

# CONTENIDOS DE LA PRESENTACIÓN:

- 1. Ubicación en el programa del tema sorteado**
- 2. Objetivos y estrategias docentes**
- 3. Planteo de la clase de oposición**
- 4. Desarrollo de la clase de oposición**
- 5. Preguntas de control para los alumnos**
- 6. Bibliografía sugerida**

## 2. Objetivos y estrategias docentes / 1:

### **Objetivos / 3:**

#### **a) Específicos del Tema sorteado (propuestos para la clase de oposición)::**

- ✓ *Comprender y analizar el concepto económico de mercado*
- ✓ *Comprender y enunciar algunos de los criterios más frecuentes que suelen utilizar los economistas para clasificar diferentes tipos de mercados*
- ✓ *Estudiar y diferenciar las distintas estructuras de mercado, sus características y funcionamiento, en particular para los mercados de competencia perfecta, monopolio, oligopolio y competencia monopolística.*
- ✓ *Conocer de manera simplificada las diferentes estrategias empresariales que los productores pueden utilizar en ciertos tipos de mercados, como así también las implicancias que sobre sus objetivos y el funcionamiento de los mismos pueden ocasionar aquéllas*
- ✓ *Resolver ejercicios de aplicación práctica de los conceptos estudiados, incluidos en la Guía de Trabajos Prácticos*

### 3. Planteo de la Clase de Oposición

#### ***Estructura de la clase propuesta:***

- 1. Concepto de mercado***
- 2. Breve repaso de los temas vinculados ya desarrollados previamente***
- 3. Exposición de los criterios de clasificación seleccionados***
- 4. Enumeración de las características de los cuatro tipos de mercados aludidos en los objetivos específicos***
- 5. Enumeración de algunas estrategias empresariales escogidas, sus características, sus posibilidades y sus implicancias para los mercados en las cuales las mismas son factibles de desarrollar***
- 6. Síntesis, preguntas y conclusiones***

## 4. Desarrollo de la Clase de Oposición / 1

### 1. Concepto de mercado

***El conjunto de operaciones de cambio entre sujetos económicos y en torno a un bien, que se realizan en forma regular y que determinan un precio para el bien en un momento y lugar determinados.***

## 4. Desarrollo de la Clase de Oposición / 2

### 2. Breve repaso de los temas vinculados ya desarrollados previamente

- ✓ **Concepto de racionalidad económica neoclásica**
- ✓ **Objetivos maximizadores de consumidores y productores**
- ✓ **Determinación de curvas de demanda y oferta estables del mercado**
- ✓ **Determinación del equilibrio en un mercado de competencia perfecta**
- ✓ **Análisis de la estabilidad del equilibrio en un mercado de competencia perfecta e importancia del mecanismo competitivo**
- ✓ **Perturbaciones al equilibrio en un mercado de competencia perfecta (I): desplazamientos de una función y previsibilidad de las condiciones del nuevo equilibrio**
- ✓ **Perturbaciones al equilibrio en un mercado de competencia perfecta (II): desplazamiento simultáneo de las dos funciones e imprevisibilidad de las condiciones del nuevo equilibrio**

## **4. Desarrollo de la Clase de Oposición / 3**

### **3. Exposición de los criterios de clasificación seleccionados /1**

- a) Grado de influencia en la determinación del precio en el mercado**
- b) Naturaleza del producto**
- c) Número de agentes económicos**

#### **4. Desarrollo de la Clase de Oposición / 4**

#### **3. Exposición de los criterios de clasificación seleccionados /2**

##### **a) Grado de influencia en la determinación del precio en el mercado**

**a.1) Ningún agente económico tiene influencia alguna con sus acciones en la determinación del precio: Mercado Perfecto**

**a.2) Al menos un agente económico tiene influencia con sus acciones en la determinación del precio: Mercados Imperfectos**

#### 4. Desarrollo de la Clase de Oposición / 5

#### 3. Exposición de los criterios de clasificación seleccionados /3

##### b) Naturaleza del Producto

Nº de Productores	Muchos	Pocos	Uno
Carácter del Producto			
<b>Homogéneo</b>	Competencia Perfecta	Oligopolio Homogéneo	Monopolio
<b>Diferenciado</b>	Competencia Monopolística	Oligopolio Diferenciado	

