



ECONOMY

Chapter 11

4th
SECONDARY

**MODELOS DE
MERCADO**



 **SACO OLIVEROS**

HELICOMOTIVACIÓN





HELICOTEORÍA

DEFINICIÓN:

Los modelos de mercado son las diversas representaciones teóricas de la forma como están organizados y cómo funcionan los diferentes mercados.





HELICOTEORÍA

MODELO DE COMPETENCIA PERFECTA

Mercado ideal donde ofertantes y demandantes no influyen en el precio del producto a través de sus decisiones. El precio resulta del libre juego de la oferta y la demanda. También denominados:



MERCADO COMPETITIVO

COMPETENCIA PURA

LIBRE COMPETENCIA

CARACTERÍSTICAS



**ATOMICIDAD DE
MERCADO**

**PRECIOS ESTABLECIDOS POR
LA OFERTA Y DEMANDA**

EL PRODUCTO ES HOMOGÉNEO

**ACTUACIÓN
INDEPENDIENTE DE LOS
VENEDORES**



HELICOTEORÍA

EN UN MERCADO DE COMPETENCIA PERFECTA

1

Las empresas pueden entrar y salir en la industria libremente.

Se garantiza que no existan grupos de compradores que manipulen el precio.

2

3

La información es perfecta o simétrica, la cual poseen compradores y vendedores.

Existe libre movilidad de los factores productivos.

4





MERCADO DE COMPETENCIA IMPERFECTA

Es aquella situación de mercado en la cual los agentes económicos (vendedores o consumidores) en forma individual o colectiva, pueden influir en la determinación del precio en el mercado.



MONOPOLIO



Existe un solo productor que tiene el CONTROL TOTAL del MERCADO.

El producto no tiene sustitutos

La empresa modifica el volumen de producción para mayores ganancias.

Existen barreras de entrada para nuevos vendedores

El monopolista determina el precio, limitado por el PUNTO DE COURNOT.

**PUNTO DE COURNOT:
Situación máxima del precio,
donde el monopolista maximiza su ingreso.**

CLASES DE MONOPOLIO



1

MONOPOLIO LEGAL: Cuando es establecida mediante una disposición jurídica dada por el Estado.



2

MONOPOLIO NATURAL: Debido a los altos costos fijos de producción, se dan en servicios masivos, estos tienden a ser regulados por el Estado.



3

MONOPOLIO FISCAL: El monopolio es ejercido por el Estado.



4

MONOPOLIO BILATERAL: Existe un solo comprador y un solo vendedor, el precio se establece por negociación.





OLIGOPOLIO



- ✓ Existen POCAS empresas que producen un producto frente a una GRAN CANTIDAD de consumidores.
- ✓ Los POCOS PRODUCTORES dominan el mercado.
- ✓ Interdependencia entre las EMPRESAS OLIGOPOLISTAS para determinar:
 - a. EL PRECIO (Guerra de precios)
 - b. LA PRODUCCIÓN
 - c. LA PUBLICIDAD
 - d. POSICIONAMIENTO DE MARCAS
- ✓ El Producto es diferenciado. Posee VALOR AGREGADO que lo diferencia del COMPETIDOR.

COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA

Es un modelo con rasgos de competencia perfecta y monopolio.



Existe diferenciación de productos en el mercado.

El vendedor posee cierto “PODER MONOPOLIZADOR” sobre los consumidores.

Existe libertad de entrada de empresas al mercado.





MONOPSONIO

- ❑ Es el control de la demanda por un solo agente.
- ❑ Existe un solo comprador y muchos vendedores.
- ❑ El comprador tiene un control especial sobre el precio de los productos.
- ❑ El monopsonista como único comprador se enfrenta a la curva de la oferta.
- ❑ La compra se realiza vía contratos para asegurar el abastecimiento.

➤ **Proviene del griego: OLIGOS (POCO) – PSONIO (COMPRA).**

OLIGOPSONIO

- **Situación en la cual existen pocos compradores de un mismo producto.**
- **El poder del precio y las cantidades se encuentran en un número pequeño de compradores.**
- **Los beneficios se concentran en los compradores y no en los productores.**





MONOPOLIOS DE COALICIÓN

- ❖ **Son aquellos formados por varios ofertantes capaces de ocupar una posición de dominio dentro de una industria.**

CÁRTEL

De voz alemana: Kartell
Situación por la cual un grupo de empresas llegan a un acuerdo de colusión respecto a precios y niveles de producción, actuando como MONOPOLISTAS.

TRUST

Asociación de un grupo de empresas monopólicas bajo una dirección cuyo objetivo es el control del mercado mediante: absorciones, fusiones.

Las empresas integrantes pierden independencia económica.

HOLDING

Aquella situación donde una empresa controla a un grupo de empresas, debido a que dicha empresa ha adquirido una parte o todo el accionariado de las demás.



