



CUADRO SINOPTICO

Nombre del Alumno: Leydi Adriana Vazquez Vazquez

Nombre del tema: Oferta y demanda: 2.1 Demanda del mercado. 2.2 Factores que ocasionan la demanda. 2.3 Oferta del mercado. 2.4 Equilibrio del mercado. 2.5 Cambios del mercado en el corto plazo. 2.6 Análisis del mercado en el largo plazo. 2.7 Oferta, demanda y toma de decisiones empresariales. 2.8 Las matemáticas de la oferta y demanda. 2.9 Elasticidad de la demanda. 2.10 Las determinantes de la elasticidad. 2.11 El efecto de la elasticidad en el precio y la cantidad.

Parcial: I parcial

Nombre de la Materia: Economía de la empresa

Nombre del profesor: Legmy Yaneth Santizo Espinosa

Nombre de la Licenciatura: Contaduría pública y finanzas

Cuatrimestre: Quinto cuatrimestre

OFERTA Y DEMANDA.

2.1 DEMANDA DEL MERCADO.

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.

en la definición anterior, la palabra “dispuesta” implica que los consumidores están preparados para comprar un bien o servicio, porque tienen tanto la intención (es decir, tienen preferencia por él) como la capacidad (es decir, cuentan con el ingreso para apoyar esta preferencia) de hacerlo.

2.2 FACTORES QUE OCASIONAN LA DEMANDA.

Los factores que ocasionan que la demanda cambie se denominan determinantes de la demanda no basadas en el precio. A continuación, se presenta una lista de dichas determinantes y una breve descripción de su impacto en la demanda.

1. Gustos y preferencias: Los economistas utilizan una categoría de propósito general en su lista de determinantes no basadas en el precio, denominada gustos y preferencias, para relacionar las preferencias y aversiones de los consumidores por distintos bienes y servicios.

2.2 FACTORES QUE OCASIONAN LA DEMANDA.

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.

2.2 FACTORES QUE OCASIONAN LA DEMANDA.

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). En los mercados de distintos instrumentos financieros (por ejemplo, acciones, bonos, certificados de depósito negociables, Bonos del Tesoro de EUA, etcétera) así como en los de productos agrícolas y metales preciosos, las expectativas de futuros cambios de precio entre los compradores y vendedores juegan un papel importante.

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. En otras palabras, los números gruesos (es decir, población) pueden no ser tan importantes como las diferencias que existen dentro de la población.

OFERTA DEMANDA.

Y

2.3 OFERTA DEL MERCADO.

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.

De esta forma, cualquier tabla de números que represente una relación entre el precio y la cantidad suministrada mostrará una disminución en la cantidad ofrecida a medida que el precio desciende. También se muestran dos planes adicionales de oferta, uno que indica una oferta mayor y el otro que representa una oferta reducida.

2.3 OFERTA DEL MERCADO.

Así como existen determinantes de la demanda no basadas en el precio, existen determinantes de la oferta no basadas en el precio. Un cambio en cualquiera o en una combinación de estos factores modificará la oferta del mercado (es decir, ocasionará que la recta de la oferta se desplace hacia la derecha o hacia la izquierda). Analicemos brevemente cada factor para entender por qué se espera que esto suceda.

1. Costos y tecnología. Los dos factores de costos y tecnología pueden considerarse como uno solo, debido a su cercana relación. Los costos se refieren a los costos ordinarios de producción, como costos de mano de obra, de materiales, alquiler, pagos de intereses, cargos de depreciación y gastos generales y administrativos.

2.3 OFERTA DEL MERCADO.

2. Precios de otros bienes y servicios ofertados por el vendedor. Desde el punto de vista del consumidor, cualquier bien o servicio cuenta con otros bienes o servicios relacionados con él ya sea como sustitutos o como complementos. Desde el punto de vista del productor, también pueden existir sustitutos o complementos para un bien o servicio particular ofrecido en el mercado.

3. Expectativas futuras. Este factor ejerce un impacto similar tanto en los vendedores como en los compradores; la única diferencia es la dirección del cambio.

4. Número de vendedores. Claramente, el número de vendedores tiene un impacto directo en la oferta. Mientras más vendedores existan, mayor será la oferta de mercado.

5. Condiciones climáticas.

2.4 EQUILIBRIO DEL MERCADO.

En el caso de un excedente o de una carestía, distintas presiones competitivas ocasionan que el precio cambie (disminución en el caso del excedente e incremento en el caso de carestía). De esta forma el precio sirve para equilibrar el mercado en desequilibrio. Este proceso continuará hasta lograr el equilibrio (es decir, cuando la cantidad demandada es igual a la cantidad ofrecida).

