

U2: El mercado y actividades

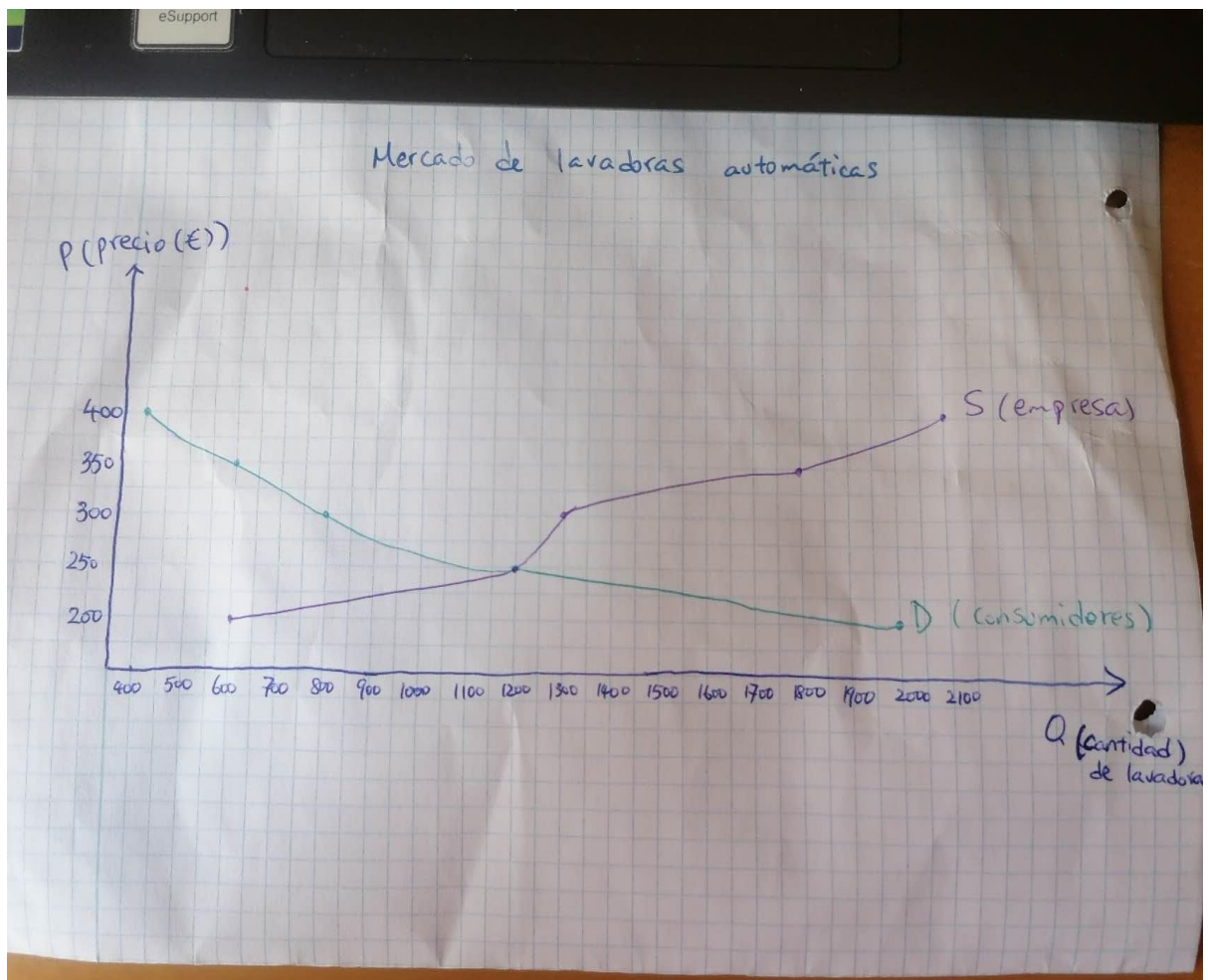
A) El mercado y tipos

1º) En el mercado de lavadoras automáticas, los estudios demuestran que la demanda de los consumidores y la oferta por parte de las empresas se comportan de la siguiente manera:

