

CENS N°69 PROF. MARIA DEL CARMEN CABALLERO VIDAL

ESPACIO CURRICULAR: ECONOMÍA POLITICA

CURSOS: 3ro 1era, 3ro 2da y 3ro 3ra división

TURNO: NOCHE

PROFESORA: Sonia Giménez.

SEGUNDO TRIMESTRE: GUIA N°8

TITULO: “ORGANIZACIÓN DE LOS MERCADOS”

CONTENIDOS: Mercado de Competencia Perfecta- Mercado de Competencia Imperfecta.

Organización de los Mercados:

Podemos estudiarla analizando dos estructuras básicas, ellas son:

- a- Mercado de Competencia Perfecta
- b- Mercado de Competencia Imperfecta

En ambos mercados actúan dos protagonistas fundamentales:

- Consumidores (personas o familias que requieren o demandan bienes y servicios)
- Productores (empresas que producen y ofrecen bienes y servicios a los consumidores).

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, solo así se hará realidad que si una empresa pusiera el precio por encima del establecido en el mercado, los consumidores dejarían de comprarlo.

La homogeneidad debe incluir todas las condiciones de venta tales como garantías y 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 aquellas que maximicen su utilidad y los productores las que maximicen sus beneficios.

D-Libertad de Acceso y salida: ningún agente puede influir en el mercado provocando interferencia alguna de entrada y salida del mercado, que resulte de acuerdos entre las empresas y los consumidores, o bien a la intervención del estado.

En el “**mercado de competencia perfecta**”, las empresas deben actuar con eficiencia, es decir 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 el esfuerzo que obliga a todas las empresas a mejorar continuamente sus productos tratando de diferenciarse por su mayor calidad o menor precio.

Mercado de Competencia Imperfecta:

“ Son los mercados donde no se cumplen algunas de las características de la competencia perfecta”

Podemos mencionar entonces:

a-Monopolio:

Caso extremo de competencia imperfecta, donde existe una situación de mercado en la cual la oferta está concentrada en un solo oferente, quien decide cual será la cantidad que está dispuesto a ofrecer, y por consiguiente ejerce poder sobre la determinación del precio de mercado.

Existen monopolios que surgen por diferentes motivos:

-Monopolio Natural: es aquel que surge porque no es económicamente provechoso para una empresa competir con otra, debido a que los beneficios que podría obtener nunca cubrirían los costos.

-Monopolio que surge de innovaciones tecnológicas: es aquel que surge porque no hay en el mercado empresas que cuenten con los adelantos tecnológicos adecuados para disminuir sus costos y poder competir.

-Monopolio que genera el Estado por razones de seguridad o conveniencia económica:

Son aquellos servicios prestados por el Estado únicamente, como ser, alumbrado público, limpieza de la vía pública o el monopolio entre otros, que tiene el Banco Central para realizar la oferta monetaria.

Así, como hay monopolios naturales, y otros que no lo son, es importante que el gobierno regule el funcionamiento de todos ellos, no sólo en beneficio de los consumidores sino también de las demás empresas competidoras.

Para ello existen leyes que tratan de impedir la formación de monopolios, o bien regular los que ya existen. Son llamadas leyes antimonopólicas.

Algunas de las formas de regular los ya existentes son:

-Establecer impuestos sobre los bienes que se comercializan (a la nafta o los cigarrillos).

-Fijar precios que eliminan los beneficios extras.

-Fijar un precio para situar a la empresa en una posición cercana a la competencia perfecta.

b- Duopolio: caso extremo de competencia imperfecta, en la que existen solamente dos vendedores. Es un caso particular de oligopolio, por lo que puede decirse que es una situación intermedia entre el monopolio y la economía de competencia perfecta.

c-Monopsonio: caso extremo de competencia imperfecta, donde existe una situación de mercado en el cual la demanda está concentrada en un solo demandante. Se da por ejemplo en bienes que requiere el Estado, como ser: uniforme de las fuerzas armadas, o bien la construcción de grandes obras públicas (licitación).

d-Oligopolio: es un tipo de mercado donde los vendedores son pocos. En estos casos suelen existir determinadas barreras que limitan la entrada al mercado. Estas barreras surgen por causas tecnológicas, protección de patentes, inversiones muy grandes para poder fabricar un determinado bien.

Los pocos vendedores que existen deben optar por dos caminos para operar en dicho mercado: uno de ellos es que las empresas luchen entre sí, lo que se conoce con el nombre de “**guerra de precios o calidades**” y el otro camino posible es el de la “concentración”, que consiste en acuerdos entre empresas existentes sobre precios y calidades para poder actuar como si fuera una sola. (monopolios disfrazados).

e-Competencia Monopolística:

Son **mercados** donde existen **muchos vendedores** que compiten por imponer un producto que se diferencia de los otros por diferentes motivos: calidad, composición química, tipo de servicios que presta, presentación, etc.

Por éstas diferencias es fundamental la **publicidad** de dichos bienes, donde los vendedores intentarán convencer a los consumidores que su **producto** es **único** o el **mejor**. A su vez este tipo de vendedores actúa como monopolista individual en cuanto a la fijación de precios, ya que este no es el motivo por el cual compiten las empresas que fabrican productos similares. Por ejemplo: jabones en polvo, insecticidas, jeans, gaseosas, etc.

ACTIVIDADES:

A- Completar los espacios en blanco:

- 1-Existe.....del producto cuando en el mercado hay diferentes.....
para que el consumidor elija de acuerdo a sus
- 2-El monopolio que surge de.....es aquel que no cuenta
con.....con debidos adelantos tecnológicos para disminuir susy
poder
- 3-Un tipo de mercado de.....es el monopsonio donde existe
concentración de la demanda en un solo.....
- 4-Para regular la formación de....., el Estado dictamina leyes.....que
regulan la formación de los mismos.

B- Determinar si las siguientes afirmaciones son verdaderas o falsas. Justificar las respuestas falsas.

- 1-En el mercado de competencia perfecta, las empresas deben actuar con eficiencia, por lo tanto deben mejorar continuamente sus productos o servicios.
- 2-En el mercado monopolístico existe un solo comprador, quien ejerce poder sobre el establecimiento del precio.
- 3-En el mercado oligopólico los vendedores son pocos y en muchos casos se concentran para actuar.
- 4-El duopolio es un caso extremo de competencia Perfecta.

Director: Prof. .Vicente Pirri.