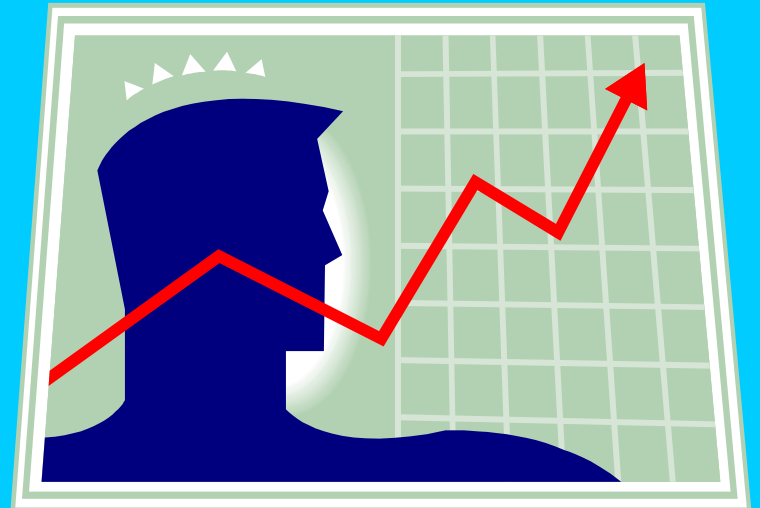


# *ANÁLISIS DE LA DEMANDA*

Ing. Esther Botho Clemente



# *DEMANDA*

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



# *Se entiende por Demanda al CNA*

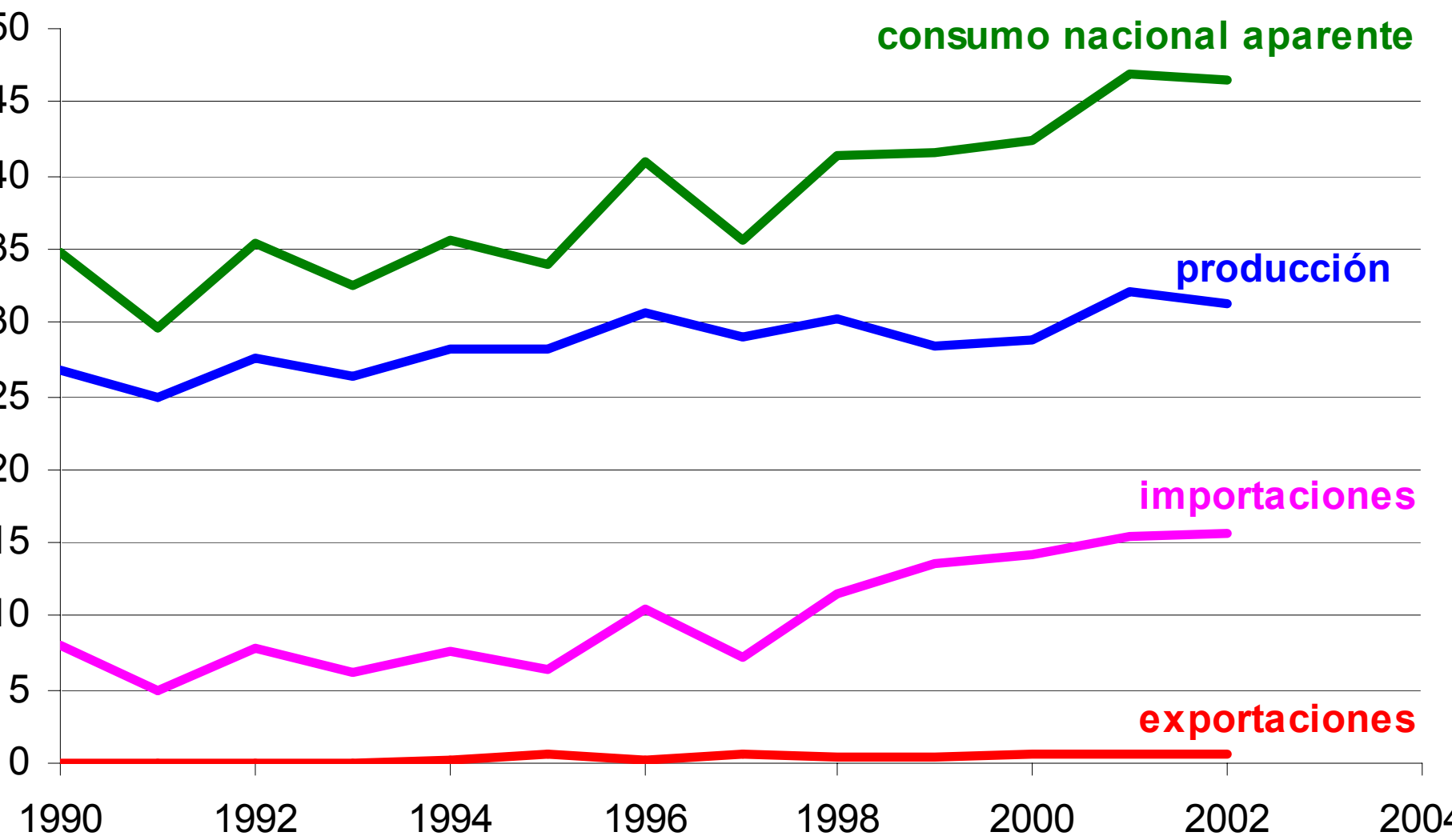
Consumo Nacional Aparente  
= Cantidad de determinado  
bien o servicio que el mercado  
requiere  
Demanda=