Fuente: *Mochón y Beker*, pág. 242



#### 4. Desarrollo de la Clase de Oposición / 6

#### 3. Exposición de los criterios de clasificación seleccionados /4

##### b) Número de Agentes Económicos

Demanda / Oferta	Un solo comprador	Unos pocos compradores	Muchos compradores
Un solo vendedor	<i>Monopolio Bilateral</i>	<i>Monopolio Parcial</i>	<b>Monopolio</b>
Unos pocos vendedores	<i>Monopsonio Parcial</i>	<i>Oligopolio Bilateral</i>	<b>Oligopolio</b>
Muchos vendedores	<i>Monopsonio</i>	<i>Oligopsonio</i>	<b>Competencia Perfecta</b>

Fuente: *Mochón y Beker*, pág. 198

## 4. Desarrollo de la Clase de Oposición / 7

### 4. Enumeración de las características de los cuatro tipos de mercados aludidos en los objetivos específicos /1

Característica	Competencia Perfecta	Competencia Monopolística	Oligopolio	Monopolio
Número de empresas	<b>Atomizado</b>	Ni atomizado ni concentrado	Concentrado	Concentrado
Entrada de nuevas empresas	<b>Abierto</b>	Abierto	Hay barreras a la entrada	Hay barreras a la entrada
Transparencia en la información	<b>Transparente</b>	No es transparente	No es transparente	No es transparente
Naturaleza del producto	<b>Homogéneo</b>	Necesariamente Diferenciado	Homogéneo o Diferenciado	Un solo producto
Posibilidades de acuerdos entre empresas	No hay posibilidades	No hay posibilidades	Suele haber colusiones	No
¿Necesitan hacer publicidad?	No necesita	Necesita	Necesita, si es diferenciado	No necesita, aunque suele hacerla
¿Es necesaria la intervención pública?	No es necesaria	No es necesaria	Es necesaria	Es necesaria

## 4. Desarrollo de la Clase de Oposición / 8

### 4. Enumeración de las características de los cuatro tipos de mercados aludidos en los objetivos específicos / 2

Característica	Competencia Perfecta	Competencia Monopolística	Oligopolio	Monopolio
Número de compradores	Atomizado	Atomizado	Atomizado	Atomizado
Curva de demanda de la empresa	Horizontal	Pendiente Negativa	Pendiente Negativa	Pendiente Negativa
La empresa en relación al mercado	Tomadora de precios	Fija Precios	Fija Precios	Fija Precios
Relación de Interdependencia	No	Sí	Sí	No
Poder de Mercado	No $P = C Mg$	Sí $P > C Mg$	Sí $P > C Mg$	Sí $P > C Mg$
Beneficio a largo plazo	Cero	Cero	Positivo	Positivo
Principio de Maximización	$I Mg = C Mg$	$I Mg = C Mg$	$I Mg = C Mg$	$I Mg = C Mg$

Fuente: Elaboración propia a partir de Vargas Sánchez, pág. 619

## 4. Desarrollo de la Clase de Oposición / 9

5. *Enumeración de algunas estrategias empresariales escogidas, sus características, sus posibilidades y sus implicancias para los mercados en las cuales las mismas son factibles de desarrollar / 1*

### 5.1 Competencia Perfecta:

✓ *Siendo las empresas tomadoras de precios, la única decisión posible de adoptar, una vez establecidas en el mercado, es la de fijar la cantidad óptima de producción.*

✓ *A su vez, al ser abierto el mercado, las empresas sólo entran o salen al mismo en respuesta a estímulos económicos vinculados al margen de beneficio que se puede obtener: si los mismos son superiores al beneficio normal, ingresan nuevas empresas, pero si se producen pérdidas, las mismas se retiran del mercado.*

