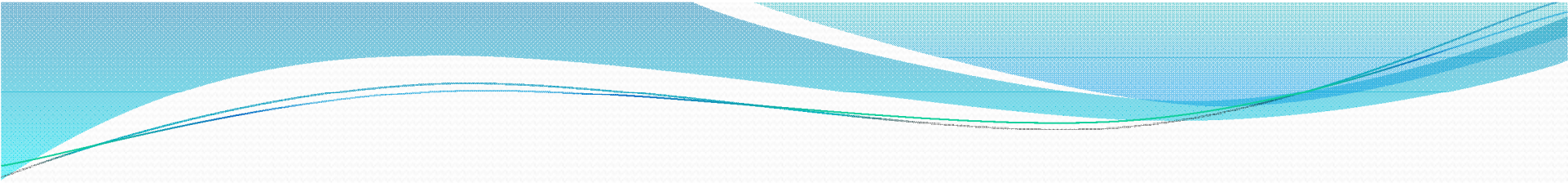


# 1.- CONCEPTO DE MERCADO

La Real Academia Española de la Lengua define mercado, entre otras acepciones, como:

- Conjunto de operaciones comerciales que afectan a un determinado sector de bienes.
- Estado y evolución de la oferta y la demanda en un sector económico dado.

- 
- El concepto de mercado se puede ver desde dos puntos de vista:
    - a) **Desde el punto de vista Geográfico**: lugar donde se realizan una serie de transacciones económicas. Se intercambian bienes y servicios.
    - b) **Desde el punto de vista económico**: conjunto de elementos que intervienen o que determinan la existencia económica de dicho mercado.

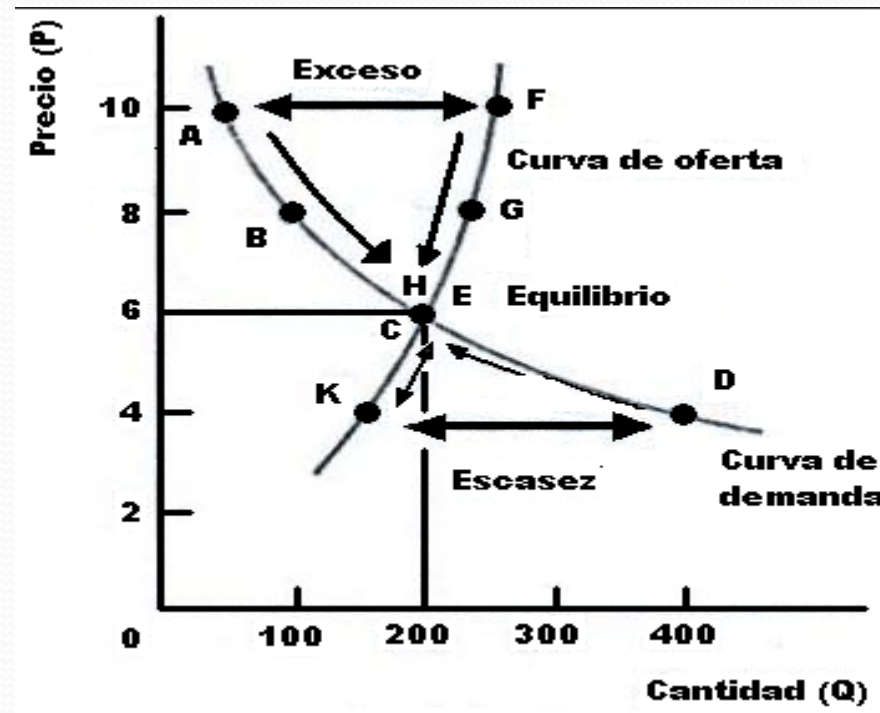


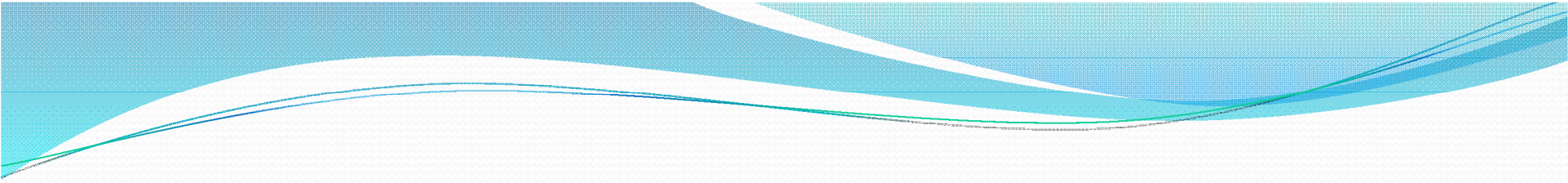
Los elementos que determinan el mercado son:

- **Agentes participantes:** Compradores (consumidores, clientes) y proveedores (vendedores, oferentes)
- **Producto:** bien o servicio objeto de la relación contractual.
- **Precio:** cantidad de dinero al que se realiza la transacción. Dicho precio lo fija el mercado.
- **Condiciones contractuales:** van a determinar las condiciones de intercambio.



