



UNIVERSIDAD
TECNOLÓGICA
NACIONAL
FACULTAD REGIONAL LA RIOJA

ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

Cr. Hugo Brandoni
La Rioja 2022

ORGANIZACION EMPRESARIAL

1

Los Mercados

Tipos de Mercados



Diagrama centralizado con el texto 'MERCADO' en un círculo azul. Seis flechas amarillas lo conectan con imágenes representativas de diferentes tipos de mercados: Mercado de Competencia Perfecta, Mercado de Monopolio, Mercado de Oligopolio, Mercado de Competencia Imperfecta, Mercado de Monopolio Natural y Mercado de Oligopolio Natural.

ORGANIZACION EMPRESARIAL

Cr. Hugo Brandoni

2

Los Mercados

MERCADO DE COMPETENCIA PERFECTA

El precio y la cantidad de equilibrio son formados por las fuerzas conjuntas de la oferta y la demanda.

En el mercado se determina el precio del producto o servicio.

El mercado cumple con la función de asignar eficientemente los recursos, siempre que se cumplan los siguientes supuestos:

1) Que exista un gran número de oferentes y demandantes → para que ningún participante pueda influir individualmente en el precio del producto. Debe regir el precio de mercado. El mercado debe ser "atomizado"

3

Los Mercados

2) El bien debe ser homogéneo → idéntico, para que al demandante le sea indistinto comprar el bien a uno u otro oferente y para que no pueda presionar ni ser presionado durante la formación del precio.

3) Existe libre entrada y salida del mercado → los oferentes pueden decidir libremente si dejan de fabricar cierto bien y comienzan a producir otro.

4) Información perfecta → todos los oferentes y demandantes tienen pleno conocimiento de los mercados y poseen la misma información sobre el precio, calidad y utilidad del bien.

4

Los Mercados

Mercado de competencia perfecta → es el mercado quien asigna eficientemente los recursos, pues se dan cuatro requisitos:

- En el mercado se forma un precio de equilibrio, que es único
- Se vacía el mercado: a ese precio de equilibrio, la cantidad ofrecida es igual a la demandada. no hay excedentes ni escasez
- Los consumidores maximizan su utilidad
- los vendedores maximizan sus beneficios

Cuando no se cumplen estas condiciones, estamos ante un mercado de competencia imperfecta.

Los Mercados

MERCADO DE COMPETENCIA IMPERFECTA

Esta clasificación engloba distintas estructuras de mercado que se clasifican de acuerdo con la cantidad de participantes que actúan ellas y el consiguiente grado de poder que poseen para determinar el precio de mercado.

Los Mercados

Estructuras de mercado según la cantidad de demandantes:

Monopsonio → un solo agente microeconómico. Tiene suficiente poder como para decidir a qué precio comprar y puede negociar directamente con el/los oferentes.

Duopsonio → sólo dos demandantes. Pueden decidir cuánto pagar por el producto pactando cierta cantidad de productos.

Oligopsonio → hay unos pocos demandantes: más de dos, pero siguen siendo un grupo reducido. A medida que la cantidad de demandantes aumenta, éstos pierden poder en la negociación con el oferente a la hora de fijar un precio, pero pueden reunirse previamente y llegar a un acuerdo para que el oferente venda al precio que deseen.

Los Mercados

Estructuras de mercado según la cantidad de oferentes:

Monopolio → la oferta del mercado la conforma un solo oferente; la disposición a vender surge de parte de una sola empresa que tiene la exclusividad en la venta del producto, lo cual le genera un gran poder de mercado sólo limitado por la decisión de los demandantes respecto al precio que están dispuestos a pagar y por su capacidad de fijar el precio al que le va a vender a la demanda.

Los Mercados

Los monopolios surgen porque en ciertos mercados existen barreras a la entrada, por diversos motivos:

Monopolio natural → algún tipo de barrera natural impide que participen muchos oferentes. Ejemplo: Aguas Argentinas. No sería eficiente que participen más empresas. Dada la existencia de un mercado de competencia imperfecta monopólica, el gobierno interviene en la fijación del precio de mercado, en un intento por limitar el poder de estas empresas.

