

VI Promoción Regional 2023-2025

Curso Formulación II: Estudio de mercado

Facilitadora: Marilyn Astorga Molina

9 de setiembre al 07 de octubre de 2023

Planeación de las actividades de aprendizaje

1. Bases del Estudio de Mercado

Sesión sincrónica



Trabajo exploratorio grupal. 09 de setiembre



2. Conceptualización del mercado

Sesión sincrónica



Estudio de caso grupal



I Avance investigación. 16 de setiembre (11:59 p.m.)



3. Balance entre la oferta y la demanda

Sesión sincrónica



Presentación estudio de caso grupal. 23 de setiembre.



4. Estrategia de comunicación

Sesión sincrónica



Trabajo práctico grupal



II Avance Investigación. 30 de setiembre (11:55 p.m.)



5. Presentación de investigaciones

Comprobación de lectura. 05 al 07 de octubre (11:59)



Presentación investigación



Entrega final investigación. 13 de octubre (11:55 p.m.)



Revisión I Avance investigación



1

Estructura del estudio de mercado (EM)

2

Análisis de las variables del EM

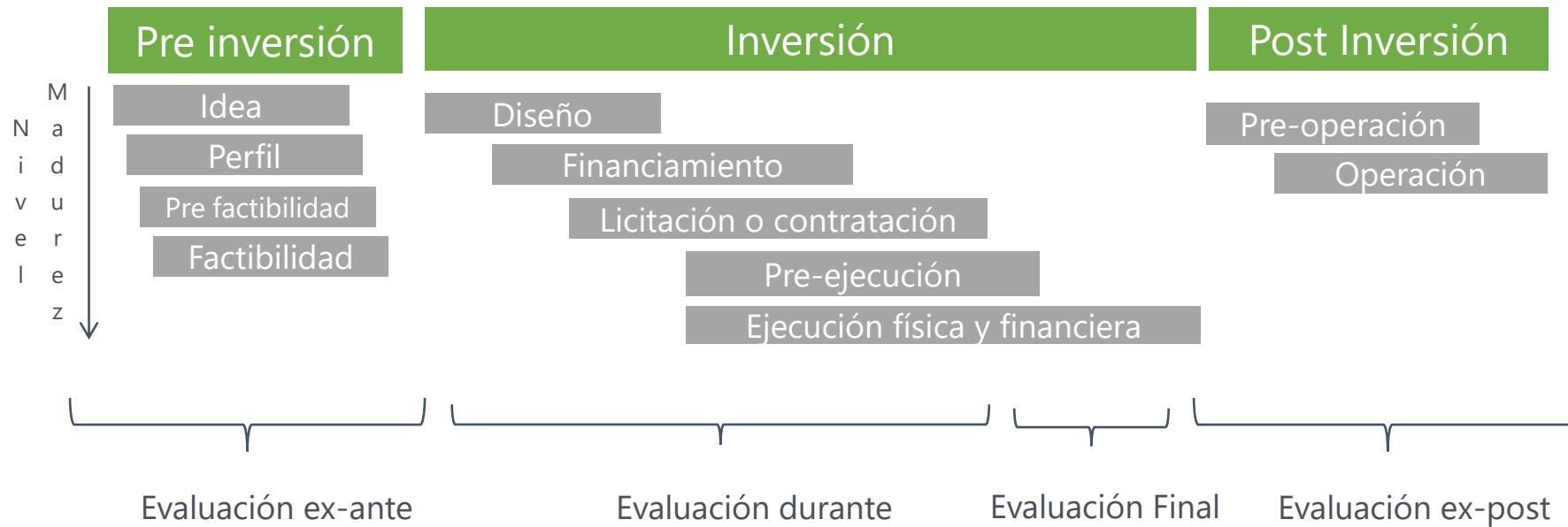
3

Propuesta del análisis de las variables EM

**Estudios
de caso**

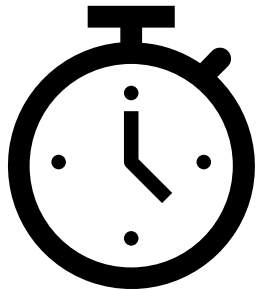
Alineamiento tema investigación según ciclo de vida

Ciclo de vida de un proyecto (fases y etapas)



|Presentaciones Estudio de Caso

Criterios de evaluación



Criterio de evaluación	% asignado	% ganado
Presentan con solvencia los contenidos relevantes del estudio de caso. Explican las diapositivas, no se limitan a leer.	1,5%	
Se apegan a los 20 minutos máximo establecidos para realizar la presentación	1%	
Responden de manera satisfactoria las consultas de los compañeros	1,5%	
La presentación elaborada utiliza adecuadamente tamaño de letra, textos, imágenes, esquemas, etc. No esta saturada, es atractiva visualmente.	1%	
Total:	5%	0%

|Estudio de Mercado

Premisas



- **Tipo de proyecto:** naturaleza, características, magnitud.
- **Situación sin proyecto**
- **Situación base optimizada**
- **Tasa de crecimiento poblacional**
- **Horizonte de evaluación**

Situación base optimizada



1. Su fin es saber si es posible obtener mejoras sin necesidad de realizar un proyecto o identificar **medidas de bajo costo** que puedan mejorar la situación actual.
2. Implica examinar acciones que permitan **resolver parcial o totalmente** el problema con mejoras mínimas y eliminación de las ineficiencias, sin tener que incurrir en costos considerables de inversión.
3. Con su determinación **se evita atribuirle beneficios** que no le corresponden al proyecto porque se pueden obtener de una forma más eficiente aplicando medidas de optimización.



