

•Nombre



UNIVERSIDAD
TECNOLÓGICA
NACIONAL

FACULTAD REGIONAL LA RIOJA

ORGANIZACION EMPRESARIAL

Cr. Hugo Brandoni
La Rioja 2022

ORGANIZACION EMPRESARIAL1



UNIVERSIDAD
TECNOLÓGICA
NACIONAL

FACULTAD REGIONAL LA RIOJA

UNIDAD N° 1. LOS MERCADOS

Los mercados y la competencia; La competencia perfecta; El monopolio; El oligopolio; La competencia monopolística.

Cr. Hugo Brandoni
La Rioja 2022

ORGANIZACION EMPRESARIAL2

Los Mercados

Introducción

En su origen y aún hoy, se designa como mercado al lugar donde acuden compradores y vendedores para efectuar sus transacciones. Las primitivas caravanas se detenían en algún sitio y allí los mercaderes realizaban los cambios de sus mercancías.

Los mercados ocasionales fueron posteriormente reemplazados por los mercados permanentes y ciertas ciudades alcanzaron a gozar del privilegio de ser los núcleos de concentración de los negocios, convirtiéndose en centros o mercados internacionales.

ORGANIZACION EMPRESARIALCr. Hugo Brandoni3

Los Mercados

Introducción

Mercado, en economía, son cualquier conjunto de transacciones o acuerdos de intercambio de bienes o servicios entre individuos o asociaciones de individuos. El mercado no hace referencia directa al lucro o a las empresas, sino simplemente al acuerdo mutuo en el marco de las transacciones. Estas pueden tener como participe a individuos, empresas, cooperativas, ONG, etc .

El mercado es, también, el ambiente social (o virtual) que propicia las condiciones para el intercambio

ORGANIZACION EMPRESARIALCr. Hugo Brandoni4

•Escriba el título aquí

•1

Los Mercados

MERCADOS CLASIFICACIÓN

Según el área geográfica que abarca

- Locales:** Mercados que se localizan en un ámbito geográfico muy restringido: la localidad.
- Regionales:** Mercados que abarcan varias localidades integradas en una región geográfica o económica.
- Nacionales:** Mercados que integran la totalidad de las transacciones comerciales internas que se realizan en un país; también se le llama mercado interno.
- Mundial:** El conjunto de transacciones comerciales internacionales (entre países) y pueden ser:
 - De integración regional: se forman bloques económicos entre distintos países.
 - Internacional: importaciones y exportaciones entre un país y el resto del mundo.

ORGANIZACION EMPRESARIAL Cr. Hugo Brandoni 5

Los Mercados

Según los productos que ofrecen

- Mercado Real:** se comercializan bienes de consumo, de producción y servicios
 - **De bienes de consumo:** Cuando en el mercado se ofrecen bienes producidos específicamente para ser consumidos; por ejemplo, mercado del calzado, de ropa, del café, etcétera.
 - **Medios de producción:** se negocian maquinarias, herramientas, etc., productos que sirven para producir otros bienes
 - **De servicios:** Son aquellos en que no se ofrecen bienes producidos sino servicios; el más importante es el mercado de trabajo
- **Mercados financieros:** negocia dinero o títulos representativos, por ejemplo, dólares, acciones, títulos públicos, etc.

ORGANIZACION EMPRESARIAL Cr. Hugo Brandoni 6

Los Mercados

Según el tipo de competencia que se establece:

- **Competencia perfecta:** es aquel en que existe un gran número de compradores y vendedores de una mercancía; se ofrecen productos similares (producto tipificado); existe libertad absoluta para los compradores y vendedores y no hay control sobre los precios ni reglamento para fijarlos.
- **Competencia imperfecta:** En la medida en que determinado mercado no cumpla con las características de la competencia perfecta, se alejará de ella o bien será un mercado con mayor o menor imperfección y con mayor o menor competencia
- **Monopolio**
 - Oligopolio
 - Competencia monopolística

ORGANIZACION EMPRESARIAL Cr. Hugo Brandoni 7

Los Mercados

OTROS TIPOS DE MERCADO

- DE TRABAJO:** Conjunto de oferta y demanda de mano de obra.
- A FUTURO:** Relación que existe entre compradores y vendedores para realizar transacciones que se concretan en compraventa futura de bienes. Por ejemplo: Existen dos Mercados de Futuros y Opciones en funcionamiento:
 - el Mercado a Término de Buenos Aires S.A. (MAT/BA) y el Mercado a Término de Rosario S.A. (ROFEX).
 - INFORMAL:** está formado por el comercio ambulante, puestos callejeros y compradores de los productos y servicios que se expenden en ellos.

ORGANIZACION EMPRESARIAL Cr. Hugo Brandoni 8

Los Mercados

Tipos de mercados:

- **MERCADO DE COMPETENCIA PERFECTA**
- **MERCADO DE COMPETENCIA IMPERFECTA**
Se divide en tres
 - **MONOPOLIO:**
 - **OLIGOPOLIO:**
 - **COMPETENCIA MONOPOLISTICA:**

ORGANIZACION EMPRESARIAL

Cr. Hugo Brandoni

9

Los Mercados

Tipos de mercados:

MERCADO DE COMPETENCIA PERFECTA
Este se presenta en muy limitadas ocasiones, los supuestos del mercado de competencia perfecta se presentan a continuación:

- 1.- Gran cantidad de pequeños productores
- 2.- Gran cantidad de pequeños compradores
- 3.- Producto tipificado o estándar, homogéneo
- 4.- Conocimiento pleno del mercado
- 5.- Libre movilidad de los factores productivos

En realidad un mercado de competencia perfecta se pueden encontrar en la actividad agrícola.

