

MERCADO

Es el ámbito físico o abstracto donde se realiza las actividades por medio de las cuales se ponen en contacto la oferta (productores) y la demanda (familias). En el se produce la lucha entre dos fuerzas contrarias (la oferta y la demanda) a fin de obtener el precio más conveniente para cada una de ellas.

Clasificación:

1- Según los bienes negociados en él.

Mercado Real: se comercializan Bienes de Consumo y Bienes de Producción

Mercado financiero: **De dinero:** lo utilizan las empresas a fin de cubrir las necesidades financieras a largo plazo. **De Capitales:** atienden las necesidades de las empresas De equipamientos e inversión a largo plazo.

De títulos: son documentos representativos de partes de capital d una empresa (acciones) o de un préstamo privado (debentures) o Público (bonos).

2 -Según la localización del Mercado:

Interno:

Local: Aquel que se encuentra ubicado en un zona de una ciudad o pueblo, donde se concentran entes que se dedican a lamisca actividad.

Provincial: aquel que se desarrolla dentro de una provincia y se dedican a la producción de un determinado bien Ej. La vid en Mendoza

Regional: (dentro del país): aquel donde participan varias provincias que se dedican a la producción de un mismo bien. Ej. Del NOA

Nacional: aquel cuya producción y venta se extiende hacia todo el país. por ej. Carne argentina

Externo:

De integración Regional: formación de bloques económicos entre distintos países que comercializan entre sí o actúan como bloque para comercializar con otros países

Internacional: importaciones o exportaciones de un país con el resto del mundo.

3- Según el tiempo en que se realizan las operaciones

De acuerdo a la periodicidad:

Continuo: Realiza operaciones diariamente

Discontinuo: realiza operaciones de manera periódica: bolsa de cereales.

De acuerdo al plazo:

Presentes: opera con bienes ya terminados y valores presentes. Industria alimenticia

A término: opera con bienes que deben ser entregados con un precio fijo en una fecha futura.

4- Según la forma de organización:

Mercado que cumple con Normas Legales: aquel que se desarrolla de acuerdo a condiciones y pautas establecidas por ley

Mercado paralelo o negro: aquel que se desarrolla espontáneamente y en forma clandestina evitando reglamentos oficiales.

5- Mercado Libre: en este tipo de mercados las leyes de oferta y demanda de actúan sin obstáculos.

Existe entonces la libre concurrencia, los precios oscilan alrededor de un punto de equilibrio en el cual la oferta coincide con la demanda. Se entiende por concurrencia a la rivalidad que se suscita entre dos o más productores que desean dar salida a artículos de la misma clase, o entre varios consumidores que pretenden obtener productos de igual especie. El mercado libre no se halla sujeto a disposiciones legales o reglamentarias que traban la acción de la oferta y la demanda.

Mercado intervenido: se trata de un mercado en el cual el Estado tiene injerencia en la actividad económica por distintas razones, entre las cuales podemos citar:

Proteger el comercio: estableciendo leyes y reglamentos que amparen los derechos de todas las personas que participan en la vida mercantil. Ej. Comerciante, industrial.

Proteger el comercio: estableciendo leyes y reglamentos que amparen los derechos de todas las personas que participan en la vida mercantil. Ej. Comerciante, industrial.

Impedir abusos: que pueden cometerse cuando existe una limitada libertad de comercio, como ser evitar el alza de precios, venta de mercadería en malas condiciones.

Fomentar el desarrollo de la Economía Nacional: adaptando medidas que favorezcan las actividades económicas que se realizan en el país.

Defender la clase trabajadora: dictando leyes y reglamentos sobre salarios, vacaciones, jubilación.

Defender la Economía Nacional: mediante la adopción de medidas proteccionistas.

Promover el progreso de la nación: esto constituye una obligación del Estado en todo país.

Dirigir la actividad económica: adoptando disposiciones para eliminar la superproducción de bienes, equilibrando los pagos internacionales, defendiendo el valor de la moneda nacional.

Competencia perfecta: las empresas deben actuar con eficiencia, es decir el máximo aprovechamiento de tecnología incorporando las técnicas más avanzadas de producción, de esta manera podrán tener mayores beneficios. ej. Campañas publicitarias, envases atractivos

Características:

* **Atomización:** Existe un número suficiente de compradores y vendedores, Para que no se pueda ejercer una influencia significativa.

* **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 lo tanto los productos tienen que ser homogéneos Y satisfacer la misma necesidad.

* **Transparencia:** en los mercados de libre competencia los agentes

Organización de los Mercados económicos conocen los precios de todos los productos y servicios, sus características y la existencia de posibles sustitutos

* **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 a los consumidores, o bien a la Intervención del Estado.

Mercado de Competencia Imperfecta: son los mercados donde no se cumplen algunas de las características que garantizan la competencia perfecta.

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.

Los monopolios existen 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 cubriría los costos.

Monopolio por innovación tecnológica: es 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 por razones de seguridad o conveniencia económica: son aquellos servicios prestados por el Estado rícamente por el Estado únicamente, como ser alumbrado público, limpieza de la vía pública. O el monopolio que tiene el Banco Central para realizar la oferta monetaria.

Existen leyes que tratan de impedir la formación de monopolios, o bien regular los que ya existen. Son llamadas leyes antimonopólicas. ej. Establecer impuestos, fijar precios, fijar un precio

Duopolio: existen solamente dos vendedores. Es un caso de oligopolio, por lo que puede decirse que es una situación intermedia entre el monopolio y la economía de competencia perfecta.

Monopsonio: es una situación en la cual la demanda está concentrada en un solo demandante. Se da por ejemplo en bienes que requiere el estado, como ser: uniformes de las fuerzas armadas.

Oligopolio: es un tipo de mercado donde los vendedores son pocos. 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)

Tema: mercado

1) Dadas las distintas empresas, identifican el tipo de mercados al cual pertenecen según los distintos puntos de vista expuestos.

TERRABUSI:

COCACoLA.....

BOLSA DE

CEREALES.....

MC.DONALDS.....

OCA.....

PANADERÍA DEL

BARRIO.....

2) Responder las siguientes preguntas

- ¿Qué diferencia existe entre mercados presentes y a término?
- da cinco ejemplos de mercados que cumplan con las siguientes características Real, local, continuo, presente de acuerdo a normas legales
- Actualmente en nuestro país, ¿existe mercado libre o intervenido? Justifica
- ¿Por qué el monopolio es un caso extremo de competencia imperfecta?

3) Unir con flechas las siguientes referencias.

MONOPOLIO

Un solo comprador

OLIGOPOLIO.

Productos diferenciados por calidad, envase

MONOPSOMIO

Pocos vendedores aliados entre sí

Oferta concentrada en un solo oferente

Pueden existir barreras para entrar al

mercado

COMPETENCIA

Poder sobre el precio de mercado por parte

del vendedor

MONOPOLÍSTICA

Actuación de los vendedores como

.monopolísticas

Individuales

5) Determinar si las siguientes afirmaciones son verdaderas o falsas.
Justificar las respuestas falsas.