



## CONTENIDO

### Identificando Oportunidades en el Mercado

Alexandra Gregory Crespo, Ph.D.  
Catedrática Asociada  
en Economía Agrícola

### La Demanda y Oferta de Bienes y Servicios

Alexandra Gregory Crespo, Ph.D.  
Catedrática Asociada  
en Economía Agrícola

Publicación Preliminar, sin revisar

## IDENTIFICANDO OPORTUNIDADES EN EL MERCADO

Una de las características de mayor importancia para un agroempresario es identificar las oportunidades en el mercado. Para poder ser un agroempresario exitoso es importante predecir los cambios que determinan la oferta y demanda de bienes y servicios como por ejemplo el(los) cambio(s) en:

- precios
- cantidades demandadas y producidas
- gustos y preferencias de los consumidores
- población
- cambios en los ingresos de los consumidores
- expectativas de los consumidores
- precios de productos sustitutos y complementarios
- precios de los insumos de producción
- número de productores
- tecnología
- expectativas de los productores
- impuestos y subsidios

Para realizar dichas predicciones en el mercado los agroempresarios deben contar con unos conocimientos básicos en teoría microeconómica. Uno de los factores de mayor importancia que deben conocer los agroempresarios es el cambio en los gustos y preferencias de los consumidores los cuales pueden ayudar a identificar oportunidades para desarrollar productos que puedan obtener un mejor precio para satisfacer dichos gustos y preferencias y así obtener mayores ganancias. Muchas de las oportunidades que se presentan en la producción de alimentos es añadiendo valor a los alimentos donde el producto final será determinado por los gustos y preferencias de los consumidores.

*En esta edición de Agroempresarismo se presentará los conceptos básicos de la demanda y oferta de bienes y servicios en el mercado. En la próxima edición se presentará la información sobre los factores que influyen a los cambios en la demanda y oferta de bienes y servicios para educar a los agroempresarios identificar oportunidades en el mercado.*





# AGROEMPRESARISMO

Volumen 2: Noviembre 2015

## LA DEMANDA Y OFERTA DE BIENES Y SERVICIOS

Una característica de los seres humanos es que son insaciables, siempre desean tener más a tener menos, por lo que dichos deseos son ilimitados. Por otro lado los ingresos de las personas son limitados, lo cual crea un problema entre los deseos y los bienes y servicios que desean y pueden comprar según sus ingresos (presupuesto).

Comúnmente cuando hablamos de negocios, hablamos sobre la demanda y oferta y que tenemos que proveer la oferta para la demanda. Pero cuando hablamos de demanda y oferta, ¿qué es específicamente la demanda? ¿qué es específicamente la oferta? ¿qué implica cuando decimos que hubo un aumento/reducción en la demanda u oferta? En este volumen se presentará las contestaciones a dichas preguntas.

La ***demanda de bienes y servicios*** es una curva (gráfica) que presenta la relación entre los precios y la cantidad demandada que los consumidores están dispuestos a comprar y pueden pagar para satisfacer sus gustos y preferencias en un tiempo específico del tiempo, esto es manteniendo otros factores constantes o *ceteris paribus*. Cabe mencionar que existe una diferencia entre la cantidad demandada y la demanda. ***La cantidad demandada cambia única y exclusivamente cuando ocurren cambios en los precios, la demanda cambia cuando ocurren cambios en otros factores que no son el precio.*** Estos otros factores serán discutidos en la próxima edición de esta publicación. Uno de los objetivos de este volumen es poder identificar cada uno de estos términos dado a que los empresarios y en los medios de comunicación utilizan los términos indistintamente.

Para simplificar la explicación vamos a crear un modelo donde vamos a tener los siguientes supuestos: los productos son homogéneos (quiere decir que no se pueden diferenciar entre un producto y otro) y el mercado es cerrado (no hay productos importados en el mercado). La ***Ley de la Demanda*** nos indica que existe una relación inversa entre las cantidades demandadas y el precio, eso es manteniendo otros factores constantes (*ceteris paribus*). Es decir que ***si el precio de un bien o servicio aumenta la cantidad demandada aumentará y viceversa.*** Esto quiere decir que los consumidores comprarán más cantidades a precios menores o comprarán menos cantidades a precios más bajos (Gráfica 1). Esto es recordando siempre que en este modelo los productos homogéneos (no existen marcas o diferenciación por la calidad entre otras características de los productos).