## 4. Desarrollo de la Clase de Oposición / 10

5. Enumeración de algunas estrategias empresariales escogidas, sus características, sus posibilidades y sus implicancias para los mercados en las cuales las mismas son factibles de desarrollar / 2

### 5.2 Monopolio:

- ✓ Siendo el monopolista (puro) el único vendedor de un bien que carece de sustitutos cercanos, le corresponde abastecer a toda la demanda, por lo que la curva de demanda de la empresa y la del mercado se confunden.
- ✓ Salvo en el caso en que el monopolista enfrente una curva de demanda muy inelástica, es consciente de que no puede controlar simultáneamente el volumen producido y el precio a fijar para su bien.
- ✓ Por lo tanto, si desea colocar un determinado volumen de producción, sólo lo logrará reduciendo el precio hasta un determinado nivel (**política de cantidades**).
- ✓ Alternativamente, cuando mayor sea el precio que al que desee vender sus productos, deberá aceptar una menor cantidad vendida (**política de precios**).
- ✓ En ciertos casos, el monopolista puede practicar políticas de discriminación de precios: **a)** cuando puede diferenciar dos segmentos o fracciones de su demanda, en función de sus respectivas elasticidades, o **b)** cuando pueden hacerlo en función del número de unidades consumidas por un mismo comprador

## 4. Desarrollo de la Clase de Oposición / 11

5. *Enumeración de algunas estrategias empresariales escogidas, sus características, sus posibilidades y sus implicancias para los mercados en las cuales las mismas son factibles de desarrollar / 3*

### 5.3 Oligopolio / 1:

✓ Siendo las (pocas) empresas que componen este mercado interdependientes entre sí, las soluciones oligopolísticas para la determinación del equilibrio pueden ser de naturaleza colusiva o no colusiva.

✓ Una **solución colusiva** se da cuando todos los rivales, de forma explícita o implícita, establecen un acuerdo que les permita disponer de información acerca del comportamiento y reacción de los demás ante una decisión de una de ellas.

✓ Por el contrario, una **solución no colusiva** implica que los distintos rivales no tienen acceso a esa importante información.

## 4. Desarrollo de la Clase de Oposición / 12

5. *Enumeración de algunas estrategias empresariales escogidas, sus características, sus posibilidades y sus implicancias para los mercados en las cuales las mismas son factibles de desarrollar / 4*

### 5.3 Oligopolio / 2:

✓ La colusión (explícita o tácita) tiende a reducir la rivalidad entre las empresas. La misma se ve favorecida cuando concurren las siguientes circunstancias: **a)** un número reducido de empresas; **b)** que los acuerdos puedan tener una razonable vigencia en el tiempo; **c)** que el sistema legal vigente no dificulte el logro de acuerdos, y **d)** que las violaciones al acuerdo sean fácilmente detectables.

✓ Ejemplo de colusiones explícitas son los denominados cartels, que fijan condiciones de precios y niveles de producción, actuando como si fueran una única empresa, aunque manteniendo sus identidades separadas.

✓ Las estrategias posibles de los cartels son las denominadas de maximización conjunta de beneficios, de fijación de un precio uniforme y/o de reparto del mercado sobre bases estadísticas o geográficas.

#### 4. Desarrollo de la Clase de Oposición / 13

5. *Enumeración de algunas estrategias empresariales escogidas, sus características, sus posibilidades y sus implicancias para los mercados en las cuales las mismas son factibles de desarrollar / 5*

##### 5.3 Oligopolio / 3:

✓ *La colusión tácita se basa en el entendimiento no formalizado entre las empresas, sobre la base de que los acuerdos explícitos sobre precios entre las empresas suelen ser ilegales. Las estrategias posibles en estos casos han recibido la denominación de liderazgo de precios, oligopolio de empresa dominante u oligopolio de empresa "barométrica".*

✓ *Cuando hay soluciones no colusivas, no es posible hacer buenas predicciones sobre el funcionamiento del mercado. Queda entonces abierta la posibilidad de una guerra de precios, aunque también pueden darse los casos de "precios relativamente estables en el tiempo", lo que abre la posibilidad de interpretar el funcionamiento del mercado a través de la teoría de los juegos no cooperativos.*



## 4. Desarrollo de la Clase de Oposición / 14

### 5. Enumeración de algunas estrategias empresariales escogidas, sus características, sus posibilidades y sus implicancias para los mercados en las cuales las mismas son factibles de desarrollar / 6

#### 5.3 Oligopolio / 4:

✓ Para impedir la entrada de nuevos rivales, los vendedores ya existentes pueden fijar un nivel de precios superior al del monopolio (fijación de un precio límite), o bien pueden bajar los precios, manteniendo un exceso de capacidad (fijación depredadora de precios).