A partir de la situación base optimizada, se debe proyectar lo que se espera que suceda con el problema durante el horizonte de evaluación, sino se realiza ningún proyecto de inversión, lo cual se conocerá como ***situación sin proyecto***.

Tasa de crecimiento



$$TC = 100 * \left(\sqrt[n]{\frac{\text{Población Final}}{\text{Población Inicial}}} - 1 \right)$$

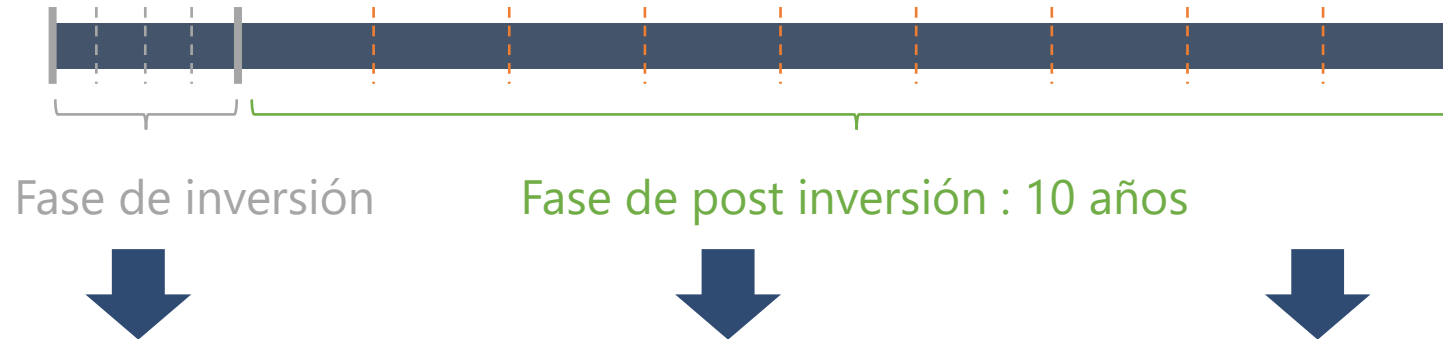
Población final: Población del último censo disponible

Población inicial: Población de un censo anterior al último utilizado

n: número de años entre los dos datos población utilizados

TC: Tasa de crecimiento de la población (porcentaje)

Horizonte de evaluación



Elementos de consideración

Periodo de Ejecución del proyecto

Vida útil de los activos principales

Obsolescencia tecnológica esperada

Incertidumbre sobre el tiempo que durara la demanda del B y/o S



Demanda:

Actual y futura



Demanda actual

Factor de Consumo Individual

$$DT_0 = P_0 * C$$

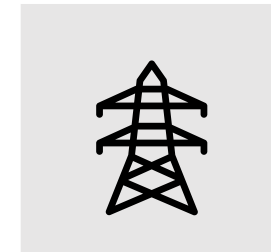
DT_0 : Demanda Total del Período

P_0 : Población Objetivo del Período

C: Factor de consumo



Tipo de consumidor



Tipo de bien y/o servicio

Demanda futura

1. Factor de Consumo Individual
2. Tasa de Crecimiento poblacional

$$DT_n = P_0 * C * (1+TC/100)^n$$

DT_n : Demanda Total para “n” años después del periodo inicial

n: Número de años a los que se quiere hacer la proyección

P_0 : Población Objetivo del Período

C: Factor de consumo

TC: Tasa de crecimiento poblacional

Series de tiempo para identificar los patrones de cambio durante un intervalo de tiempo

Modelos econométricos

Oferta:

Actual y futura



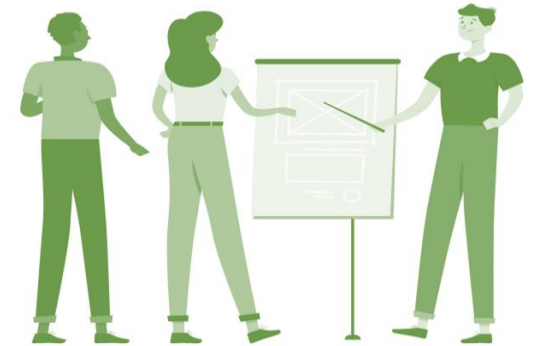
Oferta actual

Producto: Bien y/o Servicio

Capacidad de la infraestructura existente y su estado

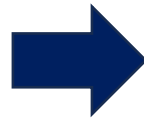
Equipamiento disponible y su estado

Personal y su nivel de calificación



Bases de Datos

Trabajo de Campo



Consistencia

Situación base optimizada del problema

Asunto de interés público a atender

Oferta futura

Se debe considerar la naturaleza del bien o servicio analizado, es decir, la evolución esperada de la provisión del bien o servicio por parte de los proveedores actuales y la potencial entrada de nuevos actores u oferentes en el área de influencia. No obstante, esta proyección debe realizarse a partir de la situación base optimizada. MIDEPLAN, 2021, p. 51



