

PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS

AUTOR : NASSIR SAPAG CHAIN

REYNALDO SAPAG CHAIN

QUINTA EDICION 2008

Msc. Javier Carlos Inchausti Gudiño

2011





CAPITULO 3 ESTRUCTURA ECONOMICA DEL MERCADO



- **¿Cuáles son las características del mercado que deben ser conocidas y medidas para dimensionar el Proyecto y evaluar su viabilidad?**

Mercado

Conjunto de compradores y vendedores potenciales del bien o servicio que producirá el Proyecto (y eventuales subproductos)

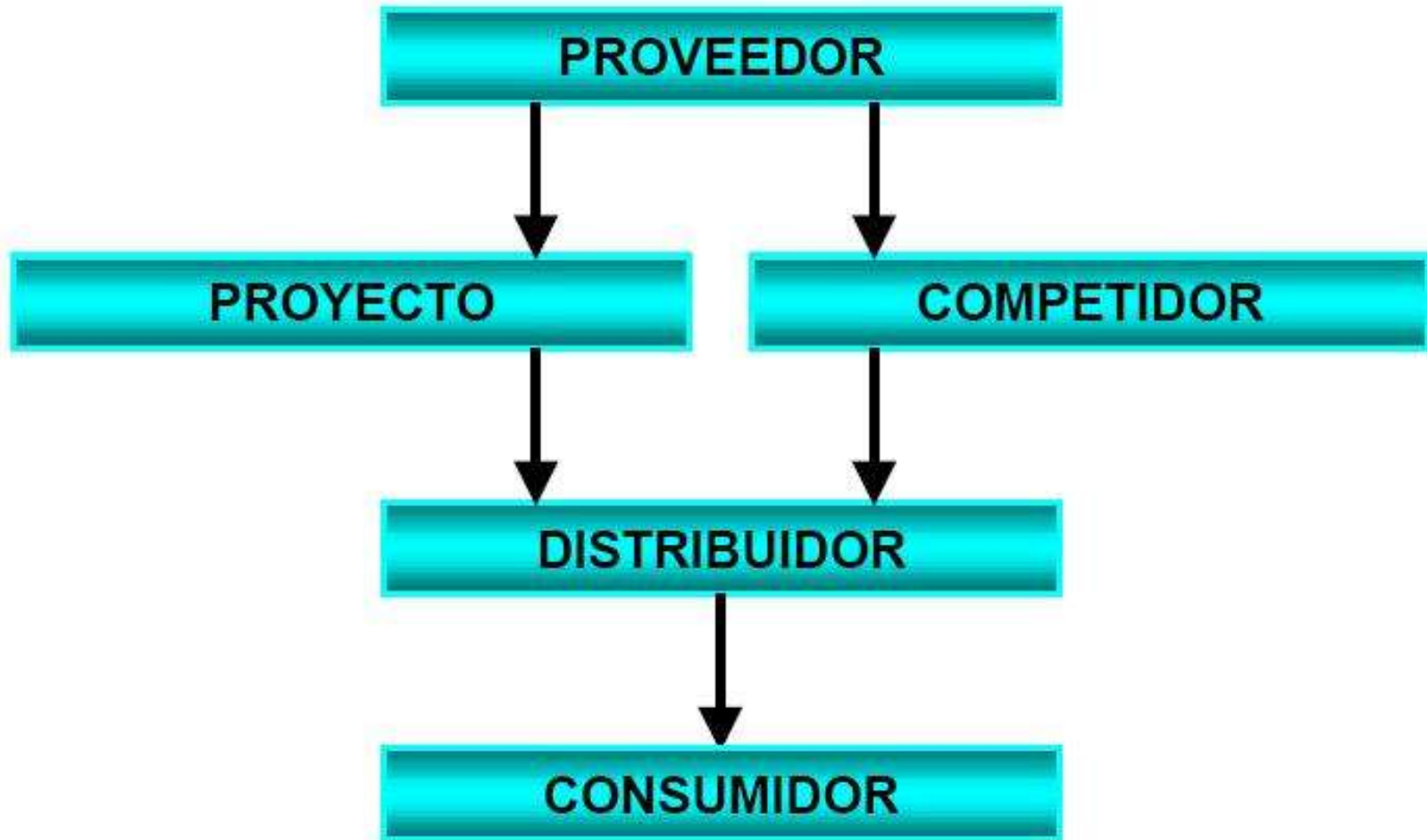
Ambiente competitivo donde operan los oferentes y demandantes del bien o servicio en cuestión:

Competencia perfecta

Monopolio

Oligopolio

Mercado Del Proyecto



Análisis de Submercados

-Al estudiar el mercado de un proyecto es preciso reconocer todos y cada uno de los agentes que tendrán algún grado de influencia sobre las decisiones que se tomarán al definir su estrategia comercial.

-Al realizar un estudio de factibilidad se reconocen cuatro submercados:

- Del Proveedor
- Del Competidor
- Del Distribuidor
- Del Consumidor
-

Submercado del Proveedor

- En él se analiza la calidad, cantidad, disponibilidad y costo de la materia prima que se necesitará para el proyecto y que es proporcionada por una agente externo.
- Se deben estudiar todas las alternativas que se tengan para la obtención de materia prima.
- Se necesita más que un estudio vigente o histórico del mercado proveedor, se necesita conocer sus proyecciones a futuro.

Submercado del Competidor

- Se estudian productos o servicios similares con que se compartirá el mercado, su tecnología, sus precios de venta, créditos que ofrece, distribución, calidad de productos líderes.

MERCADO PROVEEDOR está constituido por todas aquellas firmas que proporcionan:

- Insumos
- materiales y equipos

También comprende a quienes proporcionan servicios financieros y de mano de obra

EL MERCADO COMPETIDOR está formado por las empresas que producen y comercializan productos similares a los del proyecto y por aquellas compañías que sin ofrecer bienes o servicios similares y comparten el mismo mercado objetivo de clientes

MERCADO DE UN PROYECTO

EL MERCADO DISTRIBUIDOR *se toma en cuenta* la disponibilidad de un sistema que garantice la entrega oportuna de los productos al consumidor, es fundamental en muchos productos, como es el caso de productos perecederos, entre otros.

EL MERCADO CONSUMIDOR suele ser el que requiere mayor tiempo para su estudio por la complejidad del consumidor. Los hábitos, gustos y motivaciones de compra serán determinantes al definir al consumidor real (aquel que toma la decisión de compra) y la estrategia comercial a seguir

Estructura del mercado

Es muy importante para la asignación de recursos escasos a determinada iniciativa.

Es determinante para la definición del posterior estudio de mercado

Cuyo objeto será la obtención de información para la construcción del flujo de caja.

Ambiente competitivo del mercado o “ESTRUCTURA DE MERCADO”

Competencia perfecta

Hay tantos pequeños compradores y vendedores que ninguno tiene capacidad para influir en el precio

Los agentes están perfectamente informados (todos los consumidores disponen de la misma información sobre los precios y las cantidades ofertadas de los bienes)

El producto es homogéneo (le da lo mismo al comprador comprar a cualquier vendedor)

Hay movilidad perfecta de recursos: trabajo, capital, la tecnología está al alcance de todas las empresas; no hay problemas de entrada o salida al mercado; etc.

COMPETENCIA IMPERFECTA

Monopolio

Existe un solo vendedor de un producto que no tiene sustituto perfecto y tiene poder para fijar un precio superior al del libre mercado

Existen barreras a la entrada en la industria correspondiente economías de escala, altos requerimientos iniciales de capital, ventajas absolutas de costes, diferenciación del producto

Competencia monopolística

Existen muchas empresas que venden productos muy similares pero no idénticos. Los vendedores tienen cierto grado de control sobre los precios

La competencia no se basa tanto en los precios, sino en: calidad del producto, servicio de venta o postventa, ubicación del lugar y acceso al público, etc. (Ej., zapatos de vestir).

En el largo plazo, no hay dificultades para entrar o salir de esa industria

Oligopolio

Pocos vendedores de un producto homogéneo

Dominan y controlan todos los aspectos de la producción del producto en cuestión (ej., calidad, costos, precios)

El precio suele ser mayor que el de la libre competencia

Ingreso o salida de la industria es posible, pero con dificultades:

Ejemplo:

Los medios de comunicación

Estructura económica del mercado

Monopolio,
oligopolio,
competencia
monopolística

- Existe poder del mercado por parte de los oferentes del producto.