✓ Desde un punto de vista dinámico, cabe señalar que la investigación y las innovaciones suelen ser considerables en las industrias oligopolísticas, lo que eleva considerablemente el nivel de los costos fijos y propende a una mayor concentración de la producción.

✓ También es considerable el gasto destinado a la publicidad, lo cual puede verse desde dos perspectivas casi opuestas: o bien como un despilfarro (social), o bien como un elemento que, al diferenciar con claridad los distintos productos, contribuye a elevar su calidad y mejorar los diseños (en la perspectiva abierta por Chamberlin -1933 -, por ejemplo)

## 4. Desarrollo de la Clase de Oposición / 15

5. *Enumeración de algunas estrategias empresariales escogidas, sus características, sus posibilidades y sus implicancias para los mercados en las cuales las mismas son factibles de desarrollar / 7*

### 5.4 Competencia Monopolística:

✓ *En este tipo de mercado, aunque existan muchos vendedores, cada uno de ellos es capaz de diferenciar su producto del fabricado por sus competidores, de forma que actúa de hecho como un monopolista de su propio producto (Política de marcas).*

✓ *En estos mercados la publicidad juega un papel muy importante tratando de crear y mantener diferencias entre los productos, y absorber la clientela. Se habla también de mercado de clientelas, entendiendo por tal un conjunto de mercancías que satisfacen un mismo tipo de necesidad, pero diferenciadamente.*

✓ *En este tipo de mercados también es conveniente sustituir el concepto de **industria** por el de grupo de empresas, el cual ofrece al mercado una serie de productos diferenciados pero altamente sustitutivos entre sí (política de variedad de productos).*

## 4. Desarrollo de la Clase de Oposición / 16

### 6. Síntesis, preguntas y conclusiones / 1

*6.1 Siendo el mercado una organización social que posibilita el intercambio de bienes y servicios entre sujetos económicos, el mismo es susceptible de ser clasificado desde diversos puntos de vista, entre los cuales lo más citados son el número de agentes, la naturaleza del bien objeto de intercambio y el grado de influencia sobre el precio de mercado de cada uno de aquéllos.*

*6.2 La teoría económico distingue entre diferentes estructuras de mercados, conforme a cómo interactúan las características citadas. Para el caso de los mercados de bienes, las más importantes son las denominadas de competencia perfecta (concurrentia pura, según los economistas clásicos), monopolio puro, oligopolio y competencia monopolística.*

*6.3 Desde el punto de vista del consumidor, y conforme lo explica la microeconomía convencional, el mercado perfecto es el tipo de organización preferible, en términos de eficiencia económica, nivel máximo posible de producción (dadas las restricciones tecnológica y de recursos) y menor nivel de precios posible. Claro que los supuestos requeridos son de difícil ocurrencia...*

## 4. Desarrollo de la Clase de Oposición / 17

### 6. Síntesis, preguntas y conclusiones / 2

*6.4 En la vida real, la mayoría de los mercados existentes pueden ser caracterizados como imperfectos, dado que sus condiciones de funcionamiento se alejan demasiado de los cuatro supuestos básicos del modelo de la competencia perfecta.*

*6.5 En estos mercados imperfectos, los empresarios tienen a su disposición toda una amplia gama de estrategias posibles de seguir, con el ánimo de aumentar sus beneficios y/o ampliar su participación en los mismos, que no pueden aplicarse en el mercado de competencia perfecta, donde aquéllos no tienen ningún grado de control sobre los precios.*