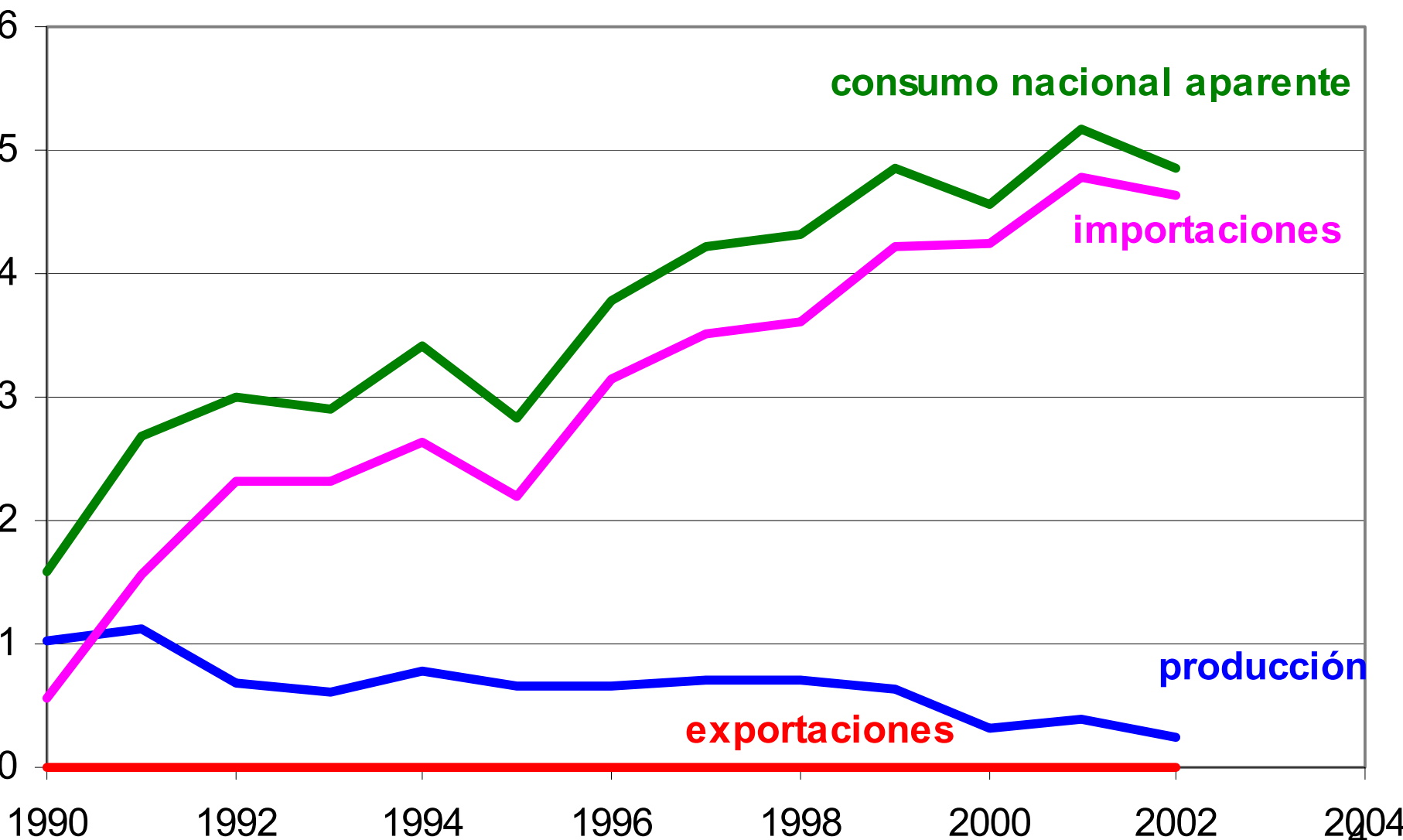
CNA=

***Producción Nacional + Importaciones  
- Exportaciones***

# Consumo nacional, producción, importaciones y exportaciones de granos cereales

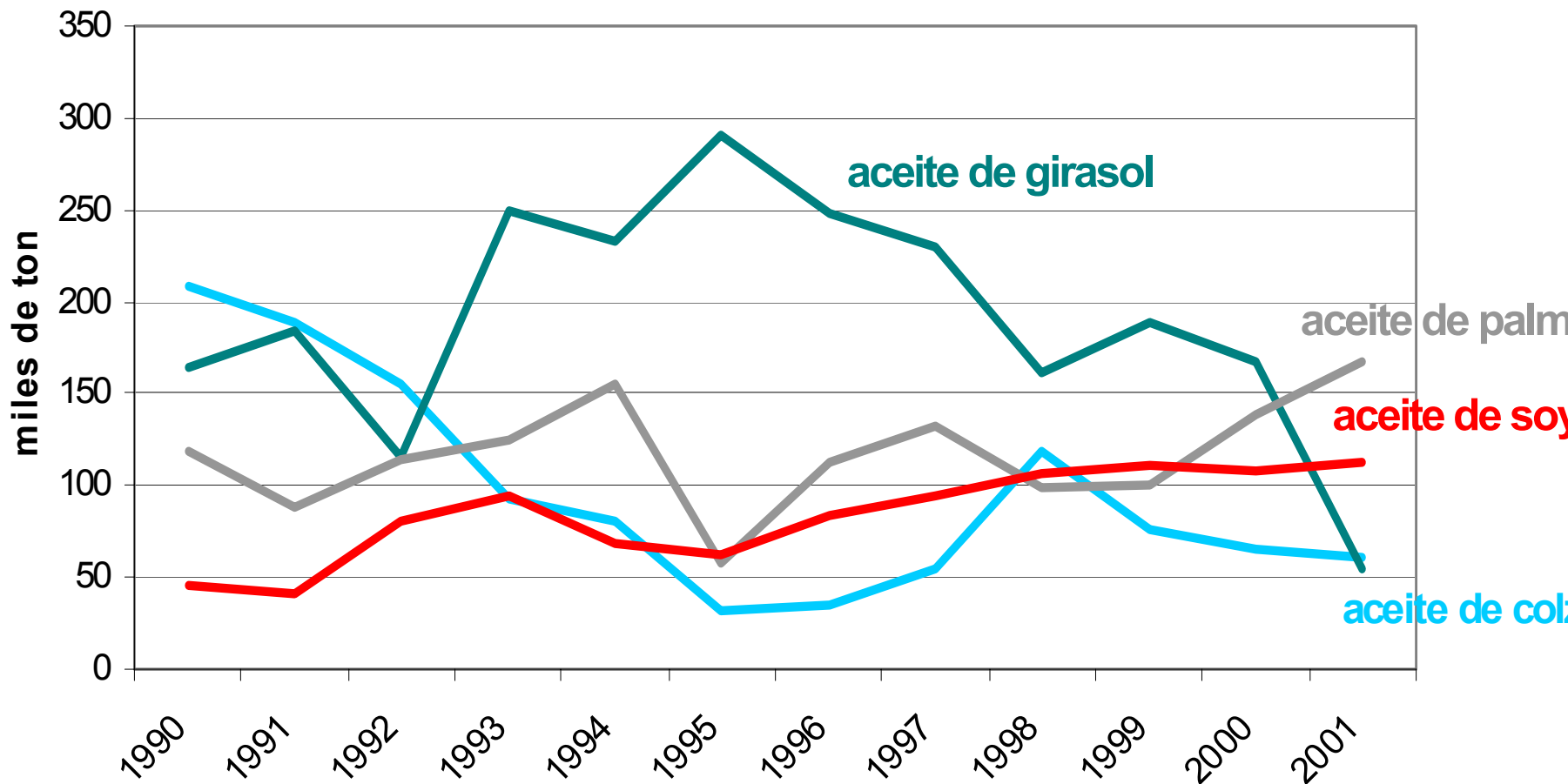


# Consumo nacional aparente, exportaciones, importaciones y producción de granos aceiteros

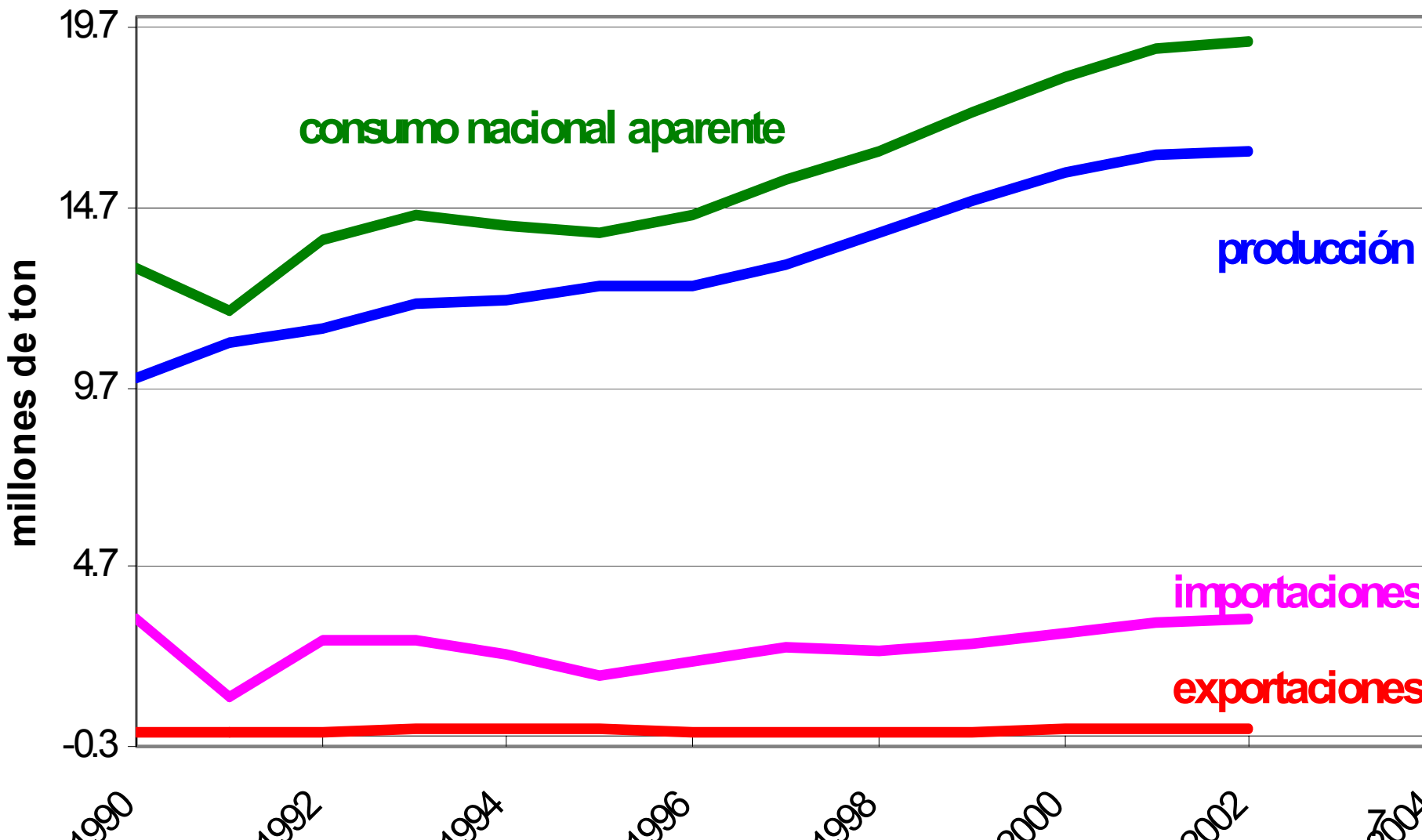


# Aceites comestibles

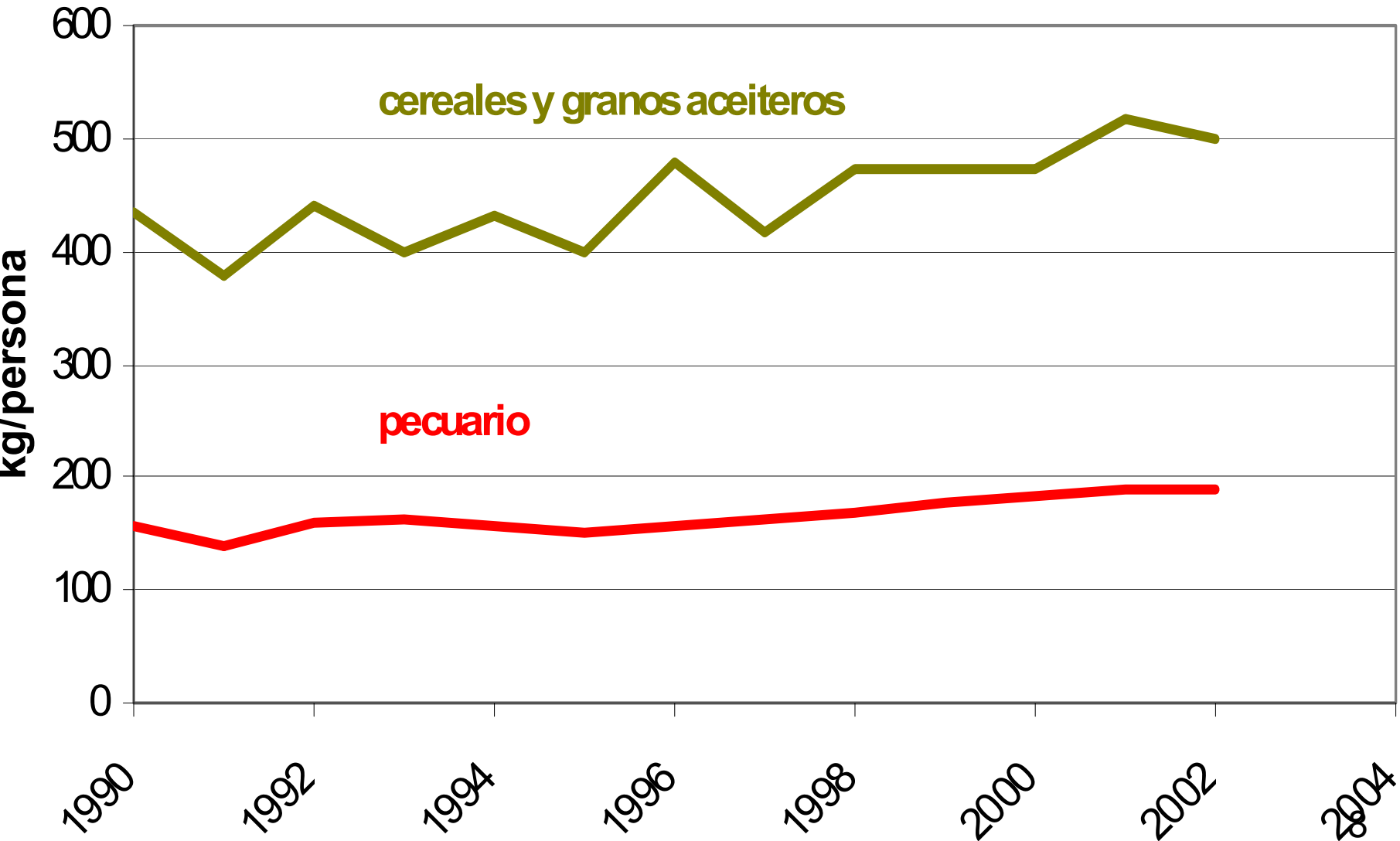
## Importaciones de aceites comestibles



# Productos pecuarios mexicanos

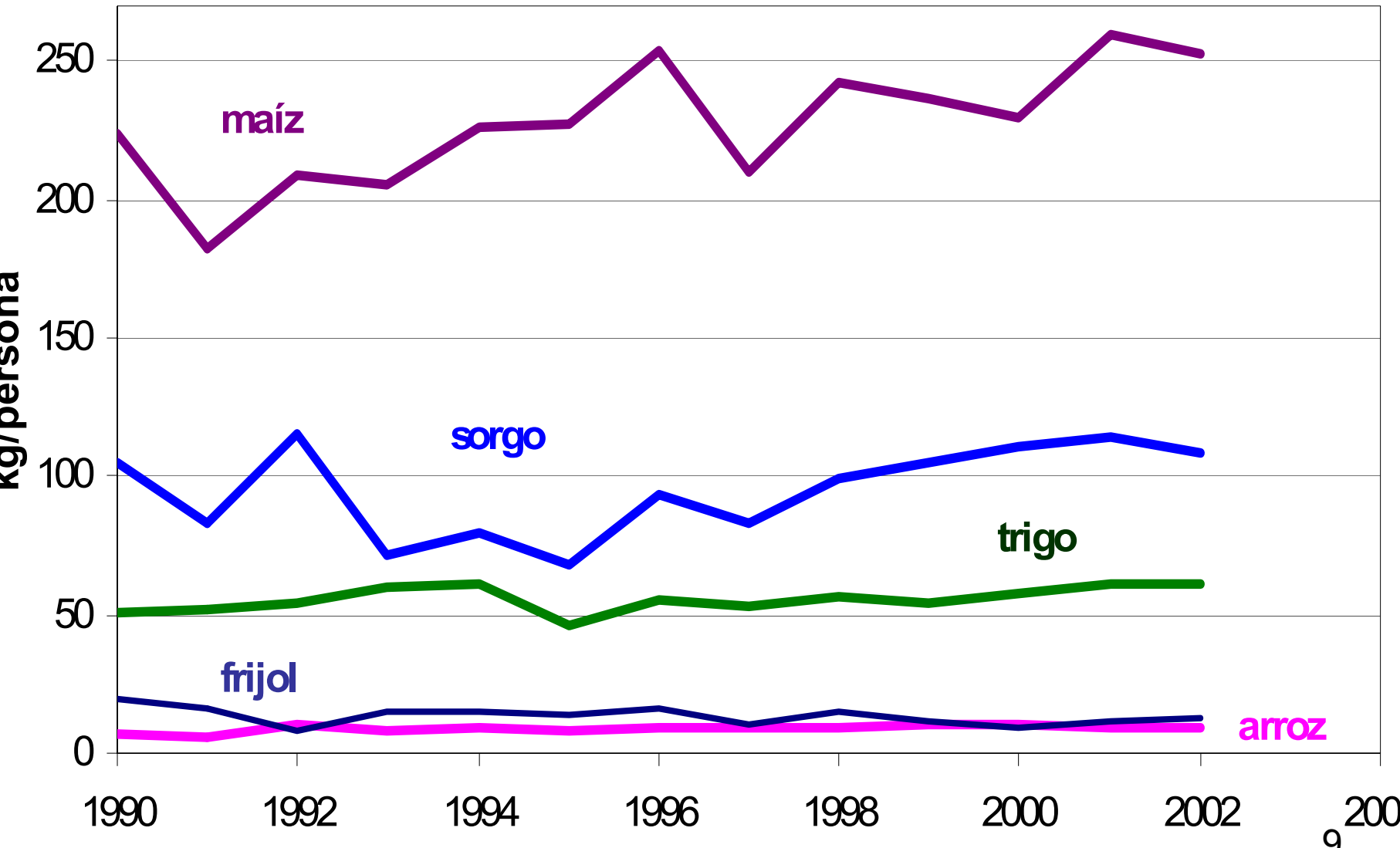


# Consumo per cápita de productos agrícolas

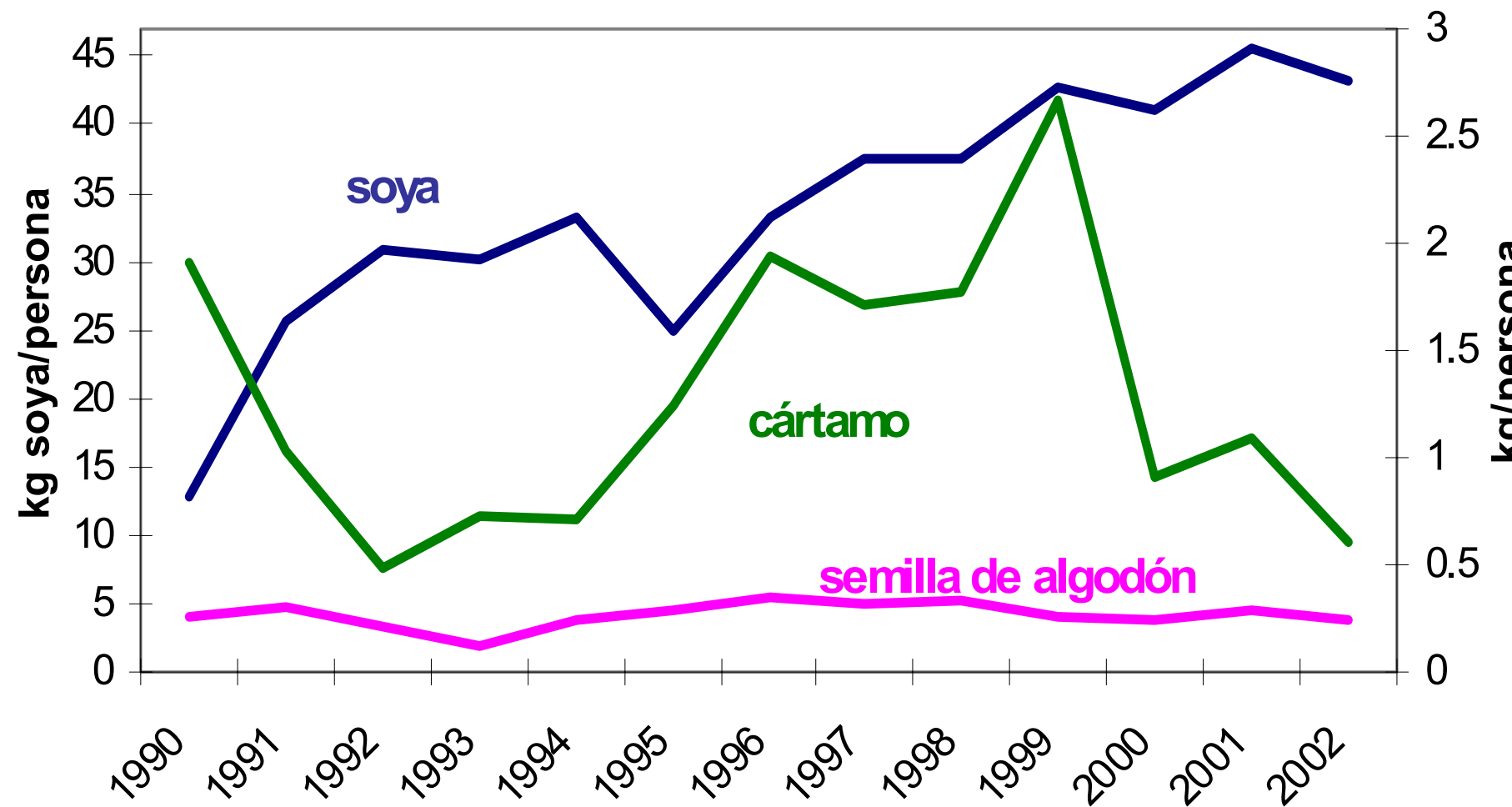




# Consumo per cápita de cereales

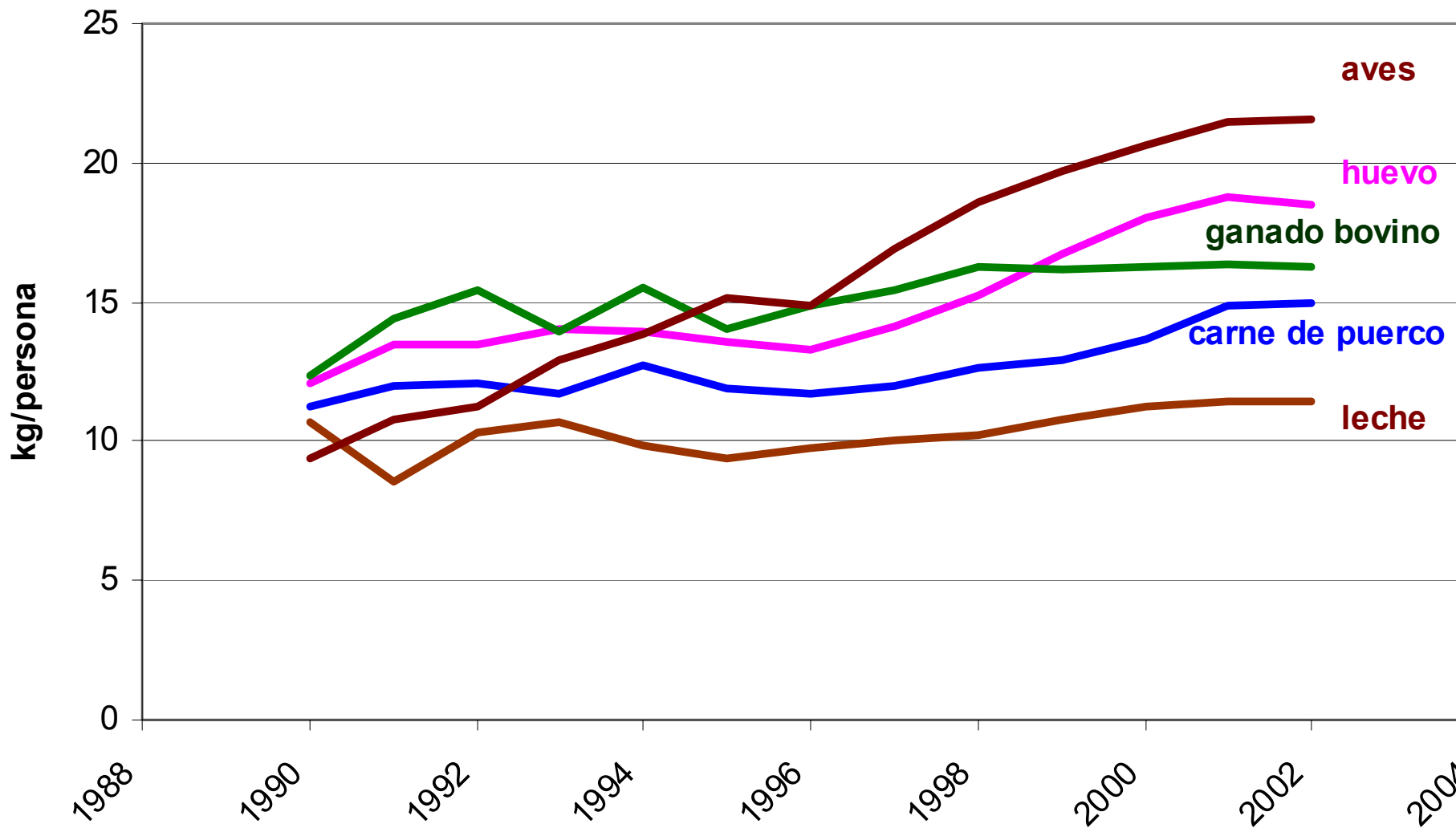