Demanda

Precio del producto

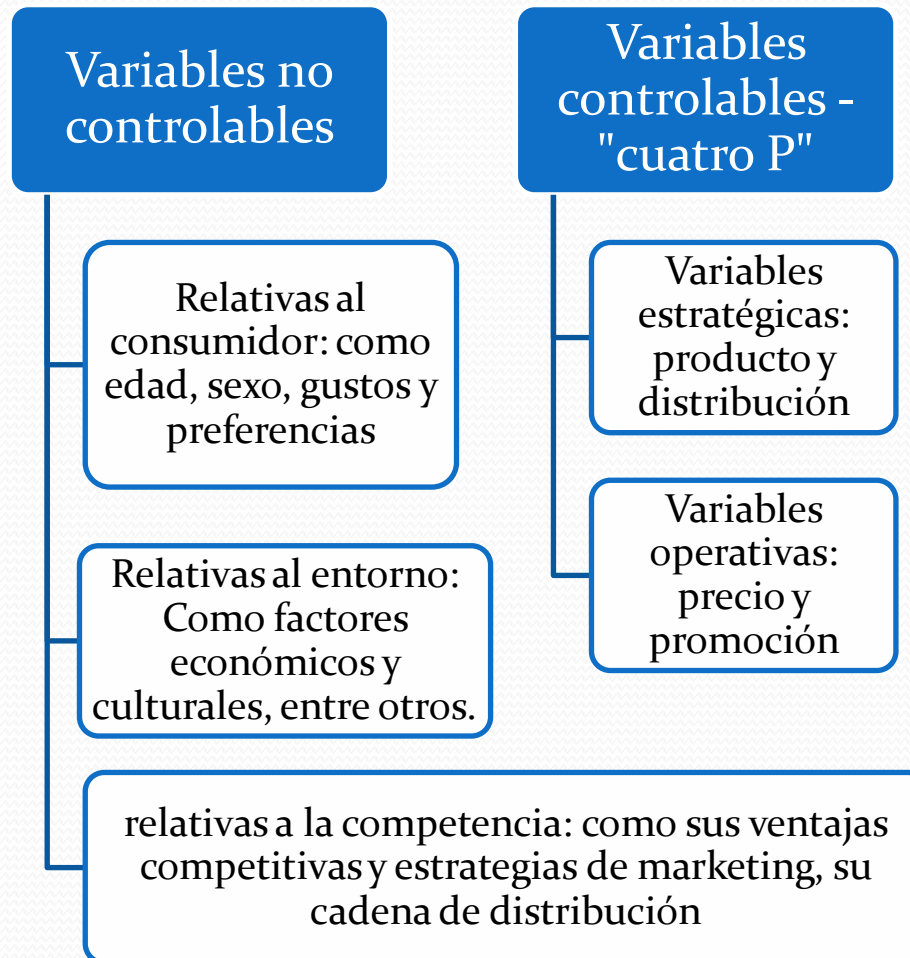
Precio de bienes sustitutos
y complementarios

**Determinantes
de la Demanda**

Renta del consumidor

Estímulos de marketing

Determinantes de la Demanda



Para analizar la demanda se deben seguir 3 pasos

Medir la demanda


- En unidades físicas. Indicando el número de productos demandados
- En valores monetarios. Precio * cantidad
- En términos de participación en el mercado

Explicar la demanda

- Identificar las variables que determinan la demanda y averiguar de qué modo influyen en su comportamiento

Pronosticar la demanda

- El conocimiento del comportamiento actual y pasado de la demanda
- las variables que influyen en dicho comportamiento

- 
- Un bien normal es aquel cuya elasticidad ingreso de la demanda es positiva.
 - Un bien inferior es aquel cuya elasticidad ingreso de la demanda es negativa.
 - Un bien de lujo tiene la elasticidad ingreso de la demanda mayor que 1.
 - Un bien necesario tiene una elasticidad ingreso de la demanda menor que 1.

Ejemplos de elasticidad

- Demanda Elástica: Cuando la cantidad demandada varía proporcionalmente más que el precio. ($E_d > 1$)
- Ejemplo: Dada la siguiente tabla de demanda de los jeans Oil Company, podremos interpretar el coeficiente de elasticidad-precio de la demanda, si el precio del jean es de S/. 119.00 con una rebaja del 30%.

- **PRECIO CANTIDAD**

- S/. 83.3 67

- S/. 119.00 36

- Demanda Inelástica: Cuando la cantidad demandada varía proporcionalmente menos que el precio.
- Ejemplo: En la siguiente tabla de demanda de las blusas Southland podremos interpretar el coeficiente de elasticidad-precio de la demanda, si el precio de la blusa disminuye de S/.63.00 a S/. 57.00
- **PRECIO CANTIDAD**
- S/. 57.00 16
- S/.63.00 15

- Demanda Perfectamente Elástica: Se da ante cualquier variación porcentual de la cantidad demandada el precio no varía.
- Ejemplo: Dada la siguiente tabla de demanda de la blusa New Sport, podremos interpretar el coeficiente de elasticidad-precio de la demanda, si el precio de dicha blusa es de S/. 79.00 y este a su vez se mantiene constante (por ser marca exclusiva de Saga).
- **PRECIO CANTIDAD**
- S/. 79.00 20
- S/.79.00 30

- Demanda Unitaria: Cuando la cantidad de demanda varía proporcionalmente en la misma proporción que el precio.
- Ejemplo: Dada la siguiente tabla de demanda de las zapatillas Converse, podremos interpretar el coeficiente de elasticidad-precio de la demanda, si el precio de las zapatillas es de S/.120.00 y se encuentran en descuento sucesivo de 20%, 6.25%.
- **PRECIO CANTIDAD**
- S/. 90.00 28
- S/.120.00 21

- **Demanda Perfectamente Inelástica**: Ante cualquier
- variación del precio de la cantidad demanda ($E_d = 0$).
Ejemplo: Dada la siguiente tabla de demanda de los calcetines para niños, podremos interpretar el coeficiente de elasticidad-precio de la demanda, si el precio de las medias disminuyen de S/. 5.00 a S/.4.00.

- **PRECIO CANTIDAD**

- S/. 4.00 10
- S/.5.00 10

LA DEMANDA DE UN PRODUCTO

El análisis de la demanda constituye uno de los aspectos centrales del estudio de proyectos, por la incidencia de ella en los resultados del negocio que se implementara con la aceptación del proyecto.

LA DEMANDA DE UN PRODUCTO

De acuerdo con la teoría de demanda, la cantidad demandada de un producto o servicio depende del precio que se le asigne, del ingreso de los consumidores, del precio de los bienes sustitutos o complementarios y de las preferencias del consumidor.

LA DEMANDA DE UN PRODUCTO

La teoría económica indica que la relación funcional entre precio y cantidad demandada es inversa.

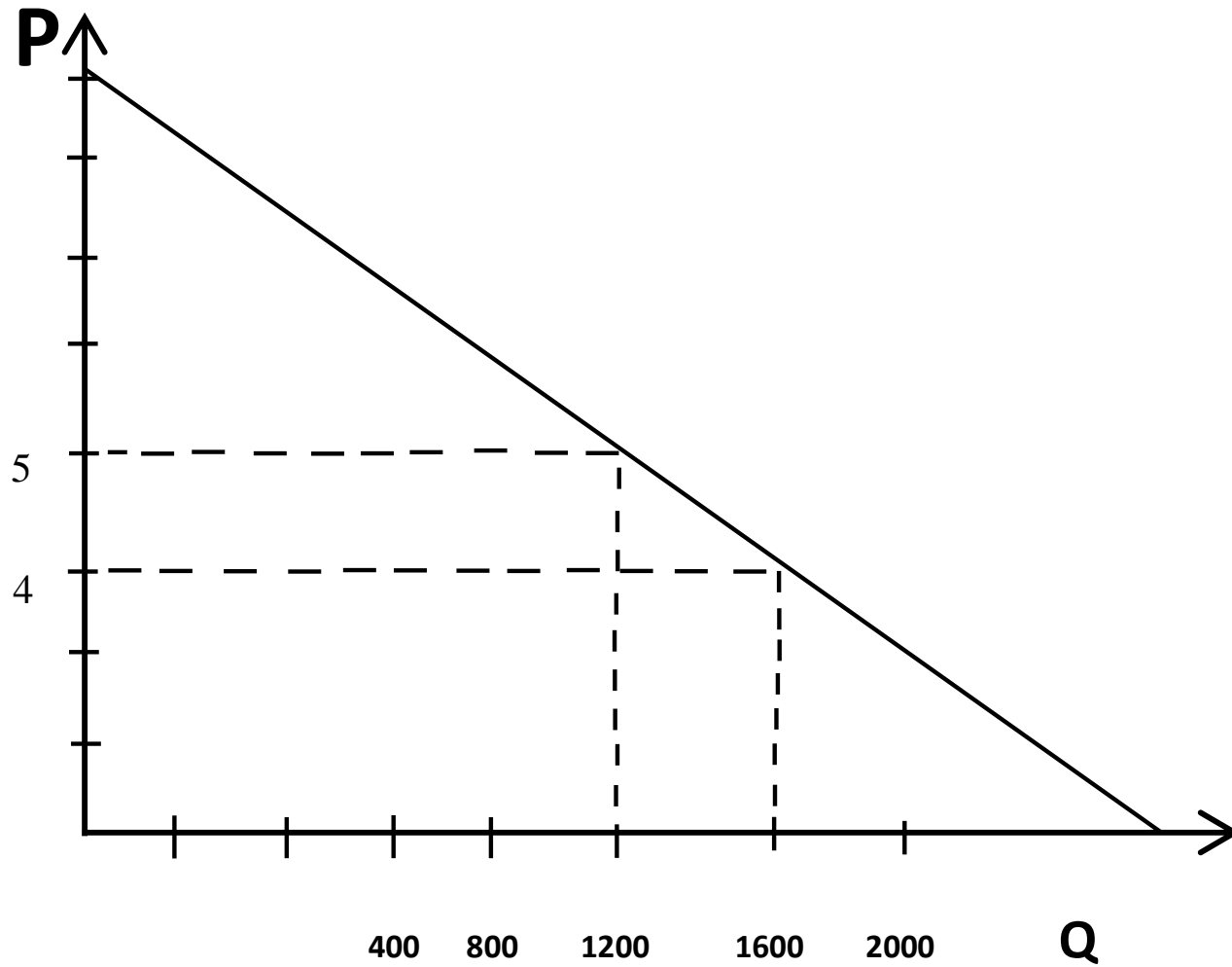
En todo proyecto es de vital importancia conocer la magnitud de la reacción de la cantidad demandada ante un cambio en el precio; esto se conoce como la elasticidad de la demanda o la elasticidad precio