*6.6 Ejemplo de esas estrategias son las políticas de precios o de volumen de producción o de discriminación de precios (en los monopolios puros), de acuerdos o colusiones o de fijación depredadora de precios (en los oligopolios), y de políticas de competencias de precios y de no – precios (Chamberlin, 1933) en los mercados de competencia monopolística.*

*6.7 Todas estas políticas – y otras no mencionadas – influyen necesariamente sobre las condiciones del equilibrio del mercado que, en muchos casos, requieren de una intervención “compensadora” del Estado.*

## 5. Preguntas de control para los alumnos

- 1) *Enuncie un concepto de mercado, explicando los aspectos salientes de la definición elegida.*
- 2) *Explique brevemente algunos criterios generalmente aceptados para clasificar los mercados de bienes, dando las pautas para efectuar la misma, y citando algunos ejemplos tomados de la vida real.*
- 3) *Clasifique las distintas estructuras de mercados, dando al menos cinco características relevantes para cada una de ellas.*
- 4) *Explique brevemente por qué, según la microeconomía convencional, son preferibles los mercados de competencia perfecta respecto de los imperfectos..*
- 5) *Enumere y describa brevemente algunas estrategias empresariales que están a disposición de los productores, clasificando las mismas según el tipo de estructura de mercado previamente analizada.*
- 6) *Explique brevemente algunas consecuencias posibles de la adopción de las estrategias mencionados en el apartado anterior.*

## 6. Bibliografía sugerida

- ✓ **EKELUND, R. B. y HEBERT, R. F., *Historia de la teoría económica y de su método*, 3ª edición, Madrid, McGraw-Hill, 1.992, cap. 18 (págs. 513-541).**
- ✓ **FERGUSON, C. E., y GOULD, J. P., *Teoría Microeconómica*, 4ª edición, Buenos Aires, FCE, caps. 8, 9 (págs. 228-297) 11 y 12 (págs. 319-367).**
- ✓ **FISCHER, S., DORNBUSCH, R., y SCHMALENSEE, R.: *Economía*, 2ª edición, Madrid, McGraw-Hill, 1993, caps. 10, 11 y 12 (págs. 221-292)**
- ✓ **MOCHON, F., y BEKER, V.: *Economía - Principios y aplicaciones*, 1ª edición, Madrid, McGraw-Hill, 1993, caps. 8, 8 y 19 (págs. 197-256).**
- ✓ **VARGAS SÁNCHEZ, G., *Introducción a la teoría económica – Un enfoque latinoamericano*, 2ª edición, México, Pearson – Prentice Hall, 2006, caps. 21 (págs. 473-497), 23 (págs. 537-562), 25, 26 y 27 (págs. 575-640).**

***GRACIAS  
POR SU ATENCIÓN...***

## Síntesis trayectoria docente en la UNMDP (1.990 - 2.012):

### En la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales:

1.990/91: Ayudante de Primera Interino, Simple, en “Macroeconomía I”

1.991/95: Ayudante de Primera **Regular**, Simple, en “Macroeconomía I”

1.993/94: Profesor Adjunto Interino, Simple, en “Estructura de la Economía”

1.994/.....: Profesor Adjunto **Regular**, Simple, en “Estructura de la Economía” (\*\*)

1.995/....: Profesor Adjunto **Regular**, Simple, en “Macroeconomía I” (\*\*)

1.996/2.003: Profesor Adjunto (\*) Interino, Simple, en “Historia del Pensamiento Económico”

2.003/....: Profesor Adjunto (\*) **Regular**, Simple, en “Historia del Pensamiento Económico” (\*\*)

### En la Facultad de Humanidades:

2.007/....: Profesor Titular Interino, Simple, en “Introducción a la Economía”  
(Carreras de Profesorado y Lic. en Historia)

2.008/....: Profesor Titular Interino. Simple, en “Principios de Economía” (Carrera de Lic. en Sociología)

(\*) con posterior reconocimiento como Profesor “a cargo”.

(\*\*) con reválida de cargo aprobada en el curso del primer semestre del año 2.012.

