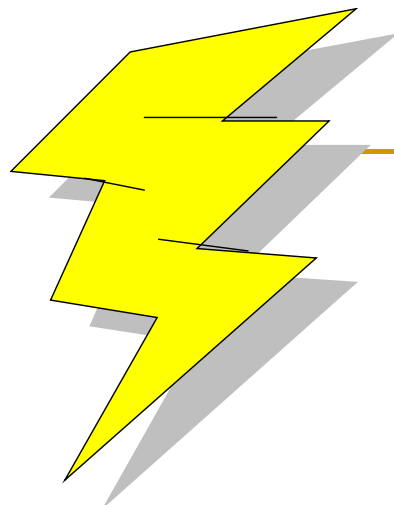




IMPORTANCIA DEL MERCADO



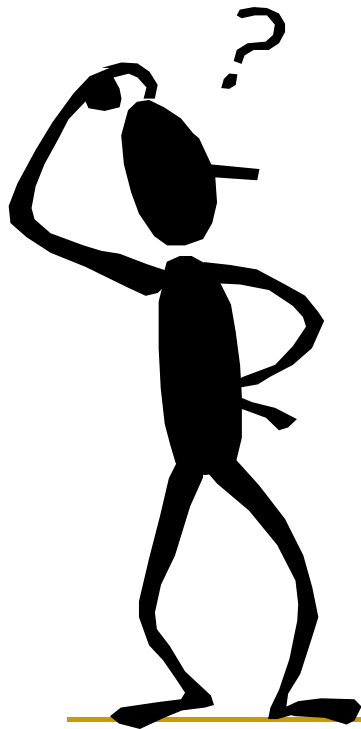
**DEMANDA Y PRECIOS
COMO FACTORES CLAVES EN EL
DISEÑO DE LA INVERSIÓN**

¿POR QUE ES IMPORTANTE LA DEMANDA?

→ Un proyecto debe ser la respuesta a una demanda NO a una oferta

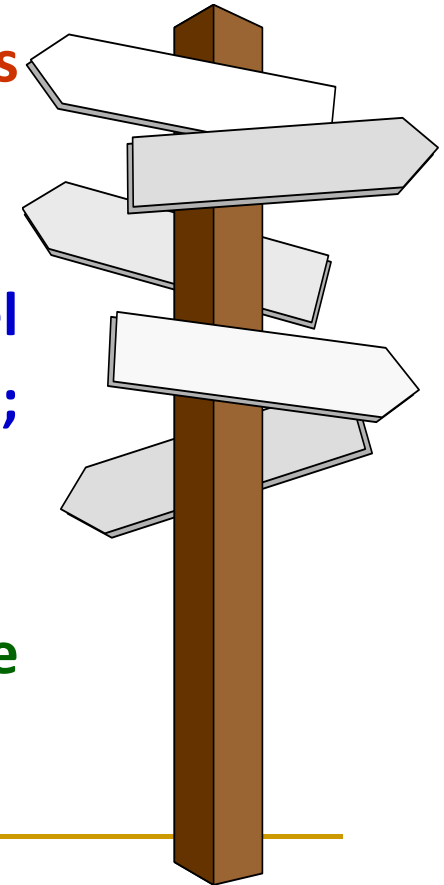
→ Si no se ha identificado la demanda, es decir el mercado del producto, no se puede definir el proyecto

→ La naturaleza y nivel de la demanda son un factor clave para determinar la Factibilidad del proyecto



¿CÓMO AFECTA LA DEMANDA A LA FORMULACIÓN DE UN PROYECTO?

- Permite calcular el volumen probable de las ventas lo que determina la capacidad de producción, los requerimientos de insumos y materias primas y los niveles de inversión y rentabilidad
- Determina el lugar de oferta del producto, el período de operación, la selección de materia prima; la presentación del producto y la tecnología utilizada
- Establece los límites de costo y precio y la escala de operación



¿CÓMO SE ESTIMA LA DEMANDA?



⇒ **Por fórmulas establecidas con relación a la población afectada**

⇒ **Por registros históricos :**

⇒ **Por otros métodos como encuestas y estudios de mercado**

-
- Para estimar la demanda de bienes y servicios que se venden, se debe llevar a cabo una evaluación del mercado.
 - *Las dificultades enfrentadas para llevar a cabo el estudio de mercado varían dependiendo del tipo de producto o servicio que se esté analizando.*

CATEGORÍAS DE PRODUCTOS



RURALINVEST agrupa los productos de los proyectos en 4 categorías:

- **PRODUCTOS BÁSICOS**
- **PRODUCTOS PERECEDEROS**
- **PRODUCTOS ESPECIALIZADOS**
- **SERVICIOS**

PRODUCTOS BÁSICOS

- ⊕ No son perecederos o muy poco perecederos por lo que se pueden almacenar durante cierto tiempo
- ⊕ Con mercados bien establecidos
- ⊕ Poco diferenciados en cuanto a calidad
- ⊕ Amplia demanda
- ⊕ Precios de fácil determinación
- ⊕ Se venden de acuerdo con especificaciones bien establecidas, con grados y estándares determinados

PRODUCTOS BÁSICOS



- ⊕ El transporte a otros mercados es barato y sencillo
- ⊕ El tipo de empaque y embalaje no tiene importancia

Generalmente no requieren evaluación de mercado detallada, pero deben considerar: el precio en el contexto, características vigentes en el mercado, canales y márgenes de comercialización.



