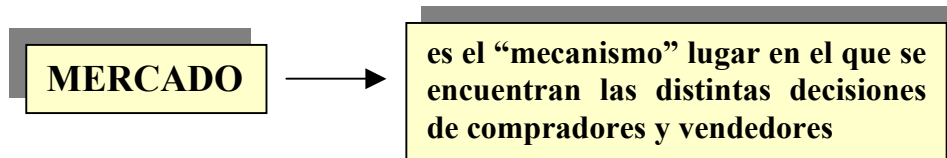


CLASES DE MERCADOS

1.- CLASES DE MERCADOS



Clasificación de los mercados según el número de demandantes y oferentes (compradores y vendedores):

| DEMANDA OFERTA | <i>Un solo comprador</i> | <i>Varios compradores</i> | <i>Muchos compradores</i> |
|--------------------------|--------------------------|----------------------------------|---------------------------------|
| Un solo vendedor | MONOPOLIO BILATERAL | Monopolio parcial | MONOPOLIO |
| Varios vendedores | Monopsonio parcial | Oligopolio bilateral | OLIGOPOLIO DE OFERTA |
| Muchos vendedores | MONOPSONIO | OLIGOPOLIO DE DEMANDA | COMPETENCIA PERFECTA |

