



**UNIVERSIDAD DE LOS ANDES**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES**

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN Y CONTADURÍA PÚBLICA**

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**CÁTEDRA DE PRODUCCIÓN Y ANÁLISIS DE LA INVERSIÓN**

**MÉRIDA ESTADO MERIDA**

**PAUTAS PARA LA PRESENTACIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO  
(ANÁLISIS FINANCIERO DE PROYECTOS)**

1) El Informe deberá contener:

- a. Portada.
- b. Índice.
- c. Introducción.
- d. Contenido: Estudio de Mercado

d.1. Análisis de la Oferta. En éste apartado deberá incluir:

d.1.1. Información de la Competencia: Nombre de los Competidores. Ubicación, Productos que ofrecen con sus respectivas características. Se deberá hacer una breve descripción (se recomienda el uso de tablas para resumir la información de los competidores).

d.1.2. Proyección de la oferta. Sobre la base de datos históricos, (especificar fuente) se debe hacer la proyección de la oferta para un mínimo de 05 años.

d.2. Análisis de la Demanda. Se deberá explicar:

d.2.1. Tamaño del Mercado.

d.2.2. Comportamiento de compra del consumidor.

d.2.3. Tipo de demanda.

d.2.4. Tasa de crecimiento del mercado.

d.2.5. Proyección de la demanda.

d.2.5. Brecha del mercado, considerando las proyecciones de la oferta y la demanda.

d.3. Análisis de los Precios.

d.3.1. Precios de los competidores y productos sustitutos. Se recomienda el uso de tablas para hacer el análisis. Por otro lado, analizar el comportamiento de los precios durante al menos los últimos cinco años. Sobre la base de la información anterior, especificar la estrategia de precios.



- d.3.2. Proyección de los precios. Sobre la base de los datos históricos hacer una estimación de los precios.
- d.4. Análisis de la Comercialización.
  - d.4.1. Definición del Producto: Descripción del producto (tamaño, presentación, requerimientos técnicos, entre otros).
  - d.4.2. Naturaleza y usos del Producto: Usos, naturaleza.
  - d.4.3. Marca: Logotipo, Slogan. Se debe explicar los procedimientos legales para el registro de la marca, leyes, normas reglamentos y los costos asociados considerando los impuestos. (para resumir los costos es recomendable el uso de tablas).
  - d.4.4. Calidad: Especificar las características y variables de la calidad del producto ofrecido.
  - d.4.5. Garantías y Servicios: si los hubiere.
  - d.4.6. Canales de Distribución: Describir los canales de distribución a ser implementados para el producto.
  - d.4.7. Canales de Comunicación: Describir el mensaje, medio de comunicación, duración, frecuencia, costos. (igualmente se recomienda el uso de tablas para resumir los costos).
- e. Fuentes Bibliográficas.
- f. Anexos:
  - f.1. Investigación de Mercado.
    - f.1.1. Planteamiento del Problema.
      - f.1.1.1. Planteamiento del Problema.
      - f.1.1.2. Objetivos de la Investigación.
    - f.1.2. Diseño de la Investigación.
      - f.1.2.1. Tipo de Investigación.
      - f.1.2.2. Población y Muestra.
      - f.1.2.3. Instrumento de Recolección de Datos.
    - f.1.3. Análisis de los Resultados. (se recomienda el uso de tablas y gráficas en el análisis).
    - f.1.4. Conclusiones del Estudio.



## **NOTA:**

Para la presentación del informe se deberán considerar los siguientes aspectos:

**Papel:** debe ser papel bond de color blanco, tamaño carta (22 x 28 cm), base 20, impreso por una sola cara. No se recomienda la colocación de otro material de cualquier índole, impreso o no, pegado o engrapado en alguna de las páginas.

**Letra:** se recomienda la entrega con letra tipo Times New Roman, tamaño 12, color negro, nítido, para crear un material claro y legible. El tipo de letra debe ser el mismo en todo el informe, no obstante, la presentación de títulos importantes en el texto se hará utilizando: tamaño 16 para títulos principales y tamaño 14 para títulos secundarios. Es permitida la utilización de negritas, cursivas y subrayados para resaltar aspectos importantes del contenido, así como en títulos. Los encabezados se harán utilizando tamaño 10 y cursivas.

**Márgenes:** se deben utilizar márgenes de 4 cm para el margen izquierdo y 3 cm para los márgenes derecho, superior e inferior. Todo el texto debe estar justificado a ambos lados de la página, de modo que la alineación del texto de los márgenes izquierdo y derecho sea uniforme.

**Espaciado:** todo el texto del trabajo debe realizarse a espacio 1,5. Se podrá utilizar espacio triple antes y después de una tabla, figura o ecuación y al colocar un nuevo título o subtítulo.

**Sangrías:** todo párrafo debe iniciarse con el espacio de sangría. Se exceptúan de esta regla la sección de resumen, las citas textuales extensas (de más de 40 palabras), los títulos, subtítulos y encabezados, y la identificación de tablas y figuras, todos los cuales no usan sangría. En la lista de referencias se utilizan sangrías a partir de la segunda línea de cada fuente documental.

**Citas:** para las citas y presentación de las referencias bibliográficas se utilizarán las Normas UPEL.