ORGANIZACION EMPRESARIAL

Cr. Hugo Brandoni

10

Los Mercados

Tipos de mercados:

MERCADO DE COMPETENCIA IMPERFECTA
Se divide en tres muy importantes que son: el monopolio, oligopolio y competencia monopolística.

MONOPOLIO:
Solo existe un vendedor por lo que tiene el control de manera considerable sobre el precio. Es un producto sin sustitutos próximos. Ejercen gran poder en el mercado e impiden el ingreso de otros competidores. Un monopolio se establece con los siguientes criterio; control de las fuentes de materias primas, por una patente, por una franquicia.

ORGANIZACION EMPRESARIAL

Cr. Hugo Brandoni

11

Los Mercados

OLIGOPOLIO:
Un numero limitado de empresas, producen y ofrecen el mas grande porcentaje de sus artículos que abastecen al mercado en casi su totalidad. Se presenta comúnmente en la industria pesada, o bien en el mercado de productos nacionales: automóviles, acero, equipos agrícolas, petroleo y computadoras.
El control sobre el precio esta circunscrito por la dependencia mutua que tienen las empresas oligopolísticas, no buscan competir con base en precio, sino que establecen su competencia en forma particular con productos diferenciados, o bien mediante el empleo de la publicidad y la promoción para incrementar sus ventas, asi como el servicio post-venta.

ORGANIZACION EMPRESARIAL

Cr. Hugo Brandoni

12

Los Mercados

COMPETENCIA MONOPOLISTICA:

El numero de empresas que operan en el mercado es considerable, las empresas producen artículos semejantes pero no idénticos, las áreas económicas en que se presenta este tipo de mercado esta representado por las tiendas al menudeo (minoristas), peluquerías, etc.

ORGANIZACION EMPRESARIAL

Cr. Hugo Brandoni

13

Los Mercados

Mercados:

En un sentido general, el mercado es el lugar físico o virtual donde se encuentran dos fuerzas que generan procesos de intercambio:

- 1) La "oferta"
- 2) la "demanda"

Objeto: determinar el precio de los bienes y/o servicios.

ORGANIZACION EMPRESARIAL

Cr. Hugo Brandoni

14

Los Mercados

La demanda

1. La cantidad demandada es influida por el precio del bien.

2. La cantidad demandada es influida por los ingresos de la economía doméstica.

3. La cantidad demandada es influida por los precios de los demás bienes.

4. La cantidad demandada es influida por los gustos de la economía doméstica.

● Llamamos cantidad demandada de un bien a la cantidad de este bien que las unidades de consumo desean comprar.

Debemos desde el principio señalar dos importantes aspectos de la cantidad demandada. En primer lugar, es una cantidad deseada. Se refiere a la cantidad que las unidades de consumo desean comprar, no necesariamente lo que compran realmente. El segundo aspecto a señalar es que la cantidad demandada es un flujo, es decir, que no estamos interesados en una única compra aislada, sino en un flujo continuo de compras, y deseamos, por tanto, expresar la demanda como un tanto por periodo de tiempo.

Introducimos a continuación cuatro hipótesis sobre los determinantes de la cantidad de un bien demandado por una economía doméstica individual.

ORGANIZACION EMPRESARIAL

Cr. Hugo Brandoni

15

Los Mercados

La oferta

1. La cantidad ofrecida depende del precio de ese bien.

2. La cantidad ofrecida de un bien depende del precio de todos los demás bienes.

3. La cantidad ofrecida depende de los precios de los factores de producción.

4. La cantidad ofrecida depende del estado de la tecnología.

● Entendemos por oferta de un bien, a la cantidad del mismo que los productores pueden y desean ofrecer en venta. La oferta como la demanda, mide cantidades deseadas, como flujo, es decir, tanto por periodo.

Introducimos ahora cinco hipótesis sobre los factores que influyen en la cantidad de un bien que será ofrecida.

ORGANIZACION EMPRESARIAL

Cr. Hugo Brandoni

16

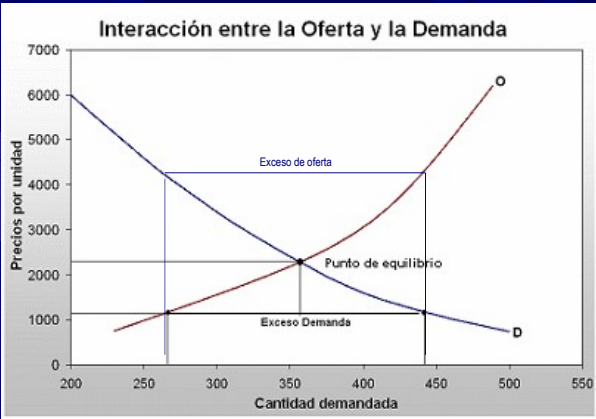
Los Mercados

Oferta – Demanda

Punto de equilibrio

<https://www.youtube.com/watch?v=hnVkBXjtis>

LOS MERCADOS



Los Mercados

Punto de Equilibrio → el punto donde compradores y vendedores desean transar o intercambiar una misma cantidad de un bien a un mismo precio.

A través del punto de equilibrio se determinan el precio y la cantidad que se van a transar → **precio de equilibrio y cantidad de equilibrio**