*La demanda de bienes y servicios presenta la relación entre los precios y la cantidad demandada que los consumidores están dispuestos a comprar y pueden pagar para satisfacer los gustos y preferencias en un tiempo específico del tiempo, manteniendo otros factores constantes (ceteris paribus)*

*La Ley de la Demanda nos indica que existe una relación inversa entre las cantidades demandadas y el precio, por lo que si el precio de un bien o servicio aumenta la cantidad demandada aumentará y viceversa*

# AGROEMPRESARISMO

Volumen 2: Noviembre 2015

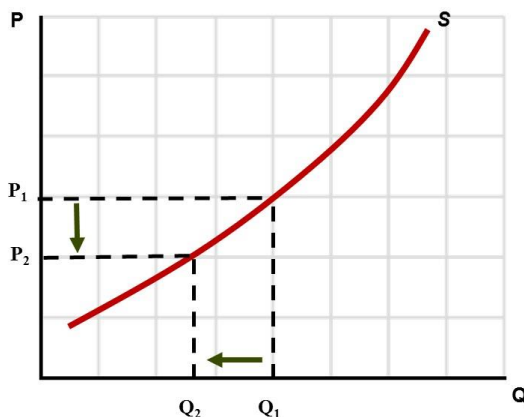


Cantidad Demandada

Gráfica 1: Relación entre precio y cantidad demanda, aumento en el precio

Por otro lado, el propósito principal de una empresa es maximizar la ganancia. La **oferta de bienes y servicios** es la curva (gráfica) que presenta la relación entre la cantidad que los productores están dispuestos a vender y quieren vender a distintos precios en un periodo específico en el tiempo, manteniendo otros factores constantes. La **Ley de la Oferta** indica que existe una relación positiva entre los precios y las cantidades ofrecidas y *viceversa*. Esto quiere decir que los **productores desean vender más cantidades a precios mayores o venderán menores cantidades a precios más bajos** (Gráfica 2).

*La oferta de bienes y servicios presenta la relación entre la cantidad ofrecida que los productores están dispuestos a vender y quieren vender a distintos precios en un periodo específico en el tiempo.*



Gráfica 2: Relación entre precio y cantidad ofrecida, reducción en el precio

*La Ley de la Oferta nos indica que existe una relación positiva entre los precios y las cantidades ofrecidas y viceversa*

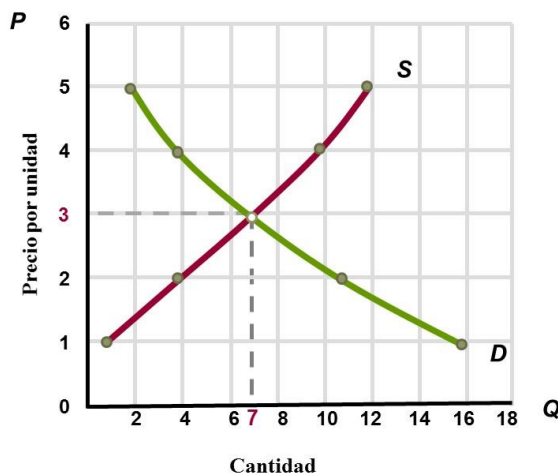
# AGROEMPRESARISMO

Volumen 2: Noviembre 2015

## EL MERCADO EN EQUILIBRIO

Encontramos en el mercado a los consumidores, los cuales desean comprar una mayor cantidad de bienes y servicios a precios más bajos, mientras los productores/vendedores desean vender una mayor cantidad a precios más altos. Este choque entre los deseos de los consumidores y la maximización de la ganancia por parte de los productores hace que las fuerzas del mercado traten de buscar un equilibrio para que ambas partes estén satisfechas con los precios pagados/recibidos y cantidades compradas/vendidas. Cuando ambas partes están satisfechas y acuerdan un precio (el precio se acuerda en el mercado), este acuerdo se le conoce como el **precio de equilibrio** en el mercado (Gráfica 3). El precio de equilibrio es el punto donde la cantidad demandada y la cantidad ofrecida son iguales, donde se intersectan las curva de demanda y oferta. En la Gráfica 3, el Precio de Equilibrio es \$3.00 y la cantidad de equilibrio es 7 unidades.

