



**Mi Universidad**

## **Cuadro Sinoptico**

*Nombre del Alumno: Gladis Andrea Herrera De León*

*Nombre del tema: Oferta y demanda*

*Parcial: I*

*Nombre de la Materia: Economía de la empresa*

*Nombre del profesor: Lic. Ivan Alexis Rivas Abores*

*Nombre de la Licenciatura: Administración y Estrategias de Negocios*

*Cuatrimestre: 5*

# OFERTA Y DEMANDA

UNIDAD II

## 2.1 DEMANDA DEL MERCADO

Se puede definir como la cantidad de un producto o servicio que todos los consumidores en un mercado particular están dispuestos y sobre todo capacitados para la comprar a un precio dado durante un periodo de tiempo específico.

## 2.2 FACTORES QUE OCASIONAN LA DEMANDA

### GUSTOS Y PREFERENCIAS

Si los gustos y preferencias por el producto varían en favor del producto se incrementa y viceversa.

### INGRESOS

Si el ingreso del consumidor se eleva, resulta razonable esperar que su demanda por un producto se incremente y viceversa

### PRECIOS DE LOS PRODUCTOS RELACIONADOS

Un bien o servicio puede relacionarse con otro al ser complementario o sustituto

### EXPECTATIVAS FUTURAS

Si los compradores esperan a que el precio de un bien se eleve (caiga) en el futuro puede ocasionar ue la demanda actual se elevará (disminuye)

### NUMERO DE COMPRADORES

El impacto del número de compradores en la demanda debe ser exigente, en lo que se refiere, mientras más compradores, mejor.

## 2.3 OFERTA DE MERCADO

Es un bien o servicio que las personas se encuentra a vender a distintos precios en cierto tiempo para permanecer constantes otros factores distintos al precio.

## 2.4 EQUILIBRIO DEL MERCADO

Todos los vendedores y compradores son tomadores de precios y, al precio predominante en el mercado, la cantidad ofertada es igual a la cantidad demandada.

## CAMBIOS DEL MERCADO EN EL CORTO PLAZO

### DEMANDA

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

### OFERTA

Costos y tecnologías.  
Precios de otros productos ofertados.  
Expectativas futuras entre vendedores.  
Número de vendedores.  
Condiciones climatológicas (particularmente para productos agrícolas.)

## 2.6 ANÁLISIS DEL MERCADO EN EL LARGO PLAZO

- Cambios de gustos y preferencias
- Cambio en la demanda de los productos
- Precios
- Ingresos
- Cantidades

**Conclusión:** La innovación cada día se hace más necesaria en las empresas ya sea para innovar sus productos o servicios, o para cambiar su forma de trabajar. La empresa debe tomar ventaja de sus fortalezas y aprender de sus debilidades. Para lograr un cambio en ella, debe haber la disposición de ser un sistema abierto tanto para su entorno externo como el entorno interno. El equipo que mantiene con motivación, produce o genera con mayor creatividad y logra mejor sus objetivos.

Con este trabajo pudimos notar que el sistema de gestión de economía puede ser de mucha utilidad en la empresa, ya que nos dimos cuenta que la estrategia de gestión de una empresa suele desarrollarse teniendo presente 3 elementos o ejes complementarios:

- Mercados
- Tecnologías
- Clientes

También se identificaron los vínculos de la:

- Estrategia
- Implementación
- Financiamiento

De igual identificar el cómo y cuándo se genera conocimiento útil para las empresas.

#### Referencias:

Bibliografía: Universidad del Sureste, UDS (2024) Libro de la economía de la empresa Licenciatura en Administración y estrategias de negocios, Chiapas, México. UDS

---

