



Mi Universidad

Súper nota

Nombre del Alumno: Siomara Grisel Vázquez Gómez

Nombre del tema: Microeconomía en el mercado

Parcial: 2

Nombre de la Materia: Fundamentos de la economía

Nombre del profesor: Ana Laura Culebro Torres

Nombre de la Licenciatura: Administración y estrategia de negocios

Segundo Cuatrimestre

Comitán de Domínguez, Chiapas, 18 de febrero del 2023

LA MICROECONOMÍA EN EL MERCADO

ELABORADO POR: SIOMARA GRISEL VÁZQUEZ GÓMEZ

MERCADO

Mercado significa el lugar donde se compra y venden bienes como fruta, carnes, lácteos, entre otros.

En economía se refiere a cualquier acuerdo para que compradores y vendedores de una mercancía determinada hagan negocios entre sí



Compradores= demandantes
Vendedores= ofertantes



¿QUÉ ES COMPRADOR?

El comprador es aquel agente económico, persona o empresa que adquiere un producto tangible o intangible.

¿QUÉ ES VENDEDOR?

Es la persona que realiza las tareas de venta dentro de una empresa u organización.



PRECIO

La base para hacer el intercambio de bienes y servicios en cualquier mercado es el precio. El precio es una relación por el medio de la cual se intercambia un bien por otro.

cuando el intercambio se hace sin utilizar el dinero, se denomina trueque.



PRECIO NOMINAL

La cantidad de dinero que se paga para obtener una mercancía se llama precio nominal.

PRECIO RELATIVO

El precio relativo es la proporción de un precio en la relación con otro.



DEMANDA

Demanda se refiere a la relación entre el precio del bien y la cantidad demandada del mismo.

El comportamiento de la demanda se explica por el efecto sustitución y el efecto ingreso.



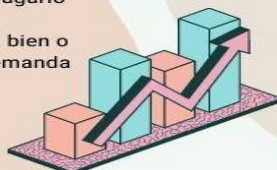
OFERTA

Es la cantidad de bienes y servicios que los ofertantes están dispuestos a poner en la venta en el mercado a unos precios concretos.



LEY DE LA DEMANDA

- La cantidad demandada varía inversamente con el precio.
- Cuando el precio de un bien aumenta, la cantidad de personas que están dispuestas a pagarlo disminuye.
- si disminuye el precio del bien o servicio la cantidad de demanda aumentará.



EFFECTO SUSTITUCIÓN

Cuando aumenta el precio de un bien su precio relativo se eleva, el consumidor tiene que reorganizar sus compras de acuerdo con los nuevos precios relativos.

EFFECTO INGRESO

Cuando el precio de un bien aumenta y el ingreso permanece constante, los consumidores tienen que saber elegir para escoger lo que más les conviene.