

Escuela: CENS. Rivadavia - Nivel Secundario- Educación de Adultos

Docente: Analia Inés Páez

Curso: 3° “A” - nivel secundario

Turno: Nocturno

Área curricular: Económica Política.

Título de Propuesta: Análisis de mercado de competencia perfecta

Objetivo: Identificar las características del mercado de competencia perfecta y los beneficios del mismo.

Contenidos: Eje N°3: Concepto de mercado. Clasificación. Organización de los mercados: mercado de competencia perfecta.

Estimados alumnos/os: Espero se encuentren bien y animarlos a que juntos sigamos trabajando con mucho entusiasmo y dedicación para seguir adquiriendo los conocimientos a la distancia, y que este nuevo desafío que no sólo lo es para ustedes también lo es para mí, y les aseguro que mucho más, no sea un obstáculo para lograr el proceso de enseñanza y aprendizaje

MODALIDAD DE TRABAJO

- ✚ Todo el material didáctico que les estoy enviando por este medio tiene que ser copiado en el cuaderno. (Textos y actividades)
- ✚ Sólo me enviaran por correo electrónico: paezanalia299@gmail.com las actividades, puede ser en Word o subir las fotos de las actividades realizadas en el cuaderno.
- ✚ La evaluación es por proceso, y se tendrá en cuenta los trabajos realizados en el cuaderno que se observará mediante las imágenes enviadas por correo electrónico
- ✚ Fecha de presentación jueves 18 de mayo.
- ✚ El horario para hacer consultas en lo posible, será los días **martes y jueves** sobre
- ✚ 11am a 12am Y sobre 14:30 a 15:30.

Bibliografía: Economía: estudio de la macro y micro economía. Roberto Angrisani; Cora Medina; Mirta Rubbo. 4ª ed. Buenos Aires. A&L Editores 2010.

Guía N° 4- Mercado

Mercado

Concepto: Es el ámbito físico y abstracto donde se realizan las actividades por medio de las cuales se ponen en contacto la oferta (productores) y la demanda (familias) En él se produce la lucha entre dos fuerzas contrarias (la oferta y la demanda) a fin de obtener el precio más conveniente para cada una de ellas.

CLASIFICACIÓN DE LOS MERCADOS

1 -SEGÚN LOS BIENES NEGOCIADOS EN EL

Mercado Real: se comercializan bienes de consumo y de producción

- Bienes De consumo: se negocian en él bienes que satisfacen la demanda final de los consumidores (industria, automotores, alimentos)
- Bienes De Producción: se negocian maquinarias, herramientas, instrumental, o sea, medios o bienes que sirven para producir otros bienes.

Mercado Financiero: el mercado financiero se ocupa de las negociaciones de dinero o sus títulos representativos considerándolo como un bien más. En este mercado intervienen personas interesadas en obtener dinero y las que pueden ofrecerlo a cambio de un interés. Abarca también la moneda extranjera que es solicitada por importadores, turistas o inversores y es ofrecida por exportadores, turistas o inversores

- **DE DINERO:** lo utilizan las empresas a fin de cubrir las necesidades financieras a corto plazo
- **DE CAPITALES:** atiende las necesidades de las empresas de equipamiento e inversión a largo plazo.
- **DE TÍTULOS:** Los títulos son documentos representativos de partes de capital de una empresa.(acciones) o de un préstamo privado (debentures) o público (bonos)

2 -SEGÚN LA LOCALIZACION DEL MERCADO

Interno:

- **LOCAL:** Aquel que se encuentra ubicado en una zona de una ciudad o pueblo, donde se concentran entes que se dedican a la misma actividad (instituciones bancarias, casas de ventas de muebles, comercios de productos alimenticios, etc.)

- **PROVINCIAL:** Aquel que se desarrolla dentro de la provincia y se dedica a la producción de un determinado bien. Por ejemplo: la vid en San Juan.
- **REGIONAL:** (dentro del país): Aquel donde participan varias provincias que se dedican a la producción de un mismo bien. Por ejemplo dentro del NOA (noroeste argentino) se desarrolla la zafra azucarera.
- **NACIONAL:** Aquel cuya producción y venta se extiende hacia todo un país. Por ejemplo la producción de carnes en Argentina:

Externo:

- **DE INTEGRACION REGIONAL:** Formación de bloques económicos entre distintos países que comercializan entre sí, o actúan como bloque para comercializar con otros países.
- **INTERNACIONAL:** Importaciones o exportaciones de un país con el resto del mundo.

3 SEGÚN EL TIEMPO EN QUE SE REALIZAN LAS OPERACIONES

De acuerdo a la periodicidad:

- **CONTINUO:** realiza operaciones diariamente (productos alimenticios)
- **DISCONTINUO:** Realiza operaciones de manera periódica. Por ejemplo en la bolsa de cereales varios productos agrícolas se compran y venden una vez cosechados y otros antes de su cosecha.

De acuerdo al plazo:

- **PRESENTE:** Opera con bienes ya terminados y valores presentes. Por ejemplo industria alimenticia, de calzado, textil, etc.
- **ATÉRMINO:** Opera con bienes que deben ser entregados con un precio fijo en una fecha futura: por ejemplo se comercializan cosechas de cereales aún no levantadas.

