



Los mercados competitivos

Autor: Elder Flores Durán
Palabras: 737

Índice

- 3 Mercados competitivos
- 3 La demanda individual y la demanda del mercado
- 4 Los cambios en la demanda
- 7 Glosario



Mercados competitivos

El grupo de compradores y vendedores de un bien, servicio o factor productivo constituye un mercado, aún cuando no esté organizado. Cada comprador sabe que hay varios vendedores entre los cuales puede elegir y cada vendedor es consciente de que su producto es similar al que ofrecen otros vendedores. El precio y la cantidad vendida no son determinados por un único comprador o vendedor, sino por todos los compradores y los vendedores cuando se interrelacionan en el mercado.



Un mercado competitivo es aquel en el que hay muchos compradores y muchos vendedores, por lo que cada uno ejerce una influencia insignificante en el precio de mercado. Cada vendedor controla en un grado limitado el precio, ya que otros ofrecen productos similares. Tiene pocas razones para cobrar un precio inferior al vigente, y si cobra más, los compradores acudirán a otros. Así mismo, ningún comprador puede influir en su precio, ya que cada uno sólo compra una pequeña cantidad.

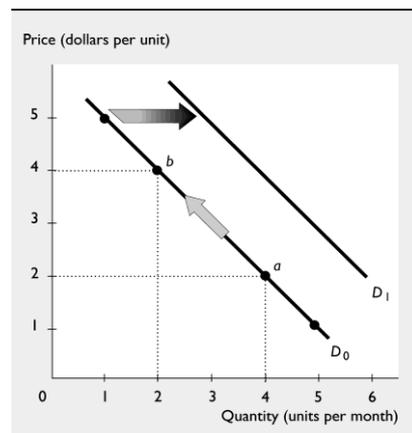
La demanda individual y la demanda del mercado

La demanda individual es la demanda personal, es decir que cada persona de acuerdo con sus intereses hace, como por ejemplo la demanda individual de gaseosas es distinta en cada persona, ya que a algunos les podrán fascinar y a otros las podrán detestar.

En cambio, la demanda del mercado es la suma de las demandas de todos los compradores en el mercado (cada comprador de gaseosas es tomado en cuenta para establecer la demanda del mercado). En cada precio, se agrega la cantidad demandada de cada comprador y la suma es la cantidad de mercado demandado.



Los cambios en la demanda



Cuando cualquier factor influye en los planes de compra, hay un cambio en la demanda y se desplaza. Un aumento de la demanda se desplaza hacia la derecha y una disminución de la demanda desplaza la curva hacia la izquierda. Factores que pueden cambiar la demanda:

- **Los precios de los bienes relacionados:**

Un sustituto es un bien que se puede consumir en lugar de otro (té y café) y un complemento es un bien que se consume con otro. (azúcar y café). Un aumento en el precio de un **sustituto** aumenta la demanda del bien original.

- **Expectativas:**

Si se espera que el precio de un bien aumente en el futuro, la demanda en el presente se incrementa.

- **El número de compradores:**

Cuanto mayor sea el número de compradores, mayor es la demanda.

- **Preferencias:**

Las preferencias son las actitudes de un individuo hacia los bienes y servicios.

- **Ingresos.**

Ingresos de los compradores.

Cambio en la cantidad demandada versus cambio de la demanda

Un cambio en los precios provoca un movimiento a lo largo de la curva de demanda, que es el cambio en la cantidad demandada.

Conclusiones

- La demanda refleja la cantidad de un bien que el consumidor está dispuesto a comprar a un precio determinado (con el supuesto *ceteris paribus*, (expresión que significa todo lo demás permanece constante) esto es, manteniendo el resto de variables inalterables). Como por ejemplo que no haya una tormenta o sequía que afecte la producción del mismo bien.
- El precio de un bien o servicio afecta a la cantidad de personas que planean comprar. La cantidad demandada de un bien o servicio es la cantidad que los consumidores planean comprar durante un período de tiempo determinado a un precio determinado. Cuántas personas van a comprar los Toyota en relación con los Nissan.
- La ley de la demanda significa que: si el precio de un bien aumenta la cantidad demandada de ese bien disminuye, y si el precio de un bien disminuye, la cantidad demandada de ese bien aumenta. Como lo hablamos en el ejemplo del café y el té.
- La demanda de un bien se refiere a la totalidad de la relación entre el precio del bien y la cantidad demandada del bien.

Glosario

Decayendo. Desplazar un cuerpo de arriba abajo por la acción de su propio peso.

Econométricos. Técnicas matemáticas y estadísticas al análisis de teorías económicas.

Sustituto. Persona que reemplaza a otra y desempeña sus funciones.



Cómo sé qué quieren los chavos

Autor: Elder Flores Durán

Palabras: 737

Referencias

Martín Krause, Economía para emprendedores, 2004

Israel Kirzner, El significado del proceso de mercado,
1997

[http://www.ciberconta.unizar.es/leccion../demanda/
110.HTM](http://www.ciberconta.unizar.es/leccion../demanda/110.HTM)

Imágenes: <https://pixabay.com>