Precio	Cantidad demandada	Cantidad ofrecida
200€	2.000	600
250€	1.200	1.200
300€	800	1.500
350€	600	1.800
400€	400	2.100

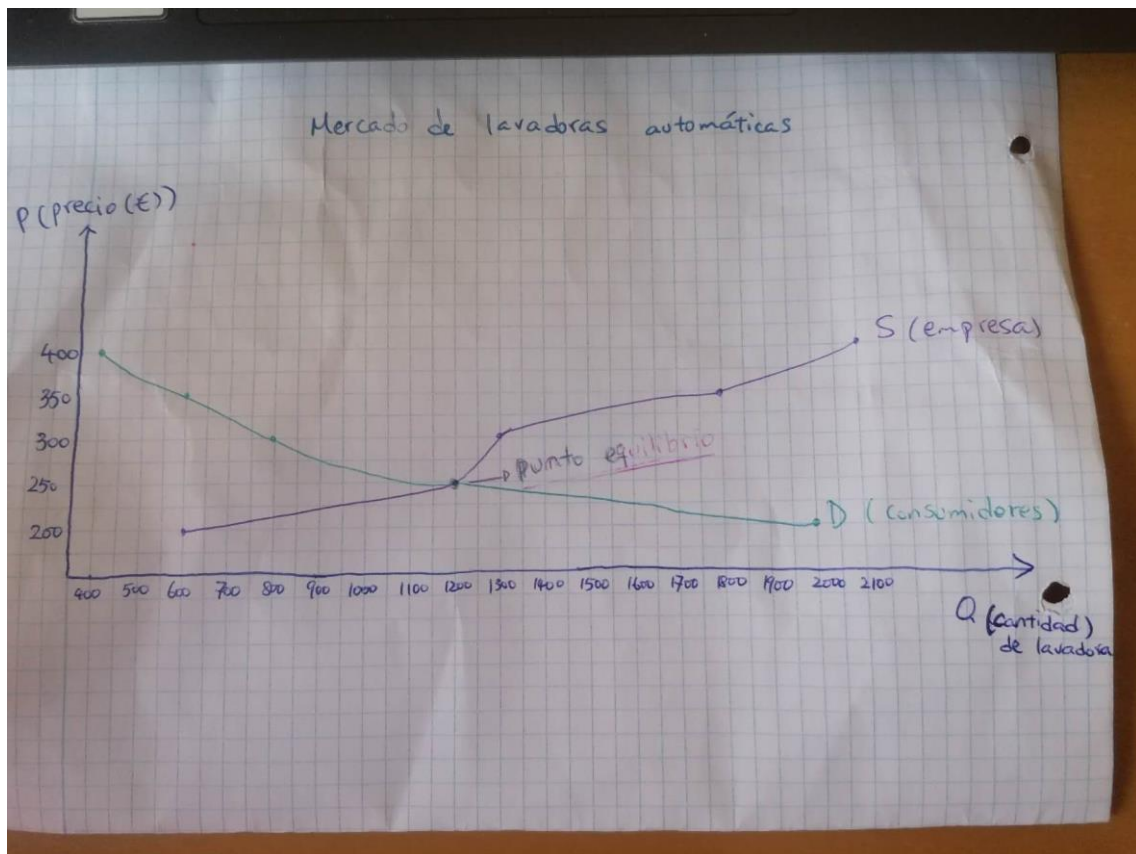
- a) Dibuja el gráfico de la curva de oferta y de la curva de demanda.
- b) ¿A qué precio se cruzarán la oferta y la demanda? ¿Qué cantidad se venderá a ese precio?
- c) ¿Qué pasaría si las empresas pusieran un precio de 200€? Dibújalo e indica la cantidad que excedería.
- d) ¿Y si el precio fuese de 350€? Dibújalo igualmente e indica la cantidad que excede.

a)