LA DEMANDA DE UN PRODUCTO

ELASTICIDAD PRECIO

$$E_d = \frac{\% \text{ Variacion porcentual en la cantidad demandada}}{\% \text{ Variacion porcentual en el precio}} = \frac{\Delta Q_d / Q_d}{\Delta P / P}$$

LA DEMANDA DE UN PRODUCTO



LA DEMANDA DE UN PRODUCTO

PRECIO (P)		1	2	3	4	5	6	7	8
CANTIDAD DEMANDADA (Q)		360	320	280	240	200	160	120	80

LA DEMANDA DE UN PRODUCTO

Por ejemplo si la función de demanda de un producto fuese $Q=400-40P$ se tendrían los siguientes resultados de cantidad demandada por precio.

PRECIO (P)	1	2	3	4	5	6	7	8
CANTIDAD DEMANDADA	360	320	280	240	200	160	120	80

LA DEMANDA DE UN PRODUCTO

Para calcular la elasticidad-precio punto de la demanda en cada nivel de precio, se aplica la ecuación 3,1 y se obtiene:

Precio	Elasticidad de la demanda	
7	$-40 \times 7/120=$	-2,33
6	$-40 \times 6/160=$	-1,50
5	$-40 \times 5/200=$	-1,00
4	$-40 \times 4/240=$	-0,67
3	$-40 \times 3/280=$	-0,43
2	$-40 \times 2/320=$	-0,25
1	$-40 \times 1/360=$	-0,11

LA DEMANDA DE UN PRODUCTO

Con la aplicación de la ecuación 3,2 se calcula la elasticidad arco de la demanda para, por ejemplo, en los puntos donde el precio es 3 y 4, de la siguiente forma

$$E_p = \frac{-40 (4+3)}{(240+280)} = -0,54$$

EFEECTO EN LOS PRECIOS SOBRE EL INGRESO TOTAL

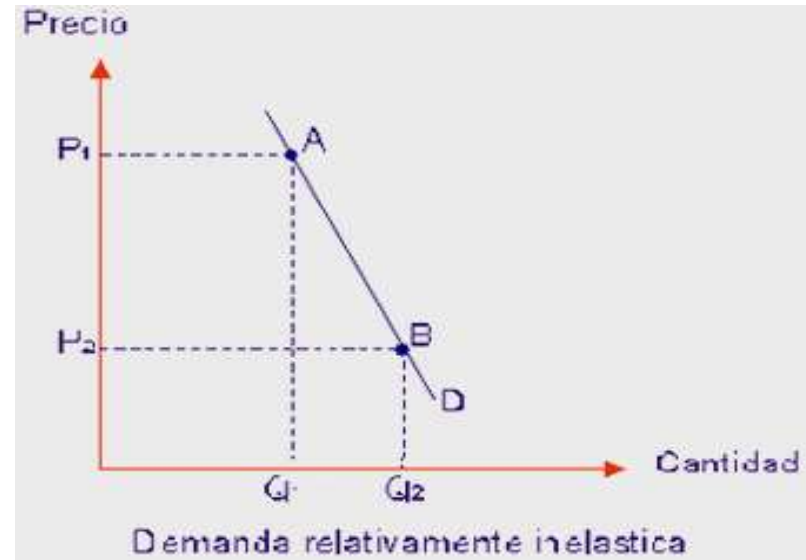
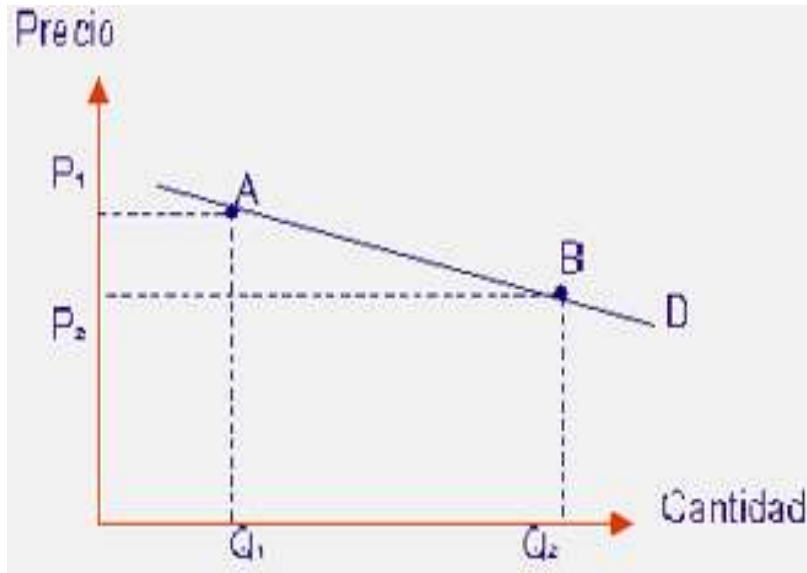
ELASTICIDAD DE LA DEMANDA

Mide la sensibilidad de la cantidad demanda a las variaciones del precio.

Nos indica la variación porcentual que experimentará la cantidad demanda de un bien si sube su precio en 1 por ciento.

Elasticidad

Elástica e inelástica



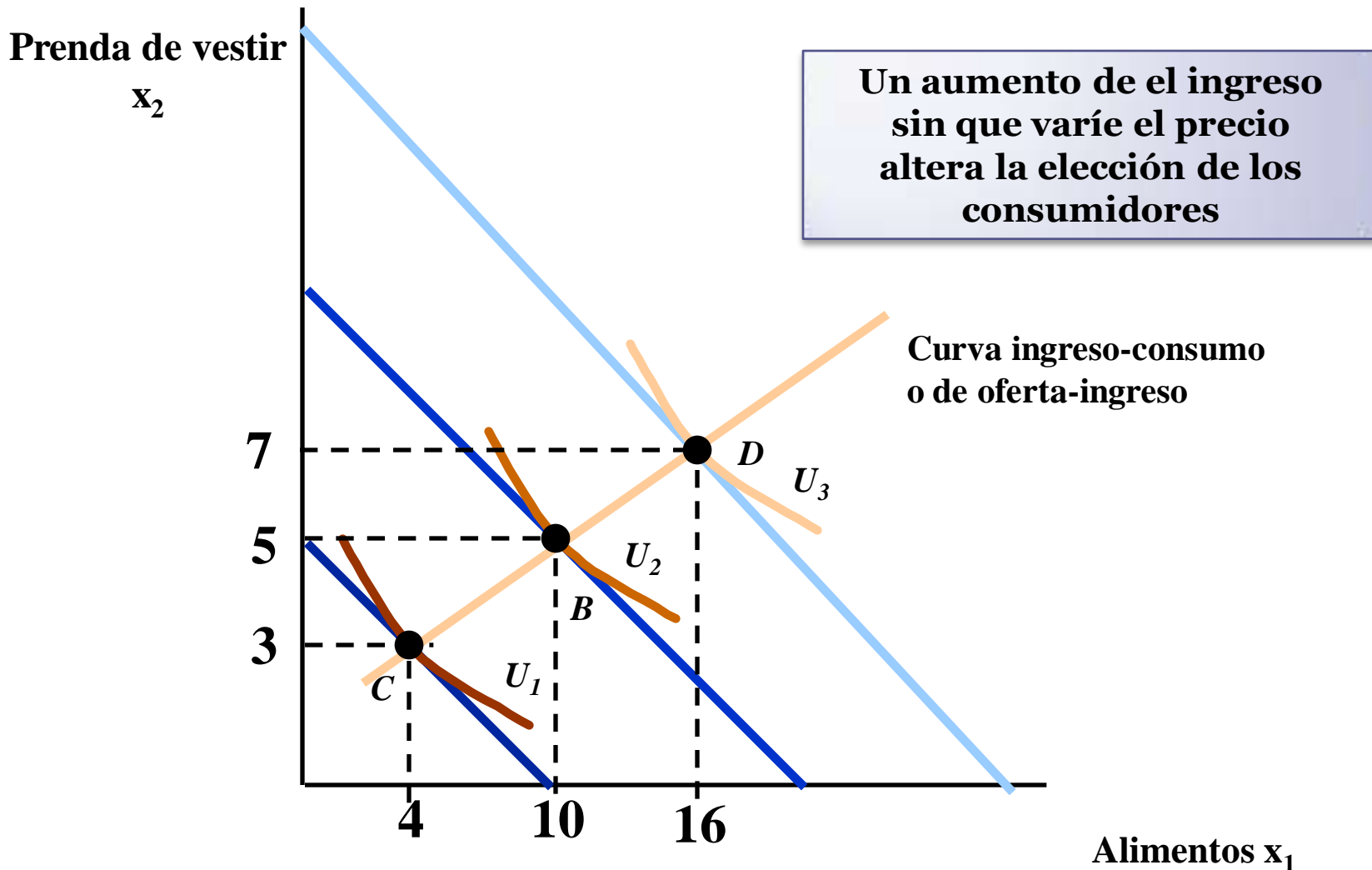
Si el precio aumenta en 1% la demanda es mayor a 1%
Si el precio es menor en 1% la demanda aumentara a -1%

