TRABAJO PRÁCTICO	**Estructura de Mercado**
FECHA PRESENTACIÓN	El presente trabajo práctico deberá ser presentado dentro del plazo de los 10 días desde su fecha de entrega al docente a cargo de la cátedra.
MATERIA:	**Economía I**
DOCENTE/S COORDINADOR/ES	Esquivel, Andrea – Gareis, Guadalupe – Massin, Flavia – Montú, Romina – Salinas, Víctor – Vega, Jésica.
CORREO ELECTRÓNICO	Esquivel, Andrea (andreaesquivel1983@gmail.com) - Gareis, Guadalupe (guadalupe_gareis@hotmail.com) - Massín, Flavia (andreamasin1977@gmail.com) - Montú, Romina (monturomina@gmail.com) – Ramos, Gerardo (gerardoramos00@gmail.com) - Salinas, Víctor (prof.victorsalinas@gmail.com) – Vega, Jésica (jesivega10@gmail.com)
CURSO Y DIVISIÓN	4to 1era – 4to 2da – 4to 3era – 4to 4ta – 4to 5ta (Turno Mañana) 4to 1era – 4to 2da – 4to 3era (Turno Noche)
QUINCENA (1 O 2)	Quincena 2

ACTIVIDADES A REALIZAR

CONTENIDOS:

Organización de los Mercados

Podemos estudiarla analizando dos estructuras básicas. Ellas son:

a. **Mercado de competencia perfecta**
b. **Mercado de competencia imperfecta**

En ambos mercados actúan dos protagonistas fundamentales: consumidores y productores.

Mercado de Competencia Perfecta

En este tipo de mercado se cumplen las condiciones de máxima libertad y competitividad.
Sus características son:

- **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.
- **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; solo así se hará realidad que si una empresa pusiera el precio por encima del establecido por el mercado, los consumidores dejarían del comprarlo. La homogeneidad debe incluir todas las condiciones de venta tales como garantías o financiación.
- **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.

- **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 esta manera podrán obtener mayores beneficios.
En la realidad las empresas tratan de diferenciar sus productos mediantes campañas publicitarias, envases atractivos o pequeños cambios en el diseño o a composición.
Una de las principales virtudes es 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.

Mercado de Competencia Imperfecta

Son los mercados donde no se cumple algunas de las características que garantizan la competencia perfecta.
Podemos mencionar entonces:

- **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.
- **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.
- **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).
- **Oligopolio:** es un tipo de mercado en que 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).
- **Competencia Monopolística:** son mercados donde existen muchos vendedores que compiten por imponer un producto que se diferencie de los otros por diversos motivos: calidad, composición química, tipo de servicio 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 este 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.



EVALUACION:

Actividad

1. Lee los siguientes casos e indican si corresponde a un mercado de competencia perfecta o competencia imperfecta. Justifica tu respuesta.
   a. En una feria hay muchos productores que venden naranjas muy similares entre si y ninguno puede fijar el precio por sí solo.
   b. Una sola empresa provee el servicio de electricidad en una ciudad.
   c. Muchas panaderías venden pan en un barrio y los consumidores pueden elegir entre varias opciones.
   d. Una empresa tecnológica vende un producto único que no tiene sustitutos cercanos.
   e. En el mercado de trigo hay muchos vendedores y compradores, y el precio se determina por la oferta y la demanda.
   f. Tres grandes empresas dominan la venta de telefonía en el país.
2. Investiga un caso de monopolio o empresa con gran dominio del mercado en Argentina y responde las preguntas. Ejemplos de casos para investigar:
   - Aguas y Saneamientos Argentinos (servicio de agua en el Área Metropolitana de Buenos Aires)
   - Correo Argentino (servicio postal nacional)
   - Edenor y Edesur (distribución de electricidad en distintas zonas)
   - Aerolíneas Argentinas (empresa estatal de transporte aéreo con fuerte presencia en vuelos internos)
   - YPF (empresa importante en el mercado de combustibles)

a. ¿Qué producto o servicio ofrece la empresa?
b. ¿En qué zona del país opera principalmente?
c. ¿Por qué se considera monopolio o mercado con poca competencia?
d. ¿El Estado regula o controla ese servicio? ¿Cómo?
e. ¿Qué ventajas y desventajas puede tener que exista un monopolio en ese sector?