



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA Y PARTICIPACIÓN DE MERCADO
DE LA EMPRESA COLSA S.A. SEGÚN LOS ESTUDIOS REALIZADOS

TRABAJO PRÁCTICO DEL EXAMEN COMPLEXIVO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

AUTOR:

NIETO MACAS DANNY ALEXANDER

MACHALA - EL ORO

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, NIETO MACAS DANNY ALEXANDER, con C.I. 0705231272, estudiante de la carrera de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS de la UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA, en calidad de Autor del siguiente trabajo de titulación ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA Y PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE LA EMPRESA COLSA S.A. SEGÚN LOS ESTUDIOS REALIZADOS

- Declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional. En consecuencia, asumo la responsabilidad de la originalidad del mismo y el cuidado al remitirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto, asumiendo la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera EXCLUSIVA.

- Cedo a la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA de forma NO EXCLUSIVA con referencia a la obra en formato digital los derechos de:
 - a. Incorporar la mencionada obra al repositorio digital institucional para su democratización a nivel mundial, respetando lo establecido por la Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0), la Ley de Propiedad Intelectual del Estado Ecuatoriano y el Reglamento Institucional.

 - b. Adecuarla a cualquier formato o tecnología de uso en internet, así como incorporar cualquier sistema de seguridad para documentos electrónicos, correspondiéndome como Autor(a) la responsabilidad de velar por dichas adaptaciones con la finalidad de que no se desnaturalice el contenido o sentido de la misma.

Machala, 19 de noviembre de 2015

NIETO MACAS DANNY ALEXANDER
C.I. 0705231272

INTRODUCCION

CONTEXTUALIZACION

Las empresas realizan estudios de mercado a fin de determinar las previsiones de crecimiento de la demanda. en el caso de la empresa COLSA S.A., los estudios de mercado han arrojado datos que permitirán realizar un análisis sobre la factibilidad de la continuidad del negocio.

La demanda de mercado representa el volumen total a ser comprado o adquirido por un conjunto de consumidores. La empresa a través del respectivo análisis tomara las decisiones que sean más convenientes en este caso. (Enar Ruiz Conde, 2013)

INDICADORES DEL PROBLEMA:

Como indicadores del problema tenemos los siguientes:

Crecimiento de la demanda

Se debe estimar cuidadosamente su tamaño actual y su potencial futuro , es decir si las compañías quieren desarrollar estrategias eficaces para dirigir y desarrollar sus actividades de marketing , debe ser hábiles para medir la demanda actual como para pronosticar la demanda futura. (Philip Kotler, 2011)

Demanda potencial

La diferencia porcentual que se puede establecer en la demanda total, que significa el 100% de las peticiones de los consumidores para un servicio o un bien , y la demanda especifica de un servicio de una compañía en particular , es lo que llamaremos demanda potencial para una empresa. (VEGA, 2011)

OBJETIVO GENERAL

Determinar la demanda para la empresa COLSA S.A.

VENTAJAS COMPETITIVAS DEL TRABAJO

Al establecer el crecimiento de la demanda la empresa puede inferir si el producto que va a ofertar en el mercado generara la rentabilidad necesaria como para invertir en su introducción al mercado. (S.R., 2010)

Al calcular la demanda potencial la empresa COLSA S.A. puede proyectar la demanda futura de su producto y tomar una decisión acorde con el resultado obtenido ya sea para mejorar dicho producto o el marketing del producto y establecer la mejor alternativa con respecto a la demanda. (VEGA, 2011)

DESARROLLO

Caso: La empresa COLSA S.A. en los estudios del mercado efectuados han indicado que una industria tiene buenas perspectivas de crecimiento: los datos obtenidos para los próximos 5 años son los siguientes: año 1 (demanda de antenas 13759) ; participación de mercado 16%); año 2 (demanda de antenas 17500 ;participación de mercado 20%); año 3 (demanda de antenas 20800; participación del mercado 25%); año 4 (demanda de antenas 25000; participación de mercados 30%); año 5 (demanda de antenas 27000; participación de mercado 30%) ¿Determinar la demanda correspondiente para COLSA S.A.?

A continuación un gráfico que indica la demanda y participación de mercado de la empresa COLSA S.A. para los siguientes cinco años

AÑO	DEMANDA	PARTICIPACION DEL MERCADO
1	13759	16%
2	17500	20%
3	20800	25%
4	25000	30%
5	27000	30%

Luego se procede a la determinación de la tasa de crecimiento de la demanda, como se señala en el cuadro que sigue.

Determinación de la tasa de crecimiento de la demanda.

