

80%

20%

15

30%

75%

10%

60%

25%

40%



Autor: Elder Flores Durán
Palabras: 1644

¿Ahora cómo lo puedo vender?

Índice

3 Ley de la oferta

11 Glosario

La principal preocupación de cualquier empresario cuando inicia su propia empresa, es ¿qué voy a hacer para poder entrar al mercado y vender mi producto o servicio?

Y es eso justamente lo que te vamos a explicar en la presente lección. Tendrás las herramientas para que tu idea se vuelva una exitosa realidad.

Ley de la Oferta

Las leyes básicas de la economía son la ley de la oferta y la ley de la demanda. De hecho, cada evento o fenómeno económico es el producto de la interacción de estas dos leyes.



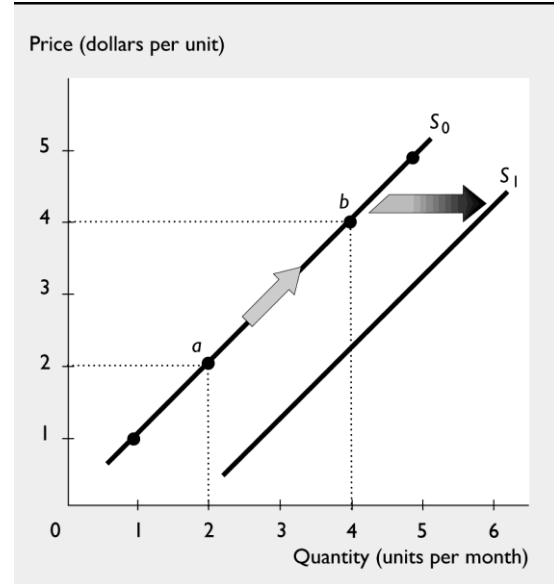
- La oferta: es la cantidad de bienes o servicios a la venta que existe en el mercado por su oferente.
- La demanda: es la cantidad de demanda de producto que los consumidores desean adquirir dentro de una economía.

La ley de la oferta determina que:

La cantidad ofrecida de un bien aumenta a medida que lo hace su precio, manteniéndose las restantes variables constantes. La cantidad ofrecida es directamente proporcional al precio.

Entonces esto se refiere a que tu como empresario si vas a vender pelotas de futbol, vas a tratar de vender más pelotas cuando el precio de las pelotas esté alto, para que tu ganancia sea mayor. (recuérdate que como demandante era menor precio mayor ganancia, aquí es al revés).

Haciendo más propaganda, teniendo más variedad de diseños, etc.



El incremento en el precio (P) causa un incremento en la cantidad ofrecida (Co) y una disminución en el precio ocasiona una reducción de la cantidad ofrecida.

Por el contrario, la ley de la demanda dice que la cantidad de un bien baja cuando el precio sube, y viceversa.

Una de las funciones de los mercados es encontrar los precios de "**equilibrio**" que igualen las disponibilidades y las demandas de bienes y servicios.

Por ejemplo, en el momento en que tu vas a la tienda y adquieres el Dorito Verde que dijimos en una lección anterior, y el vendedor te lo ofrece a cierto precio y tu lo aceptas y lo compras, se produce lo que te decía sobre el Equilibrio. Ya que las 2 fuerzas opuestas (oferta y demanda) se encontraron.

Un precio de equilibrio (también conocido como un precio "de equilibrio del mercado"), es el precio en el cual la cantidad demandada por los compradores es igual a la cantidad ofrecida por los vendedores.

