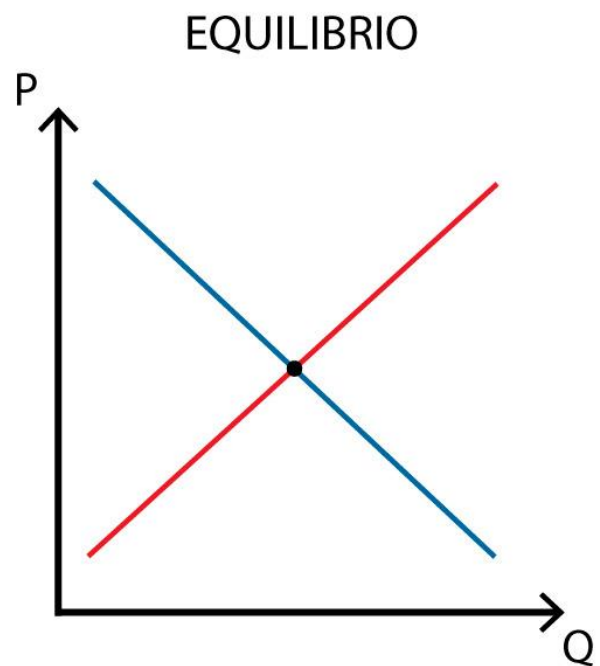
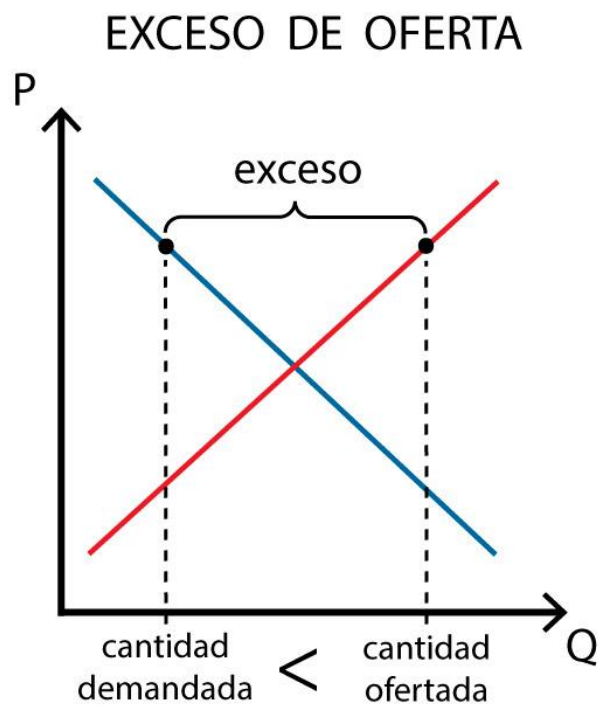
En relación con su oportunidad, existen dos tipos:

- a) Demanda insatisfecha, en la que lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado.
- b) Demanda satisfecha, en la que lo ofrecido al mercado es exactamente lo que este requiere. Dentro de este tipo, se pueden reconocer dos tipos de demanda satisfecha:
 - Satisfecha saturada, es la que el mercado ya no puede absorber más cantidad del producto. Es muy difícil encontrar esta situación.
 - Satisfecha no saturada, que es la que se encuentra aparentemente satisfecha, pero que se puede hacer crecer mediante el uso adecuado de herramientas mercadotécnicas.

FORMULACIÓN DEL PROYECTO

Estudio de Mercado

Análisis de la demanda



FORMULACIÓN DEL PROYECTO

Estudio de Mercado

Análisis de la demanda

En relación con su necesidad, se encuentran dos tipos:

- a) Demanda de bienes social y nacionalmente necesarios, que son los que la sociedad requiere para su desarrollo y crecimiento, y están relacionados con la alimentación, el vestido, la vivienda y otros rubros.
- b) Demanda de bienes no necesarios o de gusto que es prácticamente el llamado consumo suntuario, como pueden ser los perfumes, ropa fina, etc. Los podemos identificar porque su compra es para satisfacer un gusto y no una necesidad.

FORMULACIÓN DEL PROYECTO

Estudio de Mercado

Análisis de la demanda

En relación con su temporalidad, se reconocen dos tipos:

- a) Demanda continua es la que permanece durante largos periodos, normalmente en crecimiento, como ocurre con los alimentos, cuyo consumo irá en crecimiento mientras lo haga la población.
- b) Demanda cíclica o estacional, es la que de alguna forma se relaciona con los periodos del año, por circunstancias climatológicas o comerciales.

FORMULACIÓN DEL PROYECTO

Estudio de Mercado

Análisis de la demanda

De acuerdo con su destino, se reconocen dos tipos:

- a) Demanda de bienes finales, que son los adquiridos por el consumidor para su uso o aprovechamiento.
- b) Demanda de bienes intermedios o industriales, que son los que requieren algún procesamiento para ser de consumo final.

FORMULACIÓN DEL PROYECTO

Estudio de Mercado

Análisis de la oferta

Definición

Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

FORMULACIÓN DEL PROYECTO

Estudio de Mercado

Análisis de la oferta

Principales tipos de oferta

En relación con el número de oferentes se reconocen tres tipos:

- a) Oferta competitiva o de mercado libre. Es en la que los productores u oferentes se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que existe tal cantidad de productores del mismo artículo, que la participación en el mercado está determinada por la calidad, el precio y el servicio que se ofrecen al consumidor. También la podemos reconocer porque no hay ningún productor que domina el mercado.
- b) Oferta oligopólica. Se caracteriza porque el mercado se encuentra dominado por sólo unos pocos productores.
- c) Oferta monopolica. Es en la que existe un solo productor del bien o servicio, y por tal motivo, domina totalmente el mercado imponiendo calidad, precio y cantidad. Se considera mercado monopolico inclusive cuando hay más de un productor, pero sólo uno tiene la gran parte del mercado y por lo tanto él impone precio y calidad.