De acuerdo al grafico podemos observar un incremento significativo (27%) del año 1 al año 2, del año 2 al año 3 la tasa de crecimiento se incrementa en comparación al periodo anterior (19%); la tasa de crecimiento se incrementa de manera leve (20%) del año 3 al año 4; sin embargo, del año 4 al año 5 se reduce el porcentaje drásticamente, en comparación a los cinco años anteriores (8%)

	DIFERENCIA		VALOR PORCENTUAL
AÑO2 – AÑO1	17500 - 13759	3741	27%
AÑO3 – AÑO2	20800 - 17500	3300	19%
AÑO4 – AÑO3	25000 - 20800	4200	20%
AÑO5 - AÑO4	27000 - 25000	2000	8%

Determinación de la tasa de crecimiento promedio

Se obtiene sumando todos los valores correspondientes a la columna del valor porcentual para el número de periodos, como se efectúa a continuación.

$$TCP = \frac{27\% + 19\% + 20\% + 8\%}{4} = 19\%$$

El resultado que es del 19% muestra un promedio aceptable de crecimiento de la demanda para la empresa COLSA S.A.

Demanda potencial

Para obtener la demanda potencial, se multiplica la demanda del último año por el valor porcentual de la demanda promedio, como se señala en la siguiente tabla.

DEMANDA DE AÑO 6 =	27000 * 19% =	5091.43 + 27000 =	32091.43
DEMANDA DE AÑO 7 =	32091.43 * 19% =	6097.37 + 32091.43 =	38188.8
DEMANDA DE AÑO 8 =	38188.8 * 19% =	7255.87 + 38188.8 =	45444.67
DEMANDA DE AÑO 9 =	45444.67 * 19% =	8634.49 + 45444.67 =	54079.16

DEMANDA DE AÑO 10 =	$54079.16 * 19\% =$	$10275.04 + 54079.16 =$	64354.2
---------------------	---------------------	-------------------------	---------

De acuerdo a los datos obtenidos en el cálculo de la demanda potencial podemos ver como al fin del periodo calculado la demanda prácticamente se duplica, pasando de 32091.43 en el año seis a 64354.20 en el año diez. Esto da a notar una buena perspectiva de crecimiento.

Demanda histórica.

AÑOS DEMANDA	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
	32091.43	38188.8	45444.67	54079.16	64354.2

Así mismo al observar la demanda histórica podemos ver un incremento en la misma, lo que daría a la empresa COLSA S.A. una aceptable perspectiva de crecimiento en los siguientes años.

CIERRE

CONCLUSIONES

La demanda de la empresa en el periodo de 5 años sufre una disminución de acuerdo al porcentaje obtenido al finalizar el 5to año es apenas el 8%

La tasa de crecimiento promedio de la demanda para la empresa COLSA S.A. según el resultado se ubica en el 19%, lo cual representa un promedio que se puede considerar aceptable.

El resultado de la demanda potencial muestra un incremento aceptable de la misma durante los siguientes 5 años proyectado generando buena perspectiva de crecimiento para la empresa

RECOMENDACIONES

Es necesario buscar una mayor participación en el mercado que se puede obtener mejorando el producto y disminuyendo el costo para mejorar el precio.

A través de lo anteriormente indicado se deberá mejorar la tasa promedio de crecimiento de la demanda para la empresa, lo cual debe generar mejores resultados económicos para la misma.

Una vez implementadas las medidas relacionadas con el mejoramiento del producto y generando un precio que mejore la competitividad se debe buscar mantenerse en un nivel alto de la demanda potencial.

REFERENCIAS

Bibliografía

Philip Kotler, G. A. (2011). MARKETING OCTAVA EDICION. En G. A. Philip Kotler, *MARKETING OCTAVA EDICION* (pág. 677). FLORIDA: Pearson Educación,.

S.R., V. (2010). ANALISIS DE MERCADO . En V. S.R., *ANALISIS DE MERCADO* (pág. 14). MALAGA : PUBLICACIONES VERTICE S.R.

VEGA, V. H. (2011). MERCADEO BASICO EMPRESARIAL . En V. H. VEGA, *MERCADEO BASICO EMPRESARIAL* (pág. 79). SAN JOSE : UNIVERSIDAD ESTATALA DISTANCIA.

[Urkund] 4% de similitud - dannymacas@hotmail.com

Recibidos x



report@analysis.urkund.com

11:03 (hace 2 horas)

para mí

Documento(s) entregado(s) por: dannymacas@hotmail.com

Documento(s) recibido(s) el: 23/10/2015 17:52:00

Informe generado el 23/10/2015 18:03:35 por el servicio de análisis documental de Urkund.

Mensaje del depositante:

Documento : TITULACION DANNY NIETO.docx [D15831788]

Alrededor de 4% de este documento se compone de texto más o menos similar al contenido de 23 fuente(s) considerada(s) como la(s) más pertinente(s).

La más larga sección comportando similitudes, contiene 36 palabras y tiene un índice de similitud de 76% con su principal fuente.