Balance entre la oferta y la demanda

Disponibilidad del mercado



Balance entre la oferta y la demanda

$$\text{Déficit}_t = \text{Demanda}_t - \text{Oferta}_t$$

1. Corresponde a la diferencia entre la demanda total y la oferta, **reflejando los requerimientos** por el bien o servicio de la población afectada por el problema (demanda insatisfecha).
2. La interacción de la oferta y demanda corresponde al déficit para cada período “t” del horizonte de evaluación

Tamaño

Tecnología

Ingeniería

Recursos necesarios

Participación del Proyecto
(demanda insatisfecha)

Demanda

Oferta

-horizonte evaluación

Evolución histórica

Evolución histórica

- Estadísticas básicas (histórico). Coeficientes de crecimiento
 - Índices básicos
- (coeficientes de elasticidades, precio e ingreso de la demanda, patrones de consumo o coeficientes técnicos)

Otros productores de los bienes o servicios, las publicaciones estadísticas, informes o estudio

Situación actual

Situación actual

Cuantificar la existencia de individuos que tienen la necesidad de ese bien o servicio dentro de una unidad geográfica.

- Capacidad de brindar bienes o servicios, su cuantificación.
- Capacidad ociosa

$$\text{Demanda Total} = \text{Consumo individual} * \text{Población afectada (per-cápita)}$$

Proyección

Proyección

Métodos cualitativos (los consensuados y los no consensuados):

Métodos cuantitativos (los que utilizan series de tiempo y los que se basan en relaciones de causalidad):

¿Cuántas unidades ofertarán los competidores en el mercado, de productos iguales o sustitutos a los del proyecto?

- Delphi
- Panel de consenso
- Opinión de expertos

- Análisis de tendencia
- Series de tiempo
- Análisis de regresión

- Capacidad ociosa
- Proyectos de ampliación
- Factores condicionantes de evolución previsible



Estimación de la demanda/oferta (actual y futura)

Precio



Precio: aspectos a tomar en consideración respecto a la fijación del precio

- Los costos de producción
- Los factores de la demanda: la intensidad de la demanda presiona los precios hacia arriba o hacia abajo.
- Los factores de la competencia: si se tiene en cuenta la sensibilidad del cliente ante una diferencia de precios.
- Políticas gubernamentales: los precios pueden ser influenciados por el Estado mediante medidas como impuestos, subsidios y otras para proteger o estimular sectores económicos.
- Margen de rentabilidad esperado.

(Cordoba, 2012)

- Ambiente competitivo
- Lista de marca con los clientes
- Costos marginales competitivas
- Aspectos psicológicos
- Volumen de ventas
- Preferencia de marcas de los clientes
- Necesidades de los clientes
- Segmentación de mercado

(Sapag et al, 2014.)

Precio: Modalidades para la fijación de precios

- Los precios determinados por la estructura de costos de la empresa: producción, tierra, capital y capacidad empresarial.
- Los precios fijados con base en la competencia: se aplica un promedio de los precios de los competidores, tomando en consideración criterios precio – costo y precio – mercado. “El precio que el consumidor está dispuesto a pagar”.
- Los precios políticos: suelen ser fijados, teniendo en cuenta los establecidos por las autoridades para proteger o estimular algún sector de la economía.
- Precios vigentes en el mercado internacional: productos importados que se mercadean a nivel doméstico, y los precios de estos en los mercados internacionales, determinan criterios complementarios para la asignación de precios.
- Precios o tarifas en proyectos de servicios públicos: se fijan consultando la capacidad de pago de las comunidades y si es necesario definiendo tarifas diferenciales que permiten subsidiar por parte de los usuarios de mayores ingresos a aquellos más carenciados. “Busca el equilibrio entre la adecuada prestación del servicio y la garantía de su sostenibilidad”.

Tarifas



Servicios públicos regulados por ARESEP – Costa Rica



Los proyectos que financian su producción sobre la base de tarifas (servicios públicos) deberán analizar la estructura tarifaria y su impacto sobre la demanda futura. Si son servicios donde no se cobra por prestarlos, es necesario hacer un análisis del costo unitario por persona servida utilizando el análisis costo-eficiencia. Mideplan, 2021, p. 52.



<https://aresep.go.cr/transparencia/datos-abiertos>

Nota:

En el caso que el Estado venda servicios y aplique **tarifas diferenciadas** para el consumo, dependiendo del tipo de consumidor o del sector al que sirve, la determinación del precio debe cubrir por lo menos el **costo total de producción**.

En el caso del privado, en cambio se rigen por **el nivel de rentabilidad**, estableciendo un margen de tolerancia de precios que les permita participar en el juego del mercado variando los precios hasta límites permitidos por la competencia. Se toma en consideración el **costo de producción y comercialización**.

