

# PRESENTACIÓN N°06 MERCADOS

**Objetivos:** *Al desarrollar esta unidad temática la cátedra intenta que los estudiantes sean capaces de:*

- ☐ *Reconocer el concepto de mercado de un bien o servicio.*
- ☐ *Definir equilibrio entre oferta y demanda de un bien o servicio.*
- ☐ *Definir para un mercado de un bien o servicio determinado el precio de equilibrio.*
- ☐ *Conocer la influencia del estado en la formación del precio de mercado.*
- ☐ *Clasificar los distintos tipos de mercado.*
- ☐ *Definir al mercado de competencia perfecta o de libre competencia.*
- ☐ *Definir al mercado monopolístico.*
- ☐ *Interpretar el concepto de competencia imperfecta.*
- ☐ *Definir al mercado oligopólico.*
- ☐ *Definir al mercado de competencia monopolística.*
- ☐ *Conocer las características del mercado de competencia monopolística.*
- ☐ *Reconocer las distintas formas de intervención del gobierno en la formación de los precios de mercado.*



# Teoría del mercado

Analiza el conjunto de transacciones, de procesos o acuerdos de intercambio de bienes o servicios entre individuos o asociaciones de individuos.

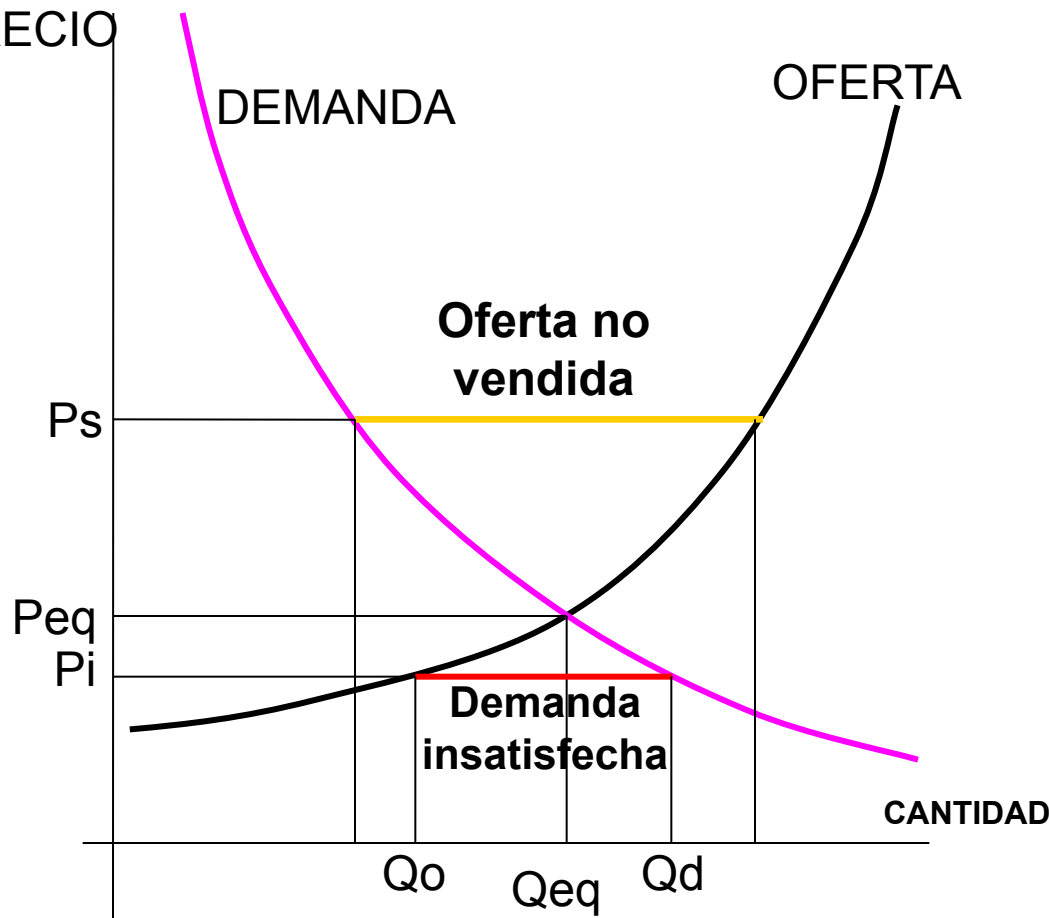
# MERCADO

## DEFINICIÓN

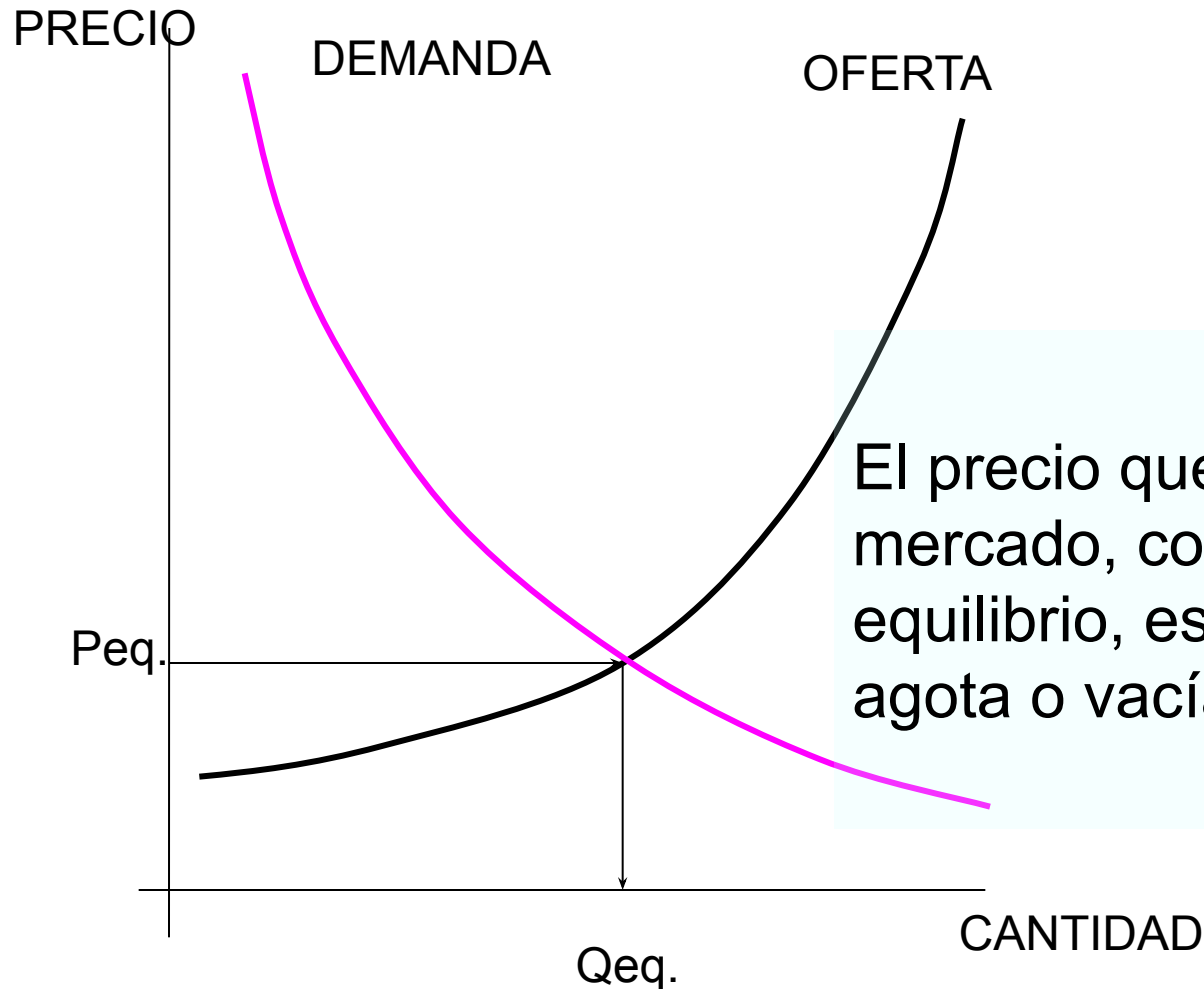
Es el conjunto de transacciones o acuerdos de negocios entre compradores y vendedores, implica el comercio formal y regulado, donde existe cierta competencia entre los participantes.