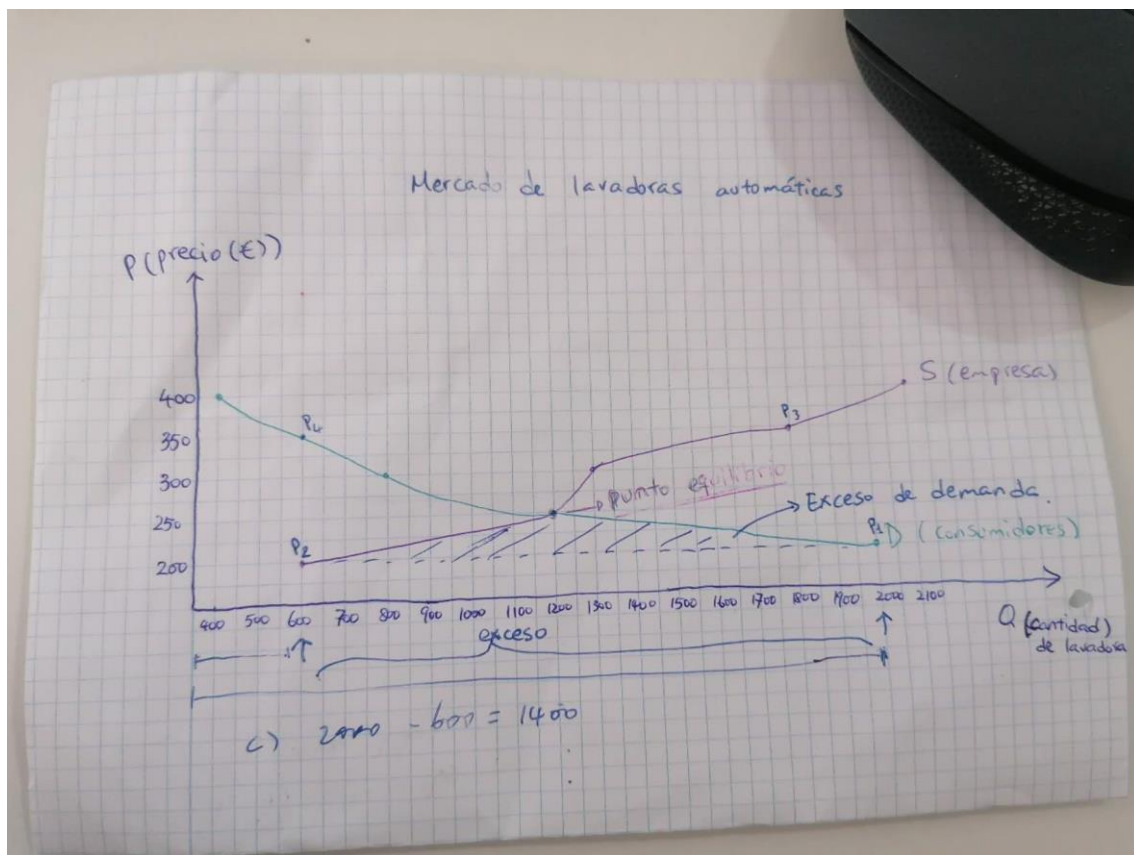
b)

250 euros es el precio que cruzan la oferta y la demanda, la cantidad que se vende a ese precio es 1200 unidades.



