

Ensayos

Alcance teórico del mercado

en la elaboración de proyectos de inversión por el lado de la demanda

“¡Datos! ¡datos! ¡datos! Gritó impaciente. No puedo hacer ladrillos sin arcilla”.

Sherlock Holmes.

Resumen

El presente material examina las bondades de la teoría microeconómica en el uso y aplicación de proyectos de inversión por el lado de la demanda, así como la interpretación, medición e estimación de los agentes consumidores potenciales en la primera etapa de un proyecto de inversión: el mercado.

Una economía global se caracteriza no sólo por el libre comercio de bienes y servicios, sino por la libre circulación de capitales donde el capital financiero internacional tiene una mayor movilidad que otros factores de la producción lo cual ata los negocios a realizar inversiones minimizando al máximo los riesgos.

Los proyectos de inversión, particularmente el estudio de mercado en la nueva era digital implica rapidez y facilidad de obtener información como una constante que determina las decisiones empresariales. La década de los ochentas fue el decenio de la calidad total, la década de los noventas fue de la reingeniería de procesos y la década del 2000 se caracterizará por ser el periodo de la velocidad. Lo cual implicará su transformación; las empresas se sustentarán de lo veloz que será la nueva transacción comercial. Las empresas de éxito de esta década serán las que utilicen los medios digitales y un buen proceso e interpretación de la información (base de datos) para reinventar su propio funcionamiento y realizar inversiones audaces. Si la era digital que pasó de bytes, bits y átomos, eliminar, según Stan Davis; el espacio, el tiempo y la masa, que de alguna manera han cumplido en el nuevo concepto de hacer negocios electrónicos (salvo la masa), este acelerado cambio que vive la humanidad y por ende los negocios, obligan a realizar estudios de mercado altamente sofisticado.

Abstract

This material examines the good side of microeconomic theory in the use and application of investment projects on the demand side, as well as the interpretation, measurement and estimation of potential consumer agents in the first stage of an investment project: the market.

A global economy is characterized not only by the free trade of goods and services, but by the free circulation of capital where financial capital has greater mobility than other production factors, and which ties businesses to making investments which reduce risks to a minimum.

Investment projects, especially market study in this new digital era, implies speed and easiness in obtaining information as a constant which determines business decisions. The 80s was the decade of total quality, the 90s was for process reengineering, and the 2000 will be characterized as a period of speed; this will mean transformation; businesses will sustain themselves on the basis of speed, which will become the new commercial transaction. The successful businesses in this decade will be those which use digital media and a good process and interpretation of information (data bases) to reinvent its own operations and do audacious investments. According to Stan Davis, the digital era which passed from bytes, bits, atoms would eliminate space, time and mass, and to some extent has fulfilled this new concept of doing electronic business (except the mass). This accelerated change which humanity is going through and consequently businesses likewise, creates the need to carry out highly sophisticated market studies.

Abstrait

Le présent article examine les points positifs de la théorie microéconomique dans l'usage et l'application de projets d'investissement du côté de la demande, ainsi que l'interprétation, la mesure et l'estimation des agents consommateurs potentiels dans la première étape d'investissement: le marché.

Une économie globale se caractérise non seulement par le libre commerce de biens et de services, mais aussi par la libre circulation de capitaux où le capital financier international a une plus grande mobilité que d'autres facteurs de la production, ce qui incite les entrepreneurs à réaliser des investissements en minimisant au maximum les risques.

Les projets d'investissement, particulièrement l'étude du marché dans la nouvelle ère digitale, impliquent rapidité et facilité pour obtenir l'information, comme une constante qui détermine les décisions des entreprises. La décennie des années quatre-vingt a été la décennie de la qualité totale, la décennie des années quatre-vingt-dix a été celle du renouvellement du processus et la décennie 2000 se caractérisera par la vitesse. Ce qui impliquera leur transformation; les entreprises seront basées sur la vitesse des nouvelles transactions commerciales. Les meilleures entreprises de cette décennie seront celles qui utilisent les moyens digitaux et un bon processus et une bonne interprétation de l'information (base de données) pour réinventer leur propre fonctionnement et réaliser des investissements audacieux. Si l'ère digitale passée aux bytes, bits, atomes élimine selon Stan Davis, l'espace, le temps et la masse et que d'une certaine manière est accompli le nouveau concept de faire des affaires électroniques (sauf la masse), ce changement accéléré que vit l'humanité et donc le commerce, oblige à réaliser des études de marché hautement sophistiquées.

* Sigfredo Jesús Arauco Camargo

Introducción

La preparación y evaluación de proyectos de inversión tienden a seleccionar, concebir y analizar en forma sistemática un conjunto de antecedentes económicos que permitan apreciar cualitativa y cuantitativamente las ventajas y desventajas de asignar recursos a una determinada iniciativa. Los alcances de la ciencia económica permite el desarrollo de una adecuada medición de esas ventajas y desventajas que constituyen los elementos básicos de análisis e interpretación de los agentes económicos y, por ende, del mercado.

Por lo tanto, la inversión es el elemento fundamental en el crecimiento de una economía y una manera de aplicarla de forma óptima es considerar el menor riesgo posible, lo cual se puede lograr mediante la investigación ordenada y sistemática de un proyecto de inversión relacionado a su vez con los cambios de la economía y para ello se requiere estimar de manera eficiente la evolución de diversas variables que inciden — o pueden incidir— sobre el negocio. Lo anterior se puede llevar a cabo del modo más riguroso posible mediante la utilización del instrumental de análisis estadístico, matemático y, sobre todo, de un buen análisis microeconómico.

En términos de planificación, un proyecto es un conjunto de estudios preliminares que son necesarios para llevar a cabo la producción económica de un bien o servicio, cuya inversión en el presente retribuye beneficios en el futuro. La formulación de un proyecto recorre varias etapas, las cuales tienen una trascendencia específica que puede variar según la naturaleza de cada proyecto y de las circunstancias de localización que pueden ser macrolocalización, así como de microlocalización y tener carácter regional, nacional o internacional. Entre las etapas fundamentales se encuentran las siguientes: a) estudio de mercado; b) determinación del tamaño y localización; c) ingeniería del proyecto; d) cálculo de las inversiones; e) presupuesto del gasto e ingreso anual; f) financiamiento; g) organización; h) evaluación y ejecución.

Estudio de mercado como Primera etapa de un proyecto de inversión, investiga la situación y el comportamiento del mercado de un producto o servicio, por lo tanto, es indispensable dar una especificación, presentación y desarrollo. Asimismo, requiere del empleo de los principales conceptos microeconómicos: ley de la demanda, consumo y demanda, oferta, estructuras de mercados, elasticidad, precio de la demanda, análisis de precios, etc. Se necesita una gran percepción y visión cuantitativa y teórica para de esta manera dar paso al desarrollo de las demás fases de un proyecto.

* *Profesor Investigador de la Universidad Tecnológica de la Mixteca*

El tamaño y la localización de la planta se determinan mediante la capacidad de producción que ha de instalarse en la nueva unidad productora; dicha información sobre el volumen de producción se obtiene una vez terminado el estudio de mercado.

La ingeniería del proyecto comprende una descripción técnica del mismo y aborda cuestiones relativas de investigación y de ingeniería, presenta una selección de procesos de elaboración, especificación de los equipos, estructuras y la justificación del grado de mecanización y tecnología que se adoptará, así como la cantidad y calidad de los insumos requeridos. Asimismo, se encarga de la elaboración de diagramas de flujo para los programas de trabajo y, en general, planes, esquemas y gráficos que faciliten la operación de producción.

Inversiones. Se destina al cálculo de las inversiones totales en moneda nacional y extranjera que cada proyecto exige según su escenario de localización, considerando la inversión en activos fijos y el capital de trabajo o circulante según sea el caso.

