

C.E.N.S. N° 69 "Maria del C. Caballero Vidal"

Docente: Antonio Plaza

Curso: 3° Año 1° División

Turno: Noche

"COMERCIALIZACION Y MERCADO"



LOS MERCADOS EN UNA ECONOMIA: ORGANIZACIÓN Y CLASIFICACION 1° Parte

MERCADO, ES UN AMBITO FISICO O ABSTRACTO DONDE SE REALIZAN LAS ACTIVIDADES POR MEDIO DE LAS CUALES SE PONEN EN CONTACTO LA OFERTA (productores), Y LA DEMANDA (consumidores), EN EL SE PRODUCE UNA LUCHA ENTRE DOS FUERZAS CONTRARIAS (LA OFERTA Y LA DEMANDA) A FIN DE OBTENER EL PRECIO MAS CONVENIENTE PARA CADA UNA DE ELLAS.

La sociedad económicamente hablando constituye lo que analizaos como los mercados, ya que existen productores vendedores y compradores y/o consumidores de distintos productos o servicios.

Clasificación de los Mercados:

1- **Según los Bienes que se negocian en el:**

- **Mercado Real:** se comercializan bienes de consumo y de producción
_De bienes de consumo: Se negocian en él bienes que satisfacen la deanda final de los consumidores (indumentaria, automotores, alimentos)
_De Medios de Producción: Se negocian maquinarias, herramientas, instrumental ósea, 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 mas, en este mercado intervienen personas interesadas en obtener dinero y las que pueden ofrecerlo a cambio de un interés. Abarca 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 los efectos de cubrir 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 públicos (bonos).

2- **Según la Localización del Mercado:**

- **Interno:**

_Local: Aquel que se encuentra ubicado en una zona de una ciudad o pueblo, donde se concentran los entes que se dedican a la misma actividad (instituciones bancarias, comercios, industrias et.).

_Provincial: Aquel que se desarrolla dentro de una provincia y se dedica a la producción de bienes o servicios.

_Regional: (dentro del país), aquel en el que participan varias provincias que se dedican a producir el mismo bien. Ej. Cuyo la vid.

_Nacional: Aquel cuya producción y venta se extiende a todo el país, por ej. Producción de carnes en argentina.

- **Externo:**

_De Integración Regional: Formación de bloques económicos entre distintos países que comercializan entre si, o actúan como bloques para comercializar con otros países.

_Internacional: Importaciones y exportaciones de un país con el resto del mundo.

3- **Según el tiempo en el que se realizan las operaciones:**

- **De acuerdo a la periodicidad:**

_Continuo: Realiza operaciones diariamente, ej. Productos alimenticios.

_Discontinuo: Realiza operaciones de manera periódica, por ej. 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 ej. Industria alimenticia, del calzado o textil.

_A Término: Opera con bienes que deben ser entregados con un precio fijo en una fecha futura, ej. Comercialización de cosechas de cereales aun no levantados.

4- **Según la forma de organización.**

- **Mercado que cumple con las normas legales:** Aquellos establecidos que se desarrollan de acuerdo a condiciones o pautas establecidas por La ley. (competencia perfecta).

- **Mercado paralelos o en Negro:** aquel que se desarrolla espontáneamente en forma clandestina.

5- **Según el grado de Intervención o Control Estatal:**

- **Mercado Libre:** En este tipo de mercado la Ley de oferta y demandada actúan sin obstáculos, existe entonces la libre concurrencia, los precios oscilan alrededor de un precio 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 especie o entre varios consumidores que pretenden obtener productos de igual especie. Cuando se dice que no existe la concurrencia en el mercado surge la competencia imperfecta ej. Monopolio.
- **Mercado Intervenido:** Se trata de un mercado en el cual el Estado tiene injerencia en la actividad económica por distintas razones entre las cuales citamos:
 - _ **Proteger el Comercio:** Estableciendo leyes y reglamentos que amparen los derechos de las personas que participan de la vida mercantil, ya sea como productor, comerciante o consumidor.
 - _ **Impedir abusos:** Que pueden cometerse cuando hay limitada competencia, como por ej. Evitar el alza injustificada de precios.
 - _ **Fomentar el Desarrollo de la Economía Nacional:** Adoptando medidas que favorezcan las actividades económicas que se desarrollan en el país.
 - _ **Defender la Clase Trabajadora:** Dictando leyes y reglamentos sobre salarios, vacaciones, regímenes jubilatorios, convenios colectivos etc.
 - _ **Defender la Economía Nacional:** Mediante la adopción de medidas proteccionistas.
 - _ **Promover el Progreso de la Nación:** Esto constituye la obligación del Estado en todo el país.
 - _ **Dirigir la Actividad Económica:** Adoptando medias para evitar la superproducción de bienes, equilibrando los pagos internacionales, defendiendo el valor de la moneda nacional, desalentando la importación de productos no necesarios entre otras actividades.