# OFERTA Y DEMANDA

La **ley de la oferta y la demanda** es la base fundamental del modelo económico clásico de mercado para determinar la formación de precios de los bienes y servicios útiles

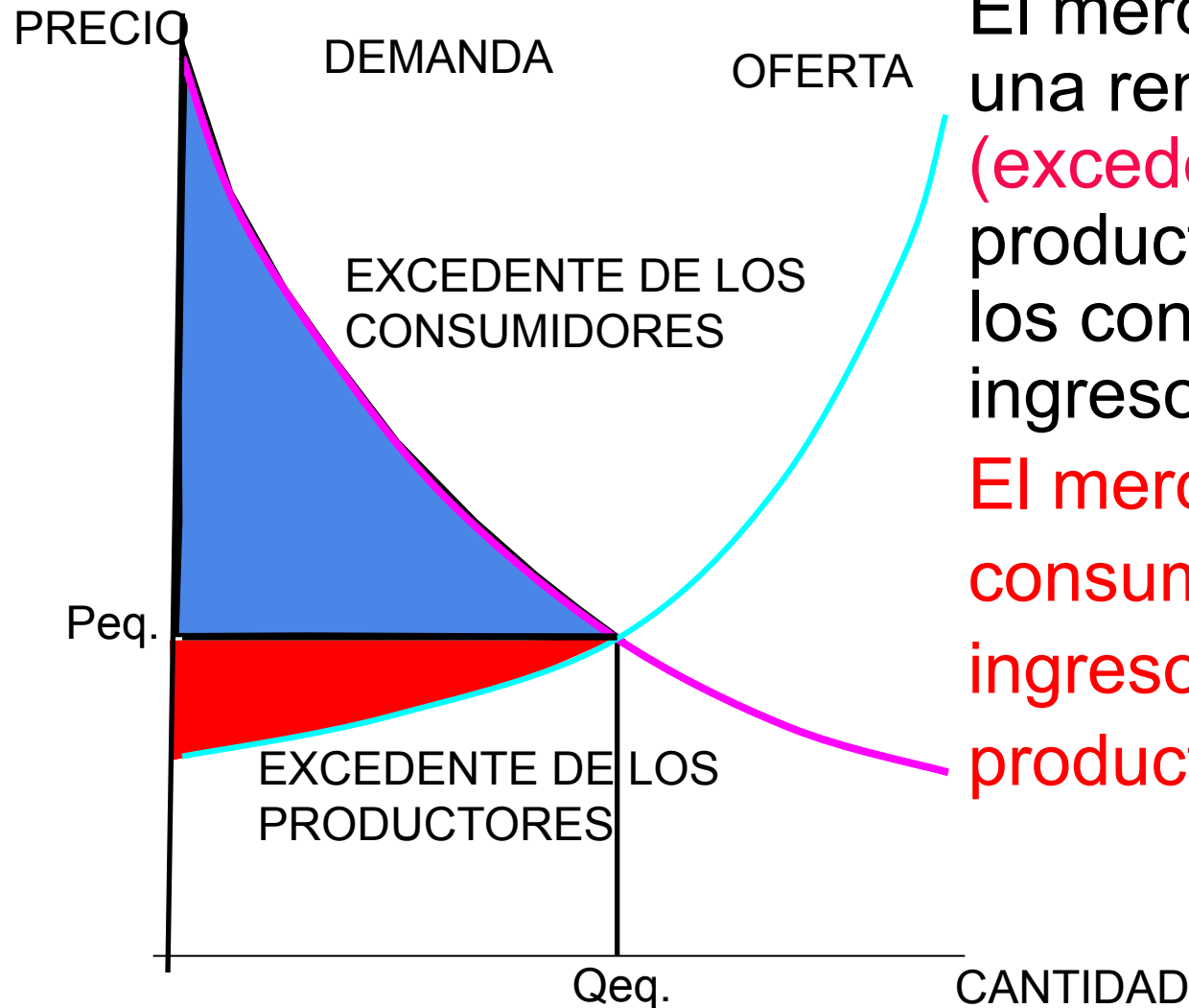


# EQUILIBRIO DEL MERCADO



El precio que determina el mercado, conocido como precio de equilibrio, es aquel cuya demanda agota o vacía la oferta

# EXCEDENTES

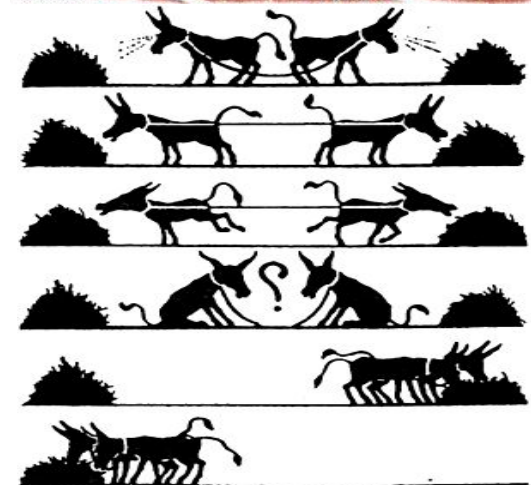


El mercado premia con una renta adicional (**excedentes**) a los productores eficientes y a los consumidores de altos ingresos

El mercado expulsa a los consumidores de bajos ingresos y a los productores ineficientes.

# TIPOS DE MERCADOS

- *COMPETENCIA PERFECTA*
- *MONOPOLIO*
- *OLIGOPOLIO*
- *COMPETENCIA MONOPÓLICA*





# COMPETENCIA PERFECTA

El *mercado de competencia perfecta* tiene la condición ideal y se lo considera de laboratorio.

