

CRITERIOS DE EVALUACION:

- | | |
|---|--|
| 1) Utilización correcta del lenguaje técnico | 2) Interpretación correcta de consignas. |
| 3) Control de ortografía sin disminución del puntaje. | 4) Honestidad Intelectual. |
| 5) ENTREGA DE LAS TAREAS EN TIEMPO Y FORMA. | 6) CUADERNO COMPLETO |

Organización de los mercados.

- a- Mercado de Competencia Perfecta
b- Mercado de Competencia Imperfecta

En ambos mercados actúan dos protagonistas fundamentales:

- ✓ Consumidores: (personas o familias que requieren o demandan bienes y servicios).
- ✓ Productores: (empresas que producen y ofrecen bienes y servicios a los consumidores).

Mercado de competencia perfecta

En este mercado se cumplen las condiciones de máxima libertad y competitividad.

Sus características son:

A- **Atomización:** Es decir que existe un número suficiente de compradores y vendedores, para que ninguno pueda ejercer una influencia significativa sobre el precio de un determinado bien.

B- **Homogeneidad del Producto:** Para que haya libre competencia es necesario que el consumidor sea indiferente a comprar el producto de una empresa o de otra, por tanto los productos tienen que ser homogéneos, satisfacer la misma necesidad; sólo así se hará realidad que si una empresa pusiera el precio por encima del establecido por el mercado, los consumidores dejarían de comprarlo. La homogeneidad debe incluir todas las condiciones de venta tales como garantías o financiación.

C- **Transparencia:** En los mercados de libre competencia los agentes económicos conocen los Precios de todos los productos y servicios, sus características y la existencia de posibles sustitutos. En el momento de decidir entre diferentes alternativas, los consumidores elegirán aquellas que maximicen su utilidad y los productores las que maximicen sus beneficios.

D- **Libertad de Acceso y Salida:** Ningún agente puede influir en el mercado provocando interferencia alguna de entrada y salida del mercado, que resulte de acuerdos entre las empresas o los consumidores, o bien a la intervención del estado.

En el mercado de competencia perfecta, las empresas deben actuar con eficiencia, es decir realizar el máximo aprovechamiento de tecnología incorporando las técnicas más avanzadas de producción, de ésta manera podrán obtener mayores beneficios. En la realidad las empresas tratan de diferenciar sus productos mediante campañas publicitarias, envases atractivos o pequeños cambios en el diseño o la composición. Una de las principales virtudes de la libre competencia es precisamente el esfuerzo que obliga a todas las empresas a mejorar continuamente sus productos tratando de diferenciarse por su mayor calidad o menor precio.



Colegio San Bernardo
Área curricular: **ECONOMIA**
4º año "Naturales"

Profesora: María Vanesa Martín



CRITERIOS DE EVALUACION:

- | | |
|---|--|
| 1) Utilización correcta del lenguaje técnico | 2) Interpretación correcta de consignas. |
| 3) Control de ortografía sin disminución del puntaje. | 4) Honestidad Intelectual. |
| 5) ENTREGA DE LAS TAREAS EN TIEMPO Y FORMA. | 6) CUADERNO COMPLETO |

Mercado de competencia imperfecta

Son los mercados donde no se cumplen algunas de las características que garantizan la competencia perfecta.

A - **Monopolio**: Caso extremo de competencia imperfecta, donde existe una situación de mercado en la cual la oferta está concentrada en un solo oferente, quien decide cual será la cantidad que está dispuesto a ofrecer, y por consiguiente ejerce poder sobre la determinación del precio de mercado.

Existen monopolios que surgen por diferentes motivos:

- + **MONOPOLIO NATURAL**: Es aquel que surge porque no es económicamente provechoso para una empresa competir con otra, debido a que los beneficios que podría obtener nunca cubrirían los costos.
 - + **MONOPOLIO QUE SURGE DE INNOVACIONES TECNOLÓGICAS**: aquel que surge porque no hay en el mercado empresas que cuenten con los adelantos tecnológicos adecuados para disminuir sus costos y poder competir.
 - + **MONOPOLIO QUE GENERA EL ESTADO POR RAZONES DE SEGURIDAD O CONVENIENCIA ECONÓMICA**: Son aquellos servicios prestados por el Estado únicamente, como ser alumbrado público, limpieza de la vía pública o el monopolio entre otros, que tiene el Banco Central para realizar la oferta monetaria.
- B - **Duopolio**: Caso extremo de competencia imperfecta, en la que existen solamente dos Vendedores. Es un caso particular de oligopolio, por lo que puede decirse que es una situación Intermedia entre el monopolio y la economía de competencia perfecta.
- C - **Monopsonio**: Caso extremo de competencia imperfecta, donde existe una situación de mercado en la cual la demanda está concentrada en un solo demandante. Se da por ejemplo en bienes que requiere el estado, como ser: uniforme de las fuerzas armadas, o bien la construcción de grandes obras públicas (licitación).
- D - **Oligopolio**: Es un tipo de mercado donde los vendedores son pocos. En estos casos suelen existir determinadas barreras que limitan la entrada al mercado. Estas barreras surgen por causas tecnológicas, protección de patentes, secretos industriales o inversiones muy grandes para poder fabricar un determinado bien. Los pocos vendedores que existen deben optar por dos caminos para operar en dicho mercado: uno de ellos es que las empresas luchen entre sí, lo que se conoce con el nombre de «guerra de precios o calidades» y el otro camino posible es el de la «concentración», que consiste en acuerdos entre las empresas existentes sobre precios y calidades para poder actuar como si fuera una sola (monopolios disfrazados).
- E - **Competencia Monopolística**: Son mercados donde existen muchos vendedores que compiten por imponer un producto que se diferencia de los otros por diversos motivos: calidad, composición química, tipo de servicios que presta, presentación, etc. Por estas diferencias es fundamental la publicidad de dichos bienes, donde los vendedores intentarán convencer a los consumidores que su producto es único o el mejor. A su vez éste tipo de vendedores actúa como monopolista individual en cuanto a la fijación de precios, ya que éste no es el motivo por el cual compiten las empresas que fabrican productos similares. Ejemplo: jabones en polvo, insecticidas, jeans, gaseosas, etc.