4 -SEGÚN LA FORMA DE ORGANIZACIÓN

Mercado que Cumple con Normas Legales: aquel que se desarrolla de acuerdo a las condiciones y pautas establecidas por ley.

Mercado Paralelo o Negro: Aquel que se desarrolla espontáneamente y en forma clandestina evitando reglamentaciones oficiales.

5 -SEGÚN EL GRADO DE INTERVENCION O CONTRALOR ESTATAL

Mercado libre: en este tipo de mercado las leyes de la oferta y la demanda actúan sin obstáculos. Existe entonces la libre concurrencia, los precios oscilan alrededor de un punto de equilibrio en el cual la oferta coincide con la demanda.

Se entiende por concurrencia o competencia económica la rivalidad que se suscita entre dos o más productores que desean dar salida a artículos de la misma clase, o entre varios consumidores que pretenden obtener productos de igual especie.

Cuando se dice que no existe concurrencia en el mercado surgen aquellos de competencia imperfecta, como ser: monopolio, oligopolio o monopsonio.

El mercado libre no se halla sujeto a disposiciones legales o reglamentarias que traban la acción de la oferta y la demanda.

Mercado Intervenido: se trata de un mercado en el cual el Estado tiene interferencia en la actividad económica por distintas razones, entre las cuales podemos citar:

- **Proteger el comercio**, estableciendo leyes y reglamentos que amparen los derechos de todas las personas que participan en la vida mercantil, ya sea como productor, industrial, comerciante o consumidor.
- **Impedir abusos** que puedan cometerse cuando exista una ilimitada libertad de comercio, como ser evitar el alza injustificada de los precios, la venta de mercaderías en malas condiciones, la retención de productos para su posterior especulación, etc.
- **Fomentar el desarrollo de la Economía Nacional**, adoptando las medidas que favorezcan las actividades económicas que se realizan en el país.
- **Defender la clase trabajadora**, dictando leyes y reglamentos sobre salarios, vacaciones, régimen jubilatorio, convenios colectivos y otros.
- **Defender la economía Nacional**, mediante la adopción de medidas proteccionistas.
- **Promover el progreso de la Nación**, esto constituye una obligación del Estado en todo el país.
- **Dirigir la actividad económica** adoptando disposiciones para eliminar la super producción de bienes equilibrando los pagos internacionales, defendiendo el valor de la moneda nacional, desalentándolas importaciones de productos no necesarios entre otras actividades

ORGANIZACIÓN DE LOS MERCADOS

MERCADO DE COMPETENCIA PERFECTA

EN ESTE TIPO DE MERCADO SE CUMPLEN LAS CONDICIONES DE MÁXIMA LIBERTAD Y COMPETITIVIDAD

Sus características son:

- A- **Atomización:** Es decir que existe un número suficiente de compradores y vendedores, para que ninguno pueda ejercer una influencia significativa sobre el precio de un determinado bien.

- B- **Homogeneidad del Producto:** Para que haya libre competencia es necesario que el consumidor sea indiferente a comprar el producto de una empresa o de otra, por lo tanto los productos tienen que ser homogéneos, satisfacer la misma necesidad; sólo así se hará realidad que si una empresa pusiera el precio por encima de lo establecido por el mercado, los consumidores dejarían de comprarlo. La homogeneidad debe incluir todas las condiciones de venta tales como garantías o financiación.

- C- **Transparencia:** En los mercados de libre competencia los agentes económicos conocen los precios de todos los productos y servicios, sus características y la existencia de posibles sustitutos. En el momento de decidir entre diferentes alternativas, los consumidores elegirán aquellos que maximicen su utilidad y los productores los que maximicen sus beneficios.

- D- **Libertad de Acceso y Salida:** Ningún agente puede influir en el mercado provocando inferencias alguna de entrada o salida del mercado, que resulte de acuerdo entre las empresas o los consumidores, o bien a la intervención del Estado.

En el mercado de competencia perfecta, las empresas deben actuar con eficiencia, es decir en realizar el máximo aprovechamiento de tecnología incorporando las técnicas más avanzadas de producción, de ésta manera podrán obtener mayores beneficios.

En la realidad las empresas tratan de diferenciar sus productos mediante campañas publicitarias, envases atractivos o pequeños cambios en el diseño o la composición.

Una de las principales virtudes de la libre competencia es precisamente es el esfuerzo que obliga a todas las empresas a mejorar continuamente sus productos tratando de diferenciarse por su mayor calidad o mejor precio.

Actividad Integradora.

- ✓ Leer atentamente el documento de información.
- ✓ Extraer las palabras desconocidas y buscar su significado en diccionario de papel (no internet)
- ✓ Indicar según la localización del mercado que empresas hay en San Juan con características: locales, provinciales, regionales, nacionales.
- ✓ Buscar recortes periodísticos con información de mercado intervenido.

Responder las siguientes preguntas.

- a) ¿Cuándo un mercado es un ámbito abstracto? Ejemplifica.
- b) ¿Qué diferencia existe entre mercado de integración regional e internacional?
- c) ¿Cuáles son las principales características del mercado libre que lo diferencian del intervenido?
- d) ¿ En qué consiste un mercado paralelo o negro? Da dos o más ejemplos

Directora: Profesora: Mónica Bravo