# Consumo per cápita de granos aceiteros



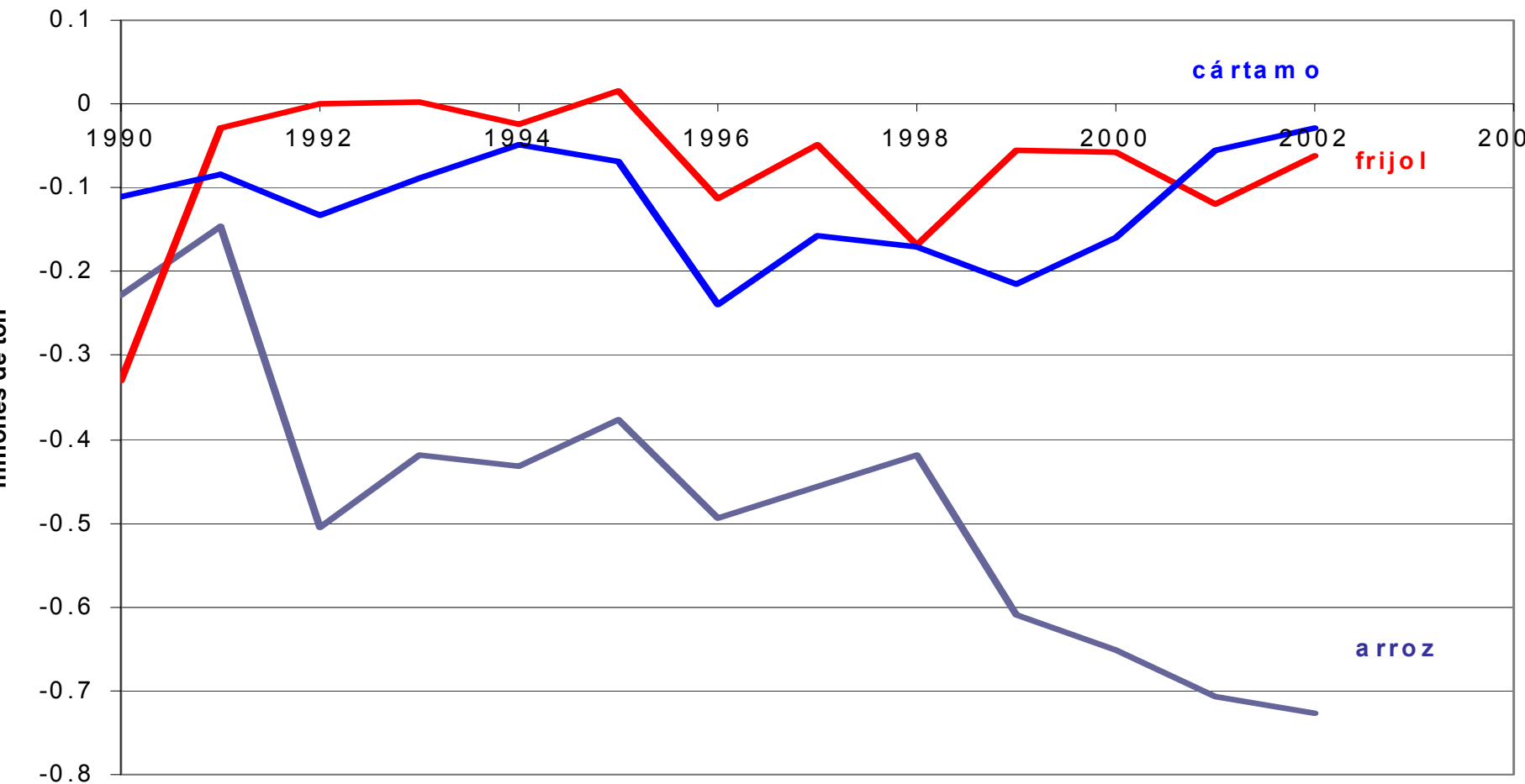
El consumo per cápita de soya muestra una tendencia alcista, como resultado de ser un insumo principal de la industria avícola.

# Consumo per capita de productos pecuarios



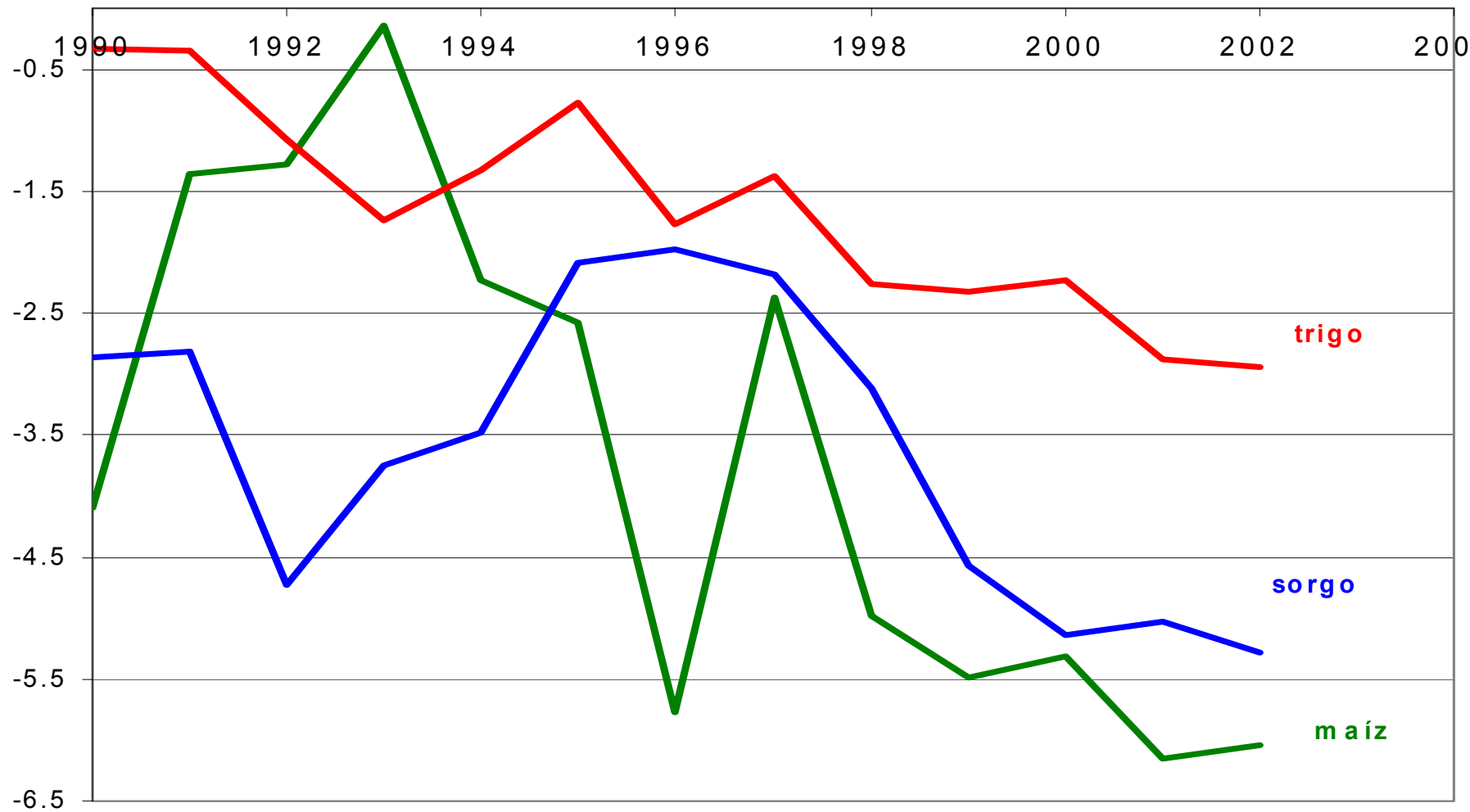
El consumo de leche se expresa en decalitros/persona

# Balanza física de cereales 2



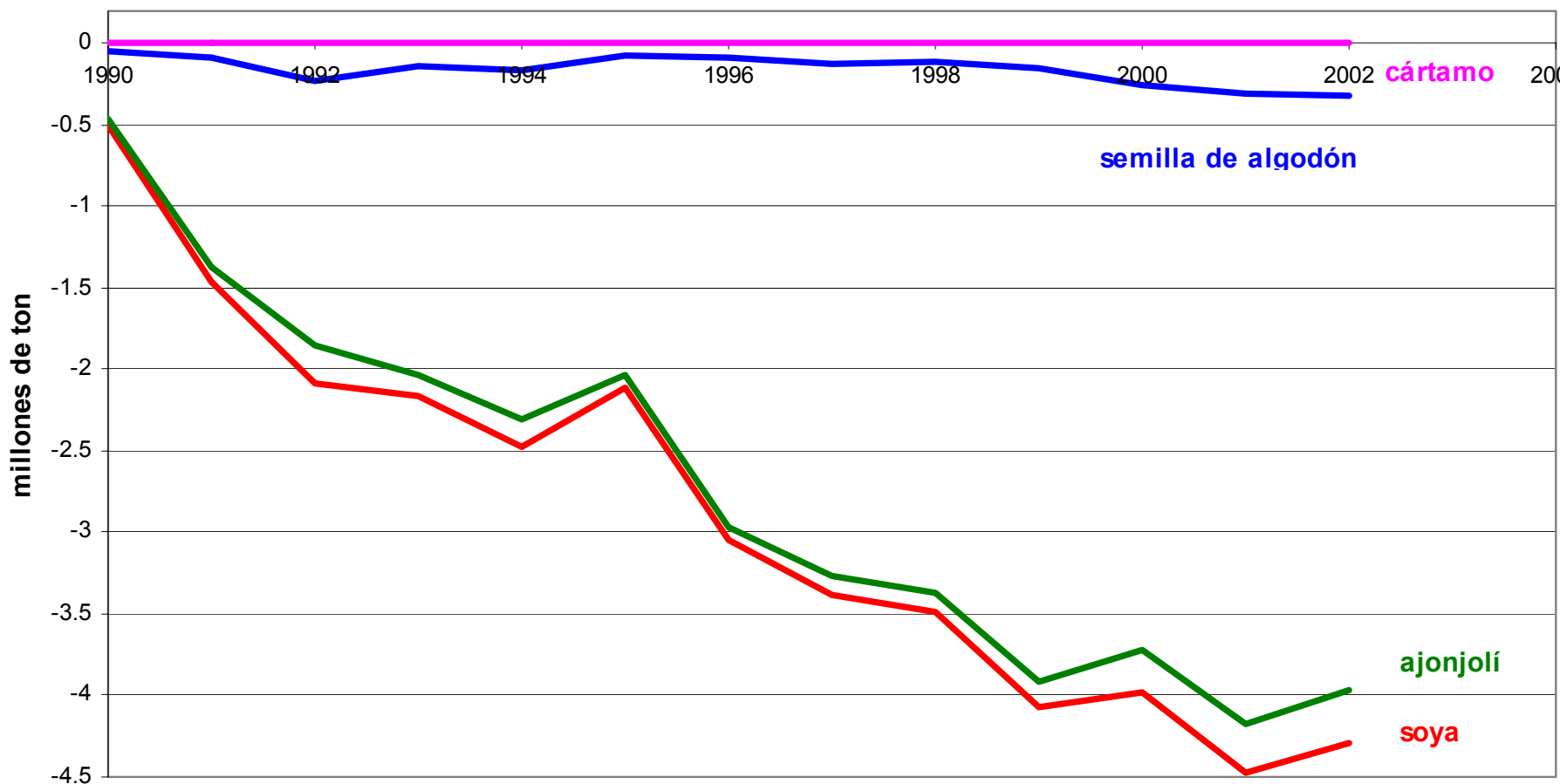
Las balanzas físicas de la cebada y del frijol permanecen negativas, aunque estables; mientras que la balanza física del arroz muestra un patrón de franco deterioro como resultado del TLCAN y de precios internacionales más bajos. 13