TIPOS DE BIENES

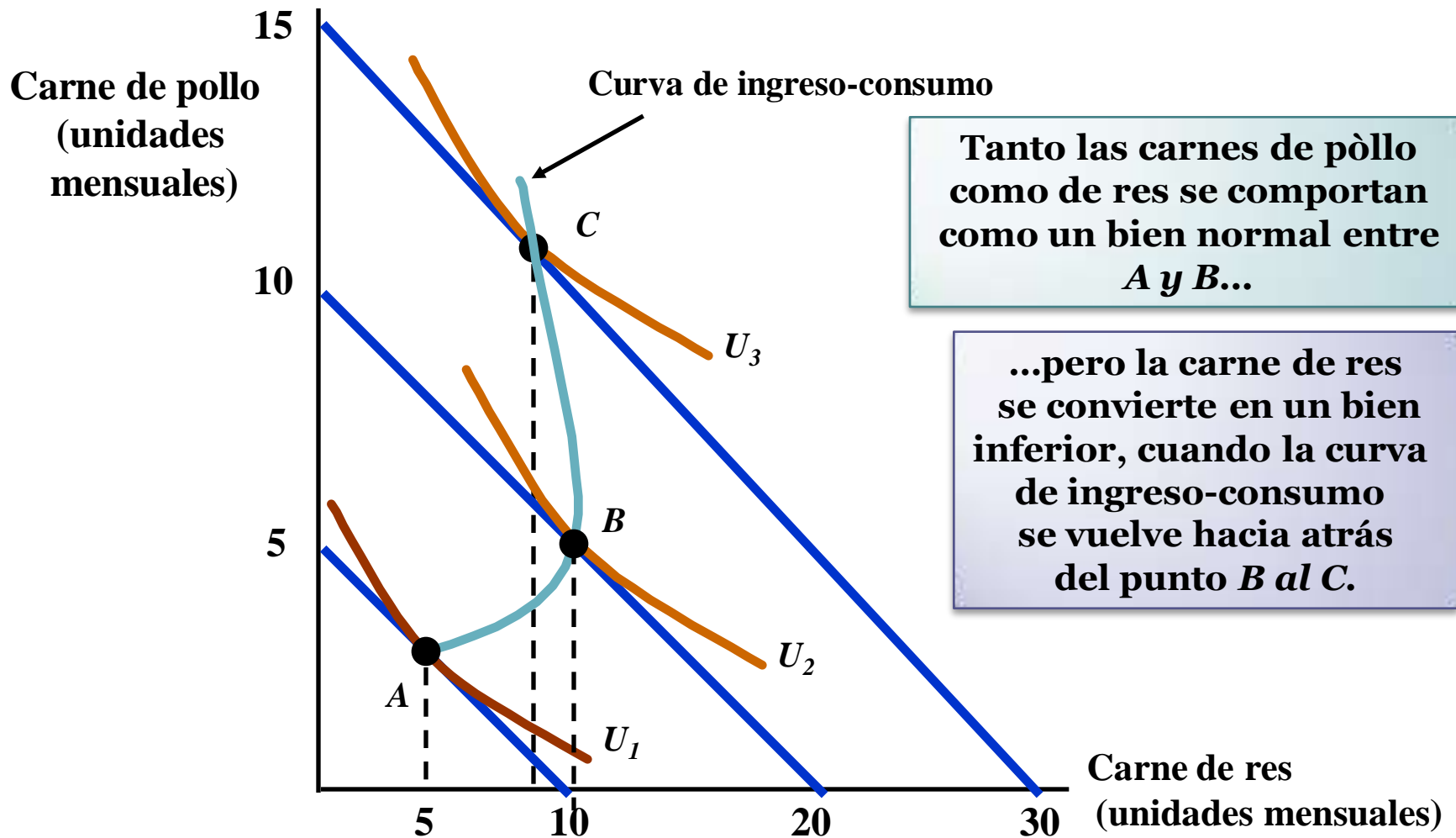
Bienes normales y bienes inferiores

- Variaciones de el ingreso
 - Cuando la curva de ingreso-consumo tiene pendiente positiva:
 - La cantidad demandada aumenta con el nivel de ingreso del consumidor
 - La elasticidad-ingreso de la demanda es positiva.
 - El bien es un **bien normal**.

Efectos de las variaciones de el ingreso: Bien Normal



Un bien inferior



Bienes normales y bienes inferiores

- Variaciones de el ingreso
 - Cuando la curva de ingreso-consumo tiene pendiente negativa:
 - La cantidad demandada disminuye
 - pero el nivel del ingreso aumenta .
 - La elasticidad-ingreso de la demanda es negativa.
 - El bien es un **bien inferior**.

OTROS TIPOS DE BIENES

Bienes sustitutivos,

- 1) Dos bienes son **sustitutos** cuando satisfacen una necesidad similar .

si la subida (la bajada) del precio de uno de ellos provoca un aumento (una reducción) de la cantidad demandada de otro.

Bienes complementarios

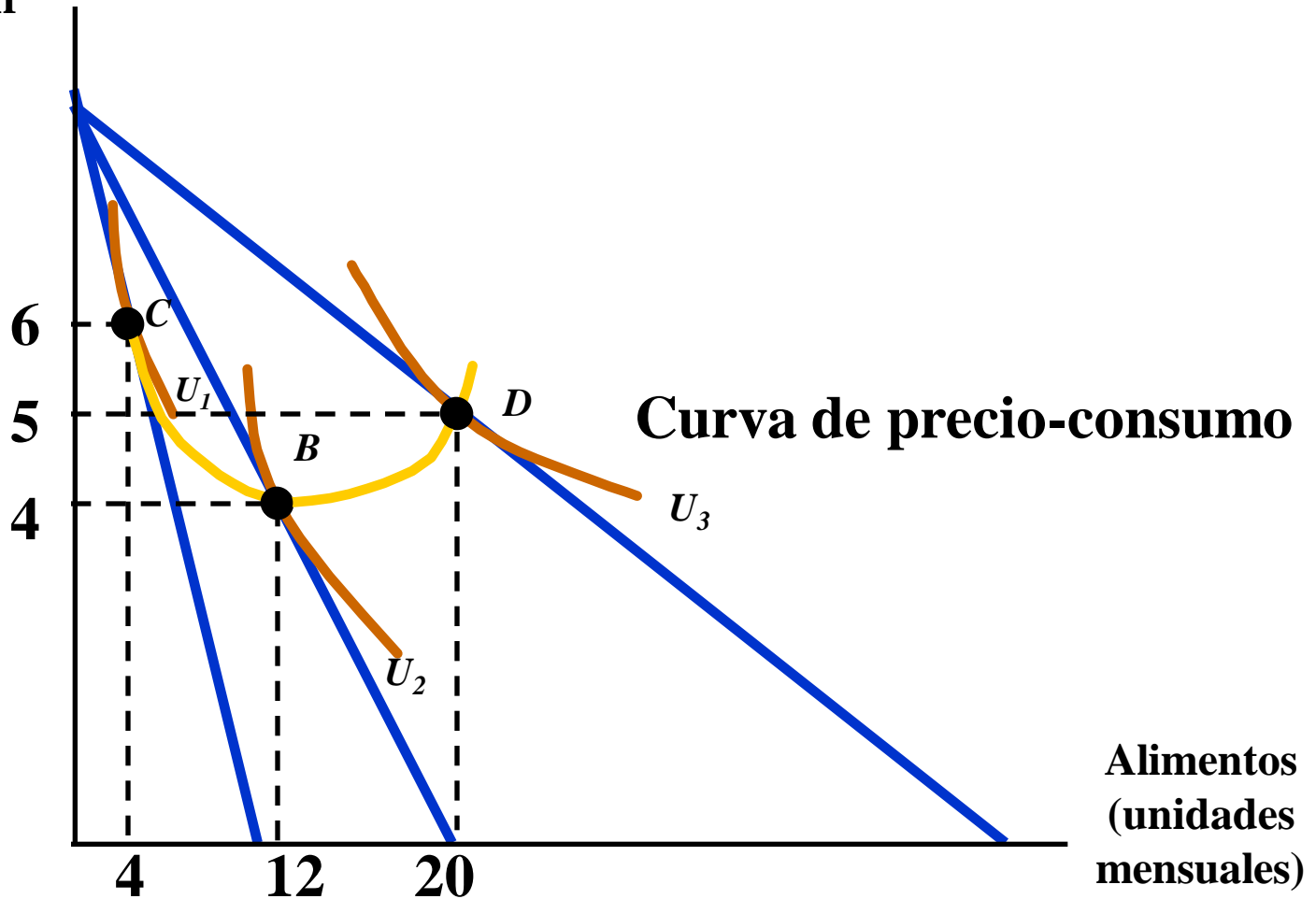
- 2) Dos bienes se denominan **complementos** aquellos que se consumen de manera conjunta de uno de ellos necesariamente aumenta la cantidad consumida del otro; y viceversa

Bienes Independientes

- 3) Dos bienes son independientes, si la variación del precio de uno de ellos no afecta a la cantidad demandada del otro.

