



Súper Nota.

Nombre del Alumno: Siomara Grisel Vázquez Gómez.

Nombre del tema: Unidad II.

Parcial: 2

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, 10 de febrero del 2024.

UNIDAD II

ELABORADO POR: SIOMARA GRISEL VÁZQUEZ GÓMEZ.

2.1 DEMANDA DEL MERCADO.



Ciertamente, la oferta y la demanda constituyen el marco conceptual dentro del cual se analizan los detalles específicos de la economía de la empresa.

La demanda por un bien o servicio se define como: Las cantidades de un bien o servicio que la gente se encuentra dispuesta a comprar a distintos precios dentro de un cierto periodo, al mantenerse constantes otros factores distintos al precio.



2.2 FACTORES QUE OCASIONAN LA DEMANDA.



1. Gustos y preferencias. La publicidad, promociones e incluso reportes gubernamentales pueden tener efectos profundos sobre la demanda a través de sus impactos sobre los gustos y preferencias de la gente por un bien o servicio en particular.

2. Ingreso. A medida que el ingreso de las personas se eleva, resulta razonable esperar que su demanda por un producto se incremente y viceversa.

3. Precios de los productos relacionados. Un bien o servicio puede relacionarse con otro al ser complementario o sustituto.



4. Expectativas futuras. Si suficientes compradores esperan que el precio de un bien o servicio se eleve (caiga) en el futuro, esto podría ocasionar que la demanda actual se elevara (disminuyera).

5. Número de compradores. El impacto del número de compradores en la demanda debe ser evidente; en lo que a vendedores se refiere, mientras más compradores, mejor.

2.3 OFERTA DEL MERCADO.

La oferta de un bien o servicio se define como Las cantidades de un bien o servicio que la gente se encuentra dispuesta a vender a distintos precios dentro de cierto periodo al mantenerse constantes otros factores distintos al precio.





La ley de la demanda establece que la cantidad demandada está relacionada de forma inversa con el precio, al mantenerse constantes otros factores.

Factores

- Costos y tecnología.
- Precios de otros bienes y servicios ofertados por el vendedor.
- Expectativas futuras.
- Número de vendedores.
- Condiciones climáticas.



2.5 CAMBIOS DEL MERCADO EN EL CORTO PLAZO: LA "FUNCIÓN RACIONADORA" DEL PRECIO.



Todas las determinantes distintas al precio que pueden afectar a la demanda o a la oferta de un producto.

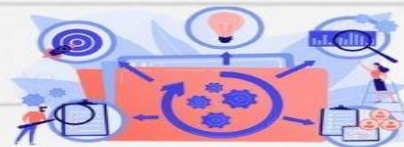
Un incremento en la demanda ocasiona que el precio y la cantidad de equilibrio se eleven. Una disminución en la demanda ocasiona que el precio y la cantidad de equilibrio disminuyan.



Un incremento en la oferta ocasiona que el precio de equilibrio disminuya y que la cantidad de equilibrio aumente. Una disminución en la oferta ocasiona que el precio de equilibrio aumente y que la cantidad de equilibrio disminuya.

2.6 ANÁLISIS DEL MERCADO EN EL LARGO PLAZO: LA "FUNCIÓN DE GUÍA" O "DISTRIBUCIÓN" DEL PRECIO.

En el análisis económico entre el corto plazo y el largo plazo, se refiere a la cantidad de tiempo que le toma a los vendedores y compradores reaccionar ante los cambios en el precio de equilibrio del mercado.



1. Corto plazo: Periodo en el que los vendedores que ya se encuentran en el mercado responden a un cambio en el precio de equilibrio mediante el ajuste de la cantidad de ciertos recursos.

2. Largo plazo: Periodo en el que nuevos vendedores pueden ingresar a un mercado o los vendedores originales pueden salir él.

Referencia: Antología (UDS) Economía de la empresa

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/biblioteca/12839c01553f4516c06021c001654188.pdf>