# Balanza física de cereales 1



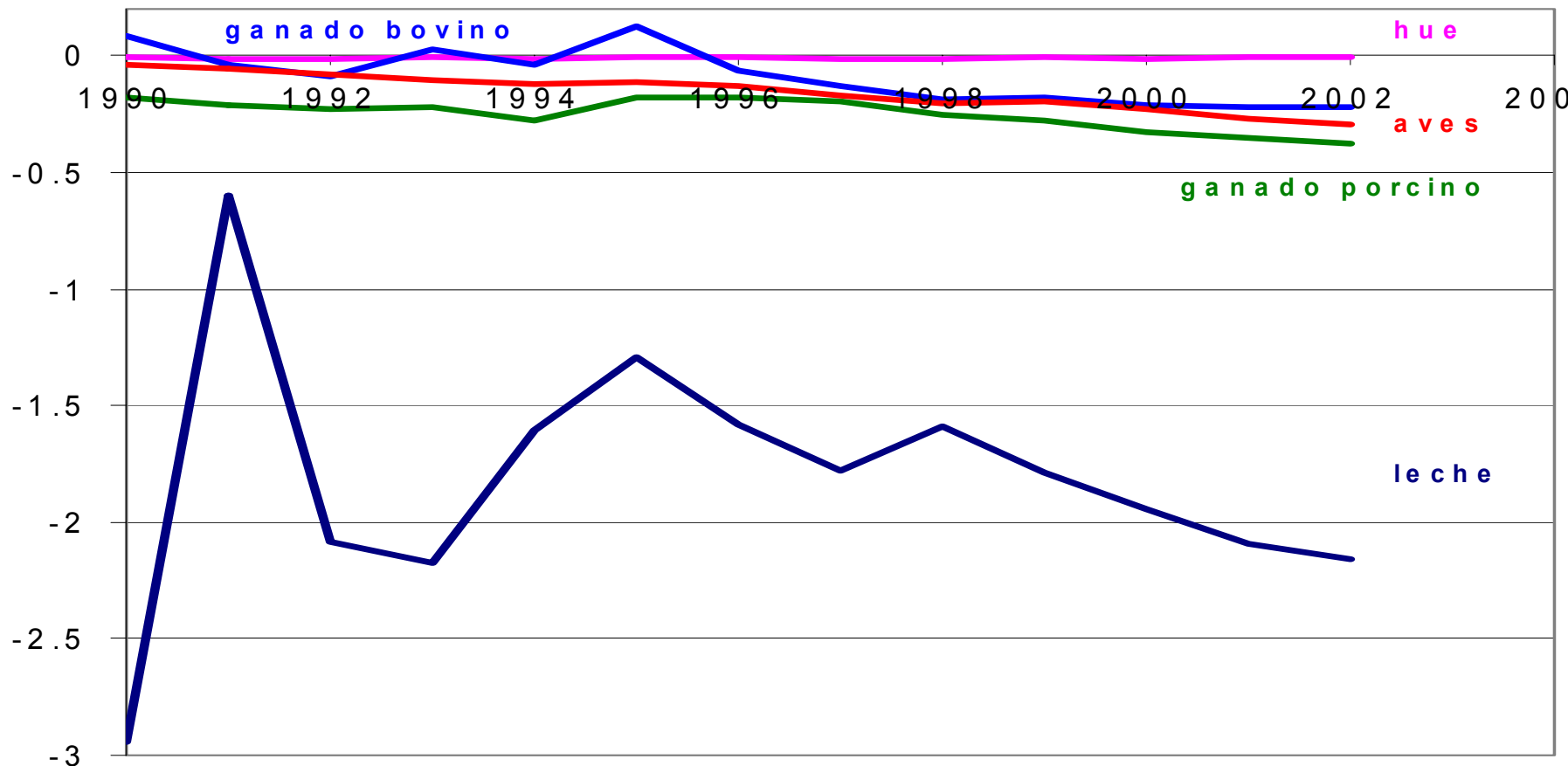
El impacto del TLCAN en la balanza física de los principales cereales consumidos en México muestra un patrón de deterioro y una alta dependencia del exterior. 14

# Balanza física de granos aceiteros



La balanza física del cártamo y de semilla de algodón permanece estable, antes y durante el TLCAN; mientras que la de soya y ajonjolí continúan su deterioro, antes y durante el TLCAN.

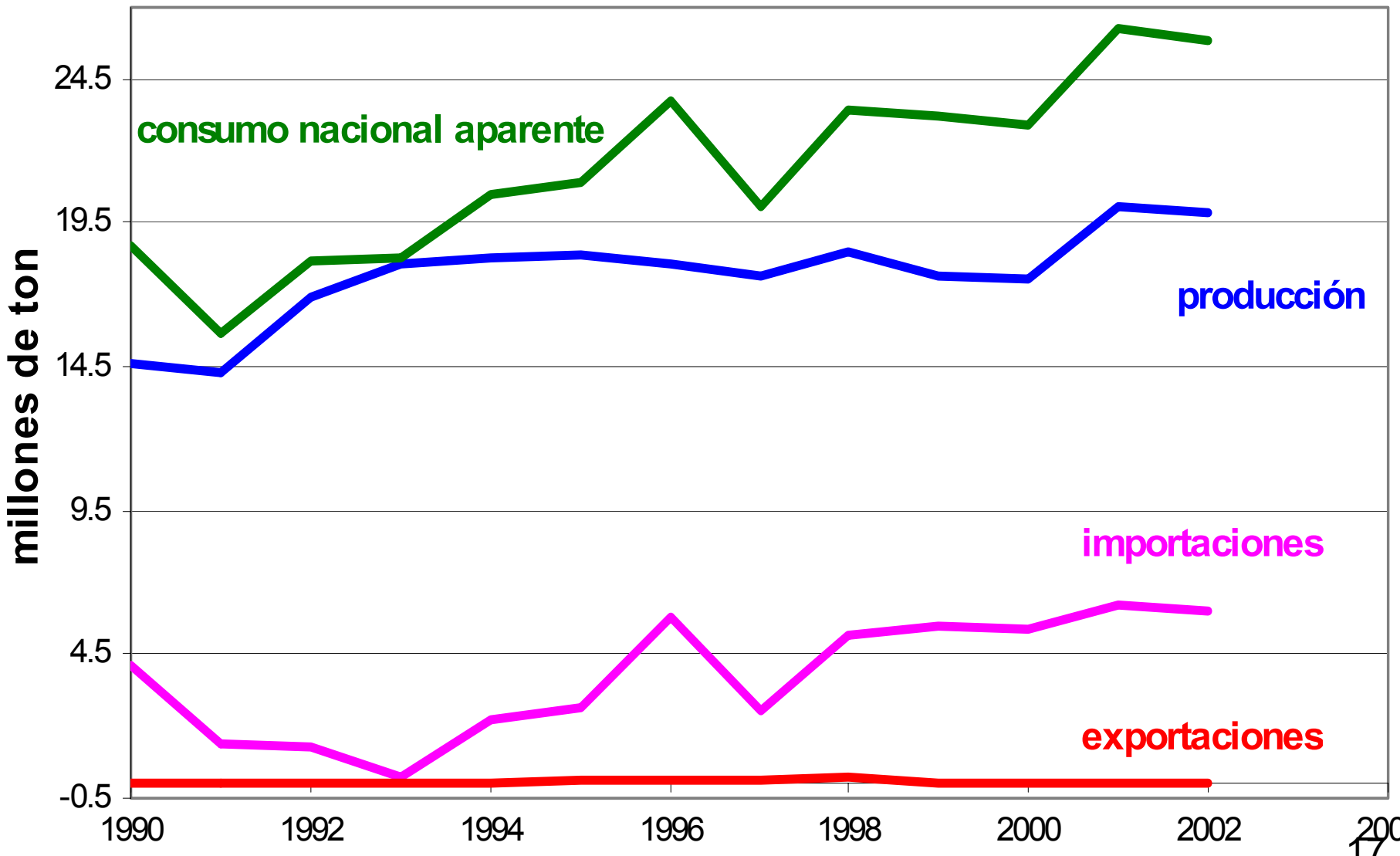
# Balanza física de productos pecuarios



La balanza física del ganado bovino se tornó negativa con el TLCAN, mientras que la industria del huevo no muestra ningún cambio con el TLCAN.

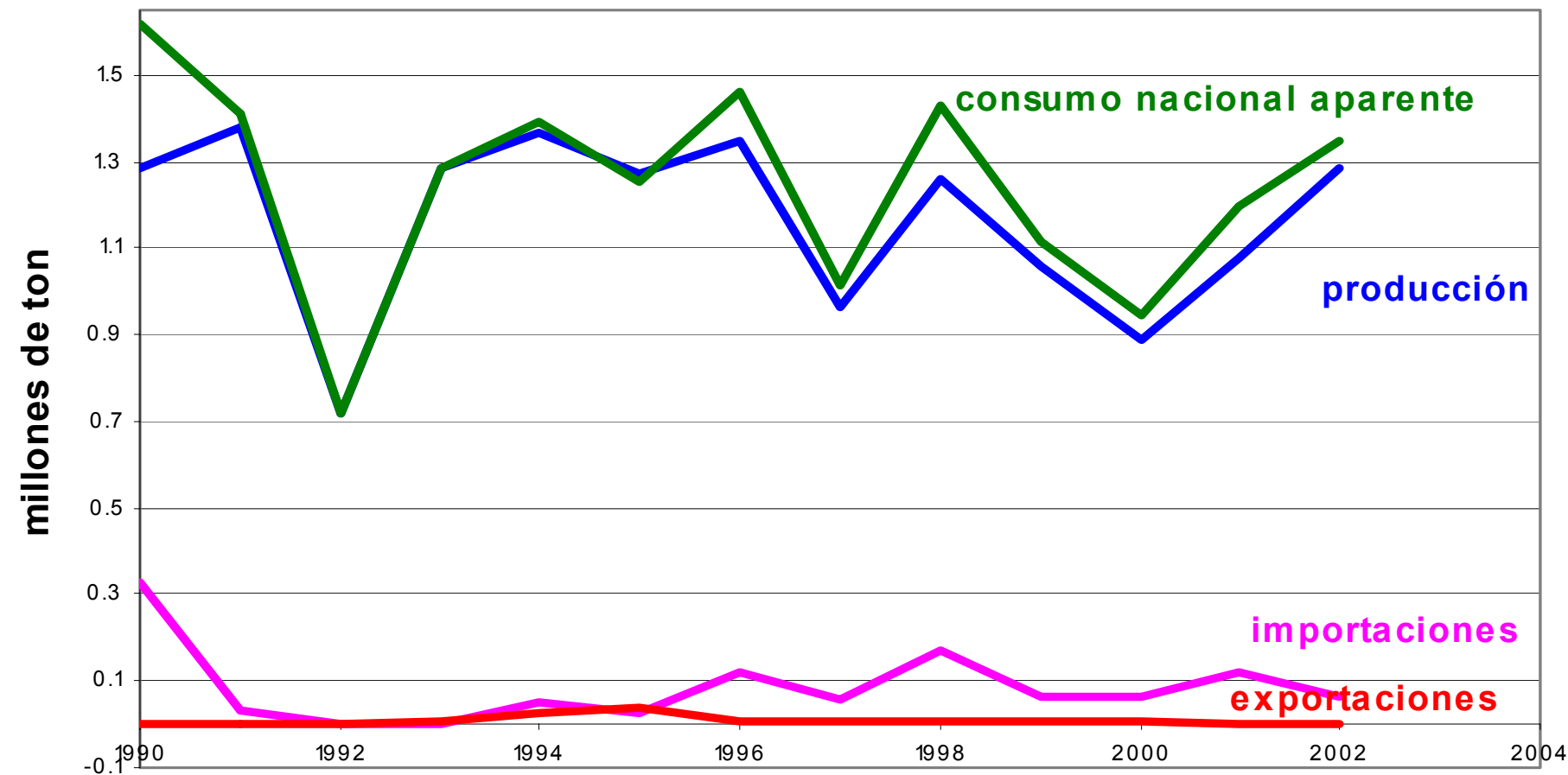
La balanza física de la carne de ave y de cerdo muestra una tendencia ligeramente negativa, mientras que la de la leche se deteriora rápidamente.