Presupuestos de costos e ingresos y organización de los datos para la evaluación. Se hace uso relevante del manejo contable para la presentación de la evolución de los costos e ingresos que resultarán del funcionamiento de la empresa. Se examina la incidencia que tendrá sobre el presupuesto estimado y las variaciones de la capacidad instalada y realmente trabajada, en el precio de venta y considerando otros factores realmente significativos.

Financiamiento. Se tratan de especificar las fuentes de financiamiento, a que se recurrirán y las formas en que se proyectan los bienes financieros para convertir en realidad la gestión empresarial.

Organización y ejecución. Se orienta a explicar cómo se resuelve la situación legal de la constitución de la empresa, la planeación organizativa del montaje y realización del proyecto de inversión.

Posteriormente se realiza la evaluación que tiene como objetivo básico comparar resultados para definir la viabilidad de dicho estudio. En resumen, las etapas mencionadas conforman el estudio de un proyecto de inversión y su importancia radica en alcanzar cierto grado de certidumbre económica en el proceso de inversión, ya que se considera los principales elementos de juicio que se requieren en cada fase de estudio del proyecto; para tal fin se postula la

siguiente hipótesis que guía la presente investigación la cual supone que mediante el conocimiento claro de las herramientas teóricas y los puntos precisos de aplicación, el análisis del mercado tendrá menor incertidumbre y menor grado de desviación. Por lo tanto, el estudio de mercado es de suma importancia para la realización de cualquier proyecto de inversión, plan de negocio e incluso de cualquier estrategia de mercadotecnia, ya que sentar las bases teóricas con una interpretación económica eficiente garantiza un adecuado desarrollo de las subsecuentes etapas que conforman un proyecto de inversión, para llegar a la presentación final de manera exitosa.

Justificación teórica del mercado

La estrategia empresarial moderna consiste en exigir a la dirección a definir una carpeta de negocios que aproveche al máximo los recursos de la empresa a fin de alcanzar sus objetivos, ello conlleva a minimizar riesgos y esto se puede lograr mediante un entendimiento constante de la economía.

“La economía es la ciencia que estudia la forma en que los individuos deciden cómo utilizar los recursos productivos escasos o limitados para producir los diversos bienes y distribuirlos de manera eficiente para su consumo. Una de sus ramas es la microeconomía, que analiza el comportamiento de los agentes económicos, empresas e industrias”.¹

La teoría del productor y del consumidor, así como sus interacciones proporcionan las herramientas indispensables al investigador interesado en estudiar una inversión específica dado que lo orienta en los mecanismos de fijación de precios, comportamiento de los agentes económicos, así como la cantidad producida y demandada. El proceso de argumentación de dichas teorías se sustenta en la racionalidad de los agentes económicos y su interrelación con otros individuos que tiende a establecer el equilibrio del mercado. Existen diferentes tipos de estructuras de mercados que consideran dicha teoría (mercados: perfectos o imperfectos), es la información que se le ofrece al inversionista destacando las características y mecanismos que imperan en la estructura que más se apega a las circunstancias, con el propósito de facilitarle la decisión para

1 Joseph E. Stiglitz. Economía. México, Edt. Ariel. Pp.58.

tomar una inversión y la conducta futura en el mercado una vez que inicie operaciones. Por tanto, al estudiar proyectos de inversión, y específicamente el estudio de mercado, se consideran las reglas de comportamiento de los consumidores, oferentes y otros elementos o variables económicas (tasa de interés, nivel de ingreso, tipo de cambio, etc.), análisis de la competencia, calidad, precios, servicio.

Existe una diferencia entre el mercado y el estudio de mercado, la primera implica el conjunto de las demandas y ofertas respecto a las mercancías, también suelen asociarse inmediatamente con el concepto de economía de mercado que implica la relación macroeconómica de una sociedad, y parte de los postulados de Adam Smith (donde el mercado se regula automáticamente gracias a la mano invisible); mientras que el estudio de mercado es la primera fase de un proyecto de inversión en el que pueden aplicarse criterios microeconómicos, empresariales y de mercadotecnia.

La estructura de mercado se refiere a la clase de mercado en la que la empresa establece, las características y resultados de la misma, el número de vendedores y la naturaleza del producto así como la posibilidad de entrar a la industria; el comportamiento y número de compradores de los productos de la empresa y de la capacidad de ésta para influir en la demanda mediante la publicidad, para reducir estos aspectos a proposiciones manejables, la microeconomía ha establecido las estructuras de mercados.

De acuerdo a lo anterior, el instrumento teórico de referencia es lo que se conoce como competencia perfecta que junto con el otro extremo llamado monopolio perfecto permiten distinguir con toda claridad el análisis real que se hace de una inversión específica. Por lo tanto, la teoría es un instrumento que permite acercarnos a la realidad, ya que el investigador llega a conclusiones por medio de instrumentos completamente teóricos. Considerando que dicha teoría tiene un amplio estudio sobre la oferta, demanda y precios y diferentes análisis que se hacen en torno a ello, permitirá tener una visión amplia en el sentido práctico; la teoría establece que los precios del mercado ilustran a los productores acerca de qué, cómo y cuánto debe ser producido, por lo tanto el mercado en una visión microeconómica es el punto en que convergen las actuaciones de los agentes económicos y al mismo tiempo

po el centro donde se originan sus acciones. De hecho se establece una estructura de mercado de la siguiente manera:

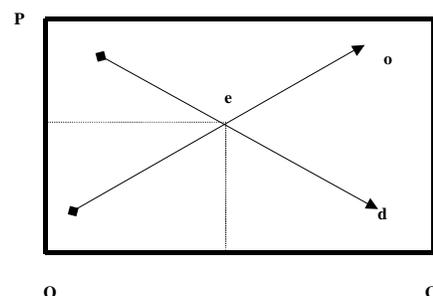
Mercado de competencia perfecta: Son aquellos mercados que tienden a funcionar mejor en la economía –en un aspecto teórico—ya que hay un gran número de empresas que operan en la industria como un producto homogéneo. La competencia es perfecta en el sentido de que cada empresa considera que puede vender la cantidad de producción que desee al precio vigente en el mercado, el cual no puede ser afectado por el producto individual cuya participación en el mercado es muy pequeña. Tiene las siguientes características:

- _ Hay una perfecta movilidad de recursos.
- _ El precio del bien se establece en el mercado.
- _ Existe gran volumen de bienes de carácter homogéneo.
- _ Existe gran número de compradores y vendedores.
- _ Hay libertad de acción para realizar cualquier transacción comercial.
- _ Existe información completa tanto para oferentes como para demandantes, sobre precios y costos actuales y futuros.

Es importante establecer que en la vida cotidiana no existe un mercado de esta naturaleza y menos que cumpla con todas las características mencionadas, por ello se le denomina economía teórica, refleja un mercado ideal que analiza con supuestos restrictivos que tiende a explicar los fenómenos relativamente reales.

Finalmente, en un mercado perfectamente competitivo el precio de la mercancía lo determina exclusivamente la intersección de la curva de demanda y la curva de oferta del mercado, por lo tanto la empresa es tomadora de precios y puede vender cualquier cantidad de mercancías al precio establecido por el mercado.

Equilibrio en el mercado



Mercado de competencia imperfecta: En los mercados imperfectos se violan uno o más de los supuestos de la competencia perfecta: el número de oferentes no es tan grande como en la competencia perfecta, no existe plena movilidad de mercancías y factores productivos, hay cierto control sobre ellos, los demandantes no conocen plena y perfectamente el funcionamiento del mercado. Sus características principales son las siguientes:

- _ El precio del bien no se establece en el mercado.
- _ Existe gran volumen de bienes de carácter heterogéneo.
- _ Convergen gran número de vendedores y compradores de los bienes.
- _ No existe libertad de acción para los vendedores y compradores.

Es importante establecer que en nuestro medio, los mercados tienden a ser de competencia imperfecta, por lo tanto, la investigación de mercado tiene mayor énfasis en las características descritas, dado que la finalidad de los proyectos tienen que cumplir con los requerimientos de este tipo de mercado.

