



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

TEMA:

Ensayo

MATERIA:

Economía

FECHA DE ENTREGA:

**Lunes, 7 de jun de 2021 a
Sábado, 12 de jun de 2021**

MAESTRO:

Andrés morales Martínez

ALUMNO:

Lavith fernando Stivalet Angulo

OFERTA, DEMANDA Y MERCADO

La ley de la oferta y demanda es un modelo económico básico postulado para la formación de precios de mercado de los bienes dentro de la escuela neoclásica y otras afines, usándose para explicar una gran variedad de fenómenos y procesos tanto macro como microeconómicos. Además, sirve como base para otras teorías y modelos económicos.

El modelo en su versión más sencilla se basa en la relación entre el precio de un bien y las ventas del mismo, y asume que en un mercado de competencia perfecta, el precio de mercado se establecerá en un punto —llamado *punto de equilibrio precio*— en el cual se produce un vaciamiento del mercado, es decir, todo lo producido se vende y no queda demanda no satisfecha. El postulado de la oferta y la demanda implica tres leyes:

1. Cuando, al precio corriente, la demanda excede la oferta, aumenta el precio. Inversamente, cuando la oferta excede la demanda, disminuye el precio.
2. Un aumento en el precio, disminuye tarde o temprano la demanda y aumenta la oferta. Inversamente, una disminución en el precio, aumenta tarde o temprano la demanda y disminuye la oferta.
3. El precio tiende al nivel en el cual la demanda iguala la oferta.

En economía el modelo generalmente se usa en conjunto con el tanteo walrasiano.

Naturalmente cuando falla algunas de las asunciones el comportamiento observado y el predicho resultan algo discrepantes, se han intentado versiones más complicadas del modelo substituyendo los supuestos básicos por otras asunciones lógicamente menos restrictivas, pero en esos casos el modelo puede llegar a ser notoriamente más complicado.

En economía, un **mercado** es un conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuos. El mercado no hace referencia directa al lucro o a las empresas, sino simplemente al acuerdo mutuo en el marco de las transacciones. Estas pueden tener como partícipes a individuos, empresas, cooperativas, entre otros. El mercado contiene usuarios en busca de recursos insuficientes en relación a las necesidades ilimitadas.

El mercado también es el ambiente social (o virtual) que propicia las condiciones para el intercambio. En otras palabras, debe interpretarse como la institución u organización social a través de la cual los ofertantes (productores, vendedores) y demandantes (consumidores o compradores) de un determinado tipo de bien o de

servicio, entran en estrecha relación comercial con el fin de realizar abundantes transacciones comerciales.

Los primeros mercados de la historia funcionaban mediante el trueque.¹ Tras la aparición del dinero, se empezaron a desarrollar códigos de comercio que, en última instancia, dieron lugar a las modernas empresas nacionales e internacionales.

A medida que la producción aumentaba, las comunicaciones y los intermediarios empezaron a desempeñar un papel más importante en los mercados.

Una definición de mercado según la mercadotecnia: Conjunto de consumidores que quieren, pueden y están dispuestos a comprar o vender un producto ofertado.

1.EL FUNCIONAMIENTO DE LOS MERCADOS

El mercado es un conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuos, que llegan a acuerdo entre el producto o servicio y el precio que se cobra por éste.

El mercado, básicamente, funciona en virtud de la relación que exista entre la oferta y la demanda, es decir, el precio de los productos y servicios, está determinado por la oferta que los diversos proveedores realizan y cuál es la demanda, por parte de los consumidores, de dichos bienes y servicios, concluyéndose que a menor demanda hay más oferta y a mayor demanda hay menor oferta.

2.EL PRECIO DEL MERCADO

El precio de mercado es el precio al que un bien o servicio puede comprarse en un mercado libre. Es un concepto económico de aplicación tanto en aspectos históricos de la disciplina como en su uso concreto y en la vida diaria.

El concepto ha dado origen a discusiones tanto técnicas como teóricas en el desarrollo de las ciencias económicas. Estas discusiones van desde la definición de qué es un mercado a qué se entiende por precio, dificultades que adquieren una importancia particular en la microeconomía, ámbito en el cual una de las funciones más importantes de un economista es la determinación de precios que maximicen la ganancia de una empresa. Sin embargo, la problemática también se extiende al ámbito macroeconómico, en el cual los cálculos acerca de precios juegan un papel central en la determinación del hipotético equilibrio económico.