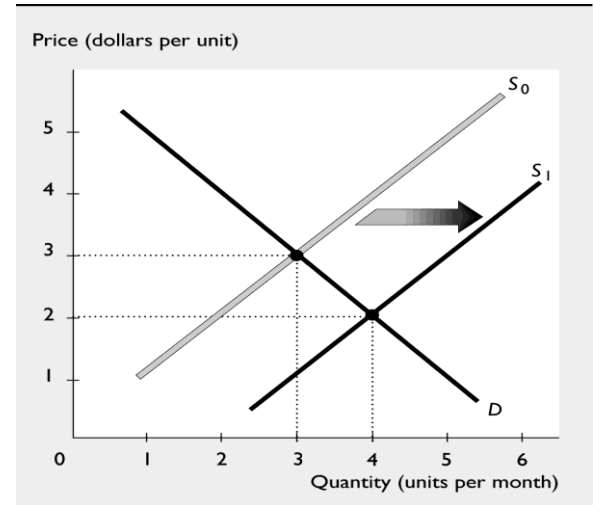
Naturalmente, los productores siempre quieren cobrar precios altos, incluso sin tener competidores: si los productores insisten en un precio más alto, los consumidores van a comprar menos unidades. La ley de la oferta adjudica un límite **similar** sobre los consumidores. Ellos siempre prefieren pagar un precio más bajo que el actual. Pero si insisten con éxito en pagar menos (por ejemplo, a través de los controles de precios), los proveedores producirán menos y alguna demanda quedará insatisfecha.



Los economistas suelen hablar de las "curvas de demanda" y "curvas de oferta".

● **Una curva de demanda** rastrea la cantidad de un bien que los consumidores van a comprar a distintos precios. A medida que los precios aumentan, la cantidad de unidades demandada disminuye. Esto se debe a que los recursos de todo el mundo son finitos, y como el precio de un bien aumenta, los consumidores compran menos de eso y, a veces, más de otros bienes que ahora son relativamente más baratos.

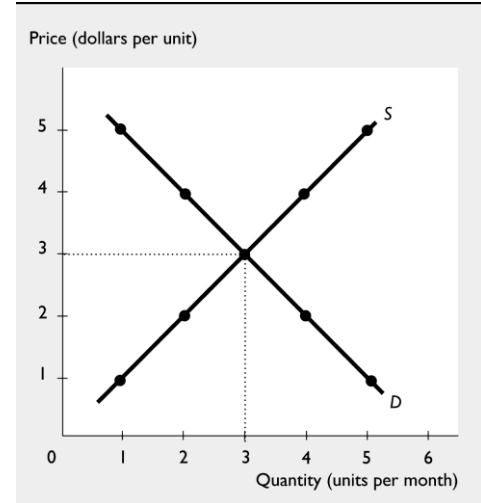
● Del mismo modo, **una curva de oferta** rastrea la cantidad de un bien que los fabricantes van a producir a varios precios. Al caer el precio, también lo hace el número de unidades suministradas. El equilibrio es el punto en el que las curvas de oferta y demanda se cruzan - el precio único en el que la cantidad demandada y la cantidad ofrecida es la misma.



Estas curvas te van a servir para poder identificar las diferencias que pueden existir en el mercado y los factores que tienes que tomar en cuenta al momento que tu pongas tu empresa.

La teoría dice que: "hablando dentro de un mercado de competencia perfecta, el precio de un bien se situará en un **"punto de equilibrio"** donde la demanda sea igual a la oferta". Ese punto de equilibrio es el precio al que los consumidores están dispuestos a comprar el bien.

Por ejemplo, si el mercado de un bien ya está en equilibrio y los productores aumentan los precios, los consumidores van a comprar menos unidades de las adquiridas estando en equilibrio, y un menor número de unidades que los productores tienen a la venta. En ese caso, los productores tienen dos opciones.



1. Pueden reducir el precio hasta que la oferta y la demanda retornen al equilibrio.
2. Pueden reducir la producción hasta que la cantidad ofrecida iguale al menor número de unidades demandada al precio más alto.

Pero no pueden mantener el precio alto y vender tantas unidades como antes.

¿Por qué la cantidad ofrecida sube cuando suben los precios?

Las razones son en realidad bastante lógicas.

- En primer lugar, consideremos el caso de una empresa que fabrica un producto de consumo como por ejemplo el azúcar.
- Al actuar con lógica, la empresa compra los materiales más baratos para producir el azúcar (no la calidad más baja, pero el costo más bajo para el nivel de calidad que necesitan).
- Si la producción (oferta) aumenta, es decir que hay más empresarios que van a producir azúcar, la empresa tiene que comprar cada vez más materiales, y sus costos aumentarán, porque tienen que cuidar su marca en el mercado, por lo que se cobrará un precio más alto para compensar el aumento de sus costos unitarios.