Efecto de la variación del precio

Prenda de vestir
(unidades
mensuales)




LA DETERMINACION DEL PRECIO EN LOS MONOPOLIOS NATURALES



MONOPOLIOS NATURALES

Son aquellos monopolios que por la naturaleza del servicio hacen impráctico y económicamente inviable el que dos empresas distintas proporcionen el mismo servicio en la misma área



MONOPOLIOS NATURALES

Son:

Servicios de energía eléctrica



Redes de distribución de gas

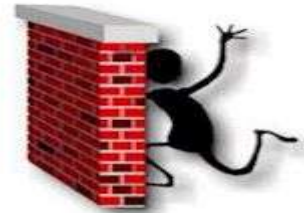
Telefonía

Agua potable y alcantarillado.

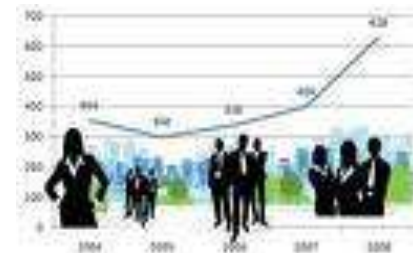
Imperfecciones en los distintos mercados

Una de ellas consiste en que las empresas partícipes obtienen ganancias extraordinarias debido a que:

Se ponen barreras de entradas



Se genera ineficiente asignación de recursos y se ocasiona, pérdida de bienestar social.



Ineficiencia en la asignación de recursos

- ▶ Se produce porque no existe suficiente presión a ser eficientes, como consecuencias de las barreras de entrada.

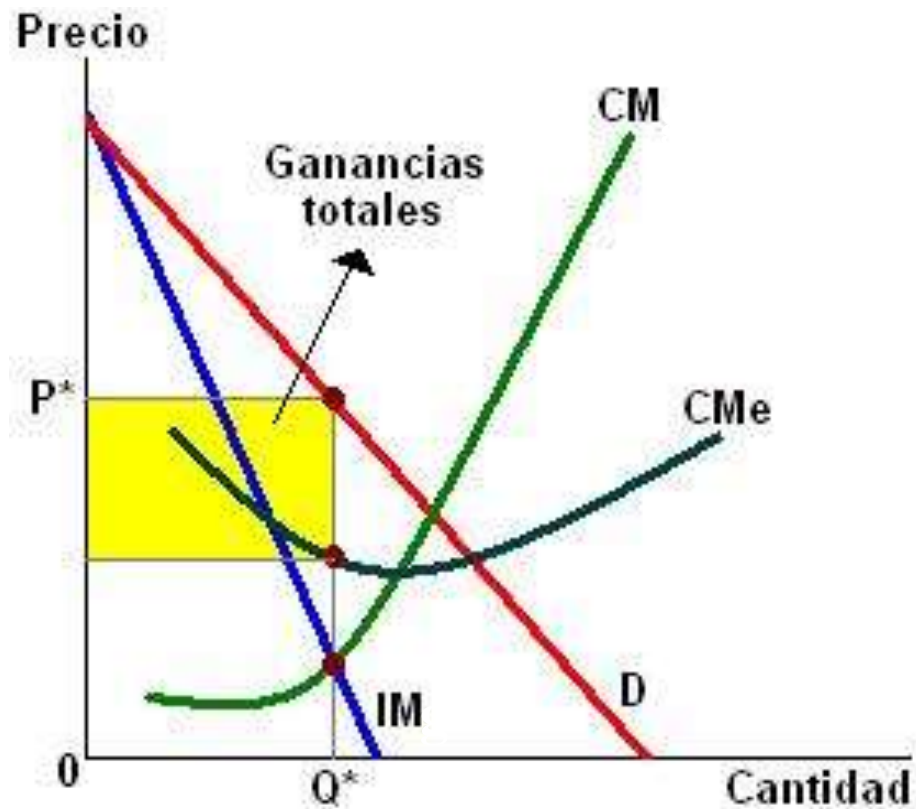


- ▶ Trae consigo mayores tarifas, debido a que los costos son más altos, comparados con los de una situación competitiva.



Maximización de beneficios de un monopolio

Q^* : decide el monopolio
 $Img = CMg$



- Para lo cual el **organismo regulador** debe generar incentivos para que dichas empresas sean eficientes.

Lo que debe hacer es simular una competencia perfecta donde ella no existe

Crea una empresa ficticia- denominado empresa modelo

Para construir la empresa modelo se utiliza criterios de eficiencia que corresponden a la valorización y seguridad.

Para construir la empresa modelo se utiliza criterios de eficiencia que corresponden a la valorización y seguridad

El criterio de valorización utilización de precios comerciales en la cuantía monetaria de los activos



Criterio de seguridad

La flexibilidad que debería incorporarse en los contratos, como consecuencia de un normal y correcto funcionamiento de la empresa



La tarificación de la empresa regulada, una vez incentivada a operar eficientemente, se realiza mediante el criterio marginalista.

Que consiste en determinar una tarifa que le permita al inversionista recuperar la inversión.

Mediante este criterio

La empresa regulada obtenga menores ganancias a largo plazo

Dado que la tarifa debe permitir que el VAN calculado sea igual a 0



Actualmente con frecuencia empresas con mayor envergadura

Utilizan sistemas conocidos como **OUTSOURCING**



La externalización de tareas internas trae aspectos positivos y negativos

Elaboración de licitación para la correcta implementación de estas.

No resuelve necesariamente con eficiencia por mas especialista que ésta sea.

OFERTA



OFERTA

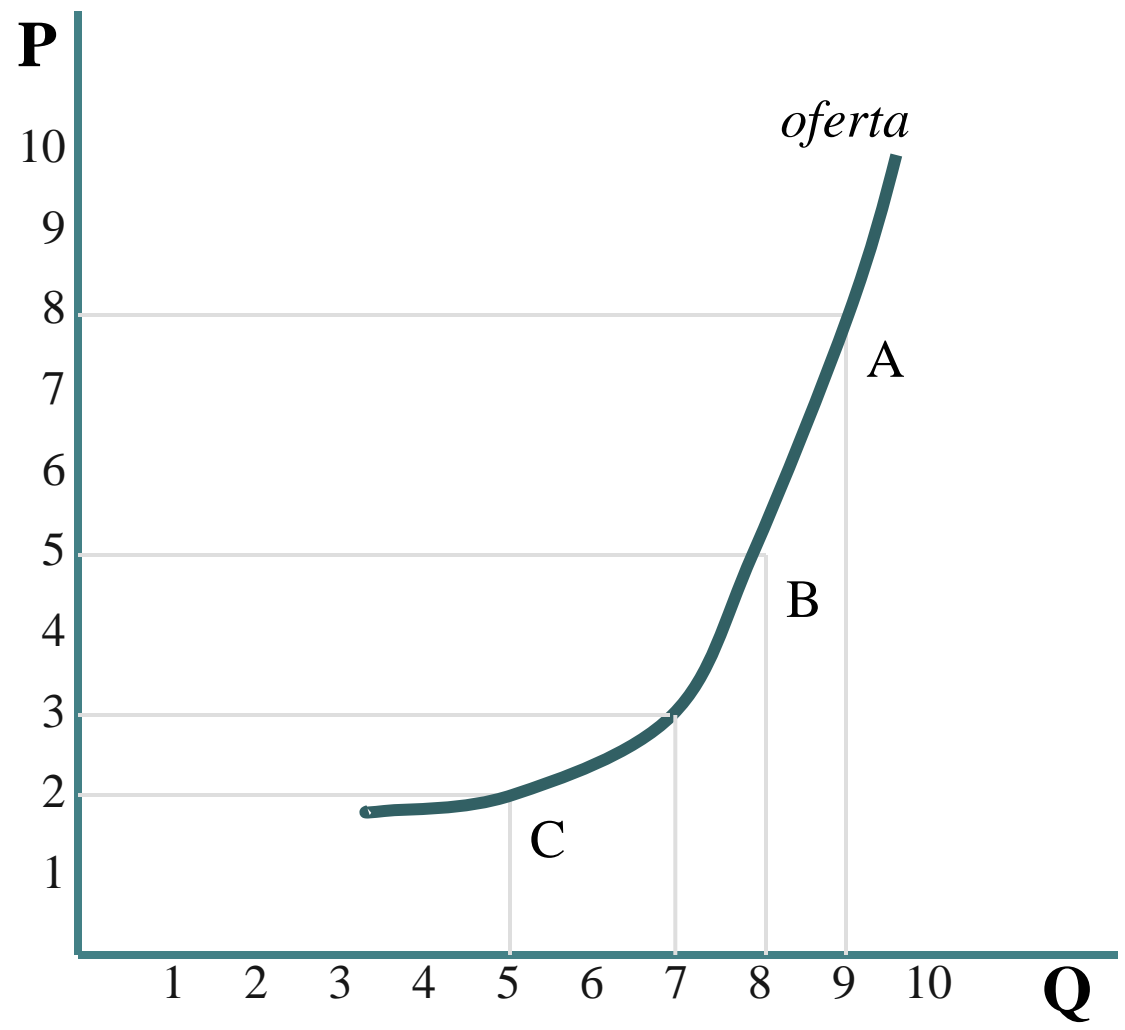
- Se puede definir como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a ofrecer a determinados precios.

