



Sheyla Paola García Aguilar

Economía de la empresa

Parcial 2

Presupuesto de ventas

Yaneth del Rocío Espinoza Espinoza

Administración y estrategias de negocios

Cuatrimestre 5

PRESUPUESTO DE VENTA

DEMANDA DE MERCADO

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.



FACTORES QUE OCASIONAN LA DEMANDA

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.

DETERMINANTES DE LA DEMANDA



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.
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).

OFERTA Y 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.



CAMBIOS DEL MERCADO A CORTO PLAZO

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.



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 descieran. Un incremento en la oferta ocasiona que el precio de equilibrio descienda 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 descienda

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.

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.



1. Los cambios en los gustos y preferencias ocasionan que la demanda.
2. El cambio en la demanda de los dos productos ocasiona una carestía en el mercado.
3. En respuesta al excedente y a la carestía en los dos mercados, el precio sirve como un agente de racionamiento al disminuir en el mercado.
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.
5. Como resultado de los desplazamientos en la oferta, se establecen nuevos niveles de precios y cantidades de equilibrio.