Los Mercados

Monopolio tecnológico → generados para incentivar el descubrimiento y el desarrollo. Patentes: Durante un tiempo, hay un único oferente que fija el precio. Incentivo y forma de recuperar la inversión.

Monopolio legal → impedimentos legales para que ingresen otras empresas. Ej: empresas prestadoras de servicios públicos (Edesur / Edenor Telecom / Telefónica)

Los Mercados

Duopolio → dos oferentes, los únicos que ofrecen el producto en el mercado. Ej: CocaCola y Pepsi. Concentran la mayor parte del mercado y tienen el poder de fijar los precios al cual van a vender su producto. En este tipo de mercados tampoco se cumple con la condición de bien homogéneo.

Los Mercados

Oligopolio → estructura de mercado conformada por unos pocos oferentes. Son un número reducido y pueden reunirse y pactar un precio o una región en la cual vender su producto.

Los Mercados

Competencia monopolística → hay muchos oferentes que compiten entre sí pero, como el producto es heterogéneo, los oferentes se distinguen de la competencia diferenciando su producto en calidad, marcas, envases o publicidad. Cada uno decide fijar el precio del producto independientemente de los competidores.

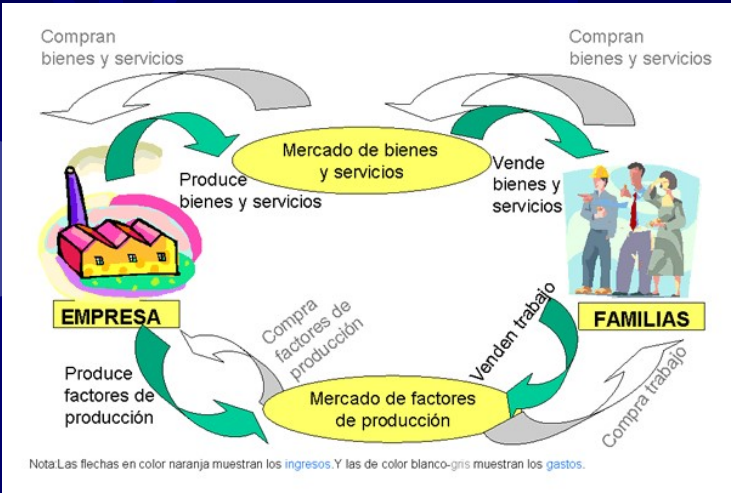
Hay un gran número de oferentes pero cada uno se comporta como si estuviera solo en el mercado ::: como si fuera un monopolista. Esto provoca que no se produzca un vaciamiento del mercado. Se genera una sobreproducción, que los oferentes solucionan en "liquidaciones" donde ofrecen rebajas en el precio. Ej: mercados de la ropa, los productos alimenticios, los accesorios para computadoras

Los Mercados

Bienes y Servicios Económicos, Factores de Producción y Los Problemas de la Economía
<https://www.youtube.com/watch?v=ASRqsPN7iLQ>

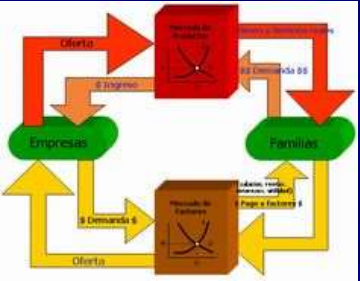
Factores de Producción
<https://www.youtube.com/watch?v=kkxcAgDHccE>

Los Mercados



Los Mercados

- Inter-Relación**
- Mercado de Bienes y Servicios
 - Mercado de Factores





Los Mercados

ESTRUCTURA – TIPO DE MERCADO		Nº Productores Grado Diferenciación
Competencia Perfecta		Muchos productores Productos Idénticos
Competencia Imperfecta	Competencia Monopolística	Muchos productores Productos similares (marca)
	Oligopolio	Pocos productores Pocas diferencias entre productos
	Monopolio	Productor único Inexistencia buenos sustitutos

ORGANIZACION EMPRESARIAL Cr. Hugo Brandoni 18

