



Nombre del Alumno: Juan Antonio Espinosa Hernández

Nombre del tema: super nota

Parcial: 3

Nombre de la Materia: ECONOMIA DE LA EMPRESA

*Nombre del profesor: **Yaneth del roció espinosa espinosa***

Nombre de la Licenciatura: administración y estrategias de negocios

*Cuatrimestre: **5***

OFERTA Y DEMANDA



DEMANDA DEL MERCADO

La demanda: son 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.

Los cambios en el precio originan cambios en la cantidad demandada (es decir, movimientos a lo largo de la curva de demanda). Los cambios en las determinantes distintas al precio originan cambios en la demanda (es decir, desplazamientos de la curva de demanda).



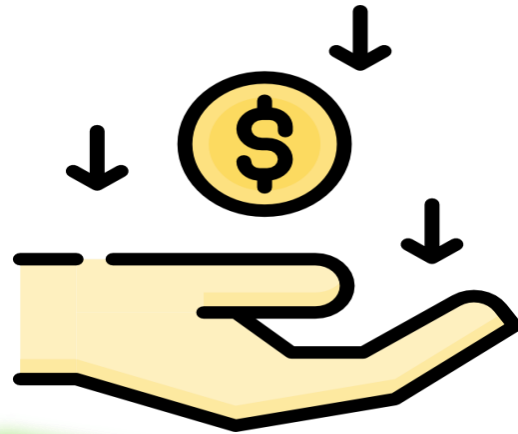
FACTORES QUE OCASIONAN LA DEMANDA: Los factores que ocasionan que la demanda cambie se denominan determinantes de la demanda no basadas en el precio

1. Gustos y preferencias. ¿Por qué la gente compra cosas? Profesores de mercadotecnia, investigadores corporativos de mercado y ejecutivos de publicidad pasan sus carreras intentando responder a esta pregunta.



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. Si el precio de un producto sustituto cambia, esperamos que la demanda del bien bajo consideración cambie en la misma dirección del cambio en el precio del sustituto

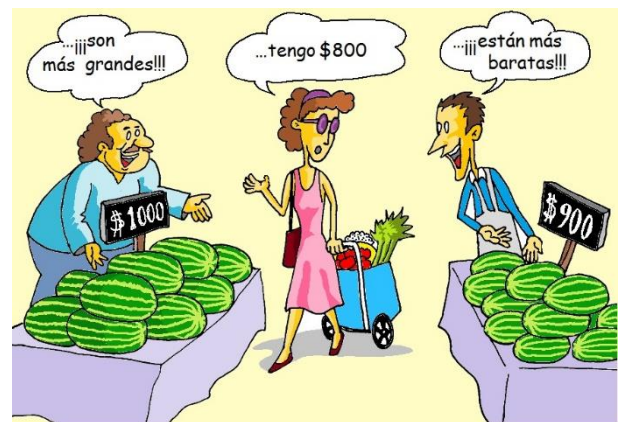


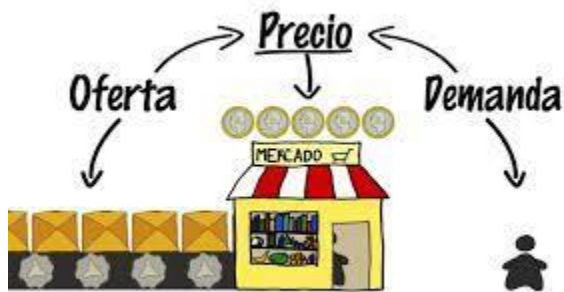
4. Expectativas futuras. Si suficientes compradores esperan que el precio de un bien o servicio se eleve (caiga) en el futuro, esto podría ocasionar que la demanda actual se elevara (disminuyera).

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. Sin embargo, lo que resulta interesante es la forma en la que los cambios en la composición demográfica y en los gustos y preferencias dentro de grupos demográficos pueden afectar al conjunto de compradores potenciales de un bien o servicio particular.