El mercado desempeña un papel fundamental en la **asignación de los recursos** y es el elemento determinante del **resultado económico**, tanto en lo que concierne al precio y cantidad de productos vendidos, como al coste de los factores de producción.





En este sentido, la actividad de la empresa se desarrolla junto a las de otras **empresas competidoras** que venden productos similares. En la medida en que unas empresas sean mas eficientes que otras, esto se traducirá en unos resultados o beneficios mas altos para las eficientes y unos beneficios bajos o pérdidas para los menos eficientes que se verán obligadas a salir del mercado

La **competencia** es el elemento que asegura el funcionamiento del mercado como elemento regulador de la cantidad de producción y de la distribución posterior de las rentas generadas entre los sujetos económicos.





## 2.-TIPOS DE MERCADO

Los **tipos de mercado**, según el numero de agentes participantes en el mercado son:

- **Competencia perfecta:** muchos oferentes y muchos compradores. Estado ideal
- **Monopolio:** un solo oferente.
- **Oligopolio:** Existen pocos oferentes y muchos compradores.



## A) Competencia perfecta:

Existe un grupo de compradores y vendedores de un determinado bien o servicio. Los compradores determinan conjuntamente la demanda del producto y los vendedores la oferta.

Por tanto hablamos de **Mercado Competitivo**, que es aquel en el que hay muchos compradores y vendedores por lo que cada uno de ellos ejerce una influencia insignificativa en el precio y además los bienes que se intercambian son todos iguales.

Los inversores y empresarios se sentirán estimulados a abandonar aquellas actividades en las que la existencia de una fuerte competencia ha llevado a una disminución de precios y beneficios, dirigiéndose a otras actividades mas remuneradoras.

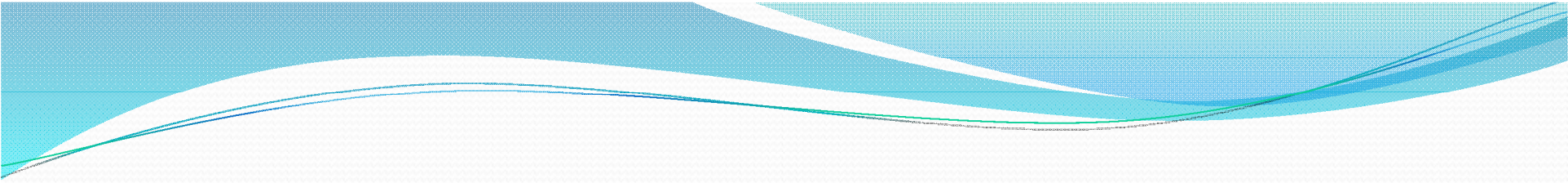




## Características de la competencia perfecta:

- El número de demandantes y oferentes deben ser tan numeroso, como para que las transacciones individuales sean lo suficientemente pequeña en relación con el total de las mismas, que no puedan afectar en forma alguna del mercado.
- No debe existir ningún tipo de intervención ni por parte del estado ni por parte de organizaciones empresariales, ni sindicatos, tendientes a afectar los resultados del libre juego de la oferta y la demanda.
- Debe existir **homogeneidad de los productos** que concurren al mercado; es decir que a los ojos de los consumidores los bienes que compitan tengan las mismas características.



- 
- Tanto para los compradores como para los vendedores deberá ser indiferentes con respecto a quien comprar y vender.
  - Debe existir la más completa libertad para que cualquier producto que desee entrar o salir del mercado, pueda hacerlo sin impedimento de ninguna clase.
  - Debe también existir una completa fluidez de los factores de producción, cuya movilidad no debe verse afectada por obstáculos de ningún tipo.

Sin embargo existen **restricciones a la libre competencia**. Por ello, las decisiones en la empresa, tienen siempre presente la repercusión que las actuaciones de otras empresas pueden tener en los propios resultados, lo cual si existiera un contexto de competencia perfecta no sería necesario.