Mercado de competencia oligopólica: Es un derivado de la estructura de mercado de competencia imperfecta, y se le considera como una estructura independiente por sus condiciones y características propias que presenta en el mercado. El concepto más estricto de la definición de monopolio (monopolio puro), es que sólo hay un productor en el mercado, no hay competidores o rivales directos en el sentido popular ni en el sentido técnico. Sin embargo, la concepción monopolista puede estar limitada por la competencia indirecta de todos los bienes sobre todo cuando existe competencia potencial en la entrada al mercado.

Un mercado es monopolístico cuando desaparece la competencia y existe, por tanto, un solo productor y proveedor; económicamente surge por los rendimientos crecientes de escala que por razones técnicas o legales, está debidamente amparado por los sistemas jurídicos o por el mismo sistema de corrupción prevaliente en las sociedades.

En una economía de mercado pueden existir dos tipos de monopolios: monopolio legal y monopolio técnico. El primero se desarrolla principalmente, cuando

existe disposición del propio sistema de limitar la oferta del producto a un solo productor, por algún interés de política económica. Existe monopolio técnico cuando el tamaño del mercado y la escala de producción está posibilitada a una sola empresa. Las características de este tipo de mercado son:

- _ Tiene libertad de acción para abrir o cerrar el mercado.
- _ Tiene una influencia determinante sobre el volumen de producción final.
- _ Influye sobre el precio del producto (debido a la concertación de la fijación de precios entre las empresas que conforman el oligopolio).

El estudio de mercado: El estudio de mercado, como etapa inicial de un proyecto, presenta dimensiones múltiples tales como la cantidad de demanda y oferta, así como los precios existentes en el mercado, etc. La noción del investigador, sin embargo, se centra en los aspectos analíticos de un fenómeno generalizando el intercambio como la esencia misma del estudio. Darle un curso rígido al estudio de proyecto da lugar a formas teóricas y prácticas en la formación de modelos que explicarán su naturaleza, funcionamiento, medición y resultados del mismo, dándole viabilidad para continuar el proceso de formación del proyecto de inversión. Conceptualmente, para Nassir y Reinaldo Sapag:

«el concepto de estudio de mercado usualmente se identifica con la definición del precio y la demanda que los consumidores están dispuestos a comprar». ²

Cabe mencionar que la teoría del consumidor y del productor es la base analítica en el desarrollo del estudio y será utilizado como esquema teórico.

Concepto de mercado: La concepción de mercado ha evolucionado desde mercados muy primitivos basándose en el trueque como primera manifestación de intercambio hasta llegar a mercados sofisticados de hoy, como el mercado electrónico (Internet: e-business, e-commerce), mercado de dinero y capital, mercado de futuros, mercados de coberturas cambiarias, etc. Sin embargo, su esencia es la misma y se sustenta en un lugar físico o electrónico al que acuden periódicamente

1 G. Baca Urbina. Evaluación de Proyectos, pp.54.

te compradores y vendedores para efectuar el intercambio de productos y servicios en un tiempo y espacio determinados.

Los mercados se clasifican como mercados de bienes, servicios y recursos que pueden encontrarse en un espacio local, regional, nacional e internacional. Por ejemplo: la producción de minerales destinada en la mayoría de veces a las industrias pesadas, mientras que los bienes de primera necesidad son destinados a mercados domésticos. Dentro del mercado de bienes es importante discernir entre los diferentes tipos de bienes: normales, sustitutos y complementarios; que tienen una influencia importante en el mercado.

1. Mercado regional: Tipo de mercado que abarca varias localidades integradas en una región geográfica o económica, está constituido por artículos de consumo regional, como pueden ser bienes agrícolas: legumbres, frutas, ciertos vinos; también se consideran mercados regionales aquellos cuyos productos se han especializado, por ejemplo bienes que han sufrido un proceso de transformación como la industria del calzado.

2. Mercado nacional: Es un conjunto de la oferta y demanda de bienes y servicios de un país, también conocido como mercado interno. Se caracteriza por el tipo de transacciones comerciales internas que se realizan en una nación y comprenden aquellos bienes que no son de importación y se utilizan para cubrir las necesidades de consumo doméstico principalmente.

El proceso de compra-venta en este tipo de mercado generalmente considera las tradiciones y costumbres, así como la calidad del producto, precio, oferta estacional y demás factores que influyen en su demanda, donde el proceso de intercambio no tiene mayor problema.

3. Mercado internacional: Es el conjunto de transacciones comerciales a escala mundial; incluye el total de importaciones y exportaciones de bienes y servicios que se realizan en el resto del mundo.

Este tipo de mercado considera de manera importante las ventajas comparativas de cada país para realizar el proceso de intercambio, también toma en cuenta variables como el tipo de cambio preva-
leciente, estima su comportamiento para el futuro.

El precio del bien, el grado de competitividad y calidad con respecto al exterior.

La consideración de tarifas arancelarias en el comercio internacional es importante ya que tiende a impactar en el precio, por lo tanto dicho factor se debe tener en cuenta de manera muy especial en el estudio de mercado. Hoy más que nunca el mercado internacional en su nueva acepción denominada *la globalización económica* juega un papel cada vez más importante en las economías, así como en las empresas y por ende en los inversionistas, por lo tanto un proyectista debe de tener como una prioridad saber medir la conducta de los agentes económicos de manera global.

Objetivos del estudio de mercado:

En el marco teórico se analizó la estructura de mercado más representativo de una economía, que de alguna manera explica el comportamiento del mercado en términos generales. Sin embargo, los objetivos básicos del estudio de mercado se sustentan en identificar la demanda y los precios a que los consumidores están dispuestos a comprar, así como verificar la posibilidad real de penetración del producto en un determinado mercado, tratando de cuantificar los factores intangibles que signifiquen riesgo o dificulten la iniciativa de una nueva empresa. Obviamente la idea del estudio de mercado, es realizar una investigación de todos los fenómenos que están implicados en el proyecto, esto es revisar las variables que condicionan el comportamiento de los distintos agentes económicos cuya actuación afectará el desempeño financiero de la empresa que podría generarse en el proyecto.

Básicamente el estudio se desarrolla con la intención de cuantificar la demanda y la oferta, así como en el análisis de los precios y el estudio de comercialización; sustentándose en el proceso de investigación en las fuentes de información primarias, y dado el caso que no existiera información, se realizaría un trabajo de campo (muestreo estadístico) acorde a las necesidades. G. Baca Urbina recomienda una pregunta importante en el estudio de esta etapa:

«¿Existe un mercado viable para el producto que se pretende elaborar?. Si la respuesta es positiva, el estudio continúa, si la respuesta es negativa, puede replantearse la posibilidad de un nuevo

estudio más preciso y confiable; si el estudio hecho ya tiene esas características, lo recomendable sería detener la investigación».³

Etapas del estudio de mercado: El proceso de estudio de mercado se sustenta en la presencia histórica de la información que se analiza mediante la siguiente estructura:

- 1) Antecedentes históricos del mercado.
- 2) Interpretación actual del mercado.
- 3) Análisis de estimación futura del mercado.

Considerando el objetivo del estudio de mercado como algo relevante de un proyecto, es importante establecer que en la estructura de las etapas cronológicas ya mencionadas la más indicativa es el análisis de estimación a futuro. Claro está que para poder proyectar ciertas variables económicas, se tiene que conocer la situación vigente, esto implica haber interpretado la evolución histórica de dichas variables en el pasado, esto es contar con una base de datos acorde a las necesidades.

El procedimiento inmediato es reunir información de carácter estadístico que pueda servir, mediante el uso de regresión lineal (Mínimos Cuadrados Ordinarios), la proyección de la variable de interés, siendo éstas: la demanda, oferta o precio de algún factor e incluso de cualquier otro que proporcione elementos adecuados para la investigación, tal es el caso del análisis teórico que considera el comportamiento del consumidor como agente económico racional, que busca en todo momento la maximización de beneficio, satisfacción, e información plena del mercado.