3.TIPOS DEL MERCADO

Los tipos de mercado hacen referencia a las diferentes formas como se pueden clasificar los mercados de acuerdo con diferentes variables.

Sobre todo, para hacer cualquier clasificación del mercado, lo primero que debemos aclarar es que un mercado en general tiene relación con un conjunto de compradores que forman la demanda de un bien o servicio y un conjunto de vendedores que constituyen la oferta de un determinado bien o servicio.

Por lo tanto, para hacer cualquier clasificación de los tipos de mercado, debemos considerar a los consumidores o compradores de un producto, a los oferentes o vendedores de un producto y el producto que es objeto de intercambio.

4.DEMANDA

La demanda puede ser definida como la cantidad de bienes y servicios que son adquiridos por consumidores a diferentes precios, en una unidad de tiempo

específica (un día, un mes, un año, etc.) ya que sin un parámetro temporal no podemos decir si de una cantidad de demanda crece o decrece.

Cuando una persona elige comprar algún bien, para cumplir sus necesidades, lo hace conscientemente, con base en sus criterios tanto objetivos como subjetivos; estas condiciones se modifican acorde al nivel educativo y socioeconómico, sexo, edad, entre otros factores.

En relación con la elasticidad, la demanda se divide en tres tipos:

- Elástica, cuando la elasticidad de la demanda es mayor que 1, la variación de la cantidad demandada es porcentualmente superior a la del precio.
 - Inelástica, cuando la elasticidad de la demanda es menor que 1, la variación de la cantidad demandada es porcentualmente inferior a la del precio.
- Elasticidad unitaria, cuando la elasticidad de la demanda es 1, la variación de la cantidad demandada es porcentualmente igual a la del precio.

Demanda Independiente es aquella que se genera a partir de decisiones ajenas a la empresa, por ejemplo: la demanda de productos terminados acostumbra a ser externa a la empresa, en el sentido en que las decisiones de los clientes no son controlables por la empresa (aunque sí pueden ser influidas). También se clasificaría como demanda independiente la correspondiente a piezas de recambio.

Demanda dependiente. Es la que se genera a partir de decisiones tomadas por la propia empresa, ("Master Production Schedule"), por ejemplo: aún si se pronostica una demanda de 200 coches para el mes próximo (demanda independiente) la Dirección puede determinar fabricar 120 este mes, para lo que se precisarían 120 carburadores, 120 volantes, 480 ruedas, etc. La demanda de carburadores, volantes, ruedas es una demanda dependiente de la decisión tomada por la propia empresa de fabricar 120 coches.

Variaciones que afectan la Demanda

- Cantidad de dinero. Mayor dinero, mayor circulación, mayor demanda.
- Renta Ingresos.
- Población. Según el aumento o disminución varía.
- Precios. Mayor precio, menor demanda.

5.LEY DE LA DEMANDA

En economía, la ley de la demanda establece que, manteniendo todo constante, cuando el precio de un producto aumenta (\uparrow), la cantidad demandada baja (\downarrow); asimismo, cuando el precio del producto baja (\downarrow), la cantidad demandada aumenta (\uparrow). En palabras simples, la ley de la demanda significa la relación inversa

entre el precio y la cantidad demandada de un bien o servicio. Existe una relación negativa entre la cantidad demandada de un bien y su precio. Los factores que se mantienen constantes en esta relación son los precios de otros bienes y la renta del consumidor. Existen, aun así, algunas posibles excepciones a la ley de la demanda (ver bienes Giffen y Veblen).

6.OFERTA

En economía, se define la oferta como aquella propiedad dispuesta para ser enajenada a cambio de un precio. Cuando las condiciones de mercado vienen caracterizadas por el precio en conjunto de todos los pares de precio de mercado y oferta, forman la llamada curva de oferta. Hay que diferenciar por tanto la curva de oferta, de una oferta actual o cantidad ofrecida (que en general sería un punto concreto de dicha oferta), que hace referencia a la cantidad que los productores están dispuestos a vender a un determinado precio.

En el sistema de economía de mercado se admite que el precio y la cantidad ofertada está determinado por un equilibrio entre la oferta y la demanda (en mercados no competitivos o que presentan fallos de mercado pueden intervenir otros factores adicionales).