Dumping

Es la práctica de vender por debajo del precio normal o a precios inferiores al costo con el fin de eliminar a la competencia y adueñarse del mercado.

En el Perú es sancionado por el Indecopi





PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LA CUATRO ESTRUCTURAS BÁSICAS DE MERCADO

| Características | Competencia Perfecta | Monopolio | Oligopolio | Competencia monopolística |
|---|---------------------------------------|----------------------------|--|------------------------------------|
| En cuanto al número de empresas | Muchas | Una sola empresa | Pocas | Muchas |
| En cuanto al producto | Homogéneo | No tienen sustitutos | Pueden ser homogéneos o diferenciados. | Diferenciados |
| Control de las empresas sobre los precios | Las empresas no controlan los precios | La empresa fija el precio. | Solo controla por conspiración | Existe posibilidades pero limitado |
| Entrada y salida de nuevas empresas | No existe obstáculos. | El ingreso es imposible. | Existen considerables obstáculos | Son relativamente fáciles |
| Ejemplos | Frutas y Menestras | Telefonía fija | Telefonía celular | Jabones de tocador |



1. Complete el esquema de modelos de mercado.

| Características | Competencia perfecta | Competencia imperfecta | |
|-----------------------|----------------------|------------------------|----------------|
| | | Monopolio | Oligopolio |
| Número de compradores | muchos | muchos | muchos |
| Número de vendedores | muchos | Uno solo | pocos |
| Quién fija el precio | El mercado | El vendedor | Los vendedores |

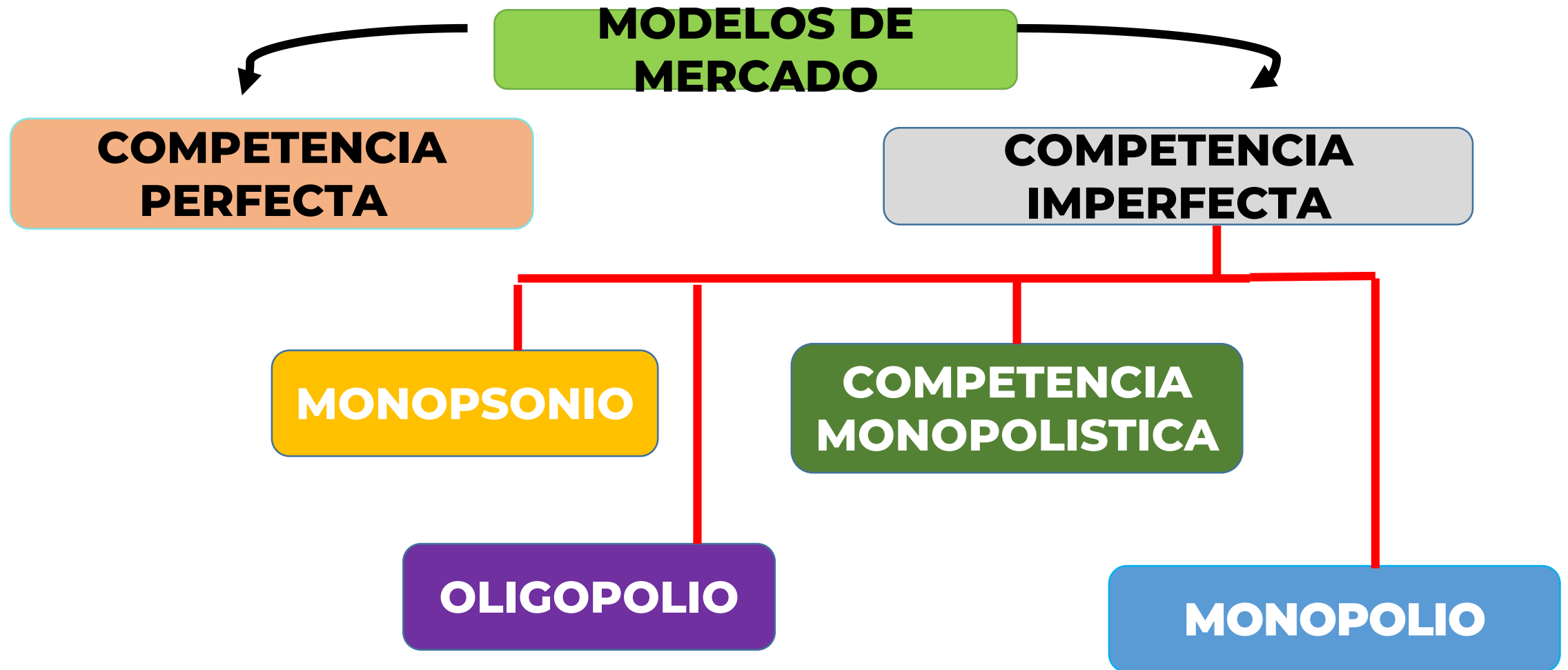
2. Marque con una (X) a qué **MODELO DE MERCADO** pertenecen los siguientes mercados peruanos.



| Mercado | Monopolio | oligopolio | Competencia monopolística |
|------------------------|------------------|-------------------|----------------------------------|
| Sedapal | X | | |
| Telefonía móvil | | X | |
| Restaurantes | | | X |
| Gaseosas | | X | |



3.- Complete el esquema sobre los **MODELOS DE MERCADOS** desarrollados en clase.