## Características principales:

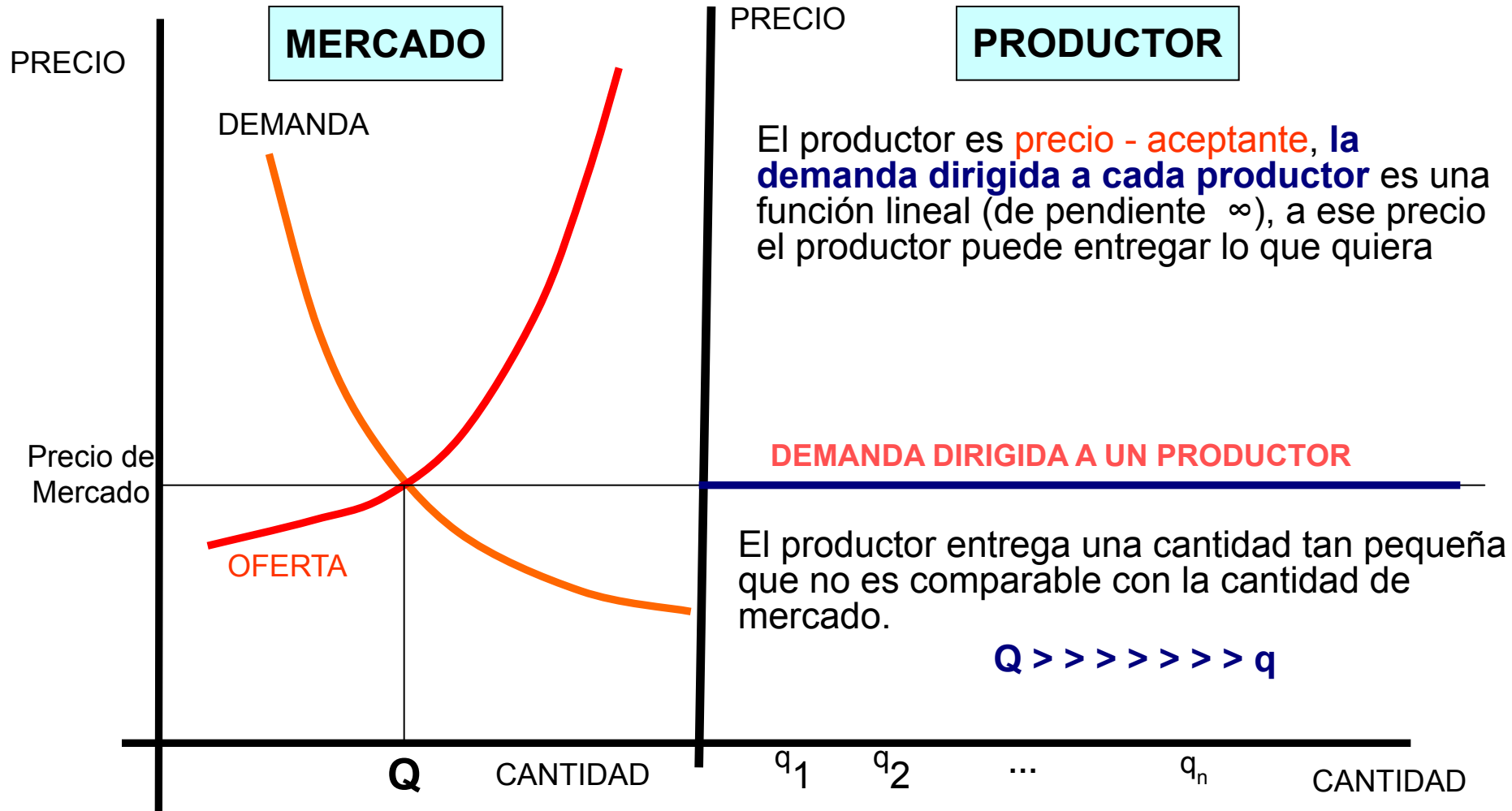
1. **Atomización**, eso significa que hay muchos compradores y vendedores y ninguno tiene tamaño comparable con el mercado.
2. **Producto homogéneo**, los consumidores no pueden identificar que productor fabricó el producto.
3. **No hay barreras** de entrada ni de salida al mercado.
4. **Transparencia**, se conocen instantáneamente todas las condiciones de las operaciones realizadas.





# COMPETENCIA PERFECTA

## DEMANDA DIRIGIDA AL PRODUCTOR



# MERCADO DE COMPETENCIA PERFECTA

## BENEFICIO MEDIO DEL PRODUCTOR

INGRESOS  
Y  
COSTOS  
MEDIOS

Precio  
I. Medio  
I. Marginal

**COSTO MARGINAL**

**BENEFICIO MEDIO**

**COSTO MEDIO**

El productor estará dispuesto a fabricar una unidad adicional si el ingreso que recibe por esta ( $I_{ma}$ ) es mayor o igual al costo de producción de esa unidad ( $C_{ma}$ ), el **beneficio total se maximiza** cuando

$$I_{ma} = C_{ma}$$

**Q**

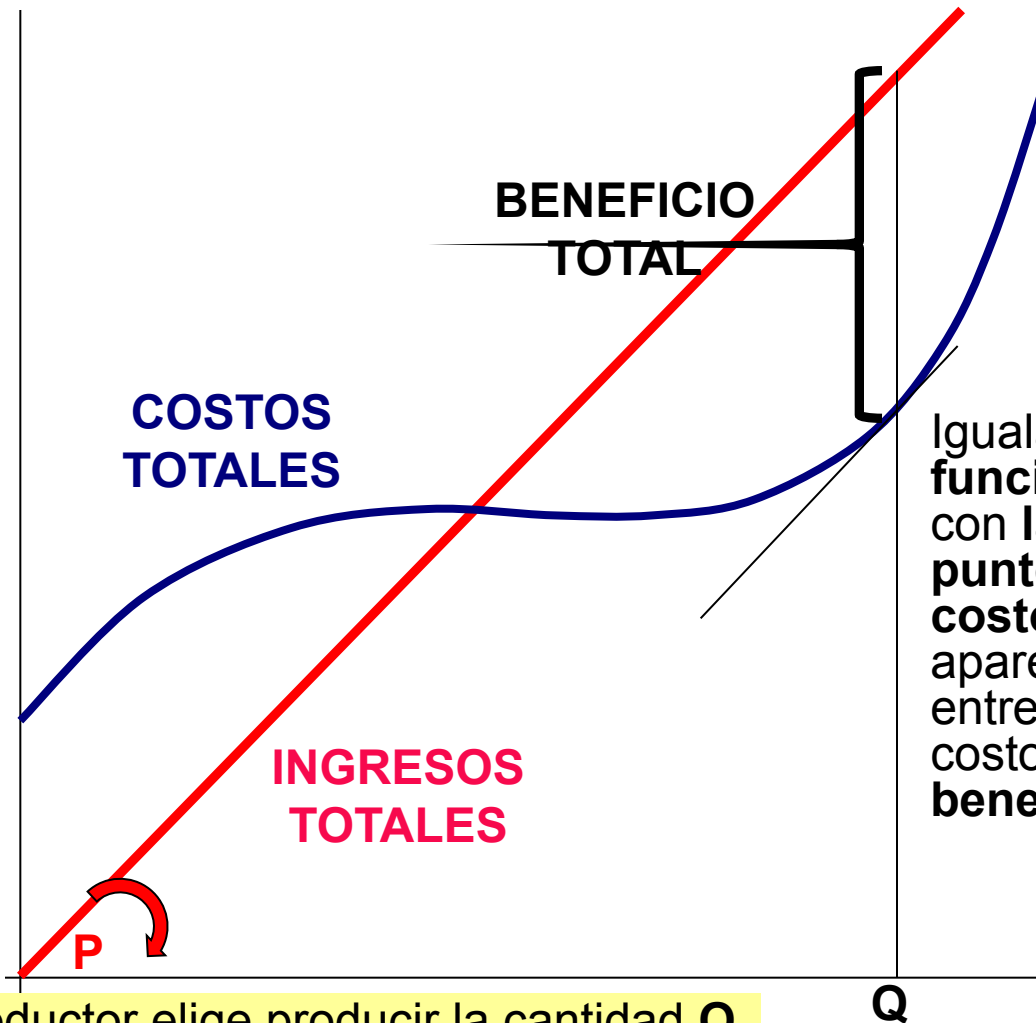
**CANTIDAD**

El productor elige producir la cantidad **Q**

# MERCADO DE COMPETENCIA PERFECTA

## BENEFICIO TOTAL DEL PRODUCTOR

INGRESOS  
Y  
COSTOS  
TOTALES



Igualando la pendiente de la función Ingreso Total (P) con la pendiente en algún punto de la curva de costos totales (Cma) aparece la máxima distancia entre Ingresos totales y costos totales por lo tanto el **beneficio total se maximiza**

