

Escuela: CENS N° 178 Pbro. Mariano Iannelli

Docente: López Laura, Cogorno Eliana

Año: 3° Año 1° y 2° división

Turno: Noche

Área Curricular: Economía Política

Título de la propuesta: Mercado

Mercado



La economía de mercado es un sistema económico en donde las decisiones fundamentales de qué, cómo y para quién producir se resuelven a través del mercado.

En una economía de mercado, la interacción de la oferta y demanda es la que determina la cantidad y precio de equilibrio de los bienes y servicios transados.

Asimismo, el mercado se encarga de la distribución de la renta a través de la posesión de los factores productivos (capital, trabajo, etc.).

El Estado por su parte, tendría el rol de proveer de un marco jurídico que permita la libre competencia e iniciativa de las empresas.

Esto incluye la protección de los derechos de propiedad, la intermediación de conflictos (Tribunales) y la actuación subsidiaria en aquellos casos en los cuales la competencia no sea factible o esté limitada.

Estos agentes económicos producen y consumen buscando un beneficio económico o cierto nivel de utilidad, respectivamente, en un mercado junto a otros muchos individuos o empresas que se prestan a la interacción con el mismo objetivo. Esto se origina con la escasez de recursos, que hace necesario desarrollar las distintas actividades y las diferentes decisiones de consumo.

CLASIFICACIÓN DE MERCADO

La clasificación del mercado varía de acuerdo con el punto de vista considerado. Pueden definirse como mercados internacionales, nacionales, locales, mercados de productores o revendedores, mercados de competencia perfecta o imperfecta, mercados de productos o servicios, etc.

¿CÓMO SE CLASIFICAN LOS MERCADOS?

Los tipos de mercados se clasifican según diversos factores:

Según la competencia:

- **Mercado de competencia perfecta:** En este tipo de mercado se cumple las condiciones de máxima libertad y competitividad.

Características: Existe un número de compradores y vendedores, para que ninguno pueda ejercer una influencia significativa sobre el precio de un determinado bien.

- **Homogeneidad del producto:** Para una libre competencia es necesario que el consumidor se indiferente a compra el producto de una empresa u otra, por lo tanto, los productos tienen que ser homogéneos, satisfacer la misma necesidad.
- **Transparencia:** En los mercados de libres competencias los agentes económicos conocen los precios de todos los productos y servicios, sus características y la existencia de posibles sustitutos.
- **Libertad de acceso y salida:** Ningún agente puede influir en el mercado provocando interferencia a los consumidores, o bien a la intervención del Estado.

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

Una de las principales virtudes de la libre competencia es 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 se cumplen algunas de las características que garantizan la competencia perfecta.
- **Monopolio:** caso extremo de la competencia imperfecta, donde existe una situación de mercado donde 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:** Surge porque no es económicamente provechoso para una empresa competir con otra, debido a que los beneficios que se obtiene nunca cubren los costos.
- **Monopolio que surge de innovaciones tecnológicas:** 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 (alumbrado público, limpieza de la vía pública, etc.)

Existen leyes que tratan de impedir la formación de monopolios, o bien regular lo que ya existen. Son las leyes antimonopólicas.

CENS N° 178 Pbro. Mariano Iannelli 3° Año 1° y 2° División – Economía Política

- **Oligopsonio:** Caso extremo de competencia imperfecta, existen solamente **dos vendedores**.
- **Monopsonio:** Existe una situación de mercado en la cual la demanda este concentrado en **un solo demandante**. Por ejemplo: se da donde se requiere el Estado puede ser: uniformes de las fuerzas armadas.
- **Oligopolio:** Es un tipo de mercado donde los vendedores son pocos. En estos casos suelen existir determinadas barreras que limitan la entrada al mercado. Las mismas surgen por causas de la tecnología, protección de patentes, secretos industriales, o inversiones muy grandes para poder fabricar un determinado bien.
- **Competencia monopolista:** Son **mercados** donde existen muchos vendedores que compiten por imponer un producto que se diferencia de los otros por diversos motivos. Calidad, composición química, tipo de servicios que presta, presentación, etc.

Por estas diferencias es fundamental la **publicidad** de dichos bienes, donde los **vendedores intentaran convencer a los consumidores que su producto es único o el mejor**. A su vez estos tipos de monopolios actúa como monopolistas individuales en cuanto a la fijación de precios, ya que éste no es el motivo por el cual compiten las empresas que fabrican productos similares. Ejemplos: jabones en polvo, insecticidas, jenas, gaseosas, etc.

LOS AGENTES ECONÓMICOS

Los agentes económicos son los encargados de actuar y tomar decisiones relacionadas con el funcionamiento de la economía, siguiendo ciertas normas con la finalidad de lograr de alguna forma la perfección del bienestar económico donde se encuentran incluidas las familias, las empresas y el estado.

En la actividad de producción y distribución económica intervienen tres tipos de agentes: las familias, las empresas y el Estado.

- **Las familias:** tienen un doble papel en la economía de mercado: son a la vez las unidades elementales de consumo y las propietarias de los recursos productivos. Las familias no producen, sólo consumen.
- **Las empresas** son los agentes económicos destinados exclusivamente a la producción de bienes y servicios. Para realizar su actividad necesitan los factores productivos que les entregan las familias. A cambio de ellos pagarán unas rentas: sueldos y salarios como contrapartida del trabajo; intereses, beneficios, dividendos, etc., como contrapartida del capital; alquileres o simplemente renta como contrapartida de la

tierra. Los bienes y servicios producidos por las empresas son ofrecidos a las familias que entregarán a cambio su precio.