7.LEY DE LA OFERTA

La ley de la oferta es un principio fundamental de la teoría económica que establece que, manteniendo constantes otros factores, un aumento en el precio resulta en un aumento en la cantidad ofrecida. En otras palabras, existe una relación directa entre precio y cantidad: las cantidades responden en la misma dirección que los cambios de precio. Esto significa que los productores están dispuestos a ofrecer más de un producto a la venta en el mercado a precios más altos aumentando la producción como una forma de aumentar las ganancias.

En resumen, la ley de la oferta es una relación positiva entre la cantidad ofrecida y el precio y es la razón de la pendiente ascendente de la curva de oferta.

Sin embargo, los datos empíricos muestran que la curva de oferta de bienes producidos en masa suele tener una pendiente descendente. A medida que aumenta la producción, los precios unitarios bajan. Y, a la inversa, si la demanda es muy baja, los precios unitarios suben. Esto corresponde a economías de escala.

8.EQUILIBRIO ECONOMICO

En economía, un equilibrio económico es un estado del mundo en el que las fuerzas económicas se encuentran equilibradas y en ausencia de influencias externas los valores de las variables económicas no cambian. Es el punto en el cual la cantidad

demandada y la cantidad ofertada son iguales.¹ Un equilibrio de mercado, por ejemplo, hace referencia a la 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. Este precio suele denominarse precio de equilibrio y tiende a mantenerse estable siempre que la demanda y la oferta no varíen.

9.EL FUNCIONAMIENTO DE LOS MERCADOS Y LA ASIGNACION DE RECURSOS

Los mercados aseguran la asignación eficiente de los recursos con la información que transmiten los precios. Por ejemplo, un agricultor puede cultivar trigo, maíz o avena. Conoce el coste de la producción y la producción de la tierra, pero desconoce el precio del producto. La incertidumbre sobre el precio depende de factores como las condiciones climáticas, y de la oferta y demanda futuras. El agricultor puede consultar los futuros de trigo, maíz y avena y, dado que conoce sus costes, determinar el cultivo más rentable. Así mismo puede usar los mercados de futuros para asegurarse un precio mínimo para su cosecha antes de sembrar.

10.LOS EFECTOS DEL ESTABLECIMIENTO DE UN PRECIO MAXIMO

Los mercados aseguran la asignación eficiente de los recursos con la información que transmiten los precios. Por ejemplo, un agricultor puede cultivar trigo, maíz o avena. Conoce el coste de la producción y la producción de la tierra, pero desconoce el precio del producto. La incertidumbre sobre el precio depende de factores como las condiciones climáticas, y de la oferta y demanda futuras. El agricultor puede consultar los futuros de trigo, maíz y avena y, dado que conoce sus costes, determinar el cultivo más rentable. Así mismo puede usar los mercados de futuros para asegurarse un precio mínimo para su cosecha antes de sembrar.

Conclusión

El movimiento de la economía se activa con una decisión. El consumidor debe elegir de acuerdo a sus recursos, necesidades y preferencias cuáles son los bienes y servicios por los que pagará. Como los recursos son limitados optará por aquellos productos que hagan rendir más su presupuesto. Si un precio baja y los demás se mantienen igual, lo más seguro es que demandará más del bien cuyo precio bajó.¹ Si el precio sube, consumirá menos o buscará la manera de sustituir ese bien por otro similar.

Detrás el producto están las empresas, son ellas quienes ofertan los bienes y servicios. Los productores deben decidir la cantidad que producirán y venderán, así como las técnicas que les resulten favorables para producir a los costos más bajos posibles y obtener el mejor precio. Estos elementos darán como resultado ganancias para el empresario.

Parecería que el consumidor y el productor van en direcciones opuestas y que sus intereses están contrapuestos. Unos quieren ganar más dinero del producto y otros pagar lo menos posible por él. ¿Cómo es que estos intereses se concilian? En el mercado la interacción de la oferta y la demanda determina el equilibrio de mercado, esto la cantidad y el precio.

El precio es una señal que guía tanto a las empresas como a los consumidores, pues indica cuánto pueden y quieren pagar las personas y ofrecer las empresas. Mientras más abundante sea un bien, el precio bajará y, por lo tanto, la demanda subirá, lo contrario sucede cuando el bien es escaso, pues el precio sube y la demanda baja.