Es vital la interpretación vigente del mercado, ya que permite una idea global del escenario a estudiar y sobre todo permite tener elementos de análisis para realizar la estimación, la idea es conocer el pasado para interpretar el presente y de esta manera proyectar el futuro.

La etapa de recopilación y elaboración de los datos deberá responder a los siguientes cuestionamientos ¿Cuánto están dispuestos a comprar?, ¿Qué motivos lo harían comprar?. Cuáles son sus preferencias en el mercado?, etc..Las respuestas se deben fundamentar en la demanda actual y futura en el periodo de vida útil del proyecto; serán las adecuadas según la calidad de los datos disponibles y la

1 G. Baca Urbina. Evaluación de Proyectos, pp.8.

eficacia de los instrumentos teóricos-estadísticos con que se cuenta para el análisis respectivo.

Análisis del entorno: El ambiente que circunda al estudio de mercado destaca dos elementos que tienen una influencia importante en el medio:

- a) El sector exógeno
- b) Distintos tipos de mercado en la formación de un proyecto.

Cuando existe el caso de importaciones y exportaciones respecto al producto que se estudia en el proyecto resulta de suma trascendencia disponer de la información estadística correspondiente, así como conocer las políticas que en ese momento sigue el gobierno, con la finalidad de precisar el impacto de ambos elementos que pudieran afectar el estudio. Para tal caso, se deben considerar los mecanismos de exportación, apertura gradual o indiscriminada según sea el caso de la política económica vigente, qué tipos de productos se liberalizan y el respectivo análisis de calidad, eficiencia y productividad, con los estándares de calidad certificados. También se consideran elementos diferentes a los factores económicos tales como: socioculturales, tecnológicos, políticos y legales, que envuelven e influyen en el comportamiento del mercado. Podemos citar el caso de la política económica, sobre el incremento en el nivel de los ingresos que influye de manera importante en el comportamiento de los consumidores para la estimación potencial de las ventas del producto.

“las amenazas del medio son todas aquellas variables y características relevantes del medio externo al proyecto que pudieran tener algún efecto negativo, por ejemplo las situaciones recesivas, el crecimiento de la competencia, un grado creciente de apertura al comercio exterior que permita vislumbrar la entrada masiva de productos competitivos a bajos precios, incertidumbre política”.⁴

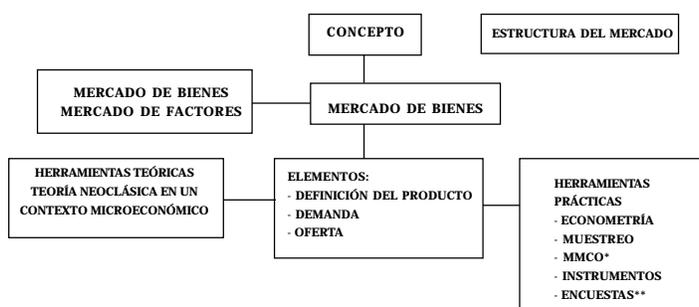
Se pretende establecer en esta etapa una base sólida sobre la cual continúe el estudio completo del proyecto, proporcionando datos básicos a las demás partes sucesivas de éste, en particular al estudio técnico y financiero. Finalmente, se establece una estructura de análisis del mercado compuesto de la siguiente manera:

1 Ibid, p.70.

Estudio de mercado empirico



Estudio de mercado en una estructura teórica



*MMCO se refiere a la aplicación del método de Mínimos Cuadrados Ordinarios.

** La aplicación de encuestas como instrumentos de apoyo a la investigación de muestreo.

La demanda de mercado: Características y estimación

A partir de la teoría sobre el comportamiento del consumidor, es posible afirmar que todo agente económico, en cuanto consumidor ejerce cierta demanda de aquellos bienes y servicios que desea. En la medida en que la renta de los agentes económicos es limitada, no se puede consumir todo cuanto quieren y se ven obligados a elegir pautas de consumo.

1. Estudio teórico y análisis de la demanda

Teóricamente, la demanda es la cantidad de un artículo que un individuo desea comprar en un periodo determinado, considerando un nivel de ingreso dado. Matemáticamente la demanda es una función que depende del precio de dicho artículo, del ingreso monetario de la persona y de los precios de otros artículos, así como sus gustos y preferencias.

La teoría establece que al variar el precio del artículo en cuestión y manteniendo constantes tanto el ingreso y los gustos del individuo, como los precios de los demás artículos (*ceteris paribus*) se tiene generado un cambio en la cantidad demandada de dicho bien, por lo que la oferta tendrá que adecuarse a nuevo nivel de equilibrio, por lo tanto:

" para que la actividad económica de las empresas tenga éxito debe satisfacer, en última instancia, la demanda de los consumidores. Puesto que la empresa existe para proporcionar algo que los consumidores desean".⁵

Baca Urbina define la demanda como:

" la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado".⁶

Uniendo ambos criterios, tanto teóricos como analíticos al examinar la demanda de un bien en relación con los factores que condiciona la variación de la cantidad demandada así como el comportamiento histórico en un periodo establecido se puede determinar la existencia de una demanda insatisfecha. Este elemento indicará la existencia de mercado y justificará la realización de las subsecuentes etapas del proyecto de inversión.

El análisis del comportamiento de la demanda se basa principalmente en procedimientos matemáticos y económicos en los que se examina la variación del volumen de la demanda frente al cambio del precio del bien. El mecanismo a seguir es la función lineal (función económica), dado que se trata del estudio de la demanda en función a diferentes variables económicas.

Es importante cuestionar al inicio del estudio de mercado la siguiente pregunta: ¿cuáles son los factores que determinan el comportamiento de la demanda? Para tener elementos de respuesta es básico adentrarse a la teoría microeconómica, obteniendo el siguiente argumento, los factores que afectan directamente el comportamiento de la demanda son:

- Precio del bien.
- Precio de los bienes sustitutos
- Precio de los bienes complementarios.
- Percepción económica disponible del consumidor

5 Roger D. Blair y Laurence W. Kenny. Microeconomía con aplicaciones a la empresa, pp.17.

6 Dominick Salvatore, Microeconomía, pp.18.

Considerando estos factores que afectan directamente la variación de la demanda del bien o servicio, especificamos la función económica.

$$Q_{dx} = f(P_b, P_s, P_{bc}, Y_d, \dots)$$

Nomenclatura:

Q_{dx} = Cantidad demanda del bien x

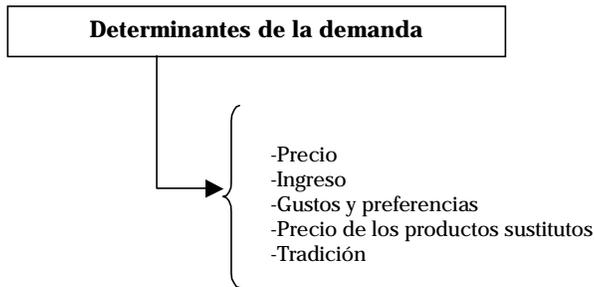
P_b = Precio del bien x

P_s = Precio de los bienes Sustitutos

P_{bc} = Precio de los bienes Complementarios

Y_d = Ingreso disponible del consumidor

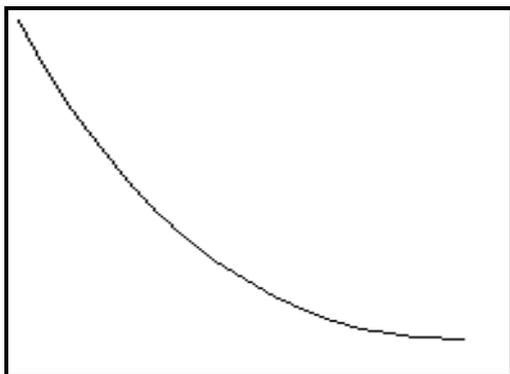
Esta función expresa la relación entre la cantidad demandada de un bien específico, la renta y varios precios. De hecho, cada punto de la curva indica los diferentes precios por unidad de tiempo.