4. Mencione dos características y un ejemplo de **MONOPSONIO**.

- **El producto que adquiere es homogéneo.**
- **Se compra a muchos productores se hace vía contrato.**
- **Ejm: COMPAÑÍA DE BOMBEROS, POLICIA NACIONAL**

5. Lea atentamente el texto y responda:



5.- Lea atentamente el texto y responda.

¿De dónde son los más grandes monopolios del mundo?

El dominio que un puñado de potencias imperialistas tiene del mercado mundial es una realidad. El imperialismo no ha perdido su naturaleza y menos ha desaparecido, como algunos sostienen; el estudio de la composición del mercado y de las corporaciones internacionales existentes nos muestran un mundo en el que potencias y monopolios imperialistas se han repartido zonas de influencia, en el que el imperialismo estadounidense se ocupa de los primeros lugares. El poder estadounidense está diversificado a lo largo de varios sectores económicos, pero particularmente la fuerza dominante la tiene en las finanzas, la industria farmacéutica y biotecnológica, de la información y el software, y el comercio al por menor. Dicho de otra forma, las gigantescas compañías estadounidenses poseen una red poderosa que controla los sectores de la “nueva economía”, las finanzas y el comercio. Cinco de los diez bancos principales son estadounidenses, así como seis de las diez empresas farmacéuticas y biotecnológicas, cuatro de las diez compañías de gas y petróleo más importantes, nueve de las diez compañías líderes de seguros y nueve de las diez principales empresas generales de comercio al por menor. El sector de las aseguradoras es el único en el que la Unión Europea se lleva la mejor parte del pastel con respecto a Estados Unidos (por un margen de cinco a cuatro).



a. ¿Por qué se dice que el imperialismo no ha desaparecido?

Por la repartición de zonas de influencia dado por las potencias y monopolios imperialistas, siendo el estadounidense en ocupar los primeros lugares.

b. ¿En qué sectores tiene mayor influencia las CIA`s

FINANZAS, INDUSTRIA FARMACÉUTICA y BIOTECNOLÓGICA, de la INFORMÁTICA y el SOFTWARE, y el COMERCIO al por menor.



6. ¿Qué diferencias encuentras entre un monopolio y una competencia monopolística?

MONOPOLIO

- ❑ Un único producto/vendedor. Los consumidores se encuentran con un único producto que además es ofrecido por sólo un vendedor
- ❑ El producto o vendedor pueden influir (y suele hacerlo) sobre el precio y cantidad de mercado.
- ❑ No existen bienes sustitutivos. En este caso, el consumidor no puede elegir un bien sustitutivo que le reste poder de mercado a la empresa

COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA

- Hay un gran número de vendedores u oferentes.
- Los productos que se ofrecen no son homogéneos. Es decir, existe diferenciación en los productos. Esta diferenciación puede darse en aspectos como la calidad, el servicio post-venta o la ubicación.
- Las empresas tienen libertad de entrada y salida en el mercado.



7.- Una empresa productora de detergentes desea incrementar el precio de su producto, pero debido a que compite contra un reducido número de empresas no sabe exactamente cómo reaccionarán estas. Si lograra el objetivo que desea, esta situación de interdependencia entre los productores de una industria es propia de la forma de mercado denominada

- A) monopolio.**
- B) monopsonio.**
- C) oligopsonio.**
- D) oligopolio.**



RESPUESTA :

D) OLIGOPOLIO

La empresa productora de detergente quiere subir el precio de su producto , pero compite con una industria oligopólica que es interdependientes entre ellos quiere decir, dependencias mutuas que se establecen entre diferentes elementos de una organización que reflejan la necesidad de coordinación entre ellos.



8.-Según la imagen, si consideramos que solo existen esas empresas respecto al fondo privado de pensiones, ¿qué tipo de mercado es y por qué?





LAS AFP(Fondo Privado de Pensiones), actúan en el Perú como un mercado oligopólico porque

- ❖ **Pocos productores, distribuidores o vendedores de un determinado bien o servicio.**
- ❖ **Son interdependientes estratégicamente hablando: En cierta forma, los pocos productores existentes se necesitan entre ellos para que el oligopolio funcione.**
- ❖ **Suele haber barreras de entrada para los nuevos productores: Dado que quieren que el poder de estos pocos escogidos impere, tienen que limitar el acceso a todos aquellos que quieran hacerse con una parte del mercado.**

MODELOS DE MERCADO

**THANK
YOU
STUDENTS**

