

Factores que determinan la demanda y su utilidad en la toma de decisiones financieras **(Factors that determine the demand and its utility in the financial decision making)**

Cortez K., R. Lazo & M. Rodríguez

UANL, San Nicolás de los Garza, N.L., México, kcortez@facpya.uanl.mx

Key Words: function of demand, estimation, financial decision making

Abstract. The present document has like purpose of giving an explanation of which it is a function of demand and the practical utility of the estimation when relating it to qualitative variables of estimation of sales obtained from the experience of the experts. The form in how it sets out to carry out the previous thing is to raise the basic concepts firstly associate to the theory of the demand; these subjects are the factors that determine the demand, the displacements. In addition, the importance of the estimation of sales since they will serve as departure point for the adapted decision making of financial character in the organizations, by such reason considers is due to have special well-taken care of in its elaboration.

Palabras clave: función de demanda, pronósticos, toma de decisiones financieros

Resumen. El presente documento tiene como finalidad dar una explicación de lo que es una función de demanda y la utilidad práctica de su estimación al relacionarla con variables cualitativas de estimación de ventas obtenidas a partir de la experiencia de los expertos. La forma en cómo se propone llevar a cabo lo anterior es plantear primeramente los conceptos básicos asociados a la teoría de la demanda; estos temas son los factores que determinan la demanda, los desplazamientos. Además, se plantea la importancia de los pronósticos de ventas ya que servirán de punto de partida para la adecuada toma de decisiones de carácter financiero en las organizaciones, por tal motivo se debe de tener especial cuidado en su elaboración.

Introducción

Para explicar el concepto de función de demanda, tomemos el ejemplo de un bien en particular como pudiera ser el caso de los discos compactos que contienen música, no se necesita mucha ciencia y si algo de

sentido común para concluir que entre más cara sea la música en dicho formato mayor desincentivo por parte del consumidor este tipo de producto, además de lo anterior el consumidor podrá considerar otro tipo de formato o en su defecto otro tipo de entretenimiento que sea de menor costo.

La relación inversa entre el precio y la cantidad consumida de un cierto bien como pueden ser los discos compactos se le conoce como la ley de la demanda. Call y Holahan (1983) Samuelson (2002) y Varian (1998) hacen distinción entre lo que es la tabla de demanda, que sería la relación entre la variable precio del bien y cantidad consumida manteniendo todos los factores relacionados constantes y la curva de la demanda que es la representación gráfica de la relación de estas variables. Salvatore (1992) al concepto de la demanda anteriormente mencionado le adiciona el concepto de pendiente negativa dicho término hace énfasis en la relación inversa comentada por Call y Hollahan (1983).

Varian (1997) comenta al respecto que las funciones de demanda muestran las cantidades óptimas de los bienes en función de su precio y del ingreso del consumidor, con lo anterior se puede concluir que la demanda de un bien determinado variará cuando uno de estos dos elementos o ambos cambie.

Ya por último y para completar la definición y características de lo que es una función de demanda Ricossa (2000) comenta que detrás del concepto de la función de demanda se encuentra la solución al problema de maximización de la utilidad en el consumo de un bien y asociado a los precios del mismo, otro supuesto simplificador según este autor para la estimación de esta función es que la demanda se supone homogénea de grado cero, esto quiere decir que si se duplican o triplican los precios al igual que el ingreso la demanda permanecerá constante así como los precios relativos.

Factores que desplazan la curva de demanda

Los factores que hacen que la curva se expanda o contraiga son según Cardenas y Casimiro (2002) y Viscencio (2002) los gustos y preferencias, el ingreso del consumidor y el precio de los bienes sustitutos. Adicionalmente, a Samuelson (2002) adiciona el tamaño de la población y elementos especiales asociados al mercado (un ejemplo de esto son las expectativas).

Cuando se habla del ingreso del consumidor como factor que influye en los niveles de consumo de un bien es porque dependiendo del tipo de bien del que se hable, el aumento o disminución del ingreso hará que la cantidad del bien sea consumida en mayor o menor medida.

Nicholson (1997) comenta que existen según la variación en el consumo de un bien y el ingreso dos tipos de bienes, los normales e inferiores los primeros son aquellos que cuando el ingreso aumenta o disminuye en una determinada proporción el consumo del bien aumenta o disminuye en la misma magnitud. Los bienes inferiores son aquellos que con el aumento o disminución del ingreso el consumo de aumenta en una proporción menor que el aumento del ingreso o disminuye en una proporción menor a la disminución del ingreso. Schettino (2002) considera al igual que los bienes normales e inferiores un tercero que son los bienes superiores o de lujo los cuales al aumentar el ingreso, el consumo de estos bienes aumentara en una proporción mayor.