El productor elige producir la cantidad Q

CANTIDAD

# MONOPOLIO



Se trata del mercado que mantiene la oferta concentrada en un solo productor que actúa con el poder suficiente para imponer el precio

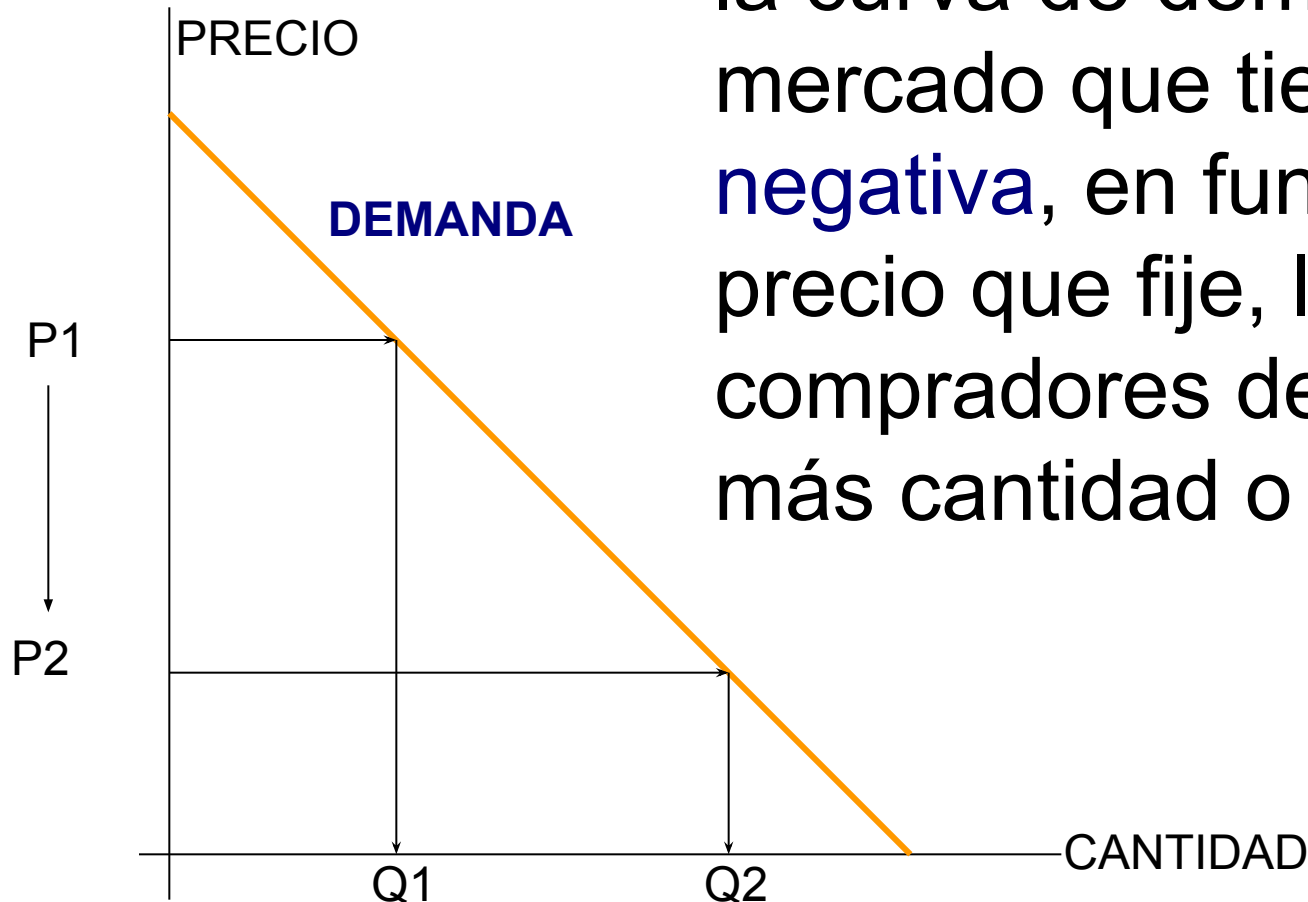
# *GENERACIÓN DE MONOPOLIO*

## *EL MONOPOLIO SE GENERA CUANDO:*

- 1. EXISTE UN RECURSO CLAVE EN LA FABRICACIÓN DEL PRODUCTO QUE SÓLO POSEE ESA EMPRESA.*
- 2. LA EMPRESA POSEE LA ÚNICA CONCESIÓN OTORGADA POR EL ESTADO PARA PRODUCIR UN BIEN DETERMINADO.*
- 3. LA ESTRUCTURA DE COSTOS DE UNA DETERMINADA INDUSTRIA HACE QUE UN ÚNICO PRODUCTOR DE GRAN TAMAÑO SEA MÁS EFICIENTE QUE UN CONJUNTO DE EMPRESAS MENORES.*