PARA EL OFERTANTE

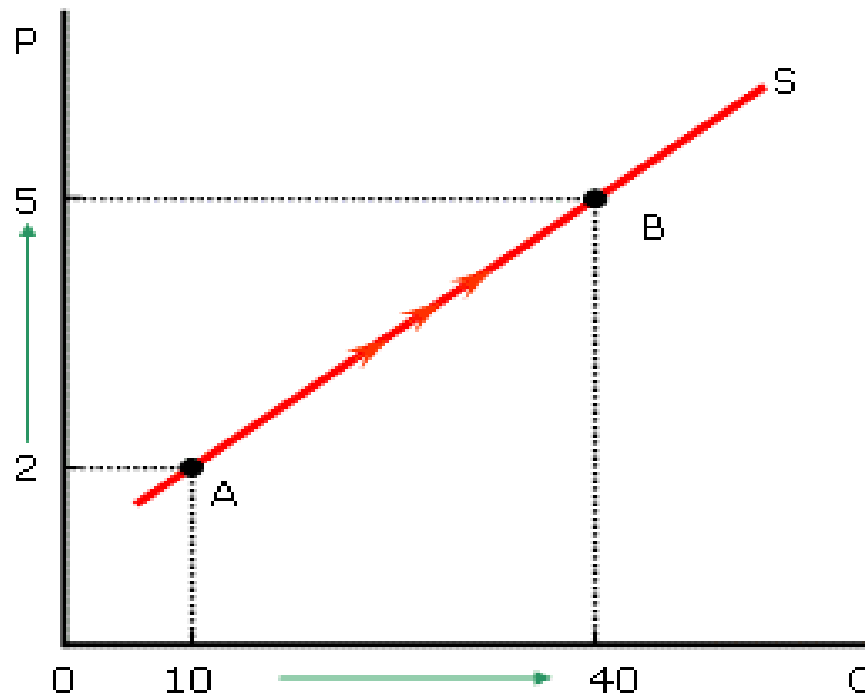
- A mayor incremento en el precio, mayor será la cantidad ofrecida

Curva Oferta

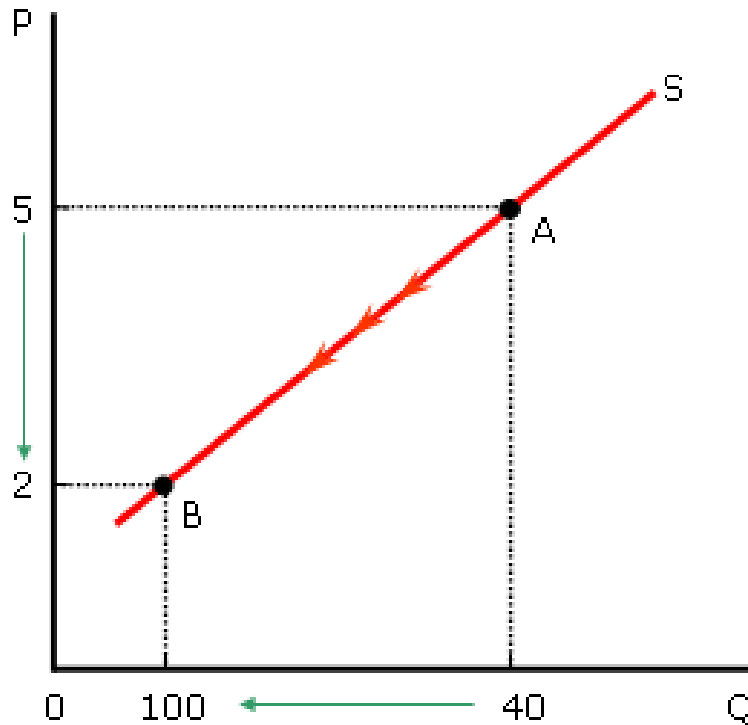
- A** • Si el precio es Bs. 8.- la cantidad ofertada será 9 unidades
- B** • Si el precio es Bs. 5.- la cantidad ofertada será 8 unidades
- C** • Si el precio es Bs. 2.- la cantidad ofertada será 5 unidades



Desplazamientos a lo largo de la curva de oferta



Desplazamientos a lo largo de la curva de oferta



El valor de los
Insumos

El desarrollo de la
Tecnología

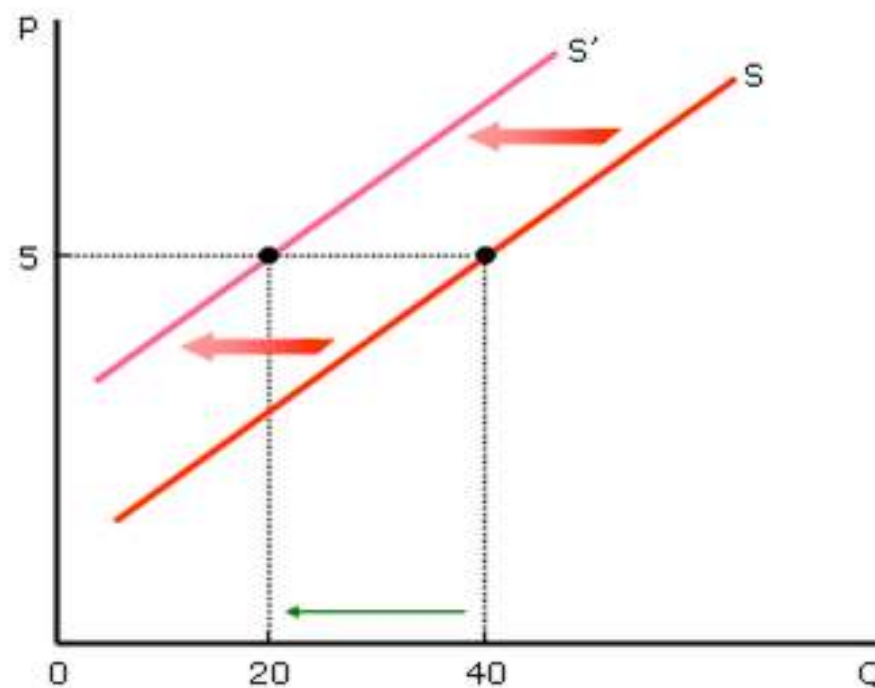
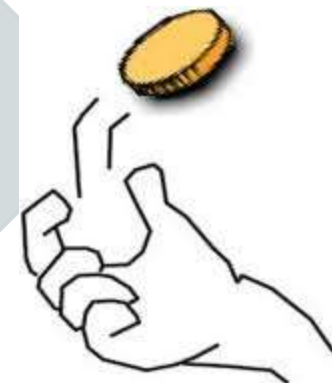
**FACTORES QUE
PUEDEN PRODUCIR
CAMBIOS EN LA
OFERTA**

Las variaciones
climáticas

El valor de los bienes
relacionados o
sustitutos

VALOR DE LOS INSUMOS

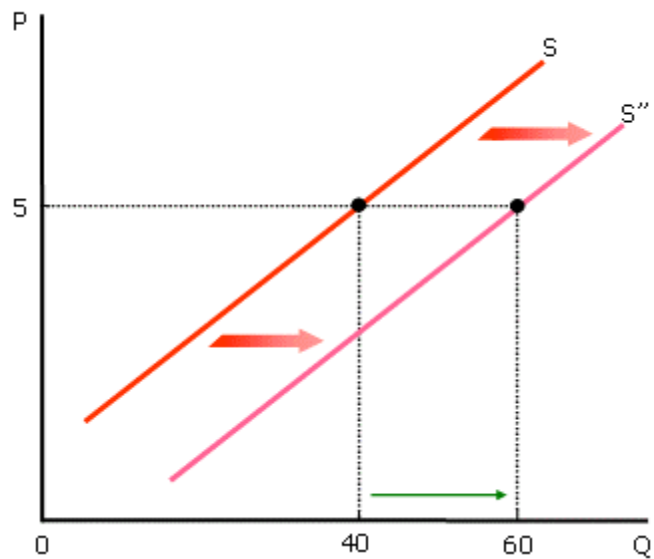
Si el precio de los insumos aumenta producirá que el ofertante tenga también la necesidad de incrementar el precio