Algunas de estas restricciones son:

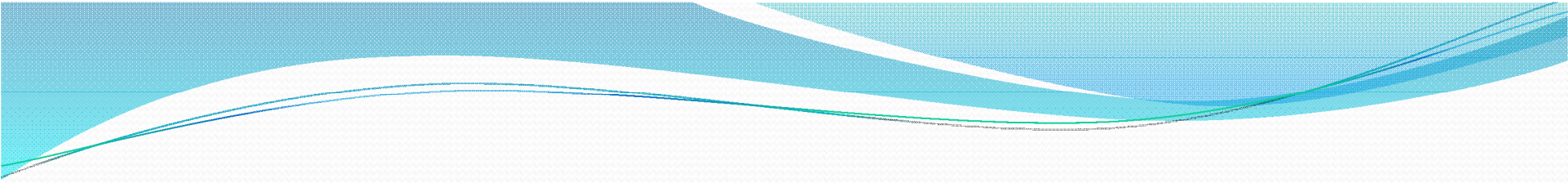
- Información Imperfecta en las transacciones.
- No existe un libre acceso e inmediato a los mercados.

## B) Competencia Monopolística

El termino monopolio se aplica a un mercado caracterizado por la existencia de un único vendedor. Estos mercados obedecen en algunas ocasiones a razones fiscales, a razones de infraestructura o a causas meramente coyunturales.

Sin embargo son mas frecuentes los mercados denominados de **competencia monopolística**, es decir aquellos en los que algún vendedor tiene ciertas ventajas propias de la situación de monopolio que no disfrutaran los restantes.

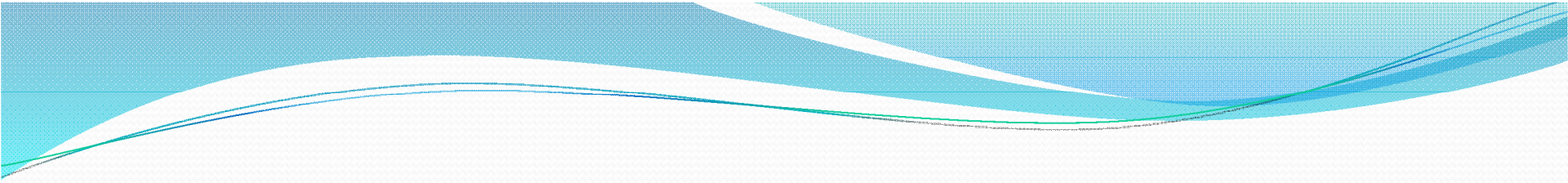




La forma mas extendida es la **diferenciación de producto** que concede al productor las ventajas de monopolio para su producto concreto.

La diferencia se apoya normalmente en procedimientos patentados, marcas, características específicas del producto o envase, características específicas en calidad, diseño, marca, etc.

Por ejemplo, La diferenciación de productos lleva a que no se demande una bebida refrescante, sino una coca-cola.



Cuanto mayor sea la diferenciación y la captación de esas diferencias por parte del consumidor, más se aproxima a una situación de monopolio.

La competencia monopolística se caracteriza porque no va ser el precio la variable mas importante de la actuación de las empresas en el mercado, sino otras actuaciones como las características del producto, la publicidad, los servicios postventa, etc.

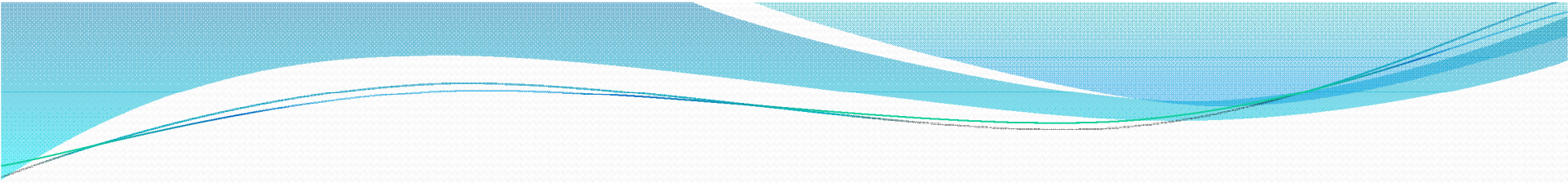




## C) Oligopolio

La situación de oligopolio existe cuando hay pocos competidores en la venta de un producto concreto, teniendo cada vendedor poder suficiente para afectar al precio de venta total, modificando la cantidad de producto ofertada en el mercado.

Puede existir oligopolio, aunque haya muchas empresas vendedoras, si unas pocas detentan un porcentaje importante de las ventas totales, con independencia de que exista o no diferenciación de productos.



En algunos mercados existe una empresa que realiza un porcentaje importante de las ventas totales del sector y es quien determina los precios en vigor. Esta empresa líder del mercado puede modificar su producción y afectar a los precios globales. A las restantes empresas se ven obligadas a secundar las actuaciones de la empresa líder o a desaparecer en el mercado.

La lógica del funcionamiento de la empresa en el sistema de economía de mercado, lleva a la empresa a adquirir cada vez un mayor poder/cuota de mercado y consiguientemente reducir la competencia.