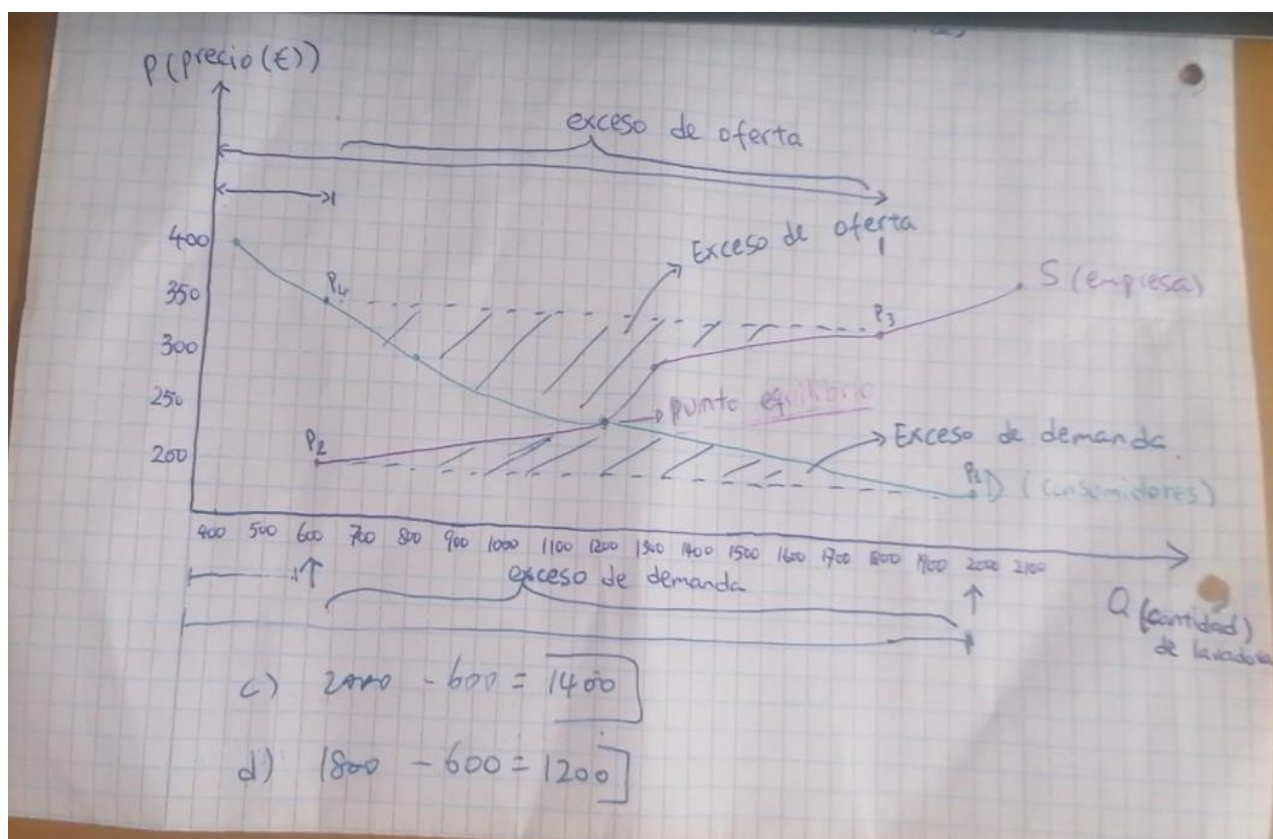
c)

Si la empresa puso un precio de 200 euros, produciría un exceso de demanda de 1400 unidades. (si el precio fuera 200 euros, la empresa produciría 600 unidades de lavadoras, y lo que van a comprar los clientes es 2000 unidades.)



d)

Si el precio fuera 350 euros, se produciría un exceso de oferta de 1200 unidades. (600 unidades es lo que van a comprar los clientes, y 1800 unidades es lo que va a producir la empresa).



3º) Indica para los siguientes casos a qué tipo de mercado se aproxima más según la clasificación vista en el tema:

a) Las barras de pan. b) Los productos de estética personal (por ejemplo en Druni). c) La gasolina. d) La fabricación de tabaco.

a) Las barras de pan se aproximan más a al mercado de competencia perfecta, porque existen muchas empresas que están ofreciendo el mismo producto (muchos competidores), y los precios son transparentes con lo cual se ofrece el precio del mercado en dicho producto.

- b) Los productos de estética personal se aproximan más a al mercado de competencia monopolística, porque ofrece productos diferenciados a otros a sus competidores, invierten mucho en la publicidad para diferenciar sus productos y atraer clientes, además tiene margen de maniobra para subir los precios.

- c) La gasolina se aproxima más a al mercado de oligopolio, porque requiere una alta elevación de inversión de inversión inicial, con lo cual hay pocas empresas que se domina, además se ofrece productos homogéneos.

- d) La fábrica de tabaco se aproxima más a al mercado de oligopolio como la gasolina, debido a la alta inversión inicial requerida, y la presencia de unas pocas empresas dominantes en el mercado. Además, los productos son homogéneos.