En el caso de un excedente, los vendedores que desean deshacerse de los artículos extra ofrecerán el producto a un precio menor para incitar a la gente a comprar más. Al mismo tiempo, cuando disminuya el precio, los proveedores se desalentarán de ofrecer tanto como antes. En el caso de una carestía en el mercado, a medida que el precio sube hacia el nivel de equilibrio, el mercado se equilibra debido a que la cantidad demandada disminuye mientras la cantidad ofrecida se incrementa.

OFERTA Y DEMANDA.

2.4 EQUILIBRIO DEL MERCADO.

En el caso de una carestía, los vendedores intentarán tomar ventaja de la situación mediante la elevación de sus precios y la gente se desalentará de comprar tanto como antes. Además, los vendedores querrán ofertar un número mayor de artículos dentro del mercado. Ambas acciones servirán para equilibrar el mercado con carestía.

El modelo de demanda y oferta de mercado, precio y cantidad de equilibrio, desarrollado en las secciones anteriores, será útil ahora para analizar el mercado. El método particular de análisis que utilizaremos se denomina análisis estático comparativo. Éste es un método que se utiliza con frecuencia en el análisis económico y que se empleará a lo largo del texto. En general, este método de análisis se desarrolla de la siguiente forma:

2.4 EQUILIBRIO DEL MERCADO.

1. Enuncie todos los supuestos necesarios para construir el modelo.
2. Comience suponiendo que el modelo se encuentra en equilibrio.
3. Introduzca un cambio en el modelo. Al hacerlo se creará una condición de desequilibrio.

4. Encuentre un punto nuevo en el que se restaure el equilibrio.
5. Compare el punto nuevo de equilibrio con el original.

2.4 EQUILIBRIO DEL MERCADO.

el análisis estático comparativo es una forma de análisis de sensibilidad, o lo que la gente de negocios conoce como análisis de escenarios. Por ejemplo, si nos encontráramos realizando un análisis de este tipo sobre un flujo de efectivo de una compañía, podríamos comenzar con un estado de resultados pro forma ajustado para ofrecer el flujo de efectivo para un periodo dado.

Luego conduciríamos un análisis de sensibilidad mediante la suposición de que ciertos factores cambiaron, tales como el ingreso, el costo o la tasa de depreciación. Después analizaríamos la manera en la que estos factores modificarían el flujo de efectivo de la empresa a través del tiempo.

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

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.

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.

2.6 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.

Las descripciones siguientes del corto y del largo plazos ayudarán a los lectores a distinguir los dos periodos.

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

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.

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. El ajuste a largo plazo por los vendedores se aprecia gráficamente como un desplazamiento en una determinada curva de oferta.

2.7 OFERTA, DEMANDA Y TOMA DE DECISIONES EMPRESARIALES.

Las fuerzas de la oferta y la demanda afectan las decisiones de negocios de todas las empresas en una economía de mercado competitiva. En el caso extremo, estas fuerzas son las únicas determinantes del precio de mercado.

Existen otros tipos de mercados competitivos en los que las empresas ejercen varios grados de control sobre el precio de su producto. Los economistas se refieren a este tipo de control como poder de mercado. Mientras que la oferta y la demanda establecen la estructura general para determinar los precios de los productos, las empresas individuales pueden ejercer poder de mercado sobre su precio en el mercado.

2.7 OFERTA, DEMANDA Y TOMA DE DECISIONES EMPRESARIALES.

Cuando las empresas ejercen el poder de mercado, es importante para sus directores entender la demanda de mercado en dos niveles. Primero, existe una demanda global para el producto que ofrecen los vendedores en el mercado. Esto es lo que hemos llamado a lo largo de este capítulo demanda de mercado.

En segundo lugar, existe una demanda por los compradores para el producto que ofrece una empresa en particular. Podemos llamar a esto demanda de la empresa o de la compañía. Hasta este punto del capítulo el enfoque ha sido primordialmente en la demanda de mercado. En esta sección ofrecemos numerosos ejemplos de por qué es importante para los directivos entender tanto la demanda específica de la empresa para su producto como la demanda global de mercado.

OFERTA Y DEMANDA.

2.8 LAS MATEMÁTICAS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA.

Este apéndice presenta el análisis de corto plazo de la oferta y la demanda mediante ecuaciones algebraicas y gráficas. Además, el hecho de ver a la función de la demanda en términos de una ecuación lo preparará mejor para los dos capítulos siguientes, relacionados con la elasticidad de la demanda y la estimación.

Quienes estén familiarizados con la representación gráfica de las ecuaciones algebraicas pueden confundirse en cuanto a la forma en que los economistas presentan gráficamente las ecuaciones de la oferta y la demanda. Como regla, la variable dependiente se coloca en el eje vertical o eje de las Y, y la variable independiente se coloca en el eje horizontal o de las X. Dado este formato uno podría esperar que Q, la variable dependiente, se colocara en el eje vertical y P, la variable independiente, se colocara sobre el eje horizontal.