La función económica de la demanda gráficamente se expresa de la siguiente forma:

Curva de demanda del consumidor

P_b



0

Q_{dx}

La curva de demanda representa una relación entre el precio y la cantidad demandada.

La pendiente de la curva de la demanda siempre se inclina hacia abajo e indica que a medida que baja el precio del bien, se compra más cantidad del mismo. Esto es conocido generalmente, como la “ley de la demanda”. Este hecho nos indica la importancia e impacto que el precio del bien en cuestión tiene sobre la demanda.

La demanda puede ser considerada como elástica igual a uno, y como inelástica, menor a uno. La demanda es elástica cuando las variaciones en el precio provocan sensibles alteraciones en la misma, podemos citar un ejemplo de demanda elástica: artículos suntuarios como los automóviles, elasticidad unitaria se da cuando hay variaciones en la misma proporción. La demanda inelástica se presenta cuando sufre alteraciones notables por el aumento o disminución de los precios, básicamente se ubican en este renglón los artículos de primera necesidad.

Es importante destacar que el procedimiento teórico del estudio de la demanda de un proyecto, no consiste en examinar y analizar todos los factores económicos que afectan el comportamiento histórico de la demanda, sino sólo a los factores que influyen en la variación directa de la cantidad demandada del bien.

Demanda y precio del bien normal

Matemáticamente, la expresión de la demanda y el precio del bien normal es la siguiente:

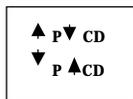
$$Q_{dx} = f(P_b)$$

En la práctica los hechos muestran la relación funcional existente entre la cantidad demandada de un bien “x” y el precio del mismo, dicho comportamiento es inverso estableciéndose la ley de la demanda:

“cuanto más bajo es el precio de x, mayor es la cantidad de x que el individuo demanda. Esta relación inversa entre precio y cantidad se refleja en la pendiente negativa de la curva de demanda, (con excepción de un caso raro)”.⁶

⁶ Dominick Salvatore, Microeconomía, pp.18.

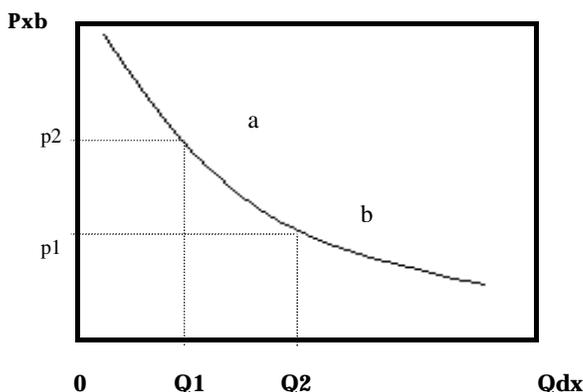
Considerando las ideas principales de la ley de la demanda:



Al aumentar el precio (p), la cantidad demandada (cd) disminuye; y al disminuir el precio (p), la cantidad demandada (cd) aumenta.

- A un menos precio, mayor será la cantidad demandada del bien (x)
- A mayor precio, menor cantidad demanda del bien (x9)
- Siempre la pendiente de la curva de demanda será negativa
- Cada punto de la curva demandada representa una sola relación de precio.

Curva de demanda a diferente precio



De acuerdo al gráfico, la curva de demanda (d1-d1) proviene de una relación demanda precio. Se puede observar que el punto "a" se registra una demanda tal como Q1 a un nivel de precio p2, si el precio bajará a p1, entonces la cantidad demandada será q2 unidades, por encima de Q1, ubicándose el punto de intersección en b. Disminuye la cantidad en forma inversa cuando el precio aumenta de p1 a p2. Los proyectos que registran curvas con las características analizadas son los que están destinados a la producción de bienes no duraderos o de primera necesidad, en los que la relación demanda-precio tiende a superar a los otros factores.

Es importante considerar que la curva de demanda en estudio no es una relación histórica de sucesivos acontecimientos de la relación de un mismo proceso, la variación de la curva de demanda debe distinguir a través del movimiento en la distancia de la curva, don-

de cada punto de la curva representa el precio del bien con su respectivo punto de cantidad demandada.

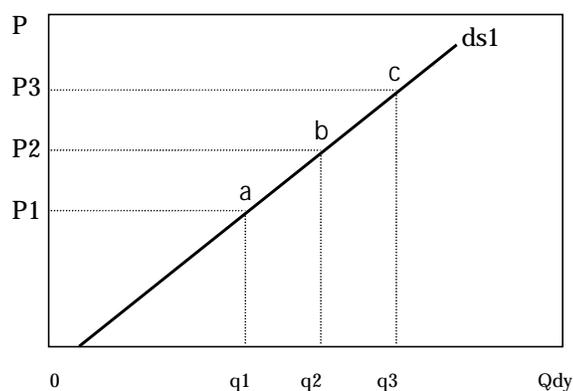
Demanda y precio de bienes sustitutos

Matemáticamente sería:

$$Q_{dx} = f(p,y)$$

Es de suma importancia considerar, en el análisis de un bien competitivo o de corte sustituto, las características de éstos, ya que el crecimiento del precio del bien Y, permitirá un aumento de la demanda del bien X, teniendo presente que la curva de demanda es creciente de la izquierda a la derecha. Ahora bien, los bienes sustitutos se caracterizan porque son similares entre sí, utilidad y satisfacción; así, tenemos bienes sustitutos como el tequila frente al mezcal. Los cuales tienen estrecha relación con sus sustitutos inmediatos, ya que un incremento en el precio del tequila, provoca un aumento en la demanda del mezcal; esta es la idea, en la que se establece que la demanda de los bienes sustitutos varían directamente en relación con el precio de su sustituto.

Variación del bien X ante el bien Y



Gráficamente se establece que la curva ds1 está dada por la relación demanda-precio de los bienes sustitutos, donde cada punto de la curva representa una sola relación con el precio del bien sustituto (Y) y la cantidad demandada del bien (X). También se puede establecer que en el punto (a) se registra

un consumo q_1 unidades donde su precio es p_1 . Al incrementarse el precio del bien (Y) a p_2 , se incrementa automáticamente la cantidad demandada del bien (X) a q_2 unidades, pasando del punto a al punto b y posteriormente llegando al punto c, por incremento del precio del bien a p_3 .

La pendiente de la curva es positiva porque varía directamente en relación con el precio del bien sustituto, demostrando de esta manera que la curva ds_1 no es una relación del mismo proceso.

Cabe mencionar la diferencia que existe con los bienes complementarios, ya que en este caso se tienen presentes las características de éstos con respecto a la relación demanda-precio, dado que el comportamiento de estos bienes es el siguiente: Un incremento del precio del bien (n), ocasiona una baja en el bien (1). En la praxis, los bienes complementarios son reconocidos cuando un bien es complemento del otro, tanto en el uso como en el grado de satisfacción que éste genera; por ejemplo, la gasolina y el auto, estos bienes son complementarios en su uso y satisfacción, además tienen una estrecha relación con su complemento inmediato, donde el aumento del precio de uno de ellos provocará una disminución en la demanda de su complemento.

Demanda e ingreso disponible

$$Q_{dx} = f(Y_d)$$

Esta expresión muestra el comportamiento matemático de la demanda que depende directamente del ingreso disponible; es decir, cuando la demanda de un bien está en íntima relación con el ingreso disponible del consumidor, cuya curva de demanda de un bien está en íntima relación con el ingreso disponible del consumidor, cuya curva de demanda se desplaza hacia la izquierda o derecha, movimiento que está en función al incremento o disminución del ingreso disponible. En la práctica el consumidor puede experimentar el aumento del salario que, por ende, será el incremento de su ingreso y ver disminuir dicho ingreso por exceso de sus gastos, por encima de su línea de presupuesto establecido. Para materia de proyectos de inversión es recomendable contar con información secundaria como: nivel de ingreso de la población de consumo, índices de ingresos por estratos altos, medianos y bajos.

