



**Mi Universidad**

## **Cuadro sinóptico.**

*Nombre del Alumno: Siomara Grisel Vázquez Gómez.*

*Nombre del tema: Aplicaciones de la oferta y la demanda.*

*Parcial: 3*

*Nombre de la Materia: Economía de la Empresa.*

*Nombre del profesor: Yaneth del Rocio Espinosa Espinosa.*

*Nombre de la Licenciatura: Administración y Estrategia de Negocios.*

*Quinto Cuatrimestre.*

*Comitán de Domínguez, Chiapas, 9 de marzo del 2024.*



# APLICACIONES DE LA OFERTA Y LA DEMANDA

## 3.1 INTERFERENCIA CON EL MECANISMO DE PRECIOS.

Un cambio en la demanda o en la oferta podrá traer consigo acciones que ocasionarán el equilibrio en una intersección nueva de oferta y demanda.

Se mostró que, en el corto plazo, los cambios en el precio eliminarán las carestías o los excedentes.

En el largo plazo, los recursos en la economía se desplazan de la producción de un producto hacia otro en respuesta a los cambios en la demanda.

El desplazamiento lejos de un equilibrio y el movimiento hacia un equilibrio nuevo procederá cuando a estos movimientos se les permita ocurrir libremente y sin los impedimentos de cualquier interferencia externa.

## 3.2 INCIDENCIA DE LOS IMPUESTOS.

Un impuesto sobre el consumo es un impuesto gravado como una cantidad específica por unidad de producto.

Algunas veces también se denomina como impuesto específico, en oposición a un impuesto sobre ventas, el cual es gravado como un porcentaje del precio de un producto o servicio.

El efecto del impuesto en la cantidad de equilibrio es importante para la unidad del gobierno que recauda el impuesto.

El tabaco y el alcohol están muy frecuentemente entre los primeros productos en seleccionarse cuando se contemplan impuestos adicionales.

## 3.3 INTERFERENCIA CON EL MECANISMO DE PRECIOS II: AGRICULTURA.

Las decisiones de negocios no se toman sólo en las industrias manufacturera o de servicios.

También la agricultura es un negocio, y los agricultores, ya sea que posean propiedades pequeñas o grandes, deben tomar decisiones que afectarán su futuro.

Los propietarios de empresas agrícolas toman sus decisiones en circunstancias muy diferentes que las que toman otras personas de negocios.

Los ingresos agrícolas en Estados Unidos, como en cualquier otro país, son bastante inestables. Tanto las curvas de demanda como las curvas de oferta de corto plazo para alimentos son muy inelásticas.

Por ejemplo, algún desastre natural disminuye la cosecha de trigo en un año determinado (es decir, desplaza la curva de la oferta hacia la izquierda), el precio del trigo se elevará.

## 3.4 ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA.

Muchas empresas tienen sus propios departamentos de investigación de mercados, así como departamentos de investigación económica.

Existen muchas formas en las que los investigadores de mercado buscan la "verdad" del comportamiento del consumidor. Ellos podrían usar el enfoque directo de una encuesta al consumidor, ya sea cara a cara

Otro método directo utilizado por los investigadores de mercado es el grupo de enfoque. Se les pide a los consumidores que asistan a una reunión grupal conducida por un investigador, y se hacen varias preguntas relacionadas con los bienes y servicios de una compañía.

La tecnología está haciendo posible que las compañías acumulen, almacenen y procesen grandes cantidades de datos acerca del comportamiento del consumidor.

## 3.5 ANALISIS DE REGRESIÓN.

El propósito básico del análisis de regresión es el de estimar la relación cuantitativa entre variables.

**Primero** Este procedimiento estadístico es el de especificar el modelo de regresión (también llamado ecuación de regresión).

**Segundo** Consiste en obtener datos acerca de las variables especificadas en el modelo.

**Tercero** Es el de estimar el impacto cuantitativo que cada una de las variables independientes tiene en la variable dependiente.

**Cuarto** Probar la significancia estadística de los resultados de regresión.

**Quinto** Finalmente, los resultados del análisis de regresión resultan útiles como material de apoyo en la elaboración de políticas y en la toma de decisiones de negocios.

El análisis de regresión implica dos tipos básicos de variables:

**Variable dependiente**

Es el foco central de cualquier estudio de regresión y es la variable que los investigadores tratan de explicar y predecir.

**Variables independientes**

Empleadas en el análisis de regresión de la demanda son el precio, precios de productos relacionados, gustos y preferencias, ingreso y número de compradores.



# APLICACIONES DE LA OFERTA Y LA DEMANDA



## 3.6 EVALUACIÓN DE LOS COEFICIENTES DE REGRESIÓN.

Los datos se reúnen con base en dos variables, una dependiente y la otra independiente; una línea se ajusta a través de la dispersión de puntos que representan los valores de las dos variables.

Para evaluar la utilidad de los resultados del análisis de regresión en la toma de decisiones de negocios, necesitamos entrar al ámbito de la estadística inferencial.

Pero si se utiliza una muestra en vez de la población total, el investigador debe evaluar el grado en que los resultados de esta muestra reflejan a la población.

## 3.7 MULTICOLINEALIDAD Y AUTOCORRELACIÓN.

Uno de los principales supuestos hechos en la construcción de la ecuación de regresión múltiple es que las variables independientes no están relacionadas entre sí en ninguna forma sistemática.

La existencia de tal condición en el análisis de regresión se denomina multicolinealidad.

