



Cuadro sinóptico

Nombre del Alumno: Alexa Gabriela Rodríguez Galindo

Nombre del tema: Aplicaciones de la oferta y la demanda

Parcial: 3ª unidad

Nombre de la Materia: Economía de la empresa

Nombre del profesor: Yaneth Del Rocía Espinoza

Nombre de la Licenciatura: Administración y estrategia de negocios

Cuatrimestre: 5ª

APLICACIONES DE LA OFERTA Y LA DEMANDA.

| | | |
|---|---|---|
| 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 | En corto plazo, los cambios en el precio eliminarán las carestías o los excedentes En 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 |
| INCIDENCIA DE LOS IMPUESTOS | Un impuesto sobre el consumo es un impuesto gravado como una cantidad específica por unidad de producto. | 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. |
| INTERFERENCIA CON EL MECANISMO DE PRECIOS II: AGRICULTURA | Una de las técnicas que se ha utilizado es la de garantizar precios. El gobierno, en efecto, garantiza al agricultor que si la cosecha entera no se puede vender al precio estipulado, comprará la porción no vendida (excedente) al agricultor. | Para reducir las cantidades que se tienen que pagar a los agricultores, se instituyó una política de control de producción Otro tipo de política es el establecimiento de precios objetivo garantizados por el gobierno. |
| ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA | Los directores de una empresa necesitan conocer la verdadera relación cuantitativa entre la demanda y los factores que la afectan. | Para quienes toman las decisiones, la respuesta a esta pregunta es crucial. Podemos anticipar que ellos estarían dispuestos a pagar sumas considerables de dinero para obtener esta información. Existen muchas formas en las que los investigadores de mercado buscan la verdad del comportamiento del consumidor. |
| ANÁLISIS DE REGRESIÓN. | El propósito básico del análisis de regresión es el de estimar la relación cuantitativa entre variables. | El primer paso en este procedimiento estadístico es el de especificar el modelo de regresión El segundo consiste en obtener datos acerca de las variables especificadas en el modelo. El tercero es el de estimar el impacto cuantitativo que cada una de las variables independientes tiene en la variable dependiente El cuarto paso es el de probar la significancia estadística de los resultados de regresión |
| EVALUACIÓN DE LOS COEFICIENTES DE REGRESIÓN. | El análisis de regresión en relación con lo que se denomina estadística descriptiva. | Los datos se reúnen con base en dos variables Dependiente Independiente |
| MULTICOLINEALIDAD Y AUTOCORRELACIÓN | MULTICOLINEALIDAD. 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. AUTOCORRELACIÓN. 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. | |
| PRONÓSTICOS | 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. | El pronóstico original se sustituye por un pronóstico nuevo y revisado, con condiciones y suposiciones alteradas. |
| MATERIA DE PRONÓSTICO. | En el análisis final, las empresas están interesadas en las utilidades y ventas futuras (el rubro final). | La serie de pronósticos económicos más amplia es el producto interno bruto (PIB), que describe la producción de bienes y servicios en un país |
| 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. | |
| LA TEORÍA Y LA ESTIMACIÓN DE LA PRODUCCIÓN | La función de producción. | Sin importar qué tanta ganancia se genere por el plan de marketing, si el costo de producción no puede ser controlado, la compañía no podrá obtener un nivel de ganancias aceptable. |
| ESTIMACIÓN ESTADÍSTICA DE LA PRODUCCIÓN. | Cuando la estimación estadística concierne a una planta o un grupo de plantas, los datos provendrán de los registros de la compañía (contabilidad, recursos humanos, compras, fabricación y otros). | La medición de insumos también varía en nivel de dificultad. Los insumos deben medirse como variables de "flujo" en lugar de variables de nivel, y esto no siempre es posible. |
| LA TEORÍA Y LA ESTIMACIÓN DEL COSTO | Importancia de los costos en las decisiones empresariales. | 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 mediante la elevación de sus precios. |
| RELACIÓN ENTRE PRODUCCIÓN Y COSTO. | El análisis económico del costo está estrechamente ligado al análisis económico de producción que se estudió en el capítulo previo | De hecho, uno puede decir que la función de costo utilizada en el análisis económico es simplemente la función de producción expresada en unidades monetarias más que en físicas. |
| FUNCIÓN DE PRODUCCIÓN A LARGO PLAZO | En el largo plazo, una empresa tiene tiempo suficiente para cambiar la cantidad de todos sus insumos. | Por lo tanto, no existe en realidad ninguna diferencia entre insumos fijos y variables. |

BIBLIOGRAFÍA

Antología de la universidad

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LAN/gacd9c8df326a502073f514156f536ec-LC-%20LAN%20501%20ECONOMIA%20DE%20LA%20EMPRESA.pdf>