Organización de los Mercados:

Los mercados se pueden analizar bajo dos estructuras básicas:

- **MERCADO DE COMPETENCIA PERFECTA**
- **MERCADO DE COMPETENCIA IMPERFECTA**

En los dos tipos de mercados y su forma e organizarse actúan dos protagonistas fundamentales:

- a) Productores (vendedores, oferentes)
- b) Consumidores (consumidores, demandantes).

Mercado de Competencia Perfecta:

"En este tipo de mercado se cumple las condiciones de máxima libertad y competitividad".

Sus características son:

- **Atomización:** Es decir que existe un número suficiente de compradores y vendedores, para que ninguno pueda ejercer una influencia significativa sobre el precio de determinado producto.
- **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 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 precio establecido por el mercado, los consumidores dejarían de comprarlo. La homogeneidad debe incluir todas las condiciones de ventas tales como garantías o financiación.
- **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.
- **Libertad de Acceso y Salida:** Ningún agente puede influir en el mercado provocando interferencia alguna de entrada y salida del mercado, que resulta 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 tecnologías incorporando las técnicas más avanzadas de producción, de esta manera podrán obtener mayores beneficios. 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 mayor calidad o menor precio.

Mercado de Competencia Imperfecta:

"Son los mercados en donde no se cumplen algunas de las características que garantizan la libre competencia".

Dentro de este tipo de mercado mencionamos a:

MONOPOLIO: Caso extremo de la competencia imperfecta, donde existe una situación de mercado en la cual la oferta está concentrada en un solo oferente, quien decide cuánto será la cantidad que está dispuesto a ofrecer, y por consiguiente estableciendo y ejerciendo poder en la determinación del precio del producto en el mercado en el cual está solo y no tiene ninguna competencia.

Existen monopolios por distintos 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 no cubrirían los costos de inversión realizados.

_ **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, ejemplo, alumbrados público, limpieza de la vía pública, monopolio que ejerce el Banco Central para realizar la oferta monetaria.

El hecho de que existan monopolios y que funcionen como tales, faculta al Estado para establecer controles y regular sus actividades mediante:

- Establecimiento de impuestos: Sobre los bienes que se comercializan (nafta, cigarrillos).
- Fijar precios: Que eliminen beneficios extras.

Otros mercados de Competencia Imperfecta:

- **Monopsonio**: Existe una situación de mercado la demanda se concentra en un solo demandante. Se da por ejemplo en los bienes que requiere el estado para funcionar como ser: uniformes de fuerzas armadas, obra pública (licitaciones)
- **Oligopolio**: En este tipo de mercados los vendedores son pocos y la demanda es general, ejemplos bombas de naftas.
- **Competencia Monopolística**: 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 prestan. 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. Ejemplo de productos: helados artesanales, jabones baja espuma etc.

Actividades:

1) Dada las siguientes empresas identificar el mercado al cual pertenecen de acuerdo a la clasificación

- TELECOM.....
- FUNDACION NOBLE.....
- MERCADO DE VALORES.....
- CONFITERIA LOS MOLINOS.....
- LABORATORIOS BAGO.....
- TELEFONICA DE ARGENTINA.....
- SONY.....
- MERCADO DE VALORES.....

- 2) Responder las siguientes preguntas de evaluación
- a) ¿Cuándo un mercado es del ámbito abstracto?. Ejemplifica
 - b) De cinco ejemplos de mercados que cumplan con las siguientes características: real, local, continuo, presente y de acuerdo a las normas legales.
 - c) ¿Cuáles son las principales características del mercado libre que lo diferencian del intervenido?
 - d) ¿En que consiste el mercado paralelo o en negro?. Da ejemplos.
- 3) Busca dos recortes periodísticos en donde se identifique la intervención del Estado en el mercado. Coméntalos.
- 4) Determinar si las siguientes afirmaciones son verdaderas o falsas. Justificar las respuestas incorrectas.
- a) En el mercado de competencia perfecta las empresas deben actuar con eficiencia, por lo tanto deben mejorar continuamente sus productos o servicios.....
 - b) En el mercado monopolístico existe un solo comprador, quien ejerce poder para el establecimiento de precios.....
 - c) En el mercado oligopolio los vendedores son pocos y en muchos casos se concentran para actuar (cámaras empresariales).....
 - d) Los mercados de competencia imperfecta son aquellos en los cuales no se cumple ninguna de las condiciones de la libre competencia.....

Plaza, Antonio Osvaldo mail: plaza.antonio.osvaldo@gmail.com

Director: Profesor: Vicente PIRRI.