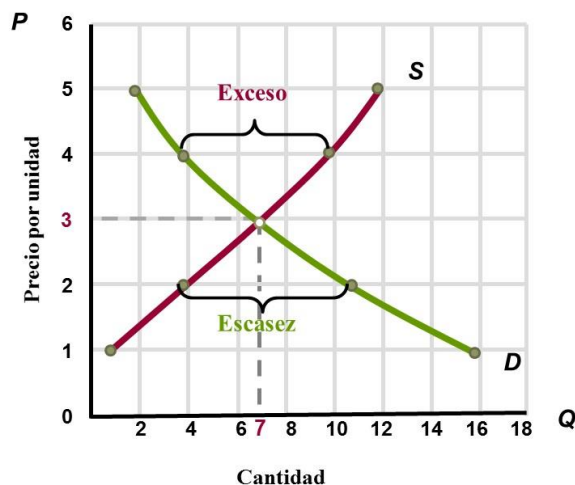
*Los consumidores desean comprar una mayor cantidad de bienes y servicios a precios menores, mientras que los productores desean vender una mayor cantidad a precios mayores.*



Gráfica 3: Precio y Cantidad de equilibrio

Si el precio en el mercado es mayor que el precio de equilibrio, la cantidad demandada es menor que la cantidad ofrecida, y los consumidores no van a desear pagar el alto precio por el producto lo que resulta en un **exceso** del producto en el mercado (Gráfica 4). Si el precio es menor que el de equilibrio, la cantidad ofrecida es menor que la cantidad demandada, los productores no desean o no pueden vender esas cantidades que los consumidores desean por estar a un precio menor del equilibrio por lo que habrá **escasez** del producto.

# AGROEMPRESARISMO



Gráfica 4: Exceso y Escasez

En el caso de los productos agrícolas, los agroempresarios que venden el producto fresco no pueden dictar/establecer los precios en el mercado, éstos tienen que tomar el precio que les dicta el mercado. Es por esto que los agroempresarios que venden el producto fresco tienen que buscar alternativas/estrategias para poder vender sus productos para obtener precios mayores. En una futura publicación se presentarán algunas alternativas/estrategias para diferenciar sus productos, establecer estrategias de precios, entre otras.

A pesar de no poder establecer los precios, los agroempresarios pueden predecir los cambios en los precios (aumentan/reducen) de sus productos en el mercado si ocurren cambios en otros factores o determinantes que influyen la demanda y la oferta (no por que ocurren sólo cambios en los precios). En el próximo volumen de esta publicación se presentarán los determinantes de la demanda y la oferta para luego se presentará como se afecta el precio de equilibrio cuando ocurren cambios en alguno de los determinantes.

Cabe mencionar que sólo se explicará lo que ocurrirá en el mercado cuando cambia uno de los determinantes a la vez, dado a que es más difícil predecir lo que ocurrirá si ocurre más de un cambio a la vez. Estas predicciones ayudarán a los agroempresarios a tomar decisiones e implantar estrategias que contribuya al aumento de los ingresos de su agroempresa.



# AGROEMPRESARISMO

Volumen 2: Noviembre 2015

## Referencias:

McConnel, C. R., S. L. Brue, and S. N. Flynn. *Microeconomics*” McGraw-Hill Education, 2015, 20<sup>th</sup> edition.

Pindyck, R. S. and D. L. Rubinfeld. “*Microeconomics.*” Pearson Prentice Hall, 2005, 6<sup>th</sup> edition.

Nicholson, W. and Snyder, C. “*Microeconomic Theory: Basic Principles and Extension*” South-Western CENGAGE Learning, 2012, 5<sup>th</sup> edition.

Goldsmith, E. “*Consumer Economics Issues and Behaviors.*” Pearson Prentice Hall, 2009, 2<sup>nd</sup> edition.