

Línea de FinEs 1. Bachillerato J. Manuel Estrada

Línea de FinEs 1.

Escuela: Bachillerato J. Manuel Estrada

Docente: Matias Dario Cabañes

Área Curricular: ECONOMÍA.

Título de la propuesta: El MERCADO.

Guía 2.

Actividades.

1-Lea atentamente y elabore un esquema conceptual.

En varios párrafos de esta unidad hemos mencionado al «Mercado» sin entrar demasiado en su estudio, entendiendo que es un concepto cotidiano que todos conocen, han escuchado o mencionan habitualmente. Sin embargo, requiere de una breve explicación para no confundir el concepto.

Desde el punto de vista económico el mercado es el lugar donde se encuentran la oferta y la demanda de un bien o servicio, y como consecuencia de ese encuentro se forma el precio.

Es importante no confundir el mercado con un «lugar físico». Siempre que pensamos en un mercado pensamos en un lugar con negocios, locales, stands o tiendas que venden determinados tipos de productos.

Desde ya que estos son mercados. Sin embargo, no es necesario que exista un lugar físico determinado para que exista el «mercado». Un ejemplo claro de esto son las ventas por Internet. Mientras haya quien venda y quien compre, mientras que se unan la oferta y la demanda de un bien, podemos hablar de **Mercado**, aunque no haya un lugar físico que los reúna.

Existen mercados de bienes y de servicios; mercado de capitales (en el que precio es el interés); mercado de trabajo (en el que el precio es el salario). En todos, los precios siempre son determinados por la oferta y la demanda.

Los oferentes y los demandantes tienen perspectivas opuestas. El precio alto no es bueno para la demanda, pero sí es bueno para la oferta y viceversa. Es por eso que el equilibrio se da cuando ambas se encuentran.

En este sentido es importante que estudiemos algunos de los distintos tipos de mercados que existen, ya que en algunos, las leyes de oferta y demanda vistas hasta acá no se manejan de la misma manera.

Línea de FinEs 1. Bachillerato J. Manuel Estrada

El mercado que se asemeja más a lo visto hasta ahora es el **mercado de competencia perfecta**.

Se denomina así a un tipo de mercado que tiene las siguientes características:

- Tiene mucha cantidad de oferentes y mucha cantidad de demanda.
- El producto que se ofrece y/o se demanda es similar en todos los casos (no es un producto exclusivo o diferenciado).
- Los oferentes (personas o empresas productoras o vendedoras) pueden entrar y salir del mercado cuando lo deseen.

Sin embargo, existen otros tipos de mercados que no tienen estas características. A continuación le proponemos una actividad de reflexión con una serie de preguntas para que usted mismo piense la respuesta, relacionando los contenidos vistos en este ítem.

- ¿Puede existir un único vendedor de un producto?
- ¿Puede suceder que un mismo producto sea ofrecido en el mercado por muy pocos (dos o tres) vendedores solamente?
- ¿Qué ocurriría con el precio de un producto si el mismo fuera exclusivo y es ofrecido por una sola persona o empresa?
- ¿La no existencia de bienes sustitutos beneficia que haya un mercado con un solo vendedor?

Pensando en las respuestas a estas preguntas, nos acercamos a otros tipos de mercados conocidos con los nombres de:

A) **Monopolio**

B) **Oligopolio**

C) **Competencia monopolística**

Existe **Monopolio** cuando existe un **único** vendedor u oferente de un producto. Si este oferente decidiera retirarse del mercado, ese producto ya no existiría más. Además, siendo el único productor/vendedor de ese producto, podría fijar el precio que quisiera, debido que no tendría competencia. Esto hace que el vendedor único tenga poder sobre el Mercado. Si bien es un mercado difícil de encontrar en estos días, es importante reconocer la importancia que tiene por el predominio que el vendedor ejerce.

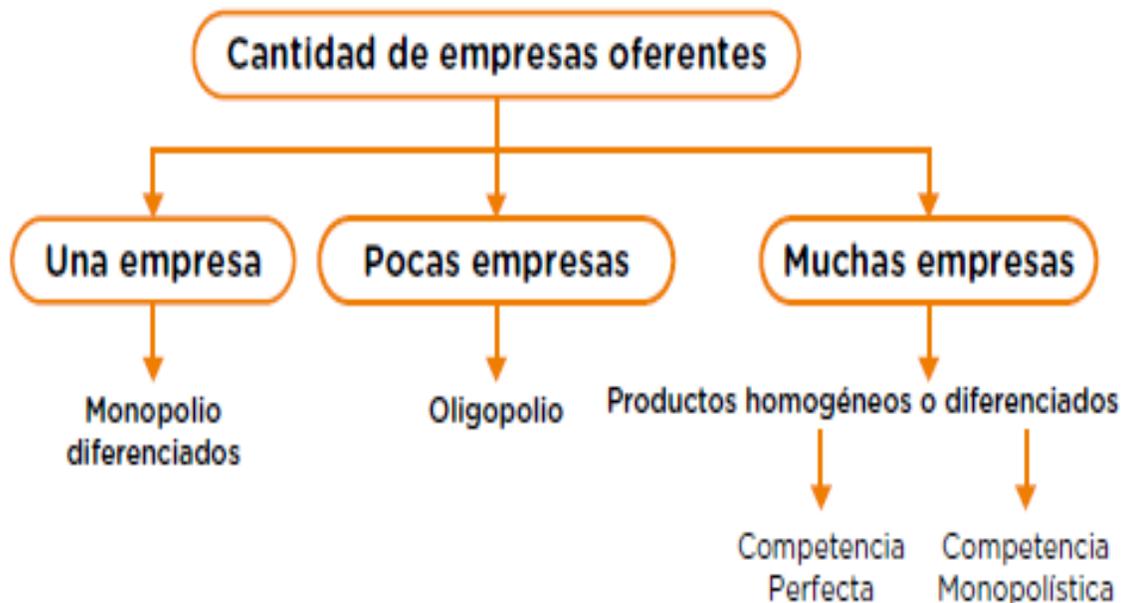
El **Oligopolio** es bastante parecido al Monopolio, pero un poco más flexible, debido a que no hay un vendedor único pero sí **pocos** vendedores. Cuando un determinado producto o

Línea de FinEs 1. Bachillerato J. Manuel Estrada

servicio es ofrecido en el mercado por muy pocas empresas, también se genera un predominio de estas en las decisiones. La competencia es muy poca y por lo tanto cada una conoce precios y servicios de la otra. Es muy difícil la entrada como vendedor a este tipo de mercados ya que suele suceder que grandes marcas lo dominan.

El mercado de **competencia monopolística** es muy similar al de competencia perfecta en cuanto a la cantidad de oferentes y demandantes, pero se diferencia de éste en que **el producto que se ofrece no es homogéneo** con el de otros. Vamos a poner un ejemplo de esto para que se comprenda mejor. Si se trata de la venta de shampoo y crema de enjuague existe una gran cantidad de oferentes y de demandantes y el producto que se vende es homogéneo.

En este caso estamos frente a un caso de competencia perfecta. Si se trata de la venta de libros, también hay una gran cantidad de oferentes y de demandantes, sin embargo el producto no es homogéneo, cada libro es único y distinto al otro, en este caso, se trata de una competencia monopolística.



BIBLIOGRAFÍA: ECONOMIA GRAL. FINES. 2018.

Consultas: cabaneseducacionambientalsj@gmail.com

Éxitos. Saludos cordiales.

Directora: M. Elena Rodríguez.