# Maíz



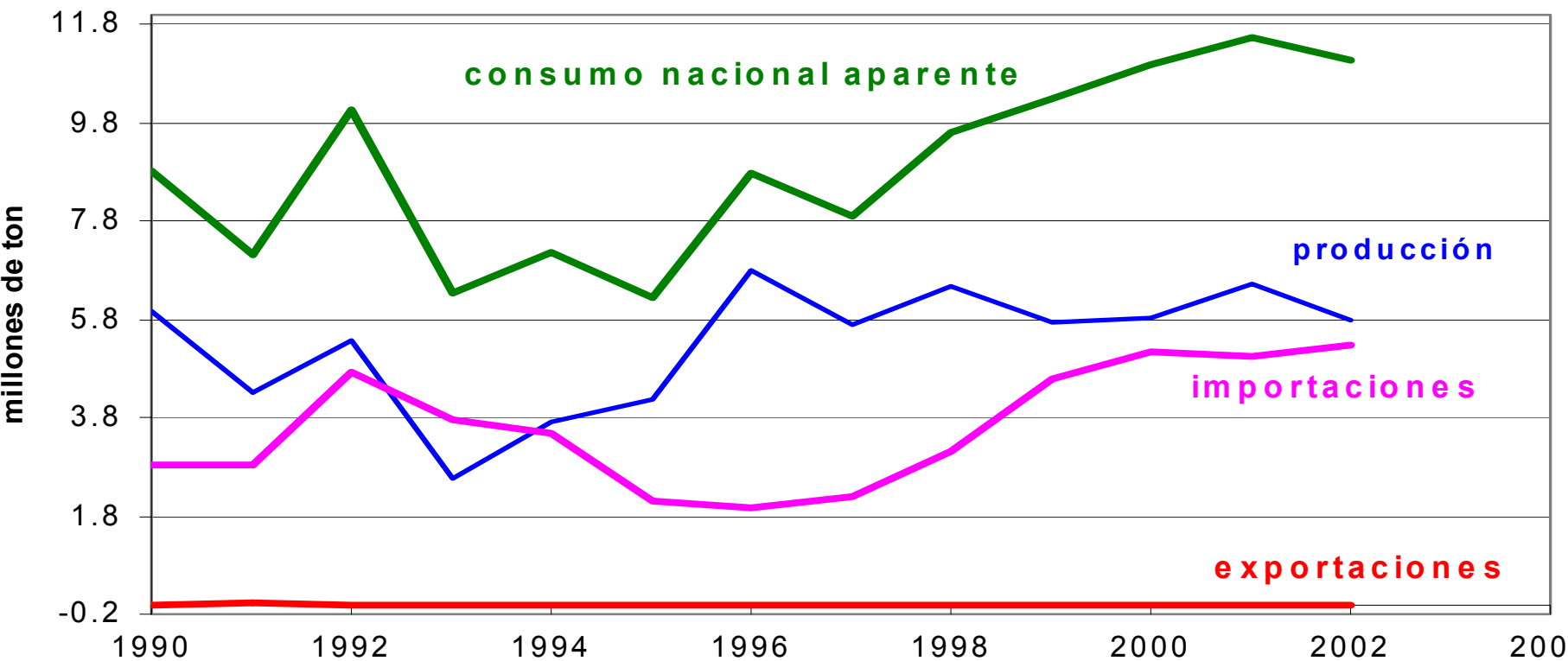


# Frijol



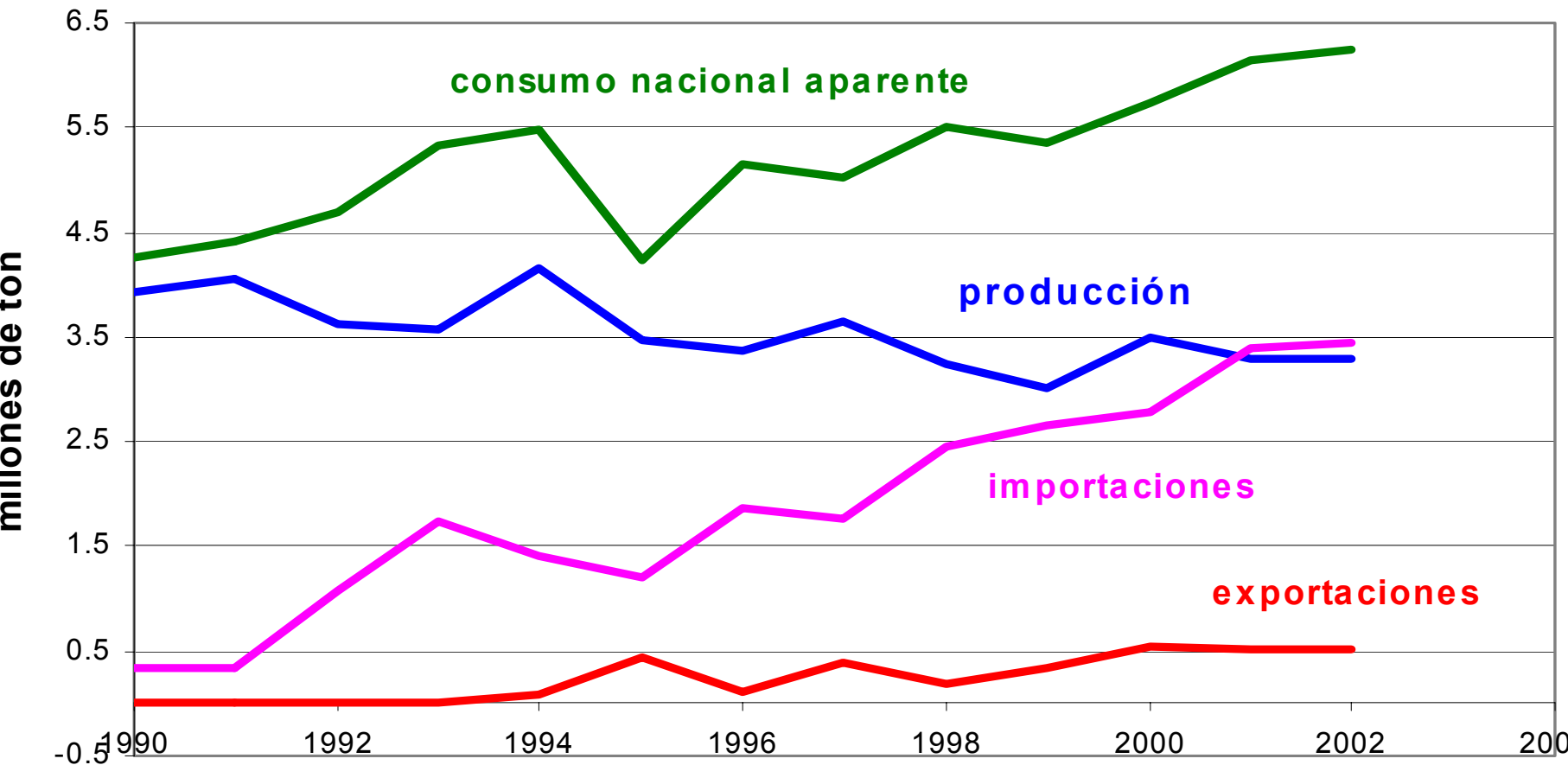
El patrón de la producción de frijol no ha cambiado, y está determinado por los niveles de precipitación de la lluvia.

# Sorgo



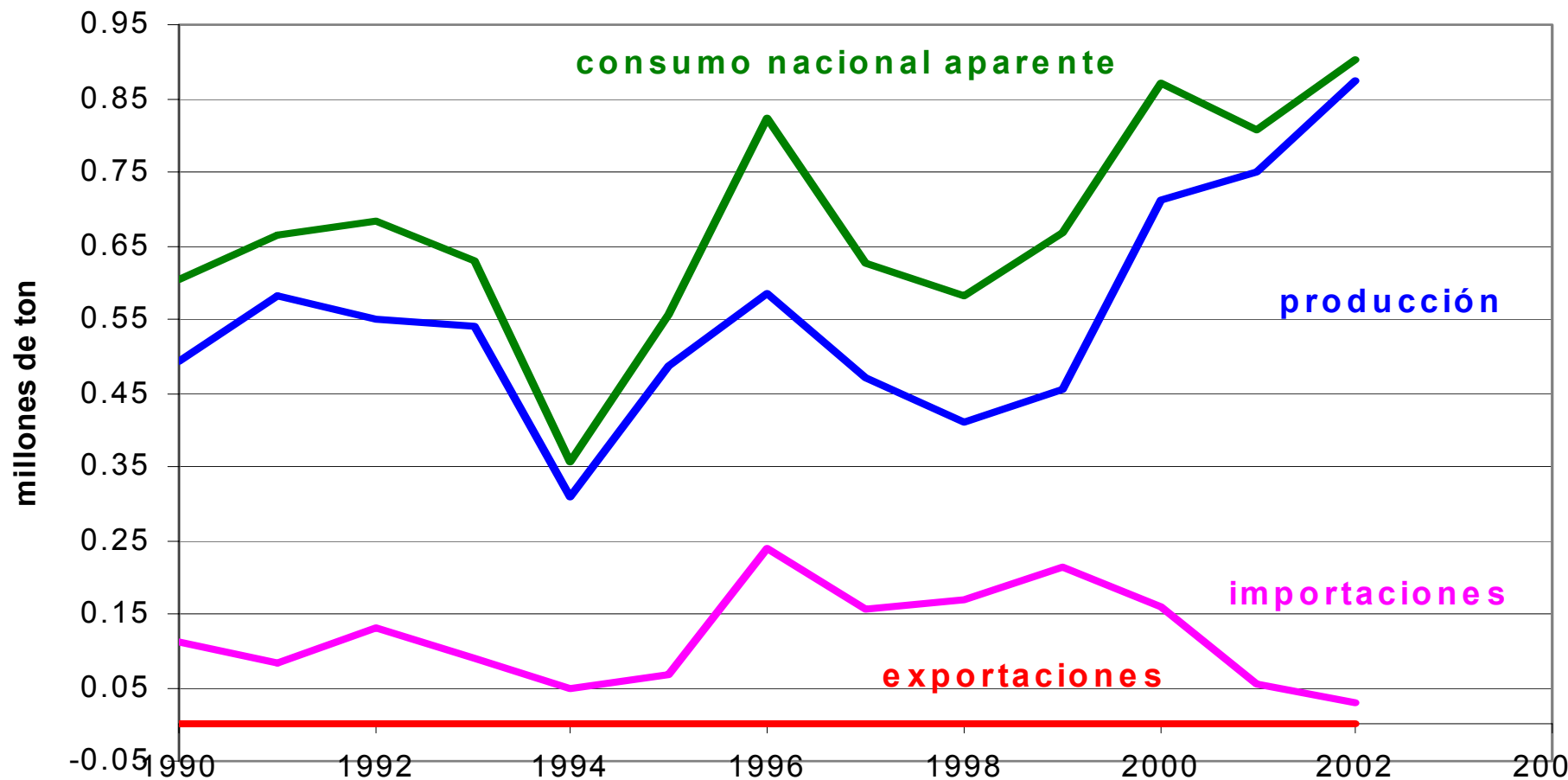
La producción de sorgo ha mejorado con el TLCAN: Sin embargo, desde 1996 permanece estable y no satisface la demanda interna de productos pecuarios, que se encuentra en una expansión importante, como se muestra adelante. Por tanto, las importaciones de sorgo crecen muy rápido, acercándose a los niveles producción nacional.

# Trigo



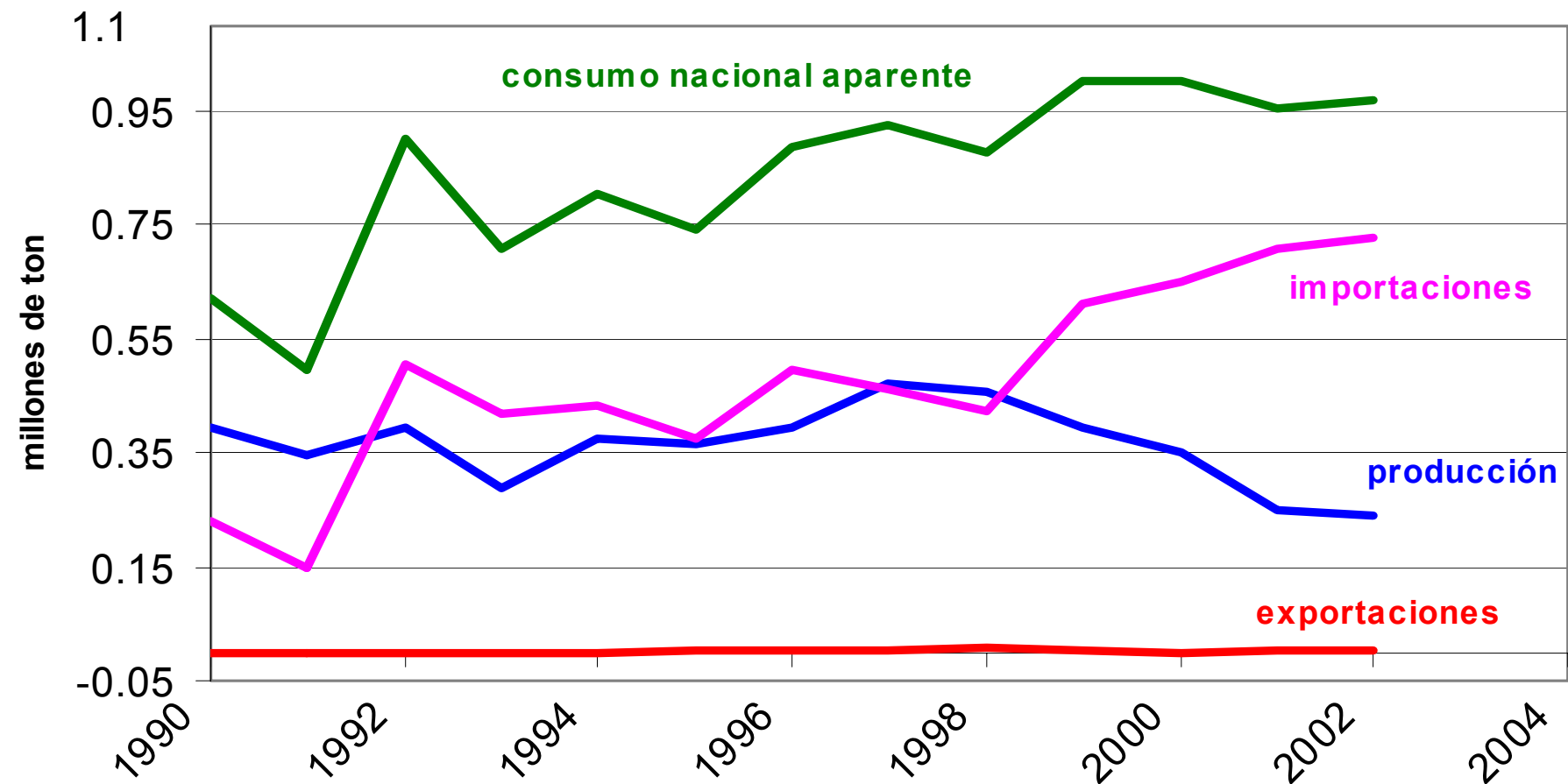
La producción de trigo muestra un patrón negativo, después de que comenzó el TLCAN, mientras que las importaciones se encuentran por encima de la producción, durante los últimos dos años.