OFERTA DEL MERCADO: 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





Recuerde que la ley de la demanda establece que la cantidad demandada está relacionada de forma inversa con el precio, al mantenerse constantes otros factores. Por otro lado, la ley de la oferta establece que la cantidad ofrecida se relaciona de forma directa con el precio, al mantenerse constantes otros factores

Al analizar la parte de la oferta del mercado, resulta importante plantear la distinción entre cantidad ofrecida y oferta. La distinción entre estos dos términos es la misma que la que se utiliza para la parte de la demanda del mercado: Los cambios en el precio originan cambios en la cantidad ofrecida (es decir, movimientos sobre la curva de oferta). Los cambios en las determinantes distintas al precio originan cambios en la oferta (es decir, desplazamientos de la curva de oferta)



DEMANDA

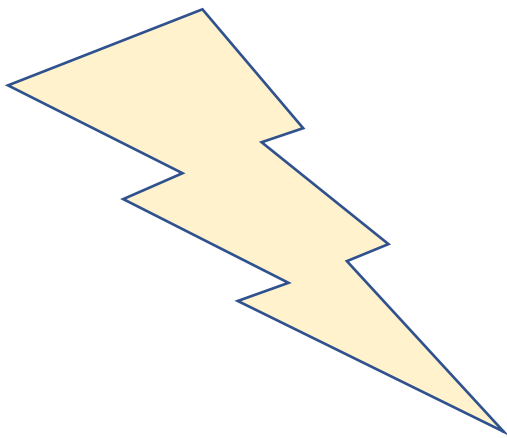
1. Gustos y preferencias
2. Ingreso
3. Precios de productos relacionados
4. Expectativas futuras entre compradores
5. Número de compradores

OFERTA

1. Costos y tecnología
2. Precios de otros productos ofertados
3. Expectativas futuras entre vendedores
4. Número de vendedores
5. Condiciones climatológicas (particularmente para productos agrícolas)

CAMBIOS DEL MERCADO EN EL CORTO PLAZO: LA "FUNCIÓN RACIONADORA" DEL PRECIO: La comparación del nuevo punto de equilibrio con el punto original (paso 5 del análisis estático comparativo) nos lleva a concluir que, como resultado de un cambio en los gustos y preferencias, el precio de la pizza se elevará y también la cantidad comprada y vendida. Este análisis puede repetirse mediante el uso de otros cambios posibles en las condiciones de mercado (por ejemplo, el precio del queso se incrementa, el precio de las bebidas gaseosas descende).

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



El desplazamiento de la demanda o de la oferta en efecto ha creado ya sea una carestía o un excedente al precio original P_1 . De esta forma, el precio de equilibrio debe aumentar o disminuir para equilibrar el mercado. Cuando el precio de mercado se modifica para eliminar el desequilibrio entre las cantidades ofrecidas y las demandadas, estará actuando como lo que los economistas llaman función de racionamiento del precio.

ANÁLISIS DEL MERCADO EN EL LARGO PLAZO: LA —FUNCIÓN DE GUÍA|| O —DISTRIBUCIÓN|| DEL PRECIO: El análisis estático comparativo presentado antes, sólo requirió que se considerara la respuesta del precio y cantidad de equilibrio a un cambio dado en la oferta o la demanda. Esta respuesta se denominó como la —función de racionamiento|| del precio.





1: Corto plazo a. 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, a los que los economistas llaman insumos variables.

El periodo en el cual los compradores que ya están en el mercado responden a los cambios en el precio de equilibrio al ajustar la cantidad demandada por un bien o servicio en particular. Un ajuste a corto plazo por parte de los compradores se refleja como un movimiento a lo largo de una curva de demanda en particular

2. Largo plazo a. Periodo en el que nuevos vendedores pueden ingresar a un mercado o los vendedores originales pueden salir él. Este periodo es lo suficientemente largo para que los vendedores existentes puedan incrementar o reducir sus factores fijos de producción. Ejemplos de factores fijos incluyen bienes raíces, planta y equipo.

Periodo en el que los compradores pueden reaccionar ante un cambio en el precio de equilibrio al cambiar sus gustos y preferencias o patrones de compra.



4. En el largo plazo, el precio cumple con su función guía al ocasionar que los vendedores reales y potenciales respondan con una capacidad creciente o al ingresar al mercado de la pizza, y con una capacidad decreciente o al abandonar el mercado de hot dogs (esto es, un desplazamiento hacia la derecha en la recta de la oferta para pizza y un desplazamiento hacia la izquierda en la recta de la oferta para hot dogs)

5. Como resultado de los desplazamientos en la oferta, se establecen nuevos niveles de precios y cantidades de equilibrio. Estas nuevas cantidades vendidas y compradas representan desplazamientos de los recursos de un mercado hacia el otro.