El traslado de la línea de presupuesto y la curva de demanda consiste en tener presente los siguientes fundamentos:

- * Que se mantengan constantes los gustos y preferencias del consumidor.
- * Que los precios relativos del bien no sufran variación alguna.
- * Que los ingresos reales del consumidor se incrementen progresivamente.
- * Que se registre un aumento del número de consumidores.

Demanda y precio de bienes complementarios

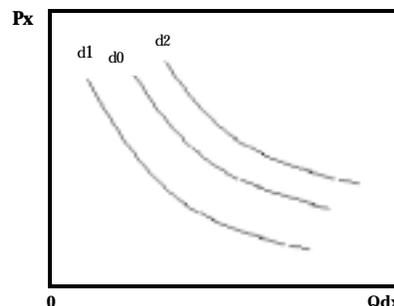
Los bienes complementarios son los que se integran junto con otros para la satisfacción de una necesidad, por ejemplo el azúcar complementa al café. En la práctica, los bienes complementarios son reconocidos cuando un bien es complemento del otro tanto en su uso como en su satisfacción, tal cual se expone en el ejemplo, que matemáticamente sería:

$$Q_{dx} = f(p_j)$$

Cuando se analizan los bienes complementarios, se debe tener en cuenta las características de éstos con respecto a la relación demanda-precio, dado que el comportamiento de estos bienes es el siguiente: al aumentar el precio del bien (j), se registra una disminución en la demanda del bien (y), siendo su curva decreciente de izquierda a derecha.

Desplazamiento de la demanda

Cambio de la demanda o traslado de la curva, es un desplazamiento de toda la curva de un artículo que resulta de un cambio en el ingreso monetario o en los gustos del individuo o en los precios de otros artículos.



DESPLAZAMIENTO DE LA CURVA DE DEMANDA

Se puede observar que el desplazamiento de la curva de demanda es hacia la derecha o hacia arriba (d2) cuando se incrementa el ingreso monetario, cambian los gustos del individuo o la variación del precio de otros artículos, esto es cuando cambian cualesquiera de las condiciones ya mencionadas – ceteris paribus—y se traslada hacia la izquierda o abajo (d1) cuando hay un comportamiento inverso de los demás factores ya mencionados. Los movimientos dependen de circunstancias económicas que tienen estrecha relación con el bien, siendo los principales el precio y el ingreso. Los elementos más relevantes que provocan el cambio de la curva de demanda hacia arriba o a la derecha son:

- Incremento del ingreso del consumidor.
- Aumento de precio de uno de los bienes sustitutos.
- Disminución de precios de uno de los bienes complementarios.
- Cambio de gusto y preferencia de los consumidores a favor del bien.

Es importante destacar que el desplazamiento de la curva de la demanda hacia la izquierda o hacia abajo, es provocado por las siguientes acciones:

- Descenso del ingreso del consumidor.
- Descenso de precio de uno de los bienes sustitutos.
- Aumento de precio de uno de los bienes complementarios.
- Cambio de gusto y preferencia de los consumidores en contra del bien.

Demanda histórica

Se define como aquella que se registra para un periodo de tiempo definido, cuyo comportamiento histórico frente al consumidor puede ser de cinco a 10 años. Por lo general las informaciones de la demanda histórica son útiles para la obtención de la demanda real, que en un primer nivel sirve de referencia para seleccionar el mercado de influencia del bien. Por tanto, es importante y necesario conocer el comportamiento histórico de la demanda del bien en el pasado y manejar los datos a través de una serie histórica, las cuales se realizan para tal fin por instituciones públicas o privadas de corte estadístico, asimismo con la determinación de la demanda histórica se llega a conocer la existencia de las diferentes clases de demanda.

El conocimiento y manejo de estos tipos de demanda dará al investigador de mercados suficiente autoridad para definir y proponer el mercado competitivo

para la oferta del nuevo producto que tratará el estudio de proyecto.

Demanda insatisfecha

Es aquella demanda que no ha sido cubierta en su oportunidad por la oferta existente en el sistema de comercio; dicho de otra manera, existe demanda insatisfecha cuando las ofertas existentes no igualan al volumen de demanda del mismo por factores que son materia de investigación.

La demanda del bien es insatisfecha no sólo por depender directamente de las variables precio e ingreso sino más bien de factores subjetivos como: gustos y preferencias individuales, recesión económica, tasa de inflación creciente, desgracias naturales (sequía, temblores, inundaciones, etc.). También se le considera como uno de los propulsores de la demanda insatisfecha al factor financiero, ya que por falta de financiamiento las empresas nacionales trabajan con una capacidad instalada inferior a lo recomendado, esto es que existe capacidad ociosa instalada significando menor oferta de bienes y transformándose en generadores de demanda insatisfecha.

Demanda aparente

Es la demanda que considera al mercado de forma general y estimada para un periodo establecido, con base en los conocimientos de la producción, exportación, importación y saldo del stock del producto que se está estudiando, es importante considerar ya que este tipo de demanda no considera de forma rigurosa el precio o en su caso el ingreso así como los estratos socioeconómicos de la población de consumo. Se diferencia de la demanda efectiva ya que ésta es el conjunto de mercancías y servicio que los consumidores realmente adquieren en el mercado, en un tiempo determinado y a un precio dado; a diferencia de la demanda aparente que nunca se plasma en la adquisición de bienes en el mercado. Sin embargo es importante destacar la elasticidad como un elemento que mide las fluctuaciones de la demanda real.

Elasticidad de la demanda (Ed)

Determina el porcentaje del cambio de la cantidad demandada de un producto como consecuencia de determinado cambio porcentual en su precio.

$$Ed = \frac{\text{Cambio porcentual en la cantidad demandada}}{\text{Cambio porcentual en el precio}}$$

La elasticidad de la demanda (E_d) es un número puro. Como tal, es un excelente instrumento de medición que se expresa por medio de la pendiente en un modelo econométrico en términos de unidades de medición y siempre será positivo, aunque el precio y la cantidad demandada se desplacen en direcciones opuestas, además se afirma que:

$E_d = 1$ Elasticidad unitaria

$E_d > 1$ Elástica

$E_d < 1$ Inelástica

La elasticidad ante el cambio del precio especifica la sensibilidad de la cantidad demandada frente a los cambios del precio, esto es que mide el efecto del cambio del precio de un bien o servicio que tiene en la cantidad vendida y en los ingresos totales.

Naturaleza estadística de la función de demanda empírica

Los consumidores compran una indeterminada cantidad de bienes diversos durante su vida. Por lo tanto, una función de demanda específica nos dará la cantidad demandada de un determinado bien como una función de los precios de todos los bienes consumidos y la renta del consumidor.

En el análisis de demanda se busca medir la relación entre la compra y el consumo de productos y los factores que principalmente ocasionan estas compras. Por consiguiente, la demanda de un producto puede expresarse como una relación sencilla o como una relación múltiple; la primera considera la variable dependiente de demanda como función de una sola variable independiente, en tanto que la última la ve como el resultado de dos o más variables independientes.

Proyección lineal de la demanda

La Regresión lineal permite tener elementos de análisis del presente con estimaciones hacia el futuro, así como examinar la tendencia de nuestras variables enmarcadas en el proyecto de estudio; claro está que los resultados que arroja el modelo no son cien...

“La proyección de la demanda de bienes y servicios intermedios requiere un estudio de fuentes y usos y una estimación sobre futuros cambios estructurales de la economía”.⁷

Una de las técnicas usadas con más frecuencia en investigación económica y comercial para buscar una relación entre una o más variables ligadas de un modo causal es el análisis de regresión. Esta técnica consiste en la utilización del “modelo de los mínimos cuadrados”, el cual permite que la línea de regresión de mejor ajuste reduzca al mínimo las sumas de las desviaciones cuadráticas entre los valores reales y estimados de la variable dependiente, cuyas aplicaciones sirven para pronosticar las variables del mercado.

