



## Ensayo

Nombre del Alumno: **Scarlet Alegría Sánchez**

Nombre del tema: **Ensayo UNIDAD II**

Parcial: **I**

Nombre de la Materia: **Fundamentos de economía**

Nombre del profesor: **Fernando López Santiz**

Nombre de la Licenciatura: **Licenciatura en contaduría pública y finanzas**

Cuatrimestre: **2do**

Nomenclatura del grupo: **LCF26SSC0124-A**

Clave de la materia: **LCF207**

## UNIDAD II. EL MERCADO. OFERTA Y DEMANDA

### 2.2 TIPOS DE MERCADO

Los tipos de mercado se resumen básicamente en dos extremos, dentro de los cuales encontraremos 4 tipos de mercados, que se van a ubicar en cualquiera de estos extremos de acuerdo a su competencia, es decir; será difícil tener beneficios bastos y redituables si existe mucha competencia por ese mismo bien o servicio y en el otro extremo será todo lo contrario, siendo fácil la obtención de ganancias, puesto que la competencia es poca o en algunos casos nula. A continuación, se presentan los diferentes tipos de mercados.

- Competencia perfecta:

Existe gran competencia en este tipo de mercado, ya que muchas empresas se dedican a lo mismo, ya sea en producir un bien casi idéntico o brindar un servicio, se caracteriza porque las empresas pueden entrar o salir a la industria fácilmente sin dificultad, sin embargo, al requerir alguna patente o derechos de propiedad, ya la entrada no es libre. Es necesario que todas las partes involucradas (consumidores, productores y dueño de los recursos) conozcan el mercado, ya que, al haber una gran variedad de empresas dedicadas a lo mismo, los consumidores podrían comprar caro, así mismo los trabajadores podrían malbaratar su mano de obra.

- Competencia monopolística:

En este tipo de mercado, las empresas tratan de ponerle algo así como un sello único, como para tratar de que sus productos, aunque cumplan la misma función, sean diferentes, existen dos formas de diferenciarlos, la primera se llama *auténtica*, ya que estará basada como por ejemplo en la composición química del producto, el servicio que ofrecen los vendedores, el potencial, el costo de insumo etc. En sí, es básicamente

de lo que está hecho el producto o de la calidad al ofrecer un servicio, y la otra forma para diferenciar será *ficticia*, se llama así, porque se enfoca en la publicidad, algo así como la manera en la que se ve el producto a simple vista (envoltura) ya que esto lo hace llamativo para el consumidor.

- Oligopolio

En este tipo de mercado existe poca competencia, ya que las empresas que tipifican en este tipo de mercado, requieren de un gran capital de inversión. Estas empresas son interdependientes, y las políticas de cualquiera de estas empresas afectan a las demás de manera directa y al estar bien establecidas ejercen control sobre el precio, un ejemplo de estas empresas sería, el transporte aéreo, las compañías telefónicas y las televisoras.

- Monopolio:

La competencia es completamente nula, es totalmente lo opuesto a la *competencia perfecta*. Ya que existe solo una empresa que se dedica a producir un bien o servicio, logrando así obtener grandes ganancias. La forma de lograr un monopolio, se consigue gracias a que la empresa tiene control absoluto de las fuentes de materias primas para generar el bien o servicio, algo que también favorece la creación de un monopolio sería que se cuenta con una planta lo suficientemente eficiente para producir todo lo que el consumidor demanda.

## 2.3 EL FUNCIONAMIENTO DE LOS MERCADOS Y LA ASIGNACION DE RECURSOS

El mercado funciona básicamente en torno a cómo funcione la oferta y la demanda de algún bien y servicio, y no se necesitará que intervenga ninguna autoridad para regular

esto, ya que el precio es el que determinara la coordinación o el balance entre los involucrados (consumidores y productores)

El precio juega un papel importante, ya que es la manera en que los mercados aseguran una asignación eficiente de los recursos. A través de las cotizaciones de las acciones, la bolsa transmite el valor de la empresa en cuestión, bajo la dirección en la que se encuentra al momento de cotizar. Si la reacción de la cotización es positiva o negativa, esto repercutirá en la decisión de una empresa al momento de querer comprar otra empresa para inyectar inversión o en dado caso para lanzar un nuevo proyecto. Al ver reflejado en las cotizaciones el valor de los activos de la empresa se estará logrando con esto una evaluación del rendimiento de la empresa en cuestión.

## 2.4 EL PRECIO DE MERCADO

El precio es una relación por medio de la cual se intercambia un bien por otro. Hay que distinguir el precio nominal o monetario y el relativo. El monetario es el que se mide en unidades monetarias, es decir el precio neto que pagamos al comprar un producto o servicio, y el precio relativo es la proporción de un precio en relación con otro. Habrá para quienes algún producto que a pesar de que tenga que pagar más unidades monetarias comparándolo con otro, este tendrá un valor relativo menor, por ejemplo, un vegetariano sabe que un kilo de carne cuesta más unidades monetarias al compararla con un kilo de lentejas, pero para él, el valor relativo es mayor, ya que la carne no es algo que el consuma, por lo tanto, no le afectara jamás si esta sube o baja de precio.

Por otro lado, podría decirse que la escasez es relativa, ya que depende de la demanda, los bienes que más necesitamos, son más escasos y es precisamente a la demanda que existe de este producto. Cuando un producto no es escaso su precio será bajo debido a la abundancia de este

## 2.5 USO Y MANEJO DE GRAFICAS EN ECONOMIA.

Siempre será más agradable a la vista una imagen que represente cierta información, a una gran cantidad de texto un poco difícil de interpretar. Las gráficas son fotografías que nos muestran como las variables se relacionan entre sí. Se dice que es una herramienta básica del economista.

Las gráficas se presentan en dos momentos claves, el primero ocurre cuando se está desarrollando la teoría económica, ya que permite expresar visualmente las ideas, y el otro momento sucede cuando se analizan datos económicos ya que es una manera fácil de encontrar e interpretar patrones. Existen dos tipos de graficas.

- Graficas de una sola variable:

En esta clasificación se pueden identificar graficas como; grafica de pay o circular, grafica de barras y la gráfica de serie. Básicamente es representar visualmente la información, pero en función de una sola variable.

- Grafica de dos variables: el sistema de coordenadas.

Si bien es cierto la preocupación de todo economista es la relación entre variables, y como estas son representadas a través de coordenadas en una cuadrícula bidimensional, donde la coordenada  $x$  es la que indica el punto horizontalmente, mientras que la coordenada  $y$  se ubica sobre el plano vertical. Y es justamente donde se encuentran estas dos coordenadas lo que viene dando el primer punto llamado origen.