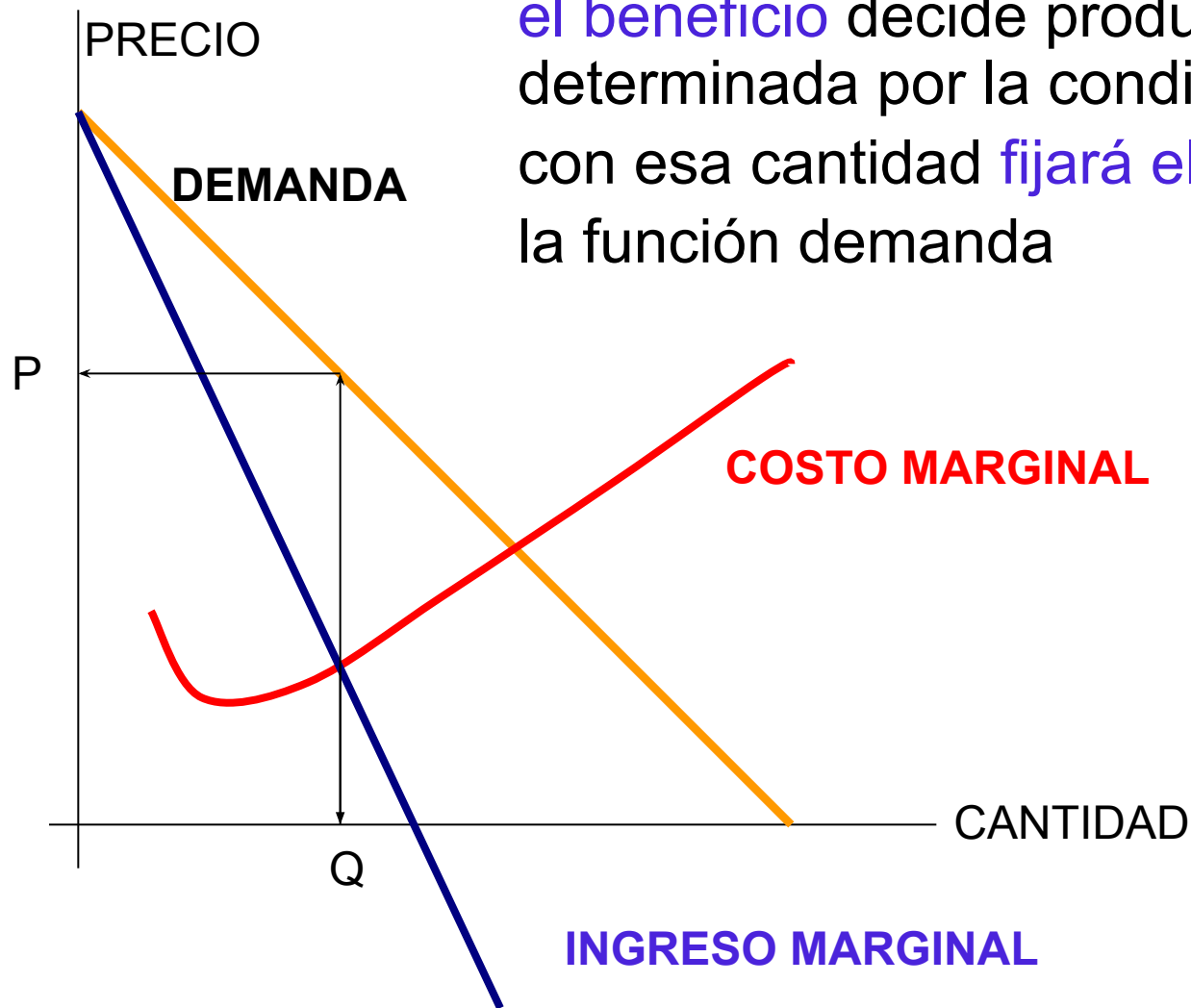
# MONOPOLIO Y DEMANDA

El monopolio se enfrenta a la curva de demanda del mercado que tiene **pendiente negativa**, en función del precio que fije, los compradores demandarán más cantidad o menos.



# EQUILIBRIO EN EL MONOPOLIO

El productor monopolístico para **maximizar el beneficio** decide producir una cantidad determinada por la condición  $Ima = Cma$  con esa cantidad **fijará el precio** utilizando la función demanda

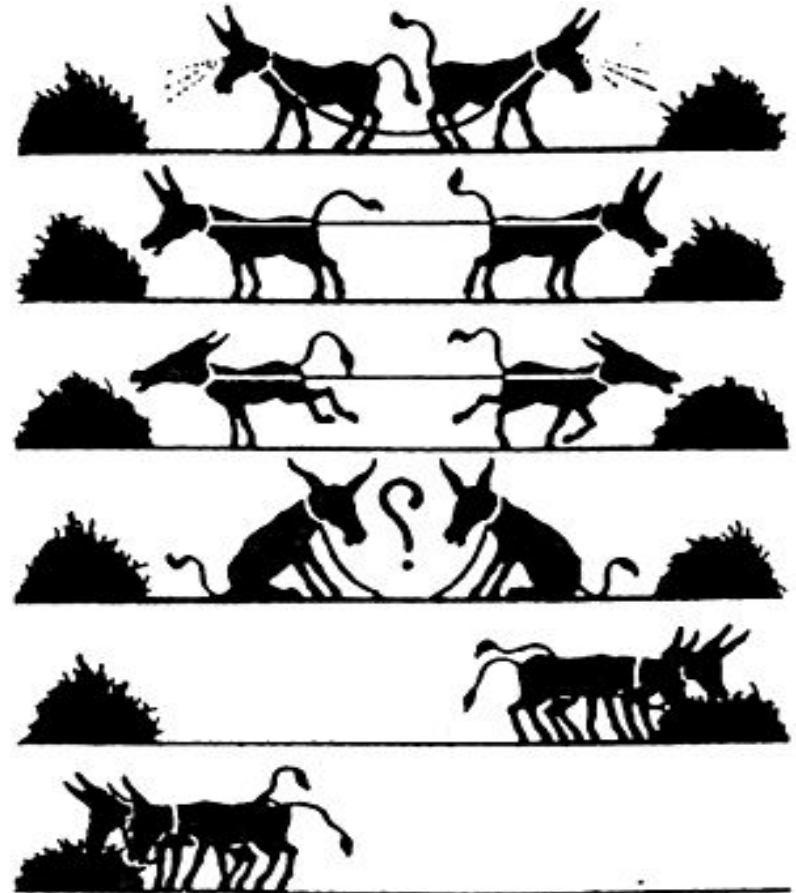




# DUOPOLIO Y OLIGOPOLIO

**DUOPOLIO** es el tipo de mercado en el que solamente existen dos vendedores que ofrecen un mismo producto. Es el caso más sencillo de oligopolio.

**OLIGOPOLIO:** es un tipo de mercado donde la competencia es imperfecta del lado de la oferta debido a la existencia de un número muy limitado de vendedores (entre 3 y 10).



# OLIGOPOLIO

## CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES

1. En un mercado **oligopolista** siempre se dará entre los partícipes la disyuntiva entre la colaboración (colusión) o la competencia.
2. Si colaboran (**colusionan**), coordinando sus actuaciones (regulando la cantidad ofrecida), este mercado funcionará como un monopolio. En este caso, el beneficio que obtienen estas empresas aumenta en perjuicio de los compradores.
3. Si por el contrario deciden **competir** su funcionamiento se aproximará al de un mercado competitivo (aunque no llegará a ser igual), es decir disminuirá el beneficio de estas empresas en favor de los consumidores.
4. Las autoridades públicas **tratan de prohibir** la colaboración (colusión) entre las empresas oligopolistas favoreciendo la competencia.

# COMPETIR O COLABORAR

## DILEMA DEL PRISIONERO

**ESTRATEGIA DOMINANTE  
CONFESAR**

		PRISIONERO A	
		CONFIESA	NO CONFIESA
PRISIONERO B	CONFIESA	6 AÑOS A AMBOS	10 AÑOS PRISIONERO A 0 AÑOS PRISIONERO B
	NO CONFIESA	10 AÑOS PRISIONERO B 0 AÑOS PRISIONERO A	1 AÑO A AMBOS

# COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA

La competencia **monopolística monopolista o monopólica** es un tipo de mercado en el que existe una cantidad significativa de productores sin que exista un control dominante por parte de ninguno de estos en particular.

En este mercado el consumidor es capaz de distinguir los bienes o servicios que produce una empresa a través de **la marca**, es así como cada empresa monopoliza su marca, y por eso puede ejercer **cierto control sobre el precio de su producto**.



