

parte invaluable de muchas expresiones que sin duda por reestructuración urbana, desplazamiento poblacional o imposición de marca y mercado, poco a poco se desvanecen sin dejar atrás de ellas un inventario de su incidencia como mecanismo articulador desde lo gráfico a la identidad.

Esta conferencia fue dictada por **Sandra Suárez** (Universidad Los Libertadores - Colombia) el martes 29 de julio en el Tercer Encuentro Latinoamericano de Diseño 2008. Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

Realidad virtual y ambientes web: un enfoque prospectivo

Antonio Suazo

Con el advenimiento de mejoras en hardware, periféricos y dispositivos de visualización en general, el consumo de realidad virtual para usos domésticos se ha convertido, hoy por hoy, en una práctica cotidiana.

Transcurridos 10 años desde su aparición –y producto de un relativo decantamiento– dicha práctica ha adquirido en el último tiempo 2 alteraciones importantes. Por un lado, los contenidos han dejado de utilizarse con fines meramente ligados al entretenimiento, para explorar áreas de visualización de proyectos científicos, culturales, artísticos, sociales y comunicativos de la más variada índole. En el otro extremo, y ciertamente relacionado a la nueva dinámica de tales proyectos, los avances tecnológicos han desplazado el centro de los estudios desde las aplicaciones de escritorio a aplicaciones sobre *web* en tiempo real, modificando profundamente la naturaleza de los procesos comunicacionales que éstos encierran.

Es precisamente en el cruce de ambos desplazamientos que se ha venido haciendo más notoria la ausencia de profesionales ligados a la resolución de aspectos semiológicos, plásticos, lingüísticos y formales (hasta ahora entregados a programadores y técnicos) acusando con ello una falta de iniciativa por parte de diseñadores para asumir este desafío.

Esta conferencia fue dictada por **Antonio Suazo** (Nahaha Design Studio - Chile) el martes 29 de julio en el Tercer Encuentro Latinoamericano de Diseño 2008. Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

El diseño como reductor de la elasticidad de la demanda

Carlos Torres de la Torre

Se entiende como elasticidad de la demanda a la variación en la cantidad consumida de un bien en relación a la variación de algún factor de consumo. Diferentes factores de consumo generan diferentes tipos de elasticidad de la demanda. Llamaremos elasticidad de la renta a la medida de la sensibilidad de la demanda de un bien a las variaciones en el ingreso del consumidor. Elasticidad cruzada es como se conoce a la medida de la sensibilidad de la demanda de un bien a las variaciones en el precio de otro bien. Hay productos cuya demanda es muy sensible al precio. Pequeñas variaciones en el precio de estos bienes generan grandes variaciones en la cantidad demandada. Este tipo de bienes tiene demanda elástica. Por el contrario los bienes cuya cantidad demandada es poco sensible a las variaciones en el precio son inelásticos.

Algunos factores que influyen para que un bien sea más o menos elástico son:

- Tipo de Necesidades que satisface el bien. Un bien de primera necesidad se adquiere sea cual sea el precio, es en consecuencia un bien inelástico. Si el bien es de lujo la demanda será elástica ya que muchos consumidores prescindirán de él si su precio aumenta ligeramente.
- Existencia de bienes sustitutos. Si existen buenos sustitutos la demanda será muy elástica puesto que un pequeño aumento de precio puede provocar que muchos consumidores decidan usar estos últimos.
- Nivel de ingresos. Cuando el precio de un bien supone un porcentaje muy pequeño de la renta de un individuo, su demanda será inelástica. Las variaciones en su precio influyen muy poco en la decisión de compra.
- Paso del tiempo. Cuanto mayor sea el tiempo transcurrido desde la introducción de un producto en el mercado mayor será la elasticidad de la demanda.
- El precio, hay que tener en cuenta que la elasticidad de la demanda no es la misma a lo largo de todo el rango de precios. Para precios bajos la elasticidad suele ser más alta que para precios altos. Existen varias maneras de determinar precios. Muchas empresas lo hacen añadiendo al costo una utilidad razonable, este es un método fácil pero puede ser peligroso. El problema básico estriba en que deja de lado las variaciones del costo en diversos niveles de producción.

Hay también métodos de cálculo de precios que tienen en cuenta los costos y la demanda, estos métodos se centran en los cambios del ingreso y del costo total provenientes de la venta de una unidad más para calcular el precio y el volumen más rentables. Muestra además cómo las utilidades fluctúan con los precios. En este caso las estimaciones de la demanda se basan en datos hipotéticos. El precio también puede determinarse en función del valor que el consumidor percibe en el bien. Si el producto se diferencia de otros en el mercado debido a las prestaciones que le otorga su diseño el beneficio percibido será mayor.