Este modelo estadístico se basa en dos o más factores para explicar el comportamiento futuro de las variables del mercado, para cuyo fin los elementos causales se define como variables independientes y el elemento materia de pronóstico se define como variable dependiente. Cabe destacar que existen dos tipos de regresión: el modelo lineal simple y la regresión múltiple.

“Muchas de las decisiones tomadas en el curso de la estimación de una función de demanda requieren un profundo conocimiento del mercado que se está investigando; la experiencia de un empresario es valiosa a la hora de tomar estas decisiones. Partiendo de la conclusión de que la cantidad debería estimarse como una función del precio del producto, de la renta del consumidor y de los demás precios que tengan un impacto considerable en la cantidad demandada”.⁸

Análisis de regresión lineal, parte de los supuestos siguientes:

- Considera una misma variable para todas las x .
- Tiene todas las medias $E(Y_i)$ sobre una línea recta conocida como línea de regresión (población) verdadera: $E(Y_i) = u = a + b x + e$.

El término de error «e» es una variable independiente, $E(x) = 0$

Estos supuestos permiten hallar la única línea que tenga propiedad de que la suma de las desviaciones al cuadrado de cada una de las observaciones, con respecto a la misma, sea mínima, arrojando estimadores con atractivas propiedades estadísticas, de ahí que se

7 Naciones unidas. Manual de proyectos de Desarrollo Económico, pp.34.

8 Roger D. Blair and Laurence W. Microeconomic, pp.47.

apoye en el teorema de Markov el cual señala que los estimadores lineales son insesgados, y son los mejores, al cual se le denomina MELI es un acrónimo para el mejor Estimador Lineal Insesgado. Especificación de la regresión:

Regresión Simple: $Y = A + BX + E$

Regresión Múltiple: $Y = A + BX + Z + E$

Para estimar nuestra regresión tenemos:

$$Y = a + bx + e$$

$$Y_i = \hat{\beta}_1 + \hat{\beta}_2 X_i$$

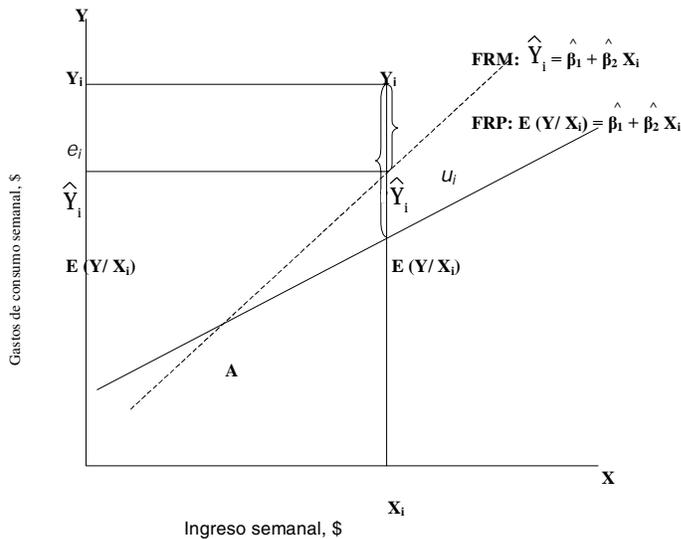
donde:

$\hat{}$ se lee como "sombbrero" o "gorro"

\hat{Y}_i = estimador de $E(Y/X_i)$

$\hat{\beta}_1$ = estimador de β_1

$\hat{\beta}_2$ = estimador de β_2



LÍNEAS DE REGRESIÓN POBLACIONAL Y MUESTRAL

Tipos de modelos que permiten una diversidad de opciones para poder medir diferentes casos en el mercado, y las formulas que permite la obtención de las betas :

Modelos

Descripción

(a) $Y_i = \beta_1 + \beta_2 (1/X_i) + U_i$

Recíproco

(b) $Y_i = \beta_1 + \beta_2 \ln X_i + U_i$

Semilogarítmico

(c) $\ln Y_i = \beta_1 + \beta_2 X_i + U_i$

Semilogarítmico inverso

(d) $\ln Y_i = \ln \beta_1 + \beta_2 \ln X_i + U_i$

Logarítmico o doble logarítmico

(e) $\ln Y_i = \beta_1 - \beta_2 (1/X_i) + U_i$

Semilogarítmico inverso en el recíproco

$$\hat{\beta}_1 = \frac{N \sum X_i Y_i - \sum X_i \sum Y_i}{N \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

$$\hat{\beta}_1 = \frac{\sum (X_i - \bar{X})(Y_i - \bar{Y})}{\sum (X_i - \bar{X})^2}$$

$$\hat{\beta}_1 = \frac{\sum x_i y_i}{\sum x_i^2}$$

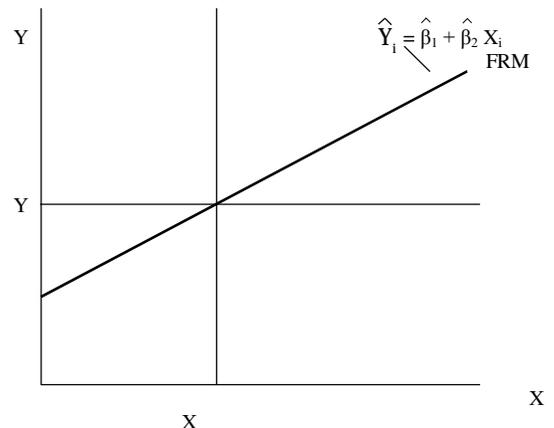
$$\hat{\beta}_1 = \frac{\sum X_i^2 \sum Y_i - \sum X_i \sum X_i Y_i}{\sum X_i^2 (\sum X_i)^2}$$

$$\hat{\beta}_1 = Y \hat{\beta}_2 X$$

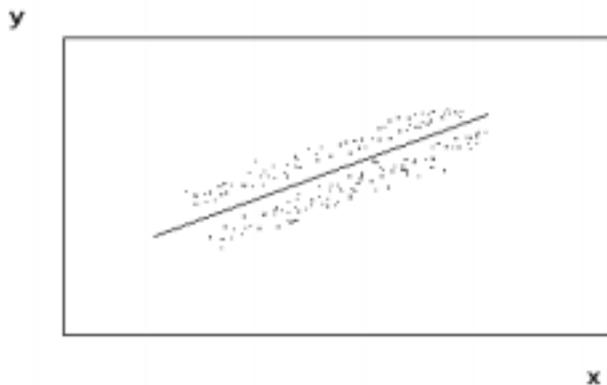
$$\hat{\beta}_2 = \frac{\sum x_i y_i}{\sum x_i^2}$$

$$\hat{\beta}_2 = \frac{\sum x_i Y_i}{\sum X_i^2 - N \bar{X}^2}$$

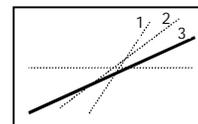
$$\hat{\beta}_2 = \frac{\sum X_i y_i}{\sum X_i^2 - N \bar{X}^2}$$



Explicación gráfica



- 1) $a + bx$
- 2) $a' + b'x$
- 3) $a'' + b''x$



El error: $E = y - E(y/x) \dots e = Y - Y_c$

$Y = A + BX + E$ La técnica de proyección, es una herramienta que permite estimar el comportamiento de las variables del mercado, el mejor apropiado de los diferentes modelos matemáticos, estadísticos, y económicos que ayudan a plasmar el estudio de mercado.

Del gráfico, se observa que la variable independiente (X) está representada en el eje horizontal y la variable dependiente (Y) en el eje vertical. Por otro lado, se visualiza un conjunto de puntos diversos por encima y debajo de la línea recta, siendo necesario logra una relación lineal a través del método de transformación de valores, conocido como “mínimos cuadrados” que se origina en la ecuación lineal:

Análisis de regresión lineal

$$E(y/x) = A + BX$$

$$U_{yx} = a + BX$$

$$Y = A + BX$$

Este análisis cumple con los siguientes conceptos:

Estimadores lineales: Al estimarse A, B se pueden llegar a determinar los coeficientes de regresión, por lo tanto, los estimadores serán a, b.

$$A + B = a + b$$

Estimador lineal insesgado: Este concepto se convierte en una condición que tiene que cumplir un buen estimador, esto es ser insesgado.

