

Gfdgd

Mercado: es el medio por el cual se ponen en contacto personas o colectivos que desean adquirir un determinado bien (demandantes) con otros que desean venderlo (oferentes). (precio)

Para que exista un mercado debe darse una libertad de mercado, la propiedad privada sobre los bienes y sobre los factores de producción debe ser reconocida y debe existir un derecho que regule las compraventas y el resto de operaciones económicas.

¿Qué? Se produce lo que demanda la población.

¿Cómo? Produciendo lo más eficientemente posible buscando en el ahorro en los costes de producción.

¿Para quién? Para aquellos que puedan pagarlo.

Demanda: Indica la cantidad de un bien o servicio que estarían dispuestos a comprar los consumidores a cada nivel de precios, considerando constantes el resto de factores que afectan a este deseo: el precio del bien y los precios de otros bienes relacionados, los gustos y la moda, y la renta de los consumidores. La cantidad demandada será la cantidad que los consumidores están dispuestos a comprar a cada nivel de precios.

Oferta: Indica qué cantidad de un bien o servicio estarían dispuestos a vender los productores a cada nivel de precios, considerando sus costes de producción (precio de factores de producción, productividad) y las expectativas de las empresas. La cantidad ofrecida será la cantidad que las empresas están dispuestas a ofrecer a cada nivel de precios.

Equilibrio de mercado es la situación en donde el precio y la cantidad coincide con los deseos de los demandantes y de los oferentes.

Exceso de oferta: El precio está por encima del de equilibrio, la cantidad que se quiere vender es mayor a lo que desean adquirir quedando productos sin vender.

Exceso de demanda: El precio está por debajo del de equilibrio, la cantidad que se quiere vender es menos a lo que desean adquirir agotando las existencias.

1. Competencia perfecta: Multitud de pequeñas empresas, Libertad de entrada y salida al mercado, El producto es homogéneo sin diferenciar, La competencia es total, Las empresas no influyen en el precio, Productos agrícolas (lonjas de pescado). Es el mercado donde el consumidor sale más beneficiado por sus precios bajos y una alta cantidad de bienes producidos.

2. Competencia imperfecta: Oferentes sí tienen cierto poder y pueden influir en el precio de los productos. Según sus oferentes pueden ser:

Competencia Monopolística: Muchas empresas, Libertad de entrada y salida al mercado, Los productos son semejantes pero se diferencian a través de la publicidad y la marca, Existe una fuerte competencia, Tienen cierta influencia sobre los precios, Electrodomésticos y peluquerías.

Oligopolio: Pocas empresas que pueden actuar de dos formas: rivalidad o cooperación, Fuertes barreras de entrada al mercado, Los productos pueden ser similar o diferenciado, Dos tipos: Mucha competencia(rivalidad) o ninguna(cooperación), Tienen poder para influir en el precio, Banca y petróleo.

Monopolio: Existe una única empresa, Fuertes barreras de entrada al mercado, Hay un único bien o servicio, No existe competencia, La empresa decide el precio y la cantidad del producto que se venderá, Correo y agua. Es el peor tipo de mercado para los consumidores por ser más altos los precios.