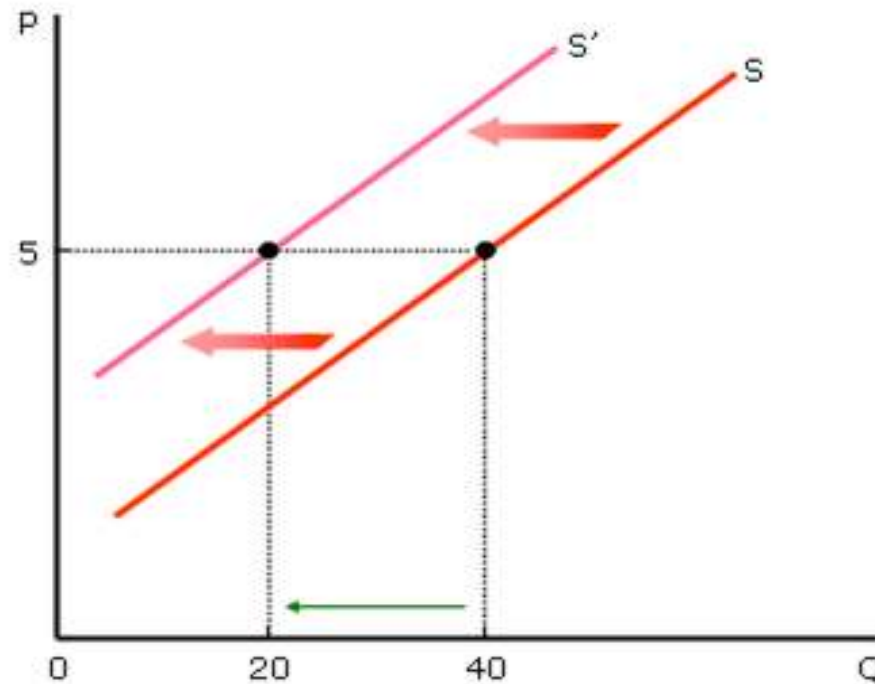
EL DESARROLLO DE LA TECNOLOGÍA

El desarrollo de la Tecnología puede significar una disminución en los costos de producción, permitiendo ofrecer mayor cantidad del bien al mismo precio.



LAS VARIACIONES CLIMATICAS

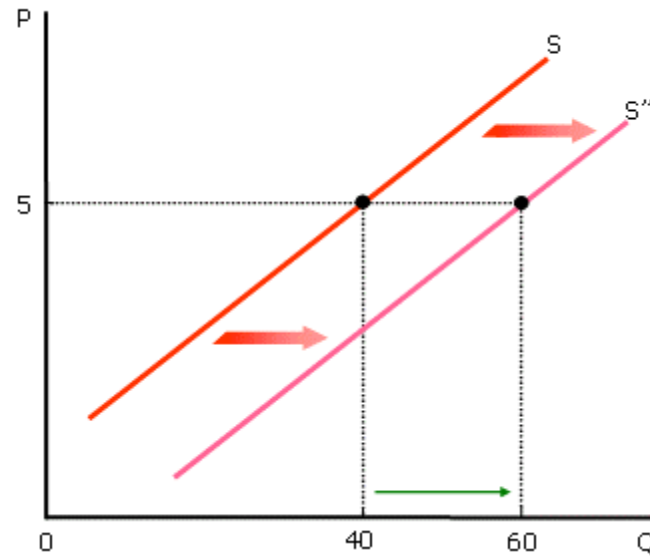
Las condiciones climáticas, producen una disminución en la cantidad ofrecida del bien.



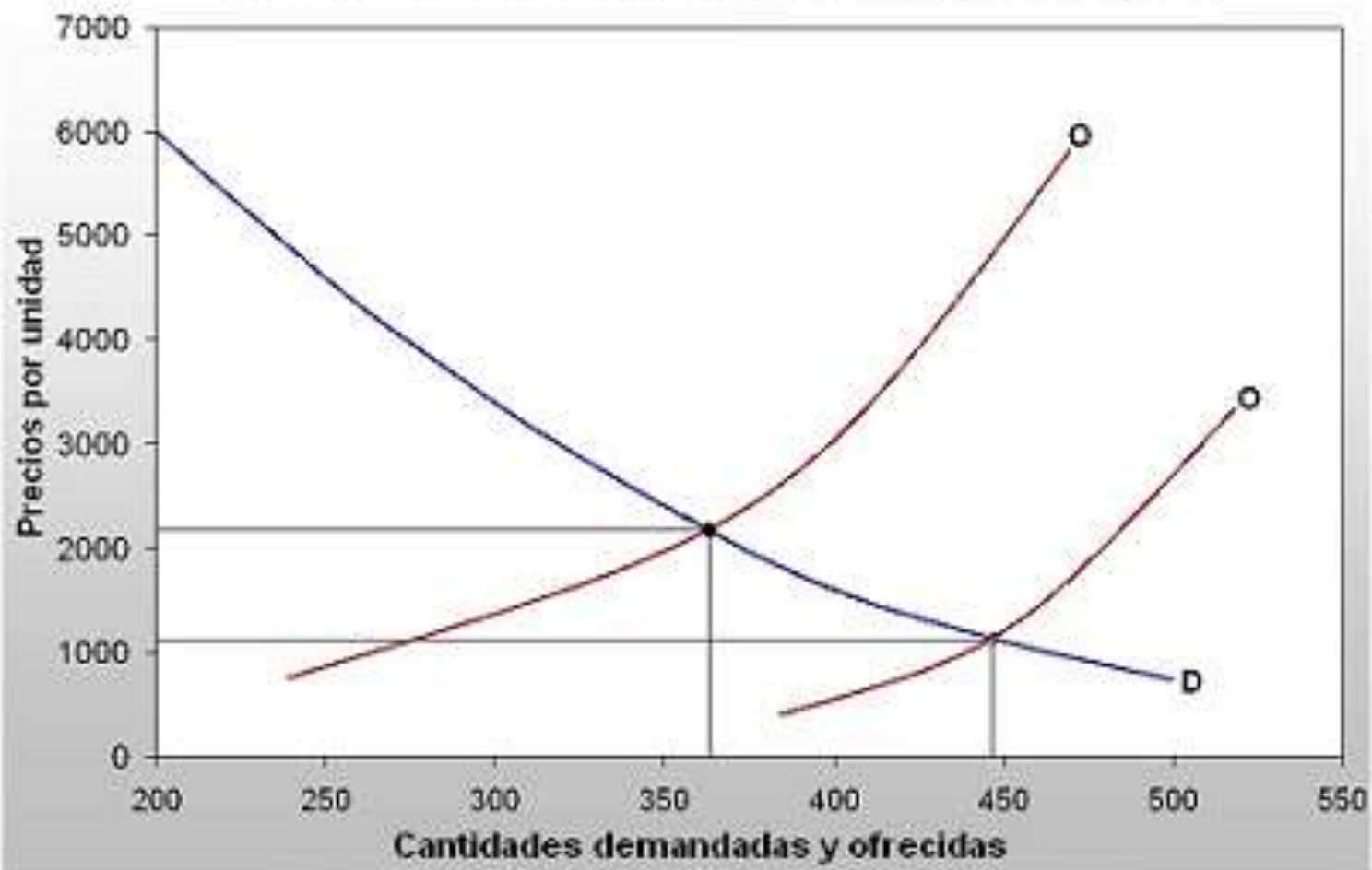


El valor de los bienes relacionados o sustitutos

La existencia de bienes complementarios o sustitutos en la producción de un bien puede significar una disminución en la cantidad ofrecida de un bien con respecto al otro.