# *COMPETENCIA MONOPOLISTA*

## *CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES*

- ❖ Hay **muchas empresas vendedoras**.
- ❖ Los productos que ofrecen no son completamente idénticos sino que **presentan algunas diferencias**.
- ❖ Cada empresa se enfrenta a una **curva de demanda de pendiente negativa**: si eleva el precio de su producto venderá menos y si lo baja venderá más.
- ❖ Hay **libertad de entrada y salida del mercado**.

# *COMPETENCIA PERFECTA Y COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA*

❖ ***PRODUCTOS IDÉNTICOS***

❖ ***PRODUCTOS DIFERENCIADOS***

# ***DISTORSIONES DE PRECIOS INTERVENCIÓN DEL ESTADO***

Las políticas de **intervención del estado** para el control de precios, son fuentes de distorsiones que abiertamente cambian la percepción de la oferta y la demanda para asignar los recursos de manera eficiente.

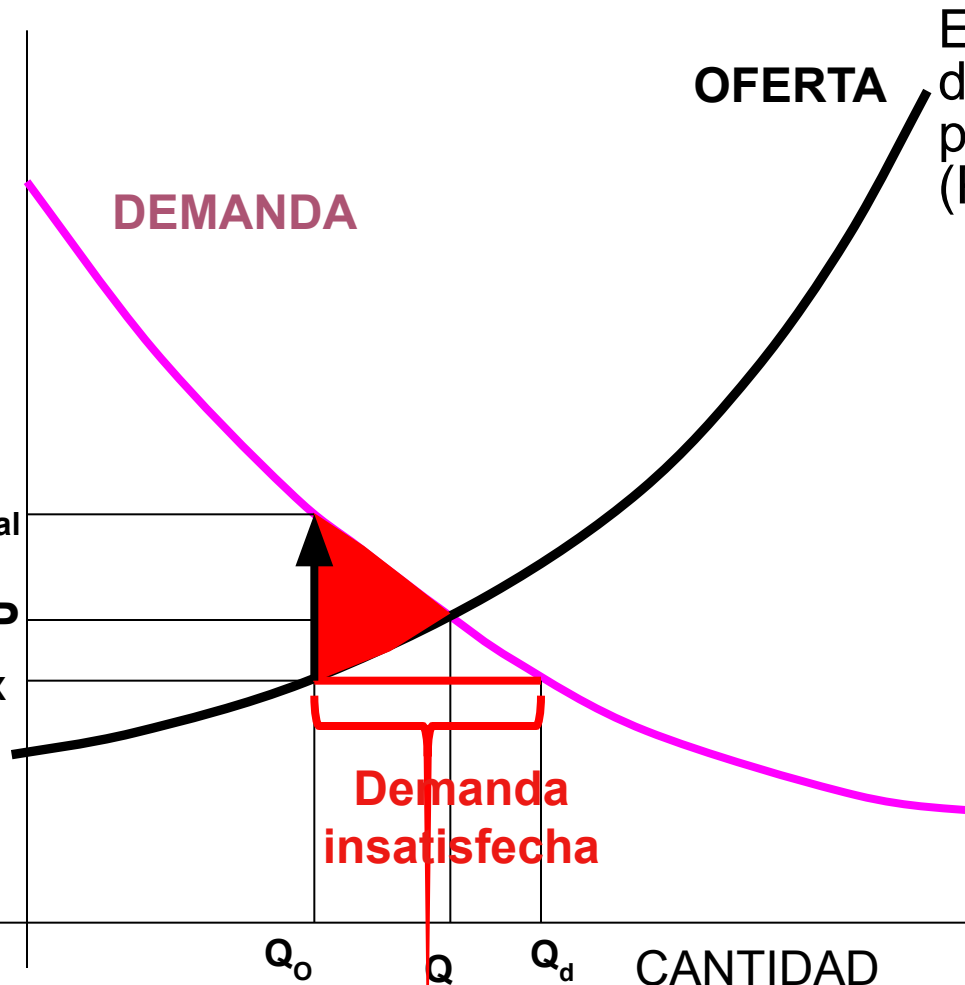
- **DIRECTAS:** El gobierno interviene imponiendo concretamente el precio o ejerce su poder para que se asigne el valor que pretende.
- **INDIRECTAS:** El gobierno acciona mediante técnicas publicitarias induciendo a aumentar o reducir el consumo de un bien determinado para alentar o desalentar el consumo de otro.
- **FUNCIONALES:** El gobierno manipula los costos fiscales y/o financieros para reducir o aumentar los precios del mercado



# POLÍTICAS DIRECTAS

## PRECIOS MÁXIMOS

PRECIO



El gobierno fija un precio por debajo del precio de mercado para proteger a los consumidores ( $P_{\text{máx}}$ )

- Desabastecimiento

$$Q_o < Q_d$$

- Acaparamiento
- Mercado informal

☹ El precio sube ( $P_{\text{informal}}$ )

☹ El triángulo rojo es la pérdida social

# *EL RACIONAMIENTO DE LA OFERTA*

Al fijar el precio máximo el estado debe racionar la oferta, mediante la fijación de una cuota de consumo.