CENS N° 178 Pbro. Mariano Iannelli 3° Año 1° y 2° División – Economía Política

- **El Estado** es el agente económico cuya intervención en la actividad económica es más compleja. Por una parte, el Estado acude a los mercados de factores y de bienes y servicios como oferente y demandante. A la vez es el mayor productor de bienes y servicios. Así mismo destinará parte de sus ingresos a realizar transferencias sin contrapartida a ciertas empresas que considere de interés social o a algunas familias mediante subsidios de desempleo, pensiones de jubilación y otras.

OFERTA Y DEMANDA

La Ley de la Oferta y la Demanda es un principio económico, por el cual, el precio de un bien se fija cuando la cantidad de la oferta es igual a la cantidad de demanda.

Ley de la Oferta: hace referencia a la cantidad que ofrecen de un producto o servicio, que dependerá del precio de mercado, es decir, a menor precio menor oferta del producto o servicio. Ejemplo: En un negocio de tortas y bebidas, el vendedor se da cuenta de que está vendiendo mucho más de lo que ha producido (cantidad ofrecida). Por lo tanto, al siguiente día realiza más tortas y compra más bebidas para satisfacer al consumidor (demandante).

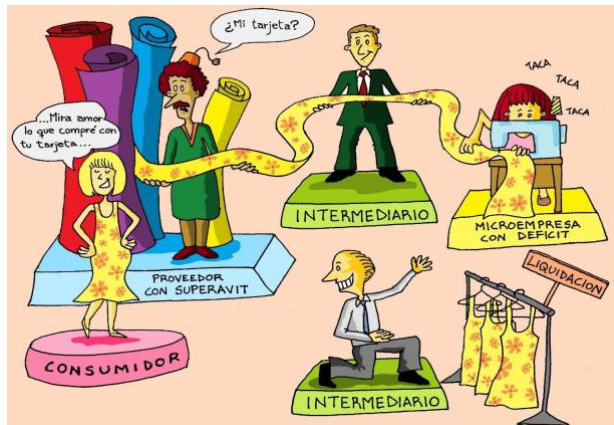
Ley de la Demanda: hace referencia a la cantidad que demandan los consumidores en función del precio de mercado, es decir, a menor precio mayor será la demanda del producto. Ejemplo: El dueño de un supermercado se da cuenta de que determinado producto no se ha vendido, por lo que decide poner su precio mucho más bajo, a pesar de que no le convenga. Esto se debe a que, si el consumidor ve un precio menor, tenderá a comprar más, de la misma manera que si ve un precio muy elevado, tenderá a comprar menos.

El precio del bien las afecta de manera opuesta, al aumentar el precio disminuye la demanda, por el contrario, al aumentar el precio del bien la cantidad ofrecida se incrementa.

La demanda depende directamente de la población ya que, quiere decir que existe un mayor número de consumidores con la misma necesidad.

La oferta muestra las cantidades de un bien que un vendedor está dispuesto a vender a diferentes niveles de precios alternativos, suponiendo que todos los demás determinantes permanecen constantes.

El equilibrio del mercado ocurre en el momento en el que el precio permite que la demanda sea igual a la oferta.



Demanda: los factores que influyen en la cantidad demandada de un producto o servicio

- Ingreso
- Población
- Gustos y preferencias
- Precios de bienes a fines
- Elementos especiales

Oferta: factores que afectan a la cantidad ofrecida (incentivos para que las empresas aumenten o disminuyan sus niveles de producción).

- Precio
- Tecnología
- Precios de los factores (costos de producción)
- Política gubernamental
- Precios de los bienes afines
- Elementos especiales.

Guía de actividad:

Actividad nro. 1

Responde al siguiente cuestionario.

1. Si tuvieras una empresa, ¿en cuál de los siguientes mercados crees que podrías tener más beneficios? Ordénalos de mayor a menor. Y justifica tu respuesta

Competencia perfecta. Monopolio. Oligopolio. Competencia monopolística.

2. Indica en qué mercado se encuentra cada uno de estos productos. Razona tu respuesta.

Trigo, automóviles, electrodomésticos, transporte público, agua, banca, restaurantes, telefonía móvil, perfumes.

CENS N° 178 Pbro. Mariano Iannelli 3° Año 1° y 2° División – Economía Política

3. Imagina que el Atomo , Super Vea y Walmart decidieran fusionarse y formar una sola empresa. ¿sería positivo para los consumidores? ¿Crees que la CNMC lo permitiría?

4. Indica en que tipos de mercados se da cada característica.

- Hay barreras de entrada
- El bien es diferenciado
- Hay muchos compradores y vendedores.
- Las empresas pueden influir en el precio
- La información es perfecta.

Actividad nro.2

Piensa reflexiona y responde:

Hemos visto que la competencia imperfecta puede surgir por una serie de razones. Indica 2 mercados imperfectos para cada una de las siguientes razones.

- a. Restricciones legales.
- b. Diferenciación y publicidad.
- c. Elevados costes de entrada.
- d. Diferencias en costes de producción.

Actividad nro. 3

1. Tipos de mercados

	COMPETENCIA PERFECTA	COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA	OLIGOPOLIO	MONOPOLIO
Número de empresas				
Barreras				
Producto				
Control del precio				
Grado de competencia				
Ejemplos				

Nombre y Apellido del director: Patricia Carbajal