2.8 LAS MATEMÁTICAS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA.

Sin embargo, en este capítulo, así como en el siguiente, Q se coloca en el eje horizontal, y P sobre el vertical. Parece que el creador de estos diagramas, el profesor Alfred Marshall, fue el primero en presentarlos de esta forma. Sin tomar en cuenta por ahora las razones originales de Marshall para el establecimiento de los ejes invertidos,

Déjenos afirmar simplemente que, en el análisis de costos, ingresos y utilidades, la cantidad de la producción es la variable independiente. Por lo tanto, el colocar Q en el eje horizontal en el análisis de la oferta y la demanda simplemente nos prepara para su designación subsecuente como variable independiente. Mientras tanto, se debe hacer un ajuste al vincular las ecuaciones de la demanda y de la oferta a sus gráficas con el fin de que se adapten a la convención matemática.

2.8 LAS MATEMÁTICAS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA.

tiene tres formas de ver los elementos básicos de la oferta y la demanda. Primero, existen las tablas de oferta y demanda, como se muestra, en las que el precio de equilibrio se encuentra mediante la correspondencia de la cantidad ofrecida con la cantidad demandada.

En segundo lugar, existen diagramas de oferta y demanda, como los que se presentaron en la mayor parte de las figuras de este capítulo, en los que el precio y la cantidad están determinados por la intersección de las curvas de la oferta y la demanda. Finalmente hay ecuaciones de oferta y demanda que nos permiten encontrar la cantidad y el precio de equilibrio al resolver las incógnitas en las dos ecuaciones

2.9 ELASTICIDAD DE LA DEMANDA.

Encontramos la curva de la demanda con pendiente hacia abajo y a la derecha; esto significa, por supuesto, que cuanto más bajo sea el precio, mayor será la cantidad de producto consumido. Esta medición de la sensibilidad en términos porcentuales se denomina elasticidad precio de la demanda.

En los términos más generales podemos definir elasticidad como una relación porcentual entre dos variables, es decir, el cambio porcentual en una variable relativo a un cambio porcentual en otra. El resultado de esta división es el coeficiente de elasticidad. Entonces, nuestra tarea consiste en interpretar el coeficiente y determinar los efectos del cambio. El significado del tamaño, así como el signo del coeficiente (el coeficiente puede ser negativo o positivo)

OFERTA Y DEMANDA

2.9 ELASTICIDAD DE LA DEMANDA.

Cuando hablamos de la elasticidad precio de la demanda, estamos tratando con la sensibilidad de las cantidades compradas ante un cambio en el precio que fija el productor. Por lo tanto, este concepto describe una acción que está dentro del control del productor (o en su caso, del comerciante). Otras elasticidades que se analizarán más adelante están fuera del control del productor y pueden evocar otras acciones por parte del productor para contrarrestarlas.

La elasticidad precio de la demanda se define como el cambio porcentual en la cantidad demandada causado por un cambio porcentual en el precio. Desarrollaremos este concepto matemáticamente. Podemos escribir la expresión "cambio porcentual en la cantidad demandada"

2.10 LAS DETERMINANTES DE LA ELASTICIDAD.

Probablemente la determinante más importante de la elasticidad es la facilidad de sustitución. Este argumento permite entender dos aspectos de la situación: si hay muchos bienes sustitutos para el producto en cuestión, la elasticidad será alta; asimismo, si este artículo de consumo es un buen sustituto para otros, su elasticidad de la demanda será alta también.

. Cuanto más amplia sea la definición de un producto de consumo, más baja tenderá a ser su elasticidad precio, debido a que hay menor oportunidad para su sustitución. Por ejemplo, la elasticidad de la demanda para cerveza o pan tenderá a ser menor que la de una marca en particular de cerveza o pan blanco.

2.11 EL EFECTO DE LA ELASTICIDAD EN EL PRECIO Y LA CANTIDAD.

La respuesta a un cambio en la oferta está determinada, en gran parte, por la elasticidad precio de la demanda. Esto es de gran importancia para una persona de negocios, quien debe ser capaz de ajustar la producción y los precios ante un cambio en las condiciones económicas. Excepto en el caso de la demanda perfectamente elástica o perfectamente inelástica.

Por lo tanto, es extremadamente importante para un director tener una idea clara en relación con la sensibilidad de la demanda a los cambios en el precio. Tomar la decisión equivocada al elevar o bajar el precio en respuesta a los cambios en las condiciones de la oferta puede ser una acción desastrosa para la compañía del director.