# Cebada



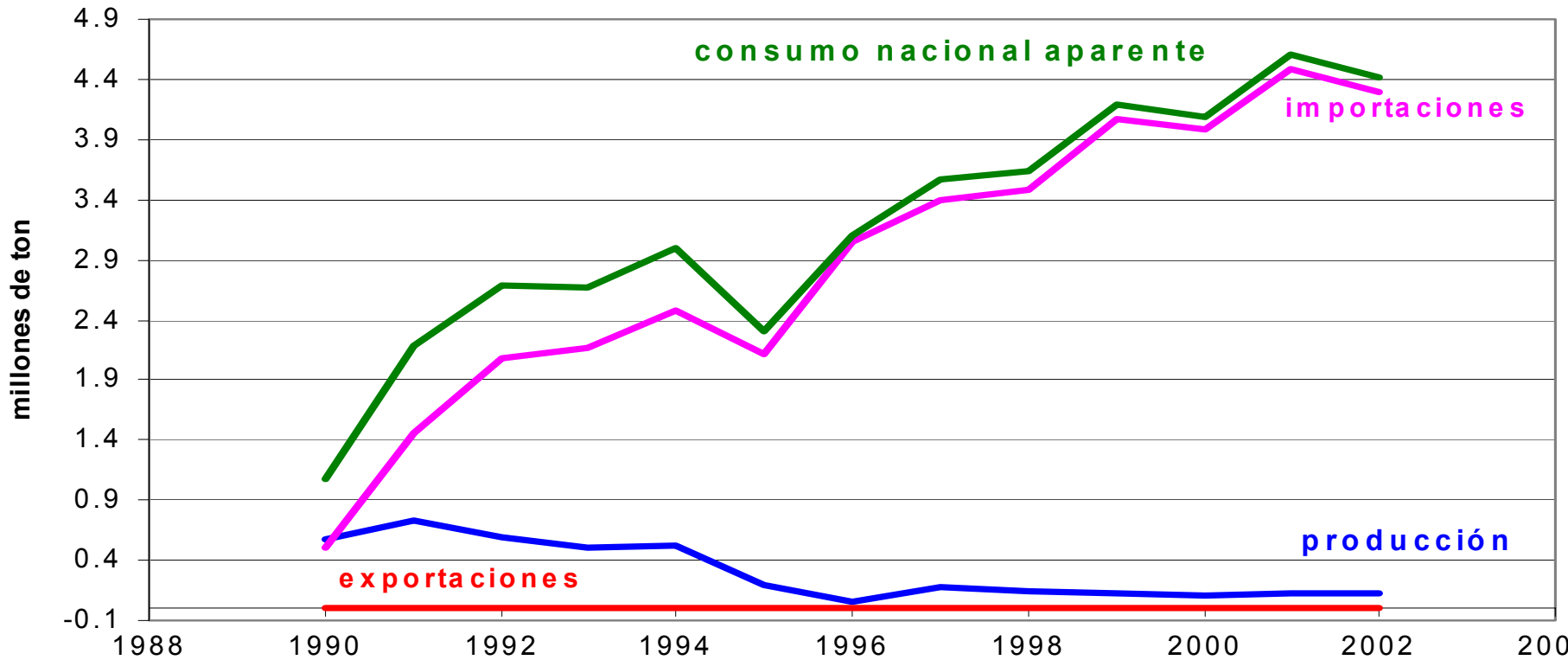
Con el TLCAN, la producción de cebada se está expandiendo muy rápidamente, mientras que las importaciones son casi nulas.

# Arroz



La producción de arroz es menor que las importaciones, ambas antes y durante el TLCAN. Sin embargo, en los últimos tres años el déficit comercial se ha expandido considerablemente.

# Soya



Con el TLCAN, la producción interna de soya muestra su desventaja comparativa con los mercados internacionales. Su muy bajo nivel de producción, casi nulo, es resultado de la disminución de la superficie triguera del noroeste de México, dado que la soya es del ciclo primavera-verano, siendo estrictamente complementaria del trigo, que se cultiva durante el período otoño-invierno.

# *Objetivos de la Demanda:*



- Determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio.
- Determinar la participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda.

# *Objetivos de la Demanda:*

- Analizar mercados, proveedores, competidores, distribuidores y condiciones de mercados externos
- Análisis del consumidor, hábitos y motivaciones de compra así como cantidad de productos que demanda





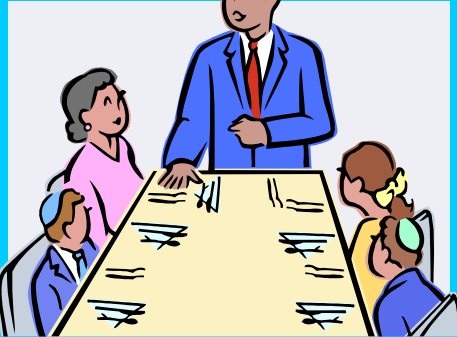
## El análisis de la demanda

Tiene por objeto demostrar y cuantificar la existencia, en ubicaciones geográficas definidas, de individuos o entidades organizadas que son consumidores actuales o potenciales del bien o servicio que se planea ofrecer.



## Función de la demanda

Es la relación existente entre la serie de cantidades demandadas y la serie de sus correspondientes precios.



## Cantidad demandada

Quella que los consumidores adquirirán a un determinado precio en un determinado momento.

“Es la relación funcional entre el precio y la cantidad demandada”

## *Los factores que determinan los desplazamientos de la demanda son:*

- La necesidad real que se tiene del bien o servicio
- Su precio
- El nivel de ingresos de la población
- Número de consumidores
- Precio de productos sustitutos

**Los consumidores están dispuestos a pagar mayor precio cuándo su nivel de ingresos se eleva y viceversa**



# Los cambios de la demanda también se deben a:



- Alteraciones en la distribución geográfica de la población.
- Cambios en la preferencia de los consumidores.
- Por innovaciones técnicas que introducen bienes y servicios sustitutos

# *Tipos de Demanda*

## *Demanda real o efectiva*

- **Volumen total de transacciones de un producto o servicio a un precio determinado en el momento actual.**



# *Tipos de Demanda*

## *Demanda potencial*

- Volumen probable que alcanzaría la demanda real por el incremento normal o futuro o bien si se modificaran ciertas condiciones del medio que la limitan.



# *Tipos de Demanda*

## *En relación*

- Con su Oportunidad
- Con su necesidad
- Con su temporalidad
- Con su destino



# Oportunidad

## Demanda Insatisfecha

Lo producido u ofrecido no cubre los Requerimientos del mercado



## Demanda Satisfecha

Lo ofrecido al mercado es exactamente lo que éste requiere

### Saturada

La que ya no puede soportar una mayor cantidad del bien

### No Saturada

Se encuentra aparentemente satisfecho, pero se puede hacer crecer



# Necesidad

**Demanda de Bienes social y nacionalmente necesarios**

Alimentación,  
vestido,  
vivienda, etc.



**Demanda de bienes no necesarios o de gusto (suntuuario)**

Perfumes,  
ropa fina,  
autos caros, etc.

# Temporalidad

**Continua**  
(Permanece en periodos largos y va en crecimiento)



**Cíclica o estacional**  
(Periodos del año, clima, época comercial)

Regalos, paraguas, enfriadores de aire, etc

Alimentación, vestido, vivienda, etc.

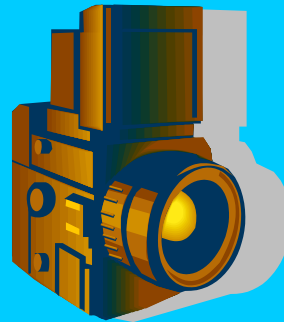
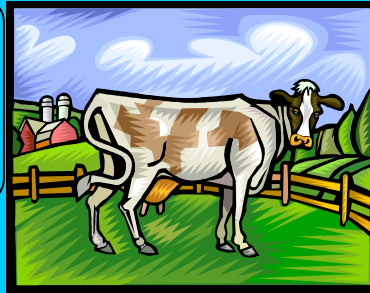


# Destino

## Bienes Finales

Adquiridos directamente  
por el consumidor

Alimentos, ropa, autos,  
muebles, accesorios, equipos,  
etc.



## Bienes Intermedios o Industriales

Requieren algún  
procesamiento para  
bienes de consumo final

Telas, hilos, empaques,  
etiquetas, tornillos, envases,  
Hules, plásticos, etc.

# Al hacer la evaluación de un proyecto, es posible hacer y aplicar varios tipos de cuestionarios:

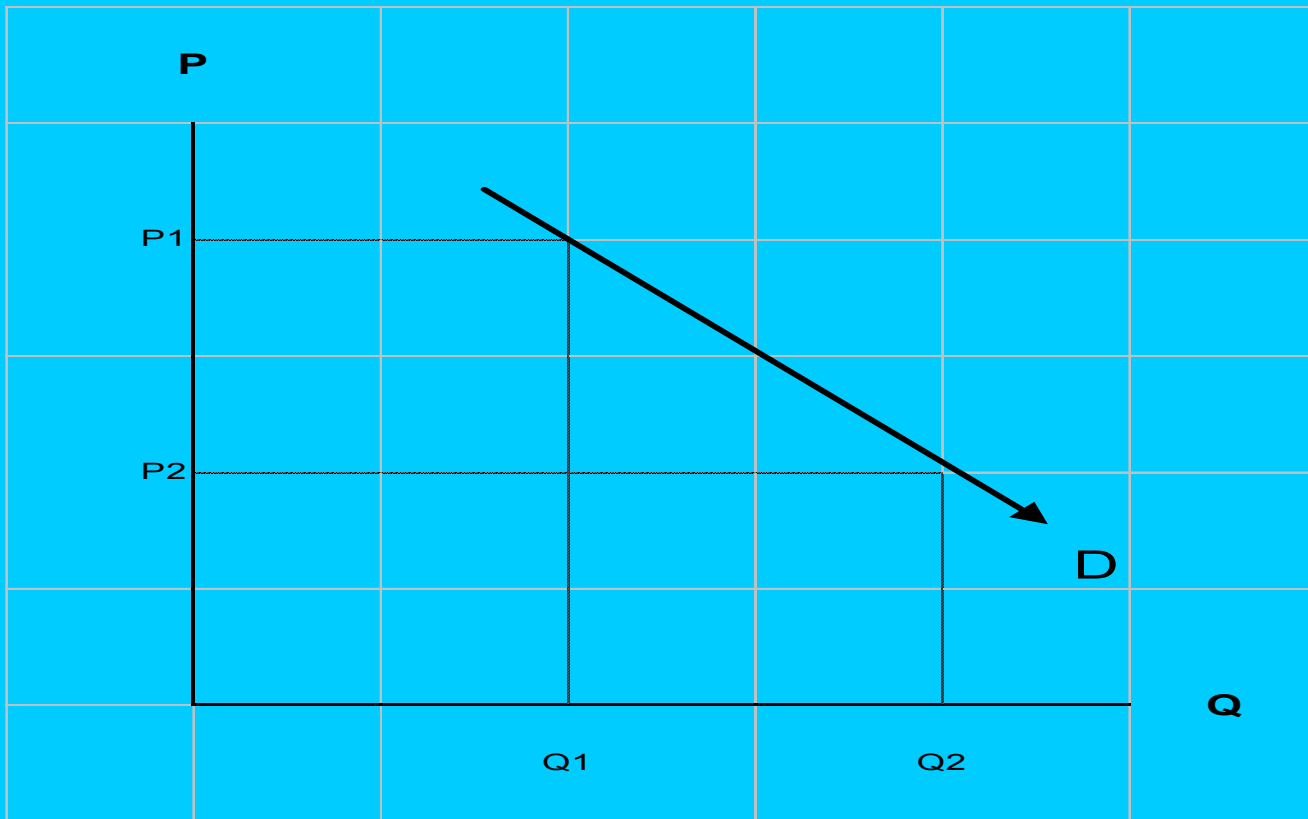


- A consumidores finales
- A empresas existentes que comercializan el producto o similares