**$Q_o / N^{\circ}$  de Consumidores = Cuota**

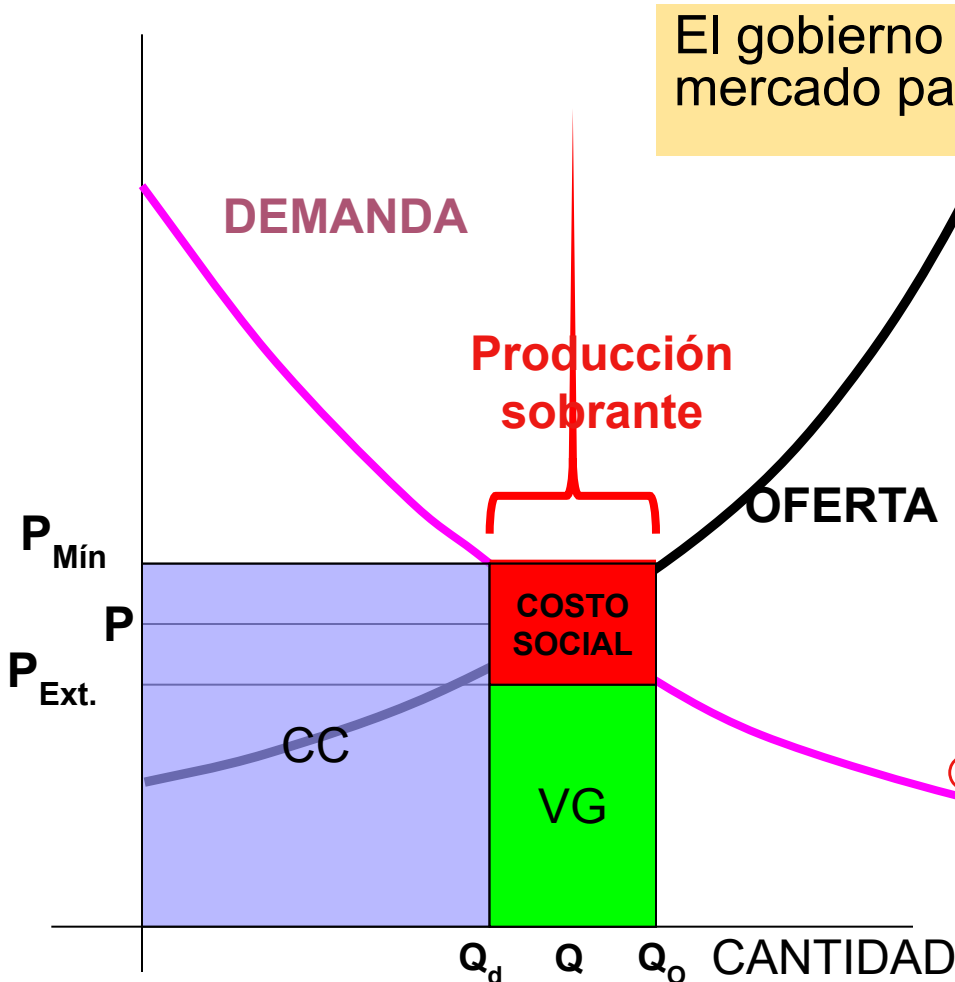
**SOLO HAY EQUILIBRIO SI LA CANTIDAD OFRECIDA ES MÁXIMA.**

**SIEMPRE SUBVALORA LA UTILIDAD MARGINAL APRECIADA ASIGNANDO MAL LOS RECURSOS**

# POLÍTICAS DIRECTAS

## PRECIOS MÍNIMOS

PRECIO



El gobierno fija un precio sobre el precio de mercado para proteger a los productores ( $P_{\text{mín}}$ )