Hasta el momento hemos visto el impacto que tienen un cambio porcentual en el ingreso y en consumo de un bien, a este concepto se le llama elasticidad ingreso. Existe otro concepto que se desprende del análisis de la demanda el cual lleva por nombre elasticidad precio, al igual que el de la elasticidad ingreso los niveles en la cantidad demandada se verá influido por cambios en otra variable que en este caso es el precio del bien en cuestión. Nicholson (2001) considera tres tipos de elasticidades en este análisis de demanda, la primera es la demanda elástica en donde la elasticidad precio es menor a -1 , esto quiere decir que el aumento en el consumo de un bien será mayor proporcionalmente a la disminución en el precio; la segunda es la función de demanda con elasticidad unitaria en donde el porcentaje de aumento en la cantidad consumida de un bien es igual a la proporción de disminución en el precio del bien esto es una elasticidad precio igual a -1 ; la tercera y última es la función de demanda con elasticidad precio inelástica este tipo de funciones son las que el aumento proporcional en el consumo del bien es menor en proporcionalidad a la disminución en el precio lo cual es una elasticidad precio mayor a -1 .

Hasta el momento hemos analizado dos tipos de elasticidad la primera fue la elasticidad ingreso y la segunda la elasticidad precio, lo que se puede comentar acerca de estos dos conceptos es como el ingreso del consumidor y el precio de un bien influye en los consumos del mismo, pero que pasa cuando el precio de otro bien varia ¿Qué pasará con el consumo

del bien que estamos analizando? Para responder a esta última pregunta Frank (1992) comenta que la “elasticidad precio cruzada es la variación porcentual de la cantidad demandada de un bien provocada por una variación del precio del otro de un 1 por ciento” los posibles resultados que se desprenden de este concepto comenta Frank (1992) es que dependiendo del movimiento en el precio de un bien si el resultado de esta elasticidad es menor a cero los bienes son complementarios. Un ejemplo pudiera ser cuando el precio de la leche aumenta y el consumo de café disminuye, esto porque mucha gente utiliza la leche como acompañante del café; cuando la elasticidad precio cruzada es mayor a cero Frank (1992) comenta que los bienes con esta relación son bienes sustitutos esto quiere decir que cuando el precio de un bien se ve aumentado el consumo del otro bien se verá incrementado; un ejemplo común pudiera ser un bien determinado pero bajo dos marcas distintas sí la marca A aumenta el consumo de B se verá incrementado porque ante el cliente las características de los dos bienes son iguales pero en el momento que el bien que normalmente se consume, que en este caso es el A es relativamente más caro que el B, este último será más atractivo para ser comprado.

Movimientos sobre la curva de demanda y desplazamientos de la curva de demanda

Hasta el momento hemos tratado dos posibles efectos asociados a la función de demanda el primero que son los movimientos a lo largo o sobre la curva de demanda el cual consiste en los diferentes niveles del bien consumido según sea su precio, esto quiere decir que conforme el precio del bien disminuya o crezca, manteniendo el ingreso constante, la cantidad consumida aumentara o disminuirá respectivamente, de este estado resultante se desprende un concepto económico llamada excedente del consumidor el cual es definido por Nicholson (1997) como la pérdida o ganancia en bienestar por parte del consumidor asociada a los cambios en precios y cantidades demandadas reveladas por la curva de demanda del consumidor. El segundo tipo de efecto que afectan a la demanda son los que anteriormente se comentaron: cambios en el ingreso, población, gustos y preferencias, características especiales del mercado este tipo de desplazamiento trae por consecuencia nuevas asignaciones de precios y

cantidades, por lo general pudiera considerarse dos tipos de desplazamientos, la contracción de la demanda y la expansión de la misma, esto es cuando los factores que influyen en la función causan efectos negativos sobre ella haciendo que el consumo en general disminuya en el segundo caso el consumo del bien en cuestión aumenta.