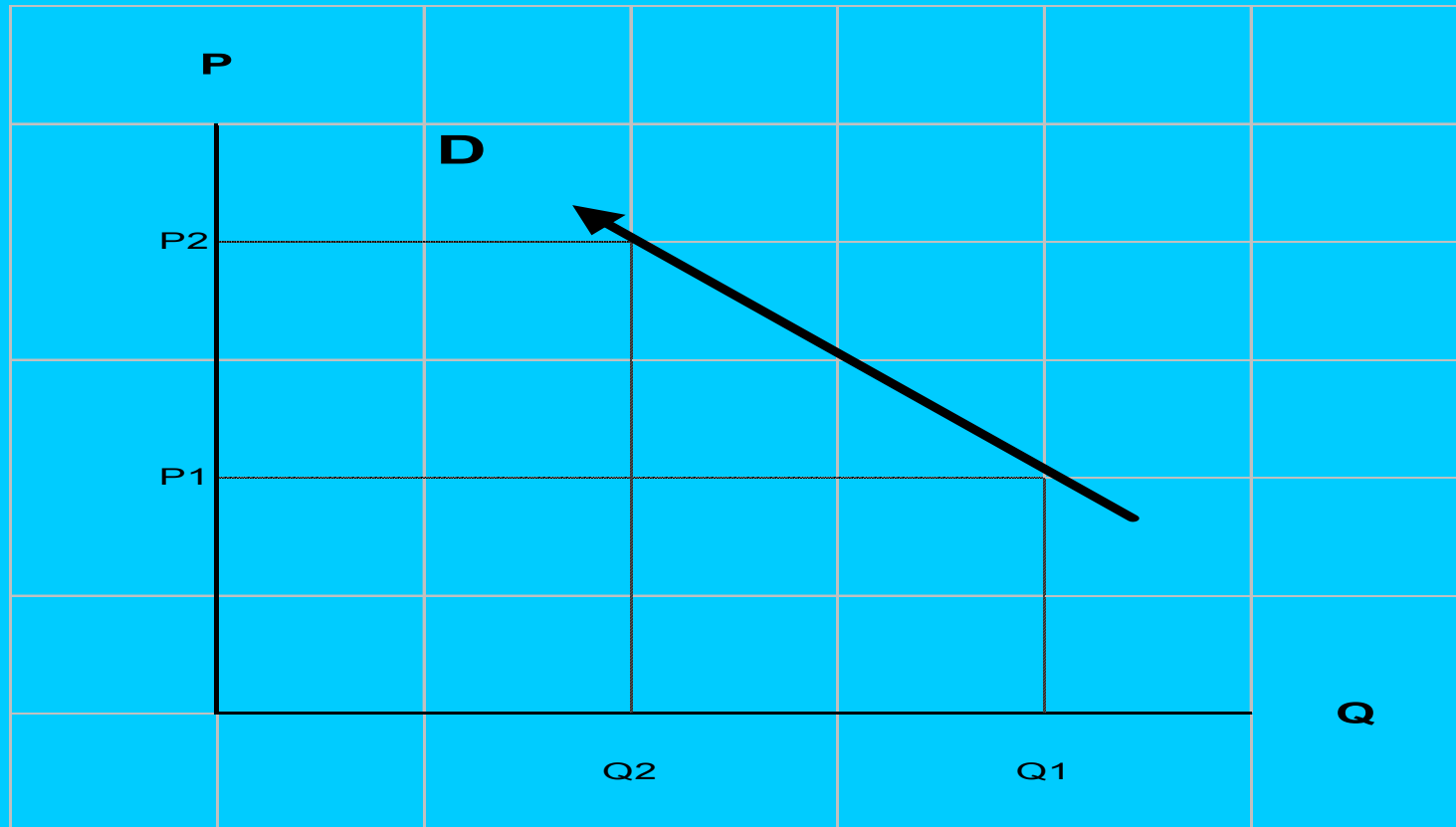
# VARIACIONES DE LA DEMANDA

A). La demanda se expande, se solicita mayor mercancía a consecuencia de una baja en el precio



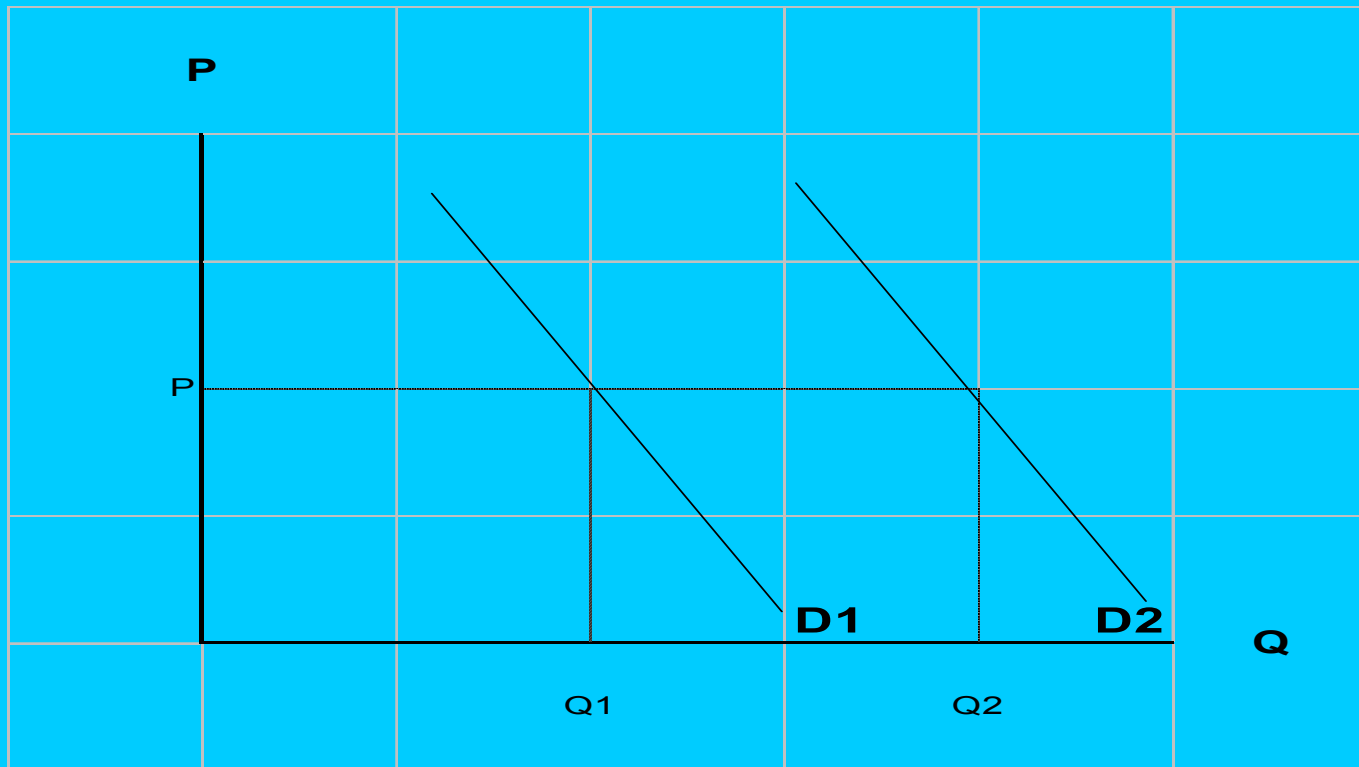
# VARIACIONES DE LA DEMANDA

B). La demanda se contrae, se solicita menor mercancía a consecuencia de una elevación en el precio



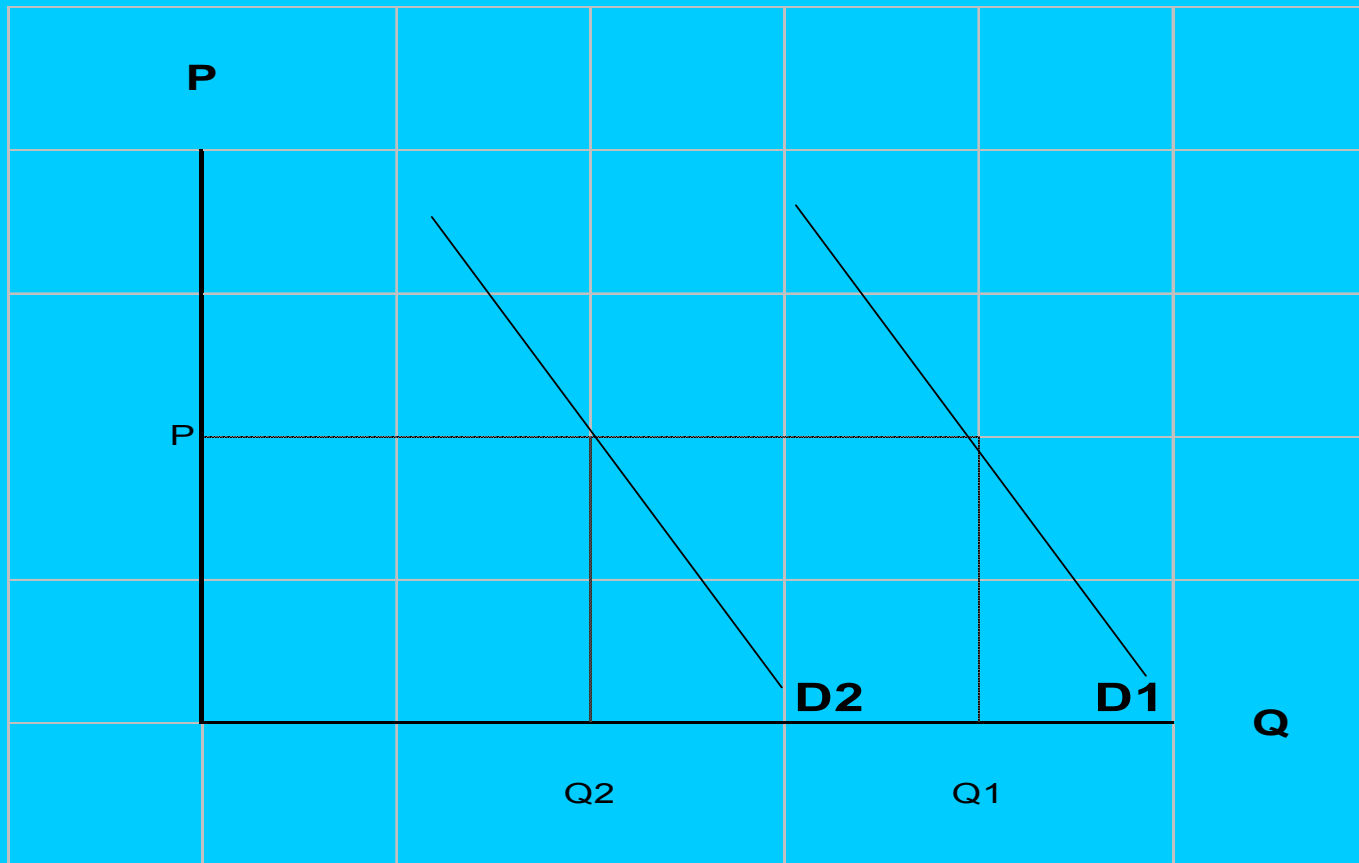
# VARIACIONES DE LA DEMANDA

C). La demanda se desplaza, aumenta cuando se solicita mayor cantidad de mercancía sin que el precio varíe.



# VARIACIONES DE LA DEMANDA

D). La demanda disminuye cuando a un mismo precio se solicita menos cantidad de mercancía.





# Elasticidad de la demanda

Manera en que la demanda de un bien corresponde a una variación de su precio, independientemente de que este aumente o disminuya

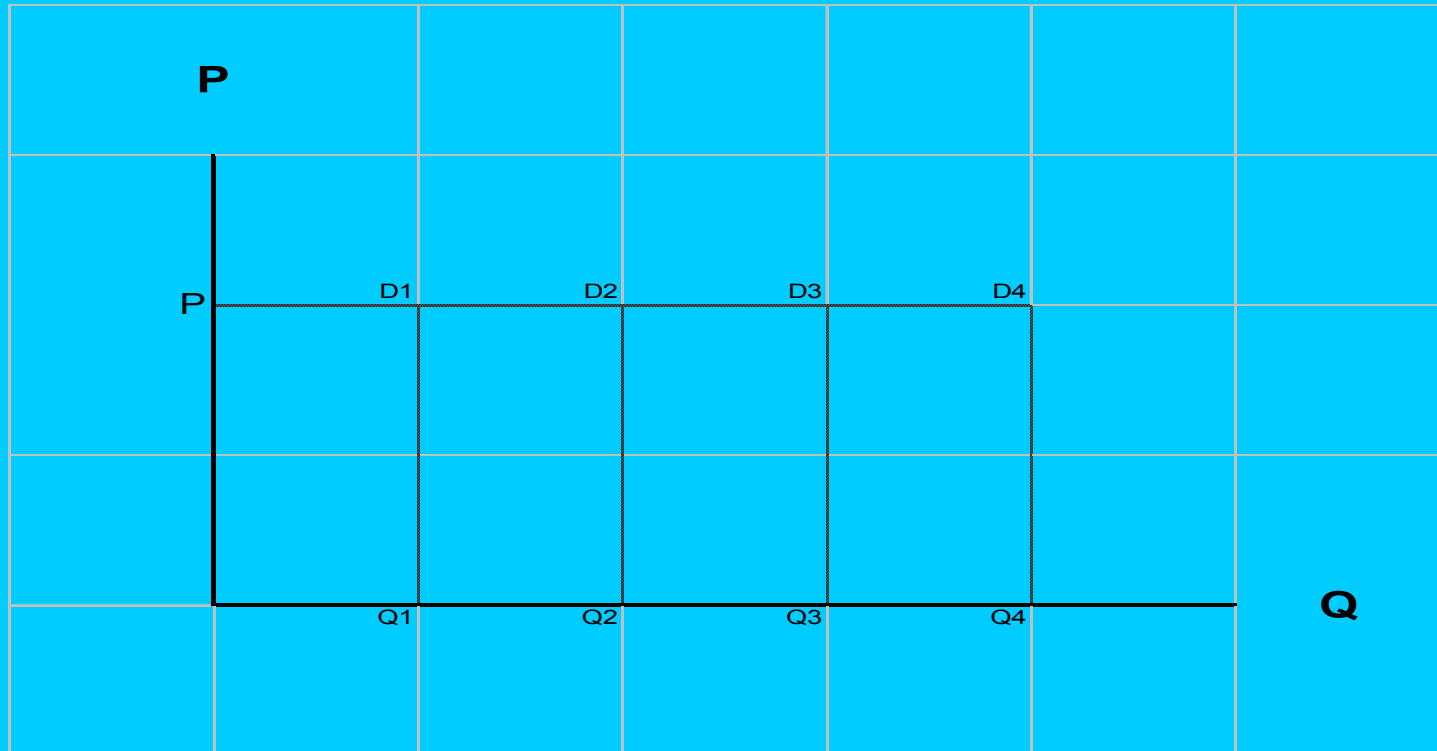
Elasticidad	$\% \Delta Q$
	$\% \Delta P$

# Elasticidad de la demanda

En un estudio de mercado,  
es necesario conocer la elasticidad-precio  
ya que ello permite  
formarse una idea aproximada de la magnitud  
y podría cambiar  
la cuantía de la demanda en caso  
de una modificación en el precio.