- Producción sobrante  $Q_o > Q_d$
- Compras de los consumidores

$$CC = Q_d * P_{\text{mín}}$$

- Compras del gobierno

$$CG = (Q_o - Q_d) * P_{\text{mín}}$$

- Ventas del gobierno al exterior

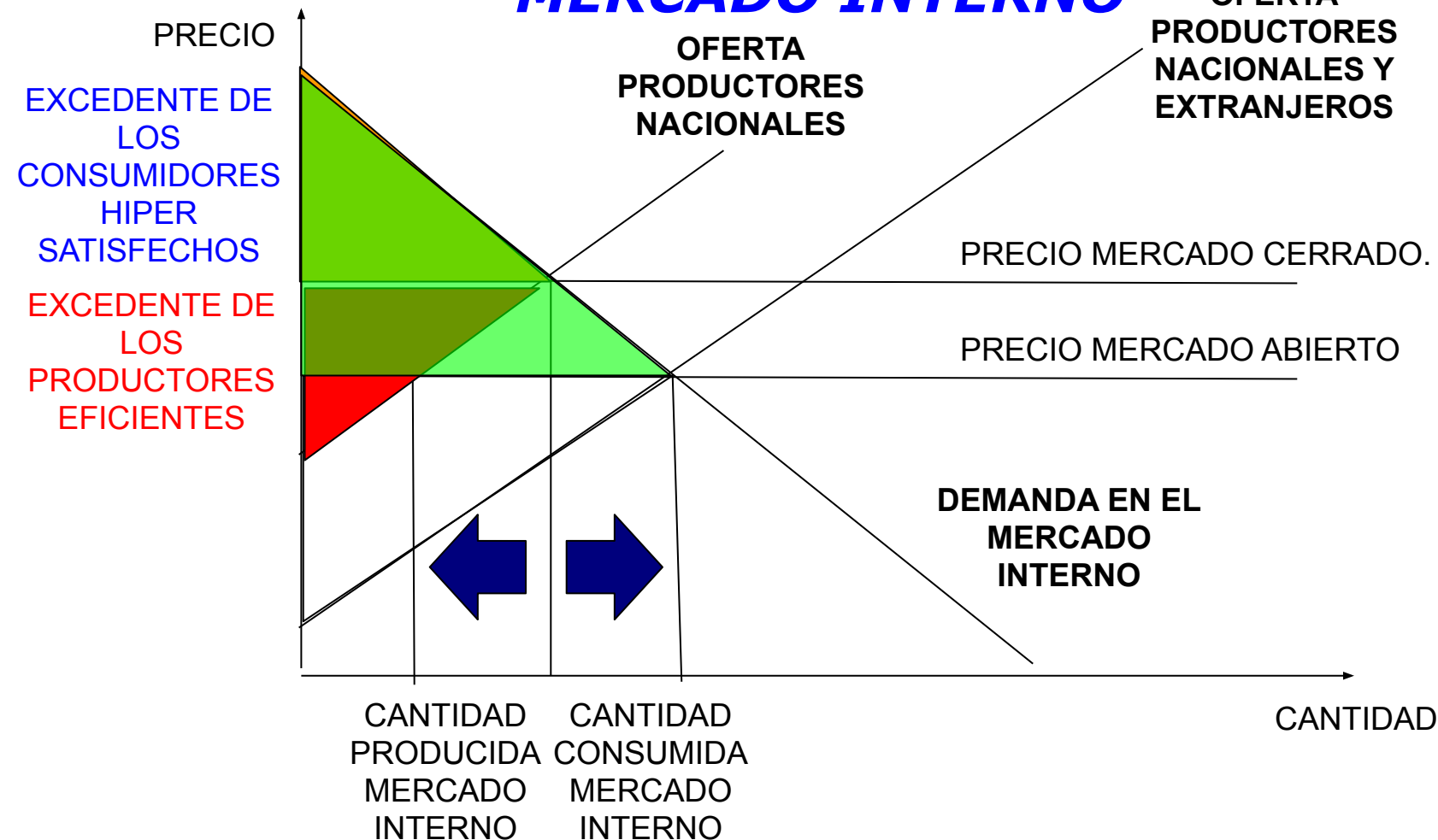
$$VG = (Q_o - Q_d) * P_{\text{ext.}}$$

☹ El rectángulo rojo es el costo social de la medida

# POLÍTICAS FUNCIONALES

## MERCADO ABIERTO LIBRE

**PRECIO INTERNACIONAL MENOR AL PRECIO MERCADO INTERNO**



# ***POLÍTICAS FUNCIONALES***

## ***ARANCELES DE IMPORTACIÓN***

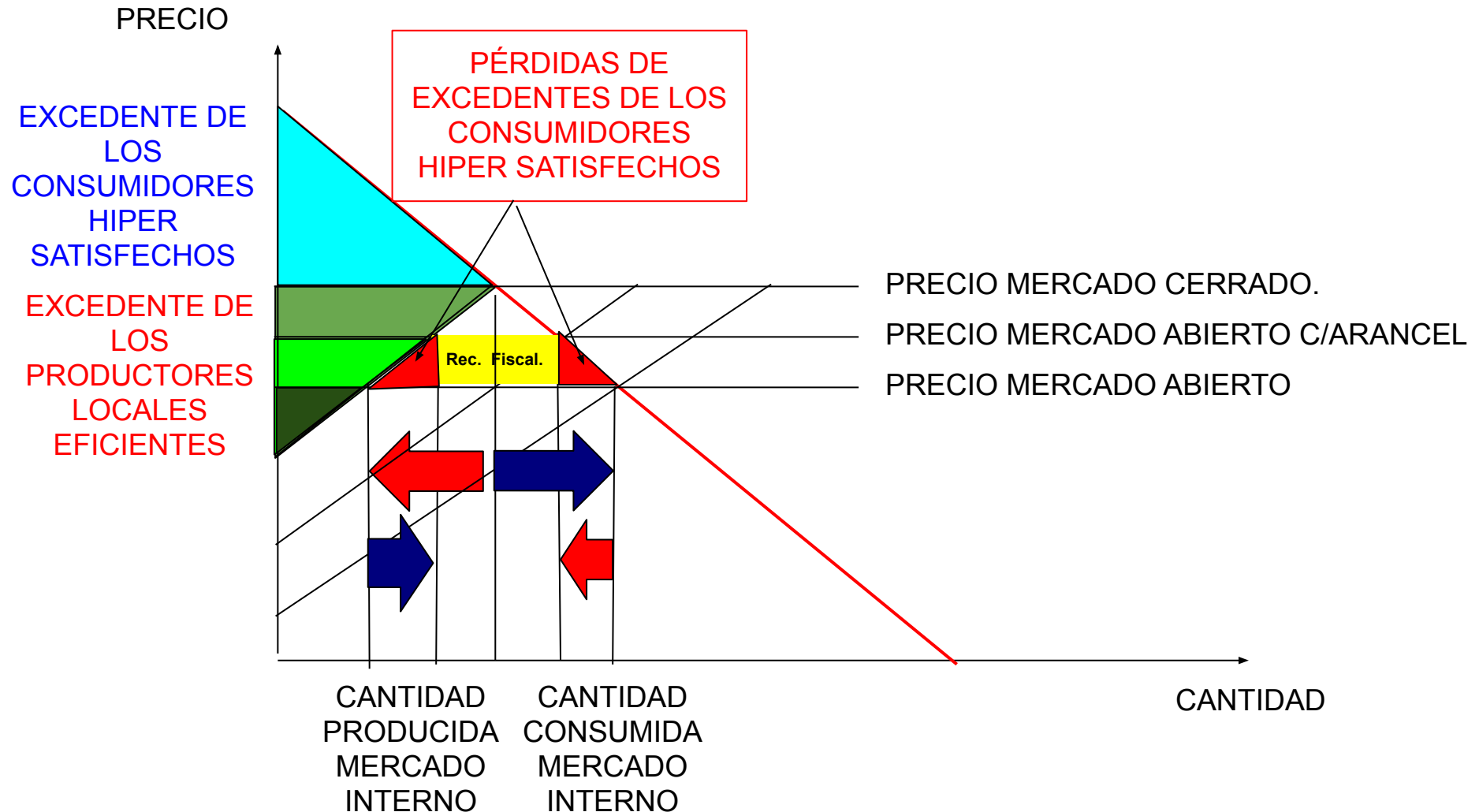
El estado obliga a pagar un impuesto para importar un bien.

Cuando introducimos el arancel los productores locales podrán incrementar el precio hasta que sea igual al precio de importación más el arancel.

**Se genera una ineficiencia social asociada a la competitividad de las empresas locales protegidas por el arancel.**

# *POLÍTICAS FUNCIONALES*

## **PRECIO INTERNACIONAL MENOR AL PRECIO MERCADO INTERNO CON ARANCEL**



# ***POLÍTICAS FUNCIONALES***

## ***RETENCIONES A LAS EXPORTACIONES***

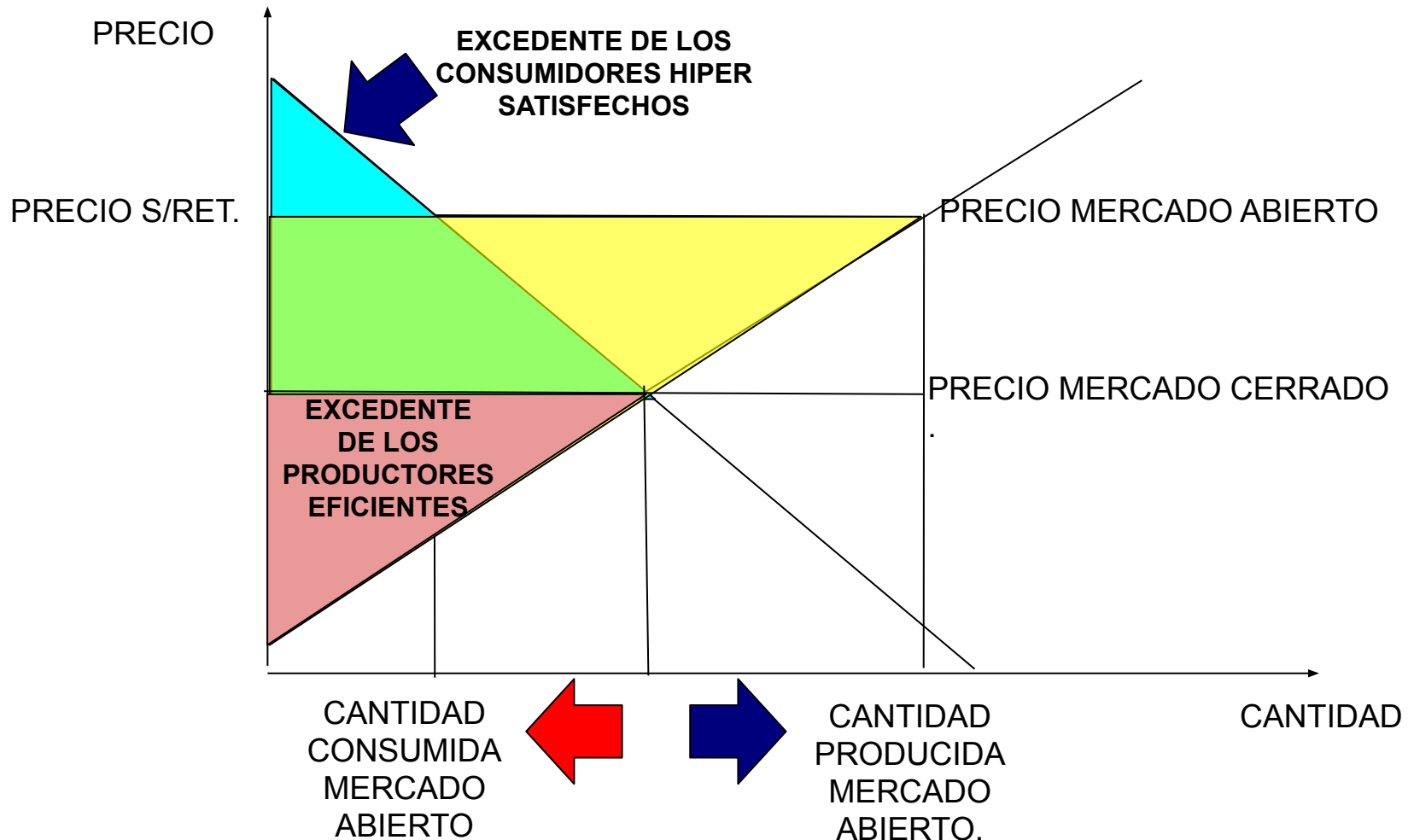
El estado aplica retenciones a las exportaciones para controlar el precio de bienes que considera muy importantes en el consumo interno y/o redistribuir la renta.

**Con estas medidas genera ineficiencias al impedir que los productores consigan mayores precios en el mercado externo.**



# *POLÍTICAS FUNCIONALES*

## **PRECIO INTERNACIONAL MAYOR AL PRECIO MERCADO INTERNO**



# ***POLÍTICAS FUNCIONALES***

## ***RETENCIONES A LAS EXPORTACIONES***