Demanda de mercado

La demanda de mercado definida por Mas Collel (1995) y Layard y Walters (1987) es la suma de todas las demandas de los consumidores que conforman el mercado. Lo cual quiere decir que cuando se habla de un bien, la demanda de mercado es la suma de cada una de las demandas que enfrenta cada consumidor, dicha suma es una suma horizontal Frank (1992) lo cual quiere decir que a un mismo precio la cantidad de mercado es la suma de cada una de las cantidades demandas por el numero de consumidores que conforman el mercado, es de forma generalizada para cada nivel de precios a los cuales cada uno de los consumidores estará dispuesto a comprar ese bien. La estimación de la demanda de mercado puede ser muy útil para la elaboración de un estudio de mercado y a su vez para generar pronósticos de ventas los cuales ayudarán a calcular los flujos de efectivo de un proyecto de inversión determinado. Lo anterior contribuirá a generar decisiones financieras con fundamento aunque sin olvidar la incertidumbre inherente en toda toma de decisiones de carácter financiero.

Decisiones financieras

Cuando evaluamos proyectos de inversión los involucrados en la toma de decisiones relacionan la aceptación o rechazo del proyecto con la elaboración de los flujos de efectivo así como en la aplicación de las técnicas de presupuestos de capital como el Valor Presente Neto, el Periodo de Recuperación, entre otros. Para poder realizar decisiones fundamentadas de aceptación o rechazo de un proyecto es conveniente realizar un estudio de mercado completo que involucre la estimación de las ventas a partir de los factores proporcionados por la teoría económica revisados con anterioridad.

Existen diversos enfoques que ayudan recabar información sobre los factores determinantes de la demanda entre ellos podemos mencionar un enfoque cualitativo propuesto por Zuhaimy y Maizah (2003). Estos autores

argumentan que los pronósticos de ventas deben de producirse a la luz de la utilización de varios pronosticadores aplicando el Método Dephi, lo que ayudará a elaborar pronósticos con mayores niveles de acertividad. Un segundo enfoque es el propuesto por Alhadeff (2004) el cual argumenta que existen variables cualitativas proporcionadas por el área operativa para un adecuado pronóstico de ventas en virtud de la sensibilidad que se desarrolla con el trato con los clientes. A partir de pronósticos de ventas que involucren tanto la teoría económica de la estimación de la demanda como la experiencia del área de ventas, se podrán desarrollar pronósticos de demanda que ayudarán a la elaboración de flujos de efectivo razonables, lo cual conllevará a la estimación de escenarios que aunque con cierto grado de incertidumbre, estarán técnica y financieramente bien fundamentados.

Conclusiones

Para muchas organizaciones el área de pronósticos se ubica en un área externa a la de ventas, pudiendo estar en el área de operación. Para otras se encuentra inmersa en el área de ventas, lo que puede propiciar la pérdida de objetividad en los pronósticos, al ser ellos mismos los generadores de la información. Es importante que las decisiones financieras contemplen la teoría económica de estimación de demanda y las variables cualitativas obtenidas a partir de los pronósticos. La unión de una estimación de demanda a partir de de lo que ha sucedido en el pasado y la experiencia del pronosticador ofrecen un valor agregado en la toma de decisiones financieras de los proyectos de inversión.

Referencias

- Alhadeff, T. 2004. *The Journal of Business Forecasting Methods & Systems*. 23(1): 7-10.
- Call, S. & W. Hollahan. 1985. *Microeconomía*. Grupo Editorial Iberoamérica, México.
- Cárdenas, J. & I. Casimiro. 2002. *Fundamentos de economía*. Trillas: México 2002.
- Frank, R. 1992. *Microeconomía y Conducta*. Mc Graw Hill: Madrid.
- Layard P. & A. Walters. 1987. *Microeconomic Theory*. Mc Graw Hill: N. Y.
- Nicholson, W. 2001. *Microeconomía Intermedia y sus aplicaciones*. Mc Graw Hill: Madrid.
- Nicholson, W. 1997. *Teoría Microeconómica*. Mc Graw Hill: Madrid.
- Mas-Collel, A., M. Whinston & J Green. (1995). *Microeconomic Theory*. Oxford University Press: Oxford .
- Ricossa, S. 2000. *Diccionario de Economía*. Siglo Veintiuno editores: México.
- Salvatore, D. 1992. *Microeconomía*. Mc Graw Hill: México.

- Samuelson, P. & W. Nordhaus. (2002). Economía. Mc Graw Hill: Madrid.
- Schettino, M. 2002. Introducción a la Economía para no Economistas. Prentice Hall: México.
- Varian H. 1998. Análisis Microeconómico. Antoni Bosch Editor Barcelona.
- Varian H. 1999. Microeconomía Intermedia. Antoni Bosch Editor Barcelona.
- Viscencio, H. 2002. Economía para la toma de decisiones. Thomson: México.
- Zuhaimy Haji, I. & A. Maizah Hura. 2003. The Journal of Business Forecasting Methods & Systems. 22(2): 22-29.