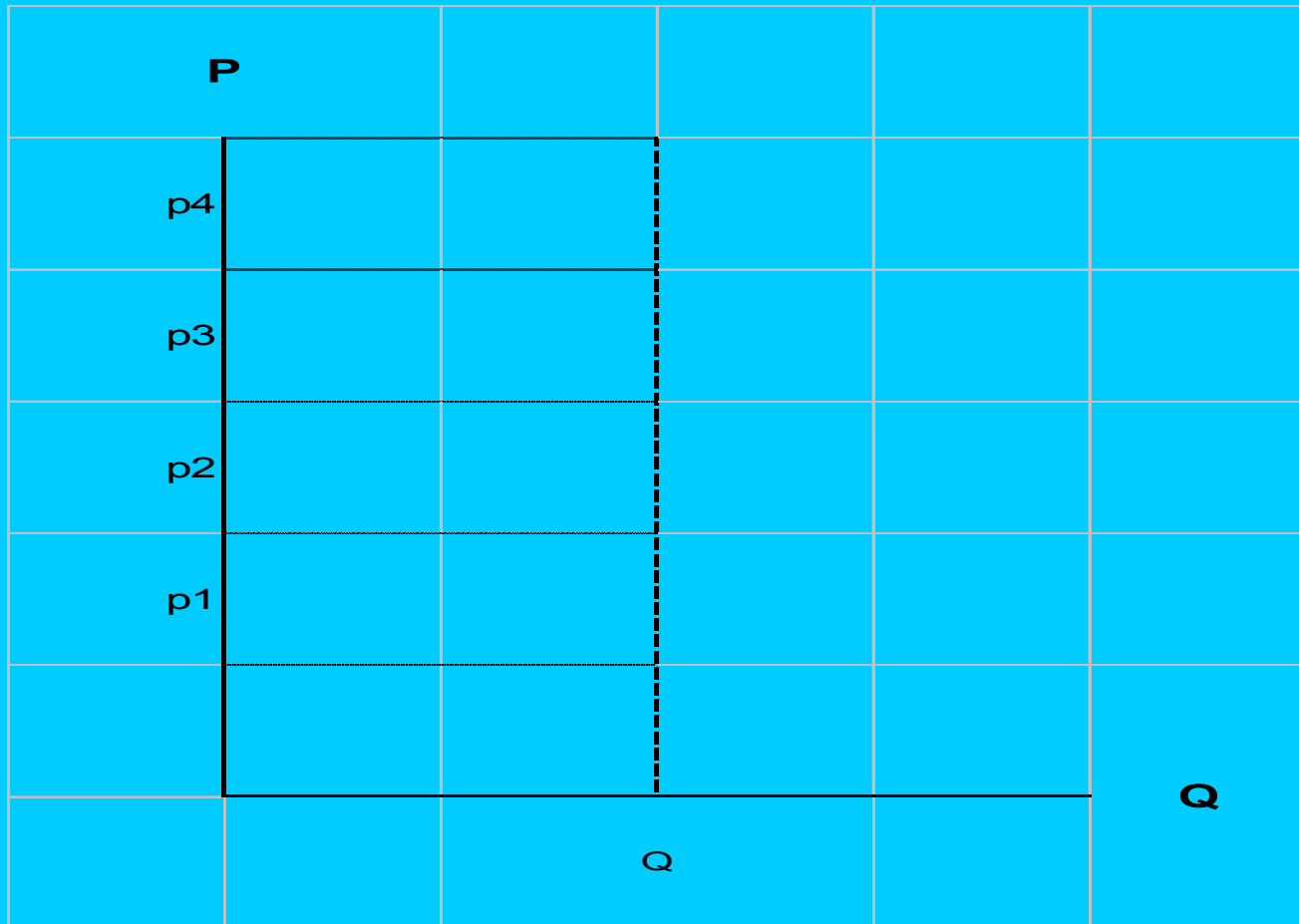
# A). Demanda elástica ( $\infty$ )

Infinita o mayor que la unidad, cuando una pequeña baja en el precio del bien hace que la demanda aumente en forma infinita. Se representa en la gráfica por una línea recta horizontal.



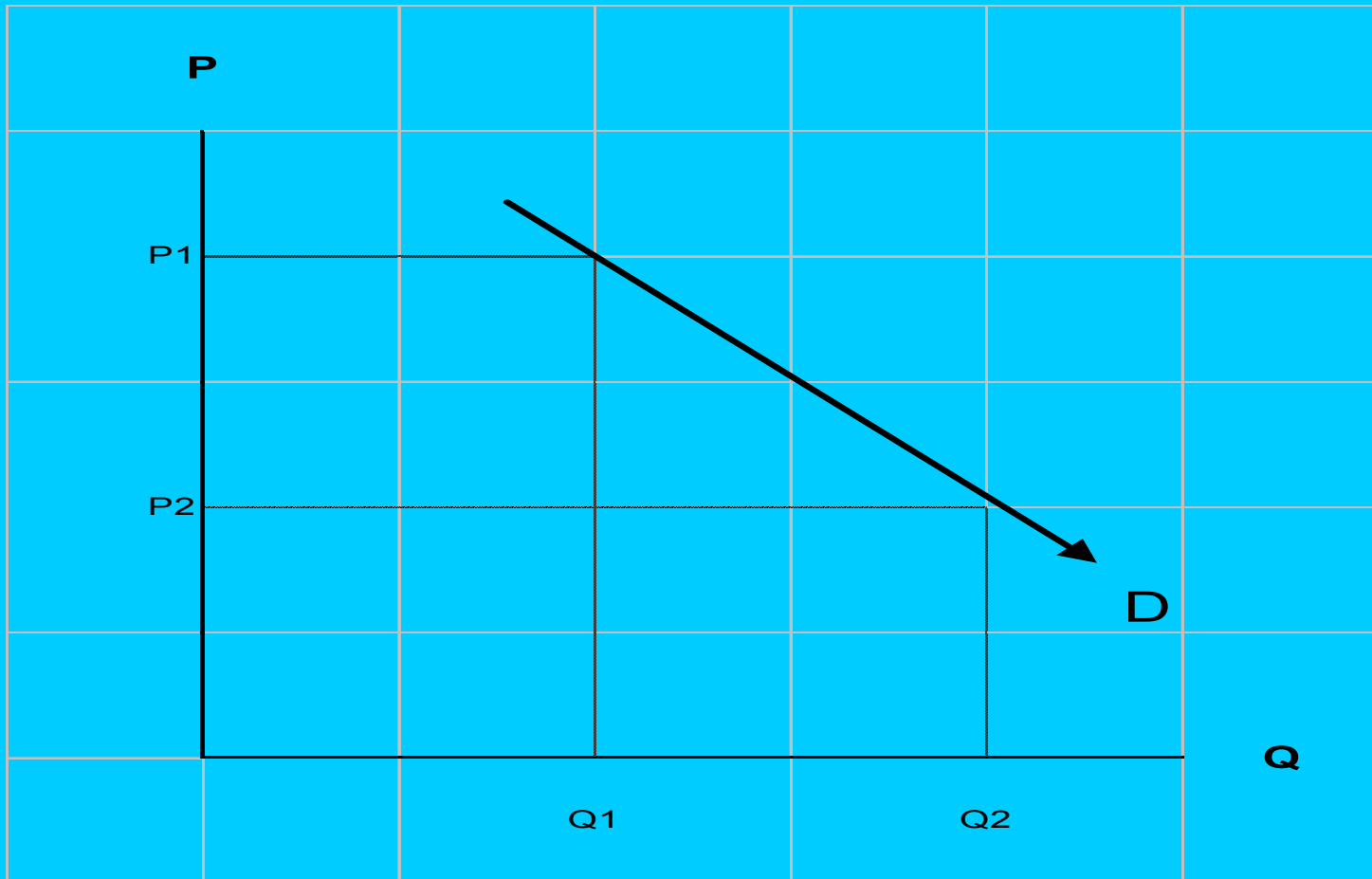
## B). Demanda inelástica (0)

Significa que la cantidad demandada del bien se mantiene constante independientemente de su precio.



# C). Demanda unitaria (1)

A una disminución en el precio se origina un aumento proporcional en la cantidad demandada.



# Análisis Histórico de comportamiento de la demanda

Es obtener una idea de la evolución pasada de esa demanda a fin de poder pronosticar su comportamiento futuro con un margen razonable de seguridad.

## ¿QUIÉNES COMPRARÍAN SU PRODUCTO?

- Los deseos de las personas casi no tienen límite pero sus bolsillos si los tienen, por esto la gente escoge los productos y servicios que le ofrecen la mayor satisfacción a cambio de lo que pagan, cuando esto sucede, esos deseos pasan a ser demandas.

# ¿Qué hacer para saber cuál es la demanda de su producto?

1. Segmente su mercado
2. Busque todas las personas que piense podrían comprar su producto, este será su mercado meta



## ¿Qué hacer para saber cuál es la demanda de su producto?

3. Busque información acerca de:

- \* qué cantidades se han vendido del producto anteriormente
- \* a qué precio
- \* quién lo ha vendido y cómo

Esto lo podría obtener en lugares el INEGI. Al tener esta información usted tendrá una guía de cómo se ha comportado anteriormente el producto.

# ¿Qué hacer para saber cuál es la demanda de su producto?

4. Como calcular que es lo que los posibles clientes le piensan comprar o consumir (Demanda actual), ésta es la cantidad total que compraría un grupo de personas de una zona geográfica.

- Hay varias formas para calcular la demanda del mercado, una de ellas sería la siguiente fórmula:

- $Q = n \times q \times p$

- $Q = n \times q \times p$

**Donde:**

- Q = demanda total del mercado
- n = cantidad de compradores en el mercado
- q = cantidad comprada por el comprador promedio al año
- p = precio de una unidad promedio

Esta fórmula dará la demanda anual en unidades monetarias.

Ahora pregúntese:

**¿Cuánto de toda esta demanda realmente puede cubrir su empresa?**

Usted puede tener una demanda muy grande, pero si no puede producir lo suficiente para cubrirla **NO SE AVENTURE**, establezca qué porcentaje de esa demanda usted puede suplir, a esto se le llama **PARTICIPACIÓN DE MERCADO** es recomendable que sea un porcentaje pequeño que vaya de acuerdo a su capacidad.

- Normalmente este porcentaje esta entre un 2% y un 6%, especialmente cuando es un producto nuevo.

# Ejemplo 1:

Si una empresa tiene capacidad para fabricar 3,600 camisas al año y la demanda anual es de 60,000 unidades, la participación de mercado de esta empresa sería de un 6%.

Este porcentaje se obtiene dividiendo el número de unidades que puede producir su empresa entre la demanda total.  
(3,600 / 60,000)

# Ejemplo 1:

- ¿Cuánto podría vender en el futuro?
- Planifique sus ventas, ¿cuanto piensa que podría vender en los próximos años?

## **Esto se hace así:**

- Calcule cuanto va a ser su demanda en el futuro. ¿Cómo?

Una forma podría ser haciendo una pregunta directa dentro de la encuesta que haga, y la otra sería según cuánto crece anualmente la población.

# Ejemplo 1:

■ Una vez que sepa cuál va a ser la demanda futura, multiplíquela por el porcentaje de participación que estableció anteriormente para saber cuáles van a ser sus ventas para los próximos años.

## ■ Ejemplo:

■ Demanda anual de producto: 10,500

■ Crecimiento Poblacional: 3.3%

■ Participación del mercado: 6%

■ **Incremento:**  $10,500 * 3.3\% = 347$

■ Demanda del Año Siguiende:  $10,500 + 347 = 10,847$  unidades

■ Ventas del Año Siguiende:  $10,847 * 6\% = 651$  unidades

## Ejemplo 2:

Suponga que usted pretende vender pañales desechables en Tegucigalpa, su mercado meta serían los padres de familia, que residen en Tegucigalpa, que pertenezcan a la clase social media a alta y que tengan bebés entre las edades de 0 y 4 años.

- Antes de calcular su demanda anual en unidades, usted debe obtener los siguientes datos:



## Ejemplo 2:

- 1) La población de Tegucigalpa (850,445)
- 2) Obtener el número de familias, dividiendo 850,445 entre 4 = 212,611 (se divide entre cuatro ya que la mayoría de las familias están integradas por cuatro miembros)
- 3) El porcentaje de la población que pertenece a la clase media y a la clase alta (17% clase media y 3% clase alta)
- 4) Los bebés entre 0 y 4 años. (105,122, o sea el 12.36% de la población de Tegucigalpa)

## Ejemplo 2:

- 5) Por medio de la encuesta, saber que porcentaje de las personas de clase media y de clase alta está dispuesta a comprar pañales.
- 6) De este porcentaje mencionado anteriormente, hay que saber cuantas unidades están dispuestas a comprar anualmente.
- 
- *NOTA: los datos de los numerales 5 y 6 son solamente supuestos para los fines de este ejemplo*

Para obtener la demanda anual en unidades, se puede utilizar la siguiente ecuación:

$\text{Demanda anual en unidades} = a \times b \times c \times d \times e$

donde:

a= total de número de familias en Tegucigalpa

b= porcentaje de bebés entre 0 y 4 años

c= % de población por clase social

d= % de consumo de pañales por clase

e= unidades de consumo anual

**Clase Media**  $212,611 \times 12.36\% \times 17\% \times 70\% \times 1,680 = 5,253,641$

**Clase Alta**  $212,611 \times 12.36\% \times 03\% \times 90\% \times 2,016 = 1,430,403$

**DEMANDA ANUAL EN UNIDADES** **6,684,044**

Es importante recordar que esta cifra no es la demanda para la marca de su producto, sino, que la demanda total para todas la marcas de un producto.