$E(X) = u$ Se desea que $a + bx$ sean estimadores insesgados de U_{yx} .

Por lo tanto, $E(a + bx) = A + BX$ donde $E(a) = A$, $E(b) = B$

Estimador de varianza mínima: En este caso se desea que $A + BX$ sea un estimador de la varianza mínima (el mejor) esto es que:

Conclusiones

El desarrollo de este trabajo permitió tener un estudio de carácter teórico-práctico que intenta reforzar la elaboración de un proyecto de inversión en la primera fase de estudio, en la cual se aplica la teoría microeconómica así como elementos matemáticos y estadísticos (regresión lineal para su estimación de variables del mercado como la oferta y la demanda).

Sobra decir la complejidad y la variedad de factores que intervienen en la elaboración de un estudio de mercado. Asimismo, se observó cómo elementos endógenos y exógenos influyen en la conducta de la misma.

El objetivo del análisis presentado permite mejorar las posibilidades que se entrevén para la realización de un proyecto de inversión en su primera etapa que concierne al estudio de mercado en un contexto teórico llevado a la práctica; generando de este modo un estudio riguroso y decisivo en torno al mercado que se vincula de manera interesante en el procedimiento de su desarrollo y gracias al planteamiento teórico y el procedimiento técnico se pudo llegar a determinar que en la elaboración del estudio del mercado se pueden establecer conceptos y aplicaciones y hacer práctica en su desarrollo, considerando las diferentes estructuras de mercado que establece la teoría y de esta manera ubicar el proyecto al tipo de mercado que más se adecue, y analizar las expectativas futuras del proyecto.

De la misma forma se hacen consideraciones importantes en el análisis de la demanda; de su función matemática se realizó un seguimiento del desplazamiento de dicha curva, considerando los tipos de demanda que establece la teoría, tal es el caso de la

demanda potencial insatisfecha y la demanda aparente; de esta manera tener una visión más clara de la capacidad de demanda prevaleciente en el mercado.

La realización del estudio de mercado orienta al inversionista en torno al riesgo de que su producto corra y la inseguridad de ser o no aceptado en el mercado. Una demanda insatisfecha clara y grande no siempre indica que pueda incorporarse con facilidad en ese mercado, ya que este puede estar en manos de un monopolio u oligopolio. Un mercado aparentemente saturado indicará la imposibilidad de vender una cantidad adicional a la que normalmente se consume, es aquí donde nuestra capacidad teórica permite interpretar la realidad, según se observó a lo largo del trabajo realizado.

Se cumple con la hipótesis de afirmar que los proyectos de inversión, y particularmente la primera etapa, pueden llegar a dar un uso eficiente de la teoría microeconómica. Y por supuesto, tener presente que la teoría económica es un conjunto de principios o enunciados generales integrados en un cuerpo doctrinario sistematizado que pretende explicar la realidad económica, que bien puede dar uso empírico como una herramienta más de análisis en los proyectos, de esta manera abatir riesgos y expectativas y generar proyectos de inversión altamente eficientes.

Finalmente se intenta aportar elementos de juicio para tomar decisiones sobre su ejecución de las demás etapas del proyecto considerando el apoyo que debería prestar su realización como mecanismo de investigación. De hecho abarca la información de algunas variables sociales y económicas que condicionan el proyecto aunque sean ajenas a éste. Entre ellas se puede mencionar factores tales como el grado de necesidad o la cuantía de la demanda de los bienes y servicios que se quiere producir, las formas en que estas necesidades o demandas se han venido atendiendo; la influencia que en estos aspectos tienen instrumentos tales como los precios o las tarifas.

También el estudio de mercado busca probar que existe un número suficiente de individuos, empresas u otras entidades económicas que dadas ciertas condiciones; presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción —de bienes y servicios— en un periodo, para de esta manera vislumbrar la posibilidad de continuar con la investigación del proyecto en su conjunto.

El empresario y el financiero, hoy en día están expuestos a cambios y peligros constantes que hacen necesario estar siempre alerta, y que requieren también un nuevo modo de administrar nuevos proyectos de inversión. Bajo este contexto se recomienda hacer uso de métodos de investigación rigurosos, y aplicar la teoría económica al análisis empírico para de esta manera sustentar mejor la investigación, permitiendo generar menos incertidumbre en el proceso de inversión.

Los tiempos actuales exigen mecanismos de análisis cada vez más complejos pero a la vez más precisos, no en vano han surgido conceptos novedosos en los tiempos actuales, tal es el caso de “mercadotecnia on line”, “fullfilment”, “Category Management”, “Merchandising”, “B to B or B to C”, “just in time”, “calidad total”, “riesgo flexible” y “flexible manufacturing”.

La presente propuesta trata de cubrir los requerimientos mencionados anteriormente al realizar un estudio de mercado competente, acorde a las exigencias actuales del mercado.

Los negocios modernos enfrentan una realidad que no se puede evitar “el mercado global”, en tal sentido es urgente la articulación de empresarios visionarios que se involucren en inversiones audaces y altamente preparados para hacer frente al mundo globalizado **T**

Bibliografía

- BLAIR R. Y KENNEY, L.
1983 *La microeconomía con aplicaciones a la empresa*. España: Edit. Mc Graw Hill.
- COSS BU.
1994 *Análisis y evaluación de proyectos de inversión*. México: Edit. Limusa.
- CORZO, MIGUEL.
1975 *Introducción a la ingeniería del proyecto*. México: Edit. Limusa.
- C. FERGUSON Y J. GOUL.
1978 *Teoría microeconómica*. México: Edt. FCE.
- CHIANG A.
1989 *Métodos fundamentales de economía matemática*. México: Edit. Mc Graw Hill.
- DONALD A. NICHOLS AND CLARK W. REYNOLDS.
1971 *Principles of econics*. United Sates of América: Edit. Holt reinehart winston.
- DOMINIK SALVATORE.
1992 *Microeconomía*. México: Mc Graw Hill.

- E. STIGLIZ, JOSEPH.
1994 *Economía*. México, Edit. Ariel.
- FABRIKYCKY, W. AND THUESEN G.
1981 *Decisiones económicas, análisis y proyectos*. Colombia: Prentice-hall inc.
- G., BACA URBINA.
1990 *Evaluación de proyectos*. México: Edit. Mc Graw Hill.
- IPES.
1997 *Guía para la presentación de proyectos*. Chile, Santiago.
- K.K. SEO Y BERNARD WINGER.
1893 *Economía empresarial*. México: Edit. Uteha.
- Ludlow Jorge y Wiechers.
1991 *Los sondeos de opinión y la construcción de modelos económicos*. México, Edit. Limusa, Grupo Noriega editores.
- MICHAEL E. PORTER.
1980 *Estrategia competitiva*. México: Cecsá.
- NASSIR SAPAG Y REYNALDO S.
1980 *Preparación y evaluación de proyectos*. México: Edit. Mc Graw Hill.
- Novales A.
1991 *Econometría*. España, Madrid: Edt. Mc Graw Hill.
- ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS.
1958 *Manual de proyectos de desarrollo económico*. Edit. ONU.
- ROGER D. BLAIR. AND LAW RENCE W. KENNY.
1983 *Microeconomic*. U.S.A.: Edit. Mc Graw Hill.
- TARO YAMANE.
1979 *Estadística*. México: Edit. Harla.
- TAHA HAMDY A.
1971 *Operation Research*. Venezuela: Edt. Macmillan.
- THOMAS H. WONNACOTT AND RONALD WONNACOTT.
1989 *Fundamentos de estadística para la administración y la economía*. México: Edt. Limusa.