EJEMPLOS: granos, azúcar, algodón, bloques de construcción, tejas



PRODUCTOS PERECEDEROS

- ⇒ Se deterioran fácilmente, por el tiempo o por transporte
- ⇒ Se venden ampliamente en muchos mercados
- ⇒ Tienen tendencia a ser estacionales
- ⇒ Se diferencian fácilmente por calidad. Hay estándares y normas
- ⇒ Demanda inestable como respuesta a una oferta variable
- ⇒ Los precios cambian rápidamente y significativamente en el tiempo y por localidad

PRODUCTOS PERECEDEROS

⇒ El transporte a otros mercados es costoso y frecuentemente difícil



⇒ El tipo de embalaje tiene mucha importancia

Las fluctuaciones en la oferta y el precio de estos productos, tienen una influencia directa sobre el éxito o fracaso de un proyecto que genera un producto perecedero.



EJEMPLOS: frutas y hortalizas, flores, carne y leche

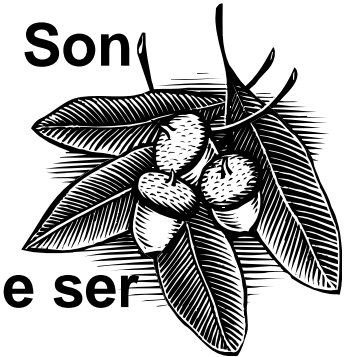
PRODUCTOS ESPECIALIZADOS O NUEVOS

- ↓ Pueden ser perecederos o no perecederos
- ↓ El mercado es limitado o todavía no existe, no hay un precio de referencia
- ↓ Los precios pueden variar por tipo de comprador (hasta contratos)
- ↓ La presentación es clave para la aceptación del producto
- ↓ Es muy importante el empaque y embalaje

PRODUCTOS ESPECIALIZADOS O NUEVOS

↓ El producto tiene especificaciones muy definidas. Son productos altamente diferenciados.

↓ Conocimiento y reconocimiento del producto puede ser muy importante



Puede ser útil adaptar las especificaciones para cada comprador, por lo que es necesario conocer los detalles del producto demandado. Se debe tomar en cuenta que el mercado es el que define el producto.



EJEMPLOS: artesanías (madera, tela, barro), ropa, alimentos procesados, muebles, materiales de construcción, productos exóticos, productos orgánicos.

SERVICIOS

- Ω Son muy VOLÁTILES, si no se venden se pierde
- Ω Pueden ser estándares o pueden variar mucho en forma y calidad
- Ω La oferta es generalmente estable, la demanda es la que varía
- Ω No hay mercados físicos para los servicios
- Ω Los precios son muy variables y son establecidos por el vendedor, no por el cliente
- Ω Se pueden vender con anticipación

SERVICIOS

Ω El secreto de la rentabilidad es el porcentaje de utilización de la capacidad



El elemento crítico en la evaluación del mercado para servicios lo constituye el establecimiento de un patrón de demanda para un período de tiempo.



EJEMPLOS: hoteles y restaurantes, asistencia técnica, educación privada, alquiler de maquinaria

Comercialización de bienes y servicios

Es una combinación de actividades en virtud de la cual los bienes y/o servicios se preparan para el consumo y llegan al usuario final en forma conveniente en el momento y lugar oportunos.

COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN

Tienen mucho impacto en la rentabilidad, por lo que hay que tenerlos en cuenta

Costos de empaque, incluye mallas, frascos, botellas, etiquetas, cajas, cartones

Costos de transporte del punto de producción al mercado

Costos de distribución o representación cuando se vende el producto a través de un agente

El **margen de comercialización**, por ejemplo de una tienda u otro punto de venta

FACTORES DE LA DEMANDA

- ↳ Especificaciones del Producto o Servicio
- ↳ Capacidad de oferta
- ↳ Estimación del Precio: Precio del bien/servicio, Precio de los bienes/servicios complementarios
- ↳ Crecimiento demográfico (población consumidora)
- ↳ Nivel y distribución del ingreso
- ↳ Hábitos de los consumidores
- ↳ Los competidores
- ↳ El comprador
- ↳ Sitio y Condiciones de entrega
- ↳ Riesgos principales



¿QUÉ FACTORES SE DEBEN CONSIDERAR EN PROYECTOS QUE NO GENERAN INGRESOS?

- ▶ Identificar los beneficiarios directos o indirectos
- ▶ Cuantificar la importancia del resultado del proyecto; por ejemplo, empleo generado, reducción del analfabetismo, número de niños vacunados.
- ▶ Considerar los requerimientos y costos de operación del proyecto y cómo sufragarlos
- ▶ Otros beneficios generados por la realización de la inversión

