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 imperfecta

Contenidos: Eje N°3: Mercado de Competencia Imperfecta y los mecanismos de regulación.

Objetivos: Identificar las características del mercado de competencia imperfecta y los mecanismos de regulación para equilibrar el mercado.

Estimados alumnos/os: ¡Espero se encuentren muy bien! Es muy importante que lleven al día cada guía que se envía, es la manera de poder lograr el proceso de enseñanza y aprendizaje. Sabemos que no es la mejor manera y que se les presentan muchas dificultades, pero al regreso de las clases presenciales esto ayudara a sacar todas las dudas y poder reforzar el 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 observara 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.

GUIA N° 5 MERCADO DE COMPETENCIA IMPERFECTA

Son los mercados donde no se cumplen algunas de las características que garantizan la competencia perfecta

Podemos mencionar entonces:

A- Monopolio:

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

Existen monopolios que surgen de 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 cuentan 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 el alumbrado público, limpieza en la vía pública o el monopolio entre otros, que tiene el banco central para realizar la oferta monetaria.

Así, hay monopolios naturales, y otros que no lo son, es menester 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 las que ya existen. Son llamadas leyes antimonopólicas.

Algunas formas de regular los ya existentes son:

- **Establecer impuestos** sobre los bienes que se comercializan (a la nafta o a los cigarrillos)
- **Fijar precios** que eliminen beneficios extras
- **Fijar 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.

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, secretos industriales o invenciones 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 s, lo que se conoce con el nombre de “guerra de precios o calidades” y el otro camino posible es el de “concentración” que consiste en **acuerdos** entre las 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, etcétera.

Por esas diferencias es fundamental la publicidad de dichos bienes, donde los vendedores intentaran convencer a los consumidores que su producto es único o el mejor. As u vez este tipo de vendedores actúa como monopolista natural en cuanto a la

fijación de precios, ya que este no es el motivo por el cual compiten las empresas que fabrican productos similares, ejemplo: jabones en polvo, insecticidas, jeans, gaseosas.

ACTIVIDAD INTEGRADORA

A – Unir con flechas las siguientes referencias.

- Monopolio	☐	Un solo comprador
	☐	Oferta concentrada en un solo oferente
- Oligopolio	☐	Productos diferenciados por la calidad, envase, presentación etc.
	☐	Pueden existir barreras para entrar al mercado
- Monopsonio	☐	Pocos vendedores aliados entre si
	☐	Actuación de los vendedores como monopolistas Individuales
	☐	Oferta concentrada en un solo oferente
- Competencia Monopolística	☐	Poder sobre el precio de mercado por parte del vendedor

B- 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 dees aquel que no cuenta con.....con sus 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.

C- 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. V__ F__
- 2- En el mercado monopolístico existe un sólo comprador, quien ejerce poder para el establecimiento de precio. V __ F__
- 3- En el mercado oligopólico los vendedores son pocos y en muchos casos se concentran para actuar. V__ F__
- 4- Los mercados de competencia imperfecta son aquellos en los cuales no se cumple ninguna característica de competencia perfecta V__ F__

Directora: Licenciada Profesora: Mónica Bravo