FORMULACIÓN DEL PROYECTO

Estudio de Mercado

Cómo analizar

Fuentes de información:

- Fuentes primarias
- Fuentes secundarias

Qué analizar:

- Número de productores
- Localización
- Capacidad instalada y utilizada
- Calidad y precio de los productos
- Planes de expansión
- Inversión fija y número de trabajadores

FORMULACIÓN DEL PROYECTO

Estudio de Mercado

Herramientas para el estudio

- Análisis histórico
- Análisis de la situación presente
- Análisis de la situación proyectada

FORMULACIÓN DEL PROYECTO

Estudio de Mercado

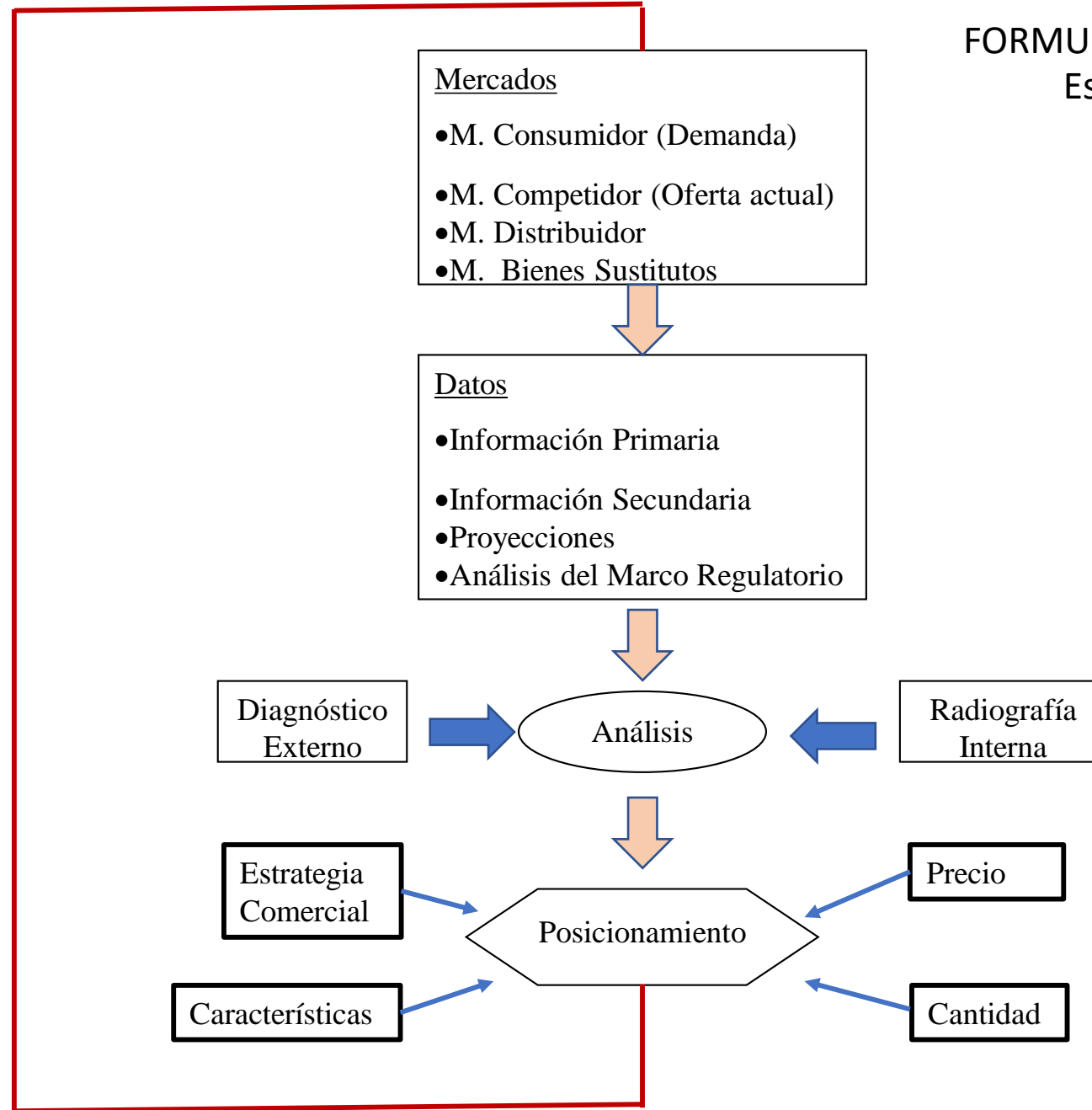
Tipos de herramientas

- ESTUDIOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS
- ESTUDIOS DESDE LA OFERTA Y DESDE LA DEMANDA
- ESTUDIOS CON INFORMACIÓN PRIMARIA Y CON INFORMACIÓN SECUNDARIA

FORMULACIÓN DEL PROYECTO

Estudio de Mercado

Iterar



FORMULACIÓN DEL PROYECTO

Resultado del Estudio de Mercado

Posicionamiento del producto o servicio

- ➡ Características
- ➡ Precio
- ➡ Cantidad
- ➡ Estrategia Comercial