



Beberly Nohemi Gómez Méndez

profesor: Fernando López Santiz

materia: fundamentos de economía

segundo cuatrimestre

18 de febrero de 2025

tipos de mercado

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. En un mercado competitivo cada uno de los agentes económicos es tan pequeño en relación con el mercado total, que no puede ejercer una influencia perceptible sobre el precio. Además, no hay restricciones para que entren nuevas empresas.

Competencia monopolística. Este tipo de mercado se "caracteriza por la posibilidad de las empresas de diferenciar los productos" (Blanco. Luis, 1999: 202).

Hay muchas formas de diferenciar los productos. algunas de ellas auténticas y otras totalmente ficticias. Cuando la diferenciación es auténtica, usualmente se pueden catalogar las diferencias en términos de composición química, servicios que ofrecen los vendedores, potencia, costo de los insumos, etc.

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. Cuando sólo hay dos vendedores en el mercado se da el caso del duopolio.

El producto puede ser idéntico o diferenciado, hay algunas barreras para la entrada de nuevas empresas y las que están establecidas ejercen un control sobre el precio. Por ejemplo, el transporte aéreo internacional, las compañías telefónicas o las televisoras.

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.

La monopolización de un mercado garantiza a la empresa individual un beneficio económico a largo plazo mayor que el que podría obtener en el caso de que hubiera un 2 o más empresas rivales en el mercado.

EL FUNCIONAMIENTO DE LOS MERCADOS Y LA ASIGNACION DE RECURSOS

En el mercado concurren millones de consumidores o demandantes y otros tantos oferentes o productores. El mercado, a través del mecanismo de precios, permite coordinar todas las decisiones de los actores implicados en el proceso de intercambio.

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.

el mercado ayuda a la dirección a disponer de una segunda opinión sobre sus decisiones. Además, como las cotizaciones reflejan el valor de los activos con la actual dirección, el mercado indica lo bien o mal que lo está haciendo el equipo de dirección, contribuyendo de esta forma a evaluar su rendimiento.

Si la financiación proviene de un accionariado disperso, ninguno de los accionistas por sí solo tiene un incentivo para dedicar recursos a asegurarse de que la dirección actúa en defensa de sus intereses. Por el contrario, cuando un banco presta a una empresa, tiene el incentivo para actuar como único agente controlador.

EL PRECIO DEL MERCADO

El precio es una relación por medio de la cual se intercambia un bien por otro. Esto es lo que permite la equivalencia entre el dinero y cualquier mercancía.

Es importante distinguir entre los precios nominal o monetario y el relativo. La cantidad de dinero que se paga para obtener una mercancía se llama precio nominal, por ejemplo, el litro de leche cuesta 16 unidades monetarias (UM), un litro de vino 32 UM. El precio relativo es la proporción de un precio en relación con otro.

Uno de los problemas fundamentales de la microeconomía es explicar por qué los bienes y los factores de producción tienen un precio o como también se le llama, valor de cambio. La respuesta es porque son útiles y además son escasos con relación a los requerimientos de las personas (Pérez, 2000).

Por ejemplo, la carne difícilmente será escasa en una sociedad de vegetarianos, pues independientemente de la cantidad que haya, como no es útil para nadie, no será demandada y, por lo tanto, jamás será escasa y ni precio tendrá.

Uso y manejo de gráficas en economía

En términos generales, las variables económicas están relacionadas unas con otras y cuando, por ejemplo, el precio de los plátanos aumenta, las personas los compran menos. Una forma de expresar estas relaciones es por medio de las gráficas.

En primera instancia, y cuando se está desarrollando teoría económica, permiten expresar visualmente las ideas, lo que las aclara más que si se presentaran por escrito o por medio de ecuaciones. En segundo lugar, cuando se analizan datos económicos, las gráficas son una forma muy eficaz de encontrar e interpretar patrones. Independientemente de que se trabaje con teoría o con datos, las gráficas son lentes que nos permiten ver el bosque en vez de una cantidad de árboles.

Un buen escritor sabe elegir sus palabras de modo que su argumento sea claro, su descripción placentera o bien dramática. Del mismo modo un economista efectivo escogerá el tipo de gráfica que mejor ilustre lo que quiere decir.