La multicolinealidad se puede detectar también al examinar el coeficiente de correlación entre dos variables que se sospecha están relacionadas estrechamente.

La autocorrelación es un problema que se encuentra generalmente cuando se utilizan datos de series de tiempo. Por esta razón con frecuencia se denomina correlación serial.

## 3.8 PRONÓSTICOS.

Los pronósticos se utilizan tanto en el establecimiento de objetivos como en la creación de planes.

Los pronósticos están íntimamente relacionados con el establecimiento y la planeación de objetivos, pero las funciones no son idénticas.

Un pronóstico puede mostrar qué pasará en ciertas condiciones y bajo ciertos supuestos. En tales casos, un planificador trabaja con estos pronósticos, pero también diseña acciones que pueden contrarrestar o corregir el pronóstico.

Por ejemplo, un pronóstico muestra una tendencia desfavorable en las ventas de un producto en particular para el año siguiente, el plan podría recomendar acciones que contrarrestaran esta predicción.

## 3.9 MATERIA DE PRONÓSTICO.

Los negocios utilizan el pronóstico para obtener información acerca de muchos temas. En el análisis final, las empresas están interesadas en las utilidades y ventas futuras.

La serie de pronósticos económicos más amplia es el producto interno bruto (PIB), que describe la producción de bienes y servicios en un país.

También existen pronósticos de los componentes del PIB, por ejemplo, gastos de consumo, gastos en equipo durable de producción, o construcción residencial.

Un nivel inferior al pronóstico macro es el pronóstico industrial. Las ventas futuras de la industria de las bebidas gaseosas como un todo se incluyen aquí.

## 3.10 PRERREQUISITOS DE UN BUEN PRONÓSTICO.

Primero, un pronóstico en particular debe ser consistente con las otras partes del negocio.

En segundo lugar, un buen pronóstico generalmente debe basarse en el conocimiento adecuado del pasado relevante.

Tercero, en el pronóstico debe tomarse en consideración el ambiente político y económico.

Existen muchos métodos diferentes de pronóstico. Uno de los retos que enfrenta el pronosticador es el de elegir la técnica adecuada.

Las técnicas de pronósticos se clasifican de muchas formas.

1. Opinión experta.
2. Consultas de opinión e investigación de mercado.
3. Encuestas de planes de gastos.
4. Indicadores económicos.
5. Proyecciones.
6. Modelos econométricos.

## 3.11 LA TEORÍA Y LA ESTIMACIÓN DE LA PRODUCCIÓN.

La función de producción es una expresión de la relación entre los recursos escasos de una empresa (sus insumos) y la producción que resulta del uso de esos recursos.

El análisis del costo económico puede entonces ser visto como la aplicación de una unidad monetaria, como el dólar, para medir el valor de uso de este insumo en el proceso de producción.

Una función de producción de corto plazo muestra la cantidad máxima de un bien o servicio que se puede producir a partir de un conjunto de insumos, si se supone que la cantidad de al menos uno de los insumos utilizados permanece sin cambios.

Una función de producción de largo plazo muestra la cantidad máxima de un bien o servicio que se puede producir a partir de un conjunto de insumos, si se supone que la empresa es libre de variar la cantidad de todos los insumos que se utilizarán.





### 3.12 FUNCIÓN DE LA PRODUCCIÓN A LARGO PLAZO.

Si la producción se incrementa en la misma proporción los insumos, la empresa experimenta rendimientos constantes a escala.

Una escala más grande de producción puede permitir a la empresa dividir tareas en actividades más especializadas, con lo cual se incrementa la productividad de la mano de obra.

Una operación en una escala mayor puede permitir a la compañía justificar la compra de maquinaria más avanzada (por tanto, más productiva).

Estos factores ayudan a explicar por qué una empresa puede experimentar rendimientos crecientes a escala.

### 3.13 ESTIMACIÓN ESTADÍSTICA DE LA PRODUCCIÓN.

Los insumos deben medirse como variables de "flujo" en lugar de variables de nivel, y esto no siempre es posible.

El insumo más importante es la mano de obra. Medir este insumo en horas es tal vez la mejor opción para nuestros propósitos.

Si la estimación de la función de producción se realiza mediante el análisis de regresión, entonces debemos elegir entre el análisis de series de tiempo y el de corte transversal.

El análisis de corte transversal es favorecido cuando los datos recabados cubren varias plantas en un periodo dado.

### 3.14 LA TEORÍA Y LA ESTIMACIÓN DEL COSTO.

El costo se ha vuelto particularmente importante en años recientes a medida que las presiones competitivas crecientes, los cambios en la tecnología y la demanda del consumidor han hecho más difícil para las empresas alcanzar altos márgenes de utilidades.

Otra forma común en que las compañías han tratado de recortar costos para seguir siendo competitivas es la de fusionar, consolidar y después reducir su número de personal.

El análisis económico de los costos empieza con la función de producción.

En una organización de negocios típica, el costo generalmente se considera del dominio del departamento de contabilidad.

### 3.15 RELACIÓN ENTRE PRODUCCIÓN Y COSTO.

El análisis económico del costo está estrechamente ligado al análisis económico de producción.

Se puede decir que la función de costo utilizada en el análisis económico es simplemente la función de producción expresada en unidades monetarias

La única suposición adicional que se necesita para determinar la función de costo económico a corto plazo se refiere a los precios de los insumos utilizados en el proceso de producción.