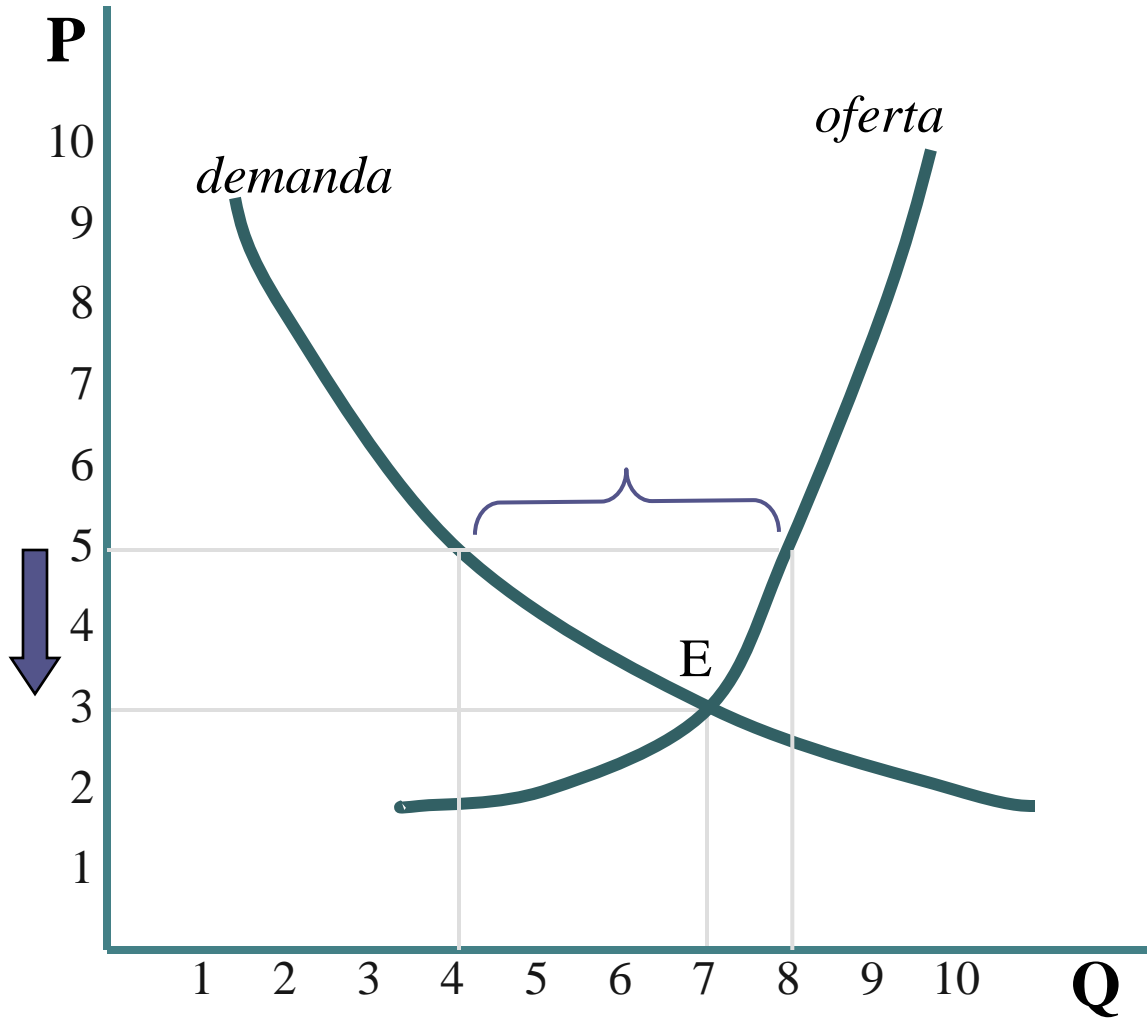
Cambios en la Oferta con Demanda Constante



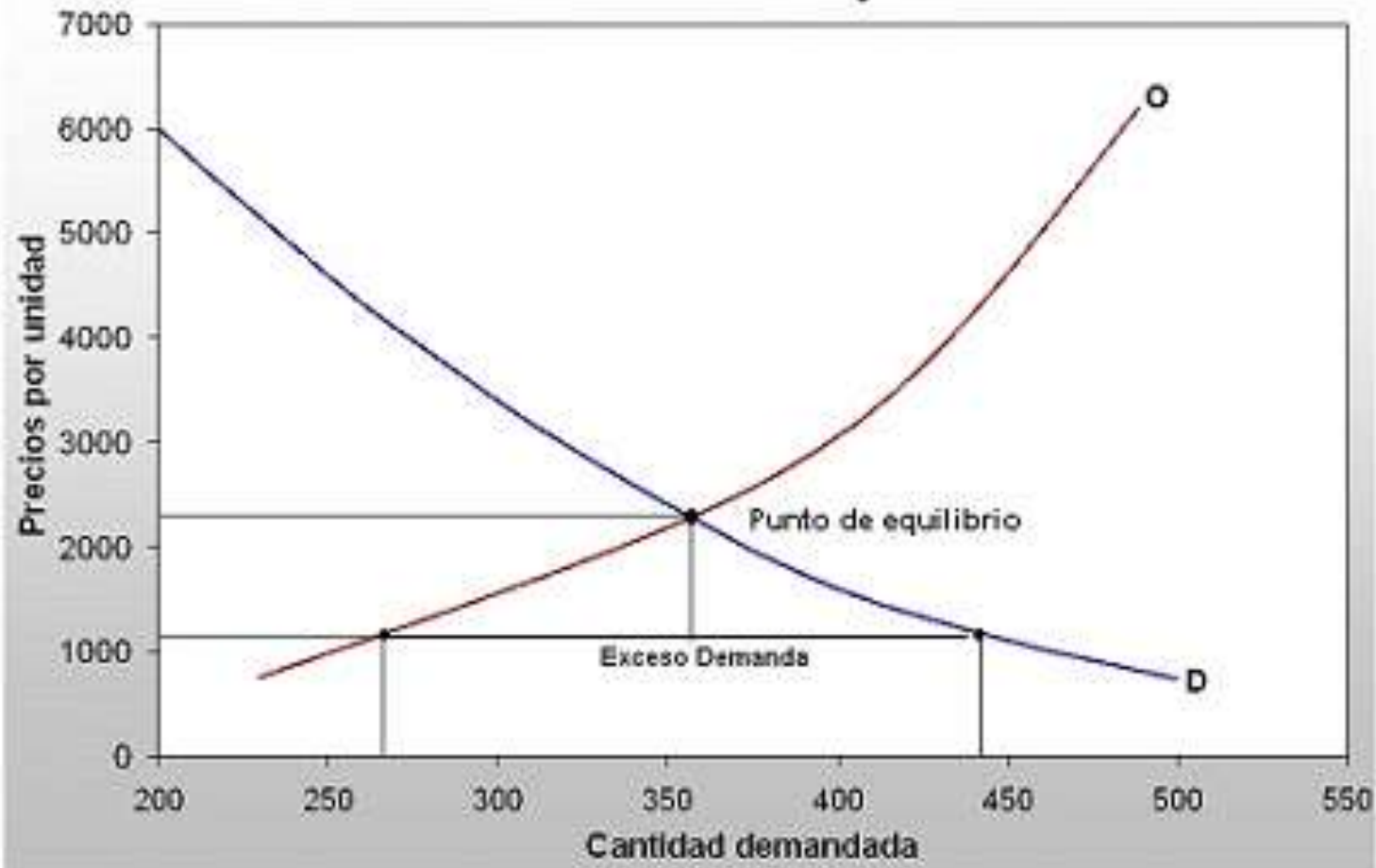


**PUNTO DE
EQUILIBRIO**

Punto de equilibrio



Interacción entre la Oferta y la Demanda





LA OFERTA DE PROYECTOS

Producir eficientemente

Mayor uso de Factores

**Aumento de la
producción**

**Mayor uso de cantidades
adicionales de factores**

**Aumento del
costo total**

EMPRESA

=

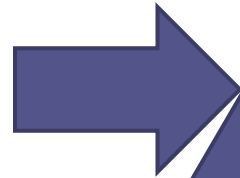
PRODUCCIÓN

=

**COSTO
TOTAL**



CANTIDAD
OP. DE
PRODUCCIÓN



Máx.

INGRESO DE
LA
PRODUCCIÓN

INGRESO MARGINAL =
COSTO MARGINAL



**COSTO DE
LA
EMPRESA**

IMPLÍCITOS

EXPLÍCITOS

**USO DE
RECURSOS**

**BENEFICIO
SOBRE EL
CAPITAL**

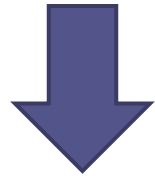
**CUMPLIR EL
PROYECTO Y
BENEFICIOS
ECONÓMICOS**



**BENEFICIO
EXTRAORDINARIO**



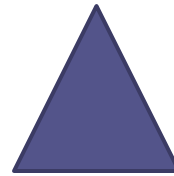
**SEA COMPETITIVO A
LARGO PLAZO**



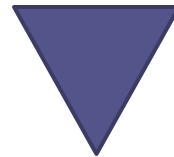
**ATRAE A OTRAS
EMPRESAS**



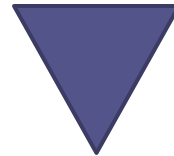
OFERTA



PRECIO



**BENEFICIO
ECONÓMICO**



ANÁLISIS DE LA OFERTA

- **Cantidad de Productores**
- **Localización**
- **Capacidad Instalada y Utilizada**
- **Calidad y Precio**
- **Planes de Expansión**
- **Servicio Postventa**
- **Grado de Participación en el Mercado**
- **Canales de distribución**



**CAMBIOS DE
LA OFERTA**



**ANÁLISIS DE LA
SITUACIÓN
HISTÓRICA Y
ACTUAL**

ANTES

DESPUÉS

PROYECTO



MUCHAS GRACIAS



PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS
Msc. JAVIER CARLOS INCHAUSTI GUDIÑO