

ECONOMY

Chapter 11



MODELOS DE MERCADO





HELICOMOTIVACIÓN





HELICOTEORÍA

DEFINICIÓN:

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

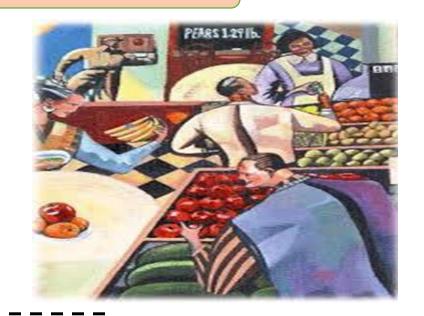


HELICOTEORÍA



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





PRECIOS ESTABLECIDOS POR LA OFERTA Y DEMANDA

EL PRODUCTO ES HOMOGÉNEO

ACTUACIÓN INDEPENDIENTE DE LOS VENDEDORES



HELICOTEORÍA



EN UN MERCADO DE COMPETENCIA PERFECTA

1

Las empresas pueden entrar y salir en la industria libremente.





3

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

Existe libre movilidad de los factores productivos.







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







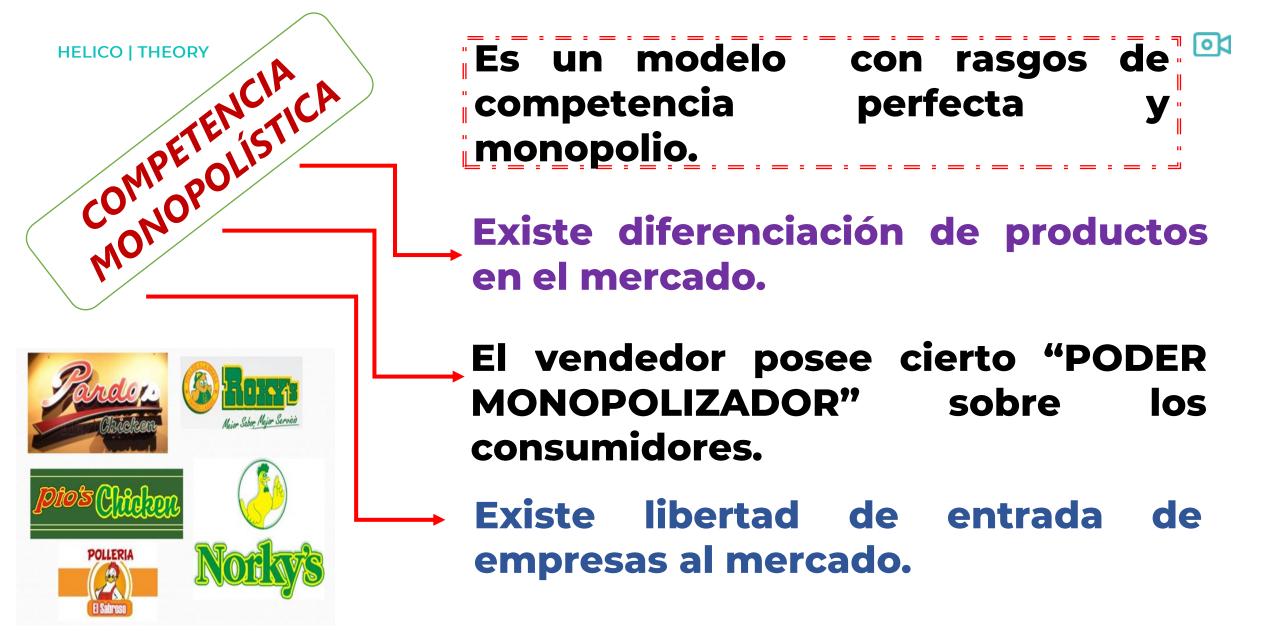








- ✓ Existen POCAS empresas que producen un producto frente a una GRAN CANTIDAD de consumidores.
- Los POCOS PRODUCTORES dominan el mercado.
- Interdependencia entre las EMPRESAS **OLIGOPOLISTAS para determinar:**
 - a. EL PRECIO (Guerra de precios)
 - **b. LA PRODUCCIÓN**
 - c. LA PUBLICIDAD
 - d. POSICIONAMIENTO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







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·

01

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

Las empresas de un país introducen mercancías en un país extranjero a precios menores que sus costos de producción, a fin de eliminar la competencia y absorber el mercado. Controlado por 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

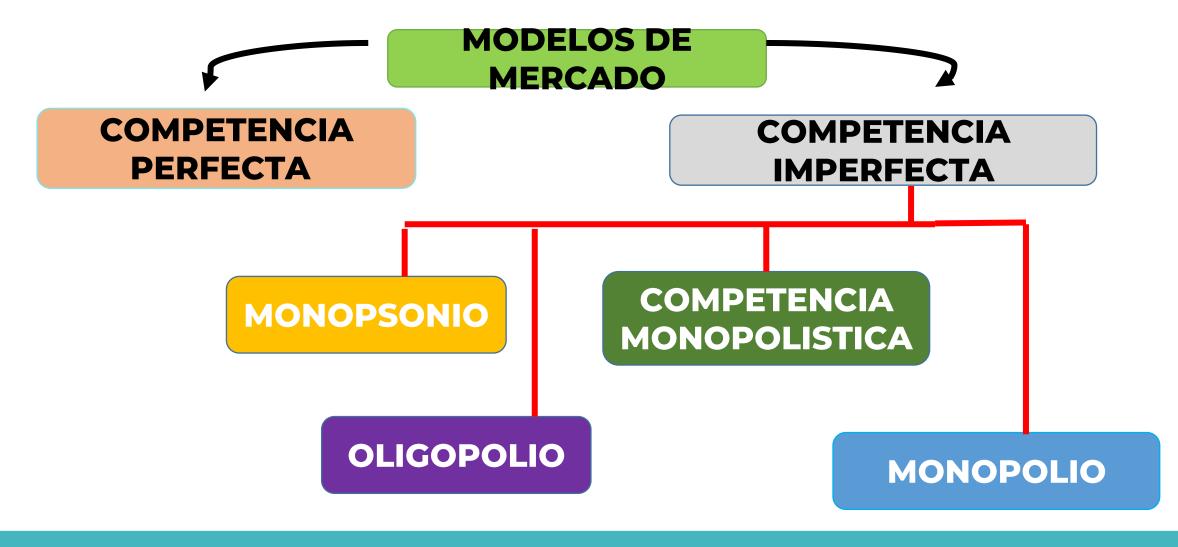
01

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.
 - > La compra a muchos productores se hace vía contrato.
 - > Ejm: COMPAÑÍA DE BOMBEROS, POLICIA NACIONAL
- 5. Lea atentamente el texto y responda:
 - 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 estadounidenses?

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

MODELOS DE MERCADO

