

Nombre de alumno:

Alan Francisco Gallegos Morales

Nombre del profesor:

Reynaldo Francisco Manuel Gallegos

Nombre del trabajo:

Mapa Conceptual

PASIÓN POR EDUCAR

Materia:

Economía

Grado: 6to Cuatrimestre

Grupo: Único

OFERTA, DEMANDA Y MERCADO

OFERTA

El lado de la oferta tiene que ver con los términos en los que las empresas desean producir y vender sus productos.

Ofrecer es tener la intención o estar dispuesto a vender, mientras que vender es hacerlo realmente. La oferta recoge las intenciones de venta de los productores.

LEY DE LA OFERTA

La ley de la oferta expresa la relación directa que existe entre el precio y la cantidad ofrecida: al aumentar el precio se incrementa la cantidad ofrecida. debemos centrarnos en las variaciones de las otras variables distintas al precio

tales como:
• El precio de los factores productivos. Tiene lugar una reducción en el precio de los fertilizantes, los agricultores se sentirán dispuestos a producir más cereales que al precio anterior a la disminución.

• La tecnología existente. Asimismo, una mejora en la tecnología puede, por ejemplo, contribuir a reducir los costes de producción y a incrementar los rendimientos.

• El número de empresas oferentes. Un aumento del número de empresas, que se puede producir por lo atractivo del precio o por otras razones como las facilidades que encuentran para establecerse en una zona o país, también se traduce en un aumento de la oferta.

EL FUNCIONAMIENTO DEL MERCADO.

El juego de compradores y vendedores en los mercados determina las cantidades y los precios de los distintos bienes y servicios, este juego de las fuerzas que actúan en los mercados constituye la teoría de la oferta y la demanda

Un bien se cambia por dinero y éste, posteriormente, por otros bienes. Cuando en el intercambio se utiliza el dinero existen dos tipos de agentes bien diferenciados; - Los compradores y los vendedores.

Para llegar a esta forma de competencia, que es la más avanzada, el mercado debe tener dos características:
1) Los bienes que se venden deben de ser exactamente los mismos y
2) Los compradores y vendedores son tan numerosos que ninguno puede, por sí solo, influir en el precio del bien en el mercado

EL PRECIO DEL MERCADO

Los precios coordinan las decisiones de los productores y los consumidores, precios bajos estimulan el consumo y desaniman la producción, mientras que precios altos tienden a reducir el consumo y estimulan la producción. Los precios actúan como el mecanismo equilibrador del mercado

El mercado asigna los recursos de una manera eficiente, ya que van a los destinos que la sociedad más valora, en función de sus preferencias y escasez

Cuando se prohíbe el intercambio privado, generalmente porque el bien se considera perjudicial, como sería el caso de la droga, se crea una escasez del producto en cuestión al precio oficial y aparecen los mercados «negros»

TIPOS DE MERCADOS

LIBRES:
Sometidos al libre juego de las fuerzas de oferta y demanda

INTERVENIDOS:
Cuando agentes externos al mercado, como por ejemplo Las autoridades económicas, fijan los precios

COMPETITIVO
Si en un mercado existen muchos vendedores y muchos compradores es muy probable que nadie, por sus propios medios, sea capaz de imponer y manipular el precio

COMPETENCIA IMPERFECTA
Hay muy pocos vendedores o incluso uno solo, existirán grandes posibilidades de que éstos o éste fijen Los precios a su conveniencia.

EQUILIBRIO EN EL MERCADO

En el equilibrio, dado que la cantidad ofrecida y la demanda se igualan, no hay ni escasez ni excedente

En Economía entendemos por equilibrio aquella situación en la que no hay fuerzas inherentes que inciten al cambio.

Se tendrá una combinación de equilibrio de precio, cantidad ofrecida y demandada, cuando rija en el mercado un precio para el que no haya ni compradores ni vendedores frustrados que tiendan a empujar los precios al alza o a la baja para adquirir las cantidades deseadas o estimular sus ventas.

EL FUNCIONAMIENTO DE LOS MERCADOS Y ASIGNACION DE LOS RECURSOS

Si se cumplen determinadas condiciones sobre el comportamiento de los agentes, de guiar la asignación de los recursos entre los diferentes sectores.

Este cambio puede hacer que aparezca escasez de un bien y exceso de oferta de otro. La escasez generará un aumento del precio, y el exceso de oferta un descenso

Precios bajos estimulan el consumo y desaniman la producción, mientras que precios altos tienden a reducir el consumo y estimulan la producción

LOS EFECTOS DEL ESTABLECIMIENTO DE UN PRECIO MAXIMO

Con un precio máximo el gobierno pretende mantener el precio de un bien por debajo de un determinado nivel.

Para que un precio máximo sea relevante éste debe ser inferior al precio de equilibrio.

DEMANDA

significa estar dispuesto a comprar, mientras que comprar es efectuar realmente la adquisición. La demanda refleja una intención, mientras que la compra constituye una acción.

Hay una serie de factores determinantes de las cantidades que los consumidores desean adquirir de cada bien por unidad de tiempo

tales como:
• Las Preferencias
• La Renta o Ingreso en ese Período
• Los Precios de los Demás Bienes
• El Precio del Propio Bien

LEY DE DEMANDA

La razón por la que cuando el precio del bien aumenta la cantidad demandada por todos los consumidores disminuye es doble.

La demanda de mercado es la suma de todas las demandas individuales de un determinado bien o servicio