



Nombre de alumno: Itzel Abigail Tlamani Lopez .

Nombre del profesor: Lucero Del Carmen García

Nombre del trabajo: Act 2.1. Super nota "El mercado: Oferta y demanda"

Materia: Fundamentos de Economía

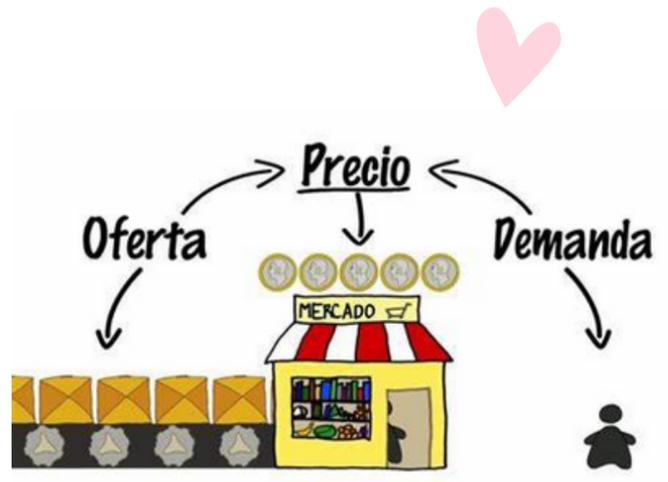
Grado: 2do cuatrimestre

Grupo: Administración y Estrategia De Negocios

“El mercado: Oferta y demanda”

2.1. Concepto de mercado

El mercado es el contexto en donde tiene lugar los intercambios de productos y servicios, es decir que en ese contexto se llevan a cabo las ofertas, las demandas, las compras y las ventas



2.2. Tipos de mercados

Es necesario tener en cuenta que hay diversos tipos de mercados. En uno de los extremos estarían los mercados donde hay mucha competencia, por lo que la obtención de beneficios sería difícil y en el otro extremo, no hay competencia por lo que la obtención de beneficios es fácil. Básicamente se identifican cuatro tipos de mercado:

Competencia perfecta. En este tipo de mercados hay muchas empresas, que venden productos idénticos y también hay muchos compradores.



Competencia monopolística. Todos los productores tratan de diferenciar su producto para que sea único. Hay muchas formas de diferenciar los productos. Algunas de ellas auténticas y otras totalmente ficticias.

Oligopolio. Se dice que hay oligopolio cuando se tiene más de un vendedor en el mercado, pero no en tal cantidad que la contribución de cada uno de ellos se vuelva imperceptible



Monopolio. Se da el monopolio puro cuando sólo hay un vendedor en un mercado bien definido. Únicamente hay una empresa que produce un bien o servicio que no tiene sustitutos cercanos.

Oferta

La oferta se define como el monto que los productores están dispuestos a vender en el mercado durante un periodo dado a un precio específico, "está constituida por todas las mercancías producidas o que se encuentran en el mercado, que pueden ser bienes o servicios y son ofrecidas al consumidor por los productores y distribuidores en los diversos mercados y a los distintos precios".

La cantidad que las empresas planean vender de un bien o servicio particular depende de muchos factores. Entre los más importantes están:

1. Precio de los factores de la producción.
2. Precio de los bienes relacionados.
3. Oferta de un bien.
4. Tecnología.

La ley de la oferta establece una relación positiva entre el precio y la magnitud de la cantidad ofrecida.

↑ Precio → Oferta ↑



"El mercado: Oferta y demanda"

2.7. Demanda

Es la cantidad de bienes y servicios que un consumidor o los consumidores están dispuestos a comprar a un determinado precio en un tiempo dado. Para que una persona demande un bien o servicio es porque le resulta útil, es decir, le sirve para satisfacer alguna necesidad, pero además puede pagarlo.



La ley de la demanda establece que la cantidad demandada varía inversamente con el precio.

↑ Precio → Demanda ↓

2.7. Demanda

Hay diversos factores que provocan cambios en la demanda:



Precios de bienes sustitutos. Un sustituto es un bien que puede utilizarse en lugar de otro.

Precios de bienes complementarios. Se refiere a un bien que se utiliza en conjunto con otro.

Precios esperados en el futuro. Cuando hay expectativas de que el precio de un bien se incrementará y es posible almacenarlo, la gente comprará más del bien ahora, antes de que suba su precio, lo que causará un incremento de la demanda actual del bien.

El ingreso de los consumidores. Si el ingreso aumenta los consumidores comprarán más de los bienes normales



2.8. Ley de la oferta y la demanda



La ley de la oferta y la demanda fue creada por Antoine Augustin Cournot, y popularizada por Alfred Marshall; esta es un principio económico que explica una variedad de procesos macro y microeconómicos. Entre ellos, la cantidad de oferta que se hace sobre un producto determinado y el precio al que se venderá, el cual dependerá de la cantidad de un mismo producto que los compradores están dispuestos a comprar, y lo que los vendedores quieren fabricar.

La ley de la Oferta dice que entre más alto sea el precio actual en el mercado, más se producirá y venderá, de igual forma, al disminuir el precio, menor será la producción, creando una relación inversamente proporcional.



Bibliografía

Editorial Grudemi (2018). Ley de oferta y demanda. Recuperado de Enciclopedia Económica (<https://enciclopediaeconomica.com/ley-de-oferta-y-demanda/>). Última actualización: mayo 2022.