Ejemplo de un bien cuyo suministro es fijo:

Los apartamentos en un condominio o edificio. Si los posibles compradores de los apartamentos de repente ofrecen pagar precios más altos para los apartamentos, más propietarios estarán dispuestos a vender y la oferta de apartamentos "disponibles" será más grande. Pero si por el contrario los compradores pagan precios más bajos, algunos propietarios no querrán vender sus apartamentos tan baratos y el número de unidades disponibles se reducirá.

La historia ha sido testigo de una controversia acerca de los precios de bienes cuya entrega se fija en el corto plazo. Los críticos de los precios del mercado han argumentado que el aumento de precios de este tipo de bienes no sirve a ningún propósito económico, y así servir simplemente para enriquecer a los dueños de los bienes a expensas del resto de la sociedad.



Los economistas llaman "cuasi-renta económica" a la parte de un precio que no influye en la cantidad de un bien en la existencia, en el corto plazo. La gran mayoría de los economistas creen que las rentas económicas no sirven a un propósito útil. Lo más importante es que destinan los bienes a su uso de mayor valor. Si el precio no se utiliza para asignar los bienes entre los acreedores, algún otro dispositivo hace necesario, como las tarjetas de racionamiento que el gobierno de EE.UU. utilizó para asignar la gasolina y otros bienes durante la Segunda Guerra Mundial.

Esto es importante que lo analicemos de la siguiente forma: lo que nos garantiza que no existan injusticias en el mercado (como que no tengamos la libertad de escoger la cantidad de algún producto que queramos consumir, por ejemplo, si nos regalan una tarjeta para poder consumir solamente 2 litros de Coca Cola en un mes) es un sistema de precios lo suficientemente facilitador para expresar las preferencias de las personas.

Los economistas en general creen que la fijación de precios tiende a reducir tanto la cantidad como la calidad de la mercancía. Además, las rentas económicas sirven como una señal para dar a luz suministros adicionales en el futuro y como un incentivo para que otros productores puedan idear sustitutos.

Recuerda que los bienes sustitutos lo que hacen es que cuando el otro bien que tu consumes, podría ser café, sube de precio, el sustituto, en este caso el té, vas a comprar más el último que el primero.

Por lo que el precio de un bien o servicio afecta a las empresas en la cantidad que planean vender durante un periodo de tiempo a un determinado precio.

La ley de la oferta establece:

- si el precio de un bien aumenta, la cantidad ofrecida de ese bien aumenta.
 - se produce debido a un aumento en la cantidad de un bien.
 - Produce resultados en un aumento de su costo marginal.
 - Así que el precio debe subir con el fin de **inducir** a las empresas a aumentar la cantidad que producen.

Glosario

Equilibrio. Una situación de equilibrio es una situación estable u óptima, porque en ella la empresa opera con el menor costo posible u obtiene el máximo beneficio.

Evidencia. Certeza clara y manifiesta de una cosa.

Inducir. Instigar, incitar

Punto de equilibrio. Condición en la cual el precio de mercado se establece a través de la competencia de modo que la cantidad de bienes y servicios deseados por los compradores es igual a la cantidad de bienes y servicios producidos por los vendedores.

Similar. Tiene semejanza o analogía con una cosa.

Superávit. El término superávit en economía se refiere a la diferencia de los ingresos sobre los gastos (egresos) en una organización durante un período determinado.



¿Ahora cómo lo puedo vender?

Autor: Elder Flores Durán

Palabras: 1664

Referencias: Martín Krause, Economía para emprendedores, 2004

Israel Kirzner, El significado del proceso de mercado, 1997

<http://www.e-conomic.es/programa/glosario/definicion-ley-oferta-demanda>

http://www.ecured.cu/index.php/Ley_de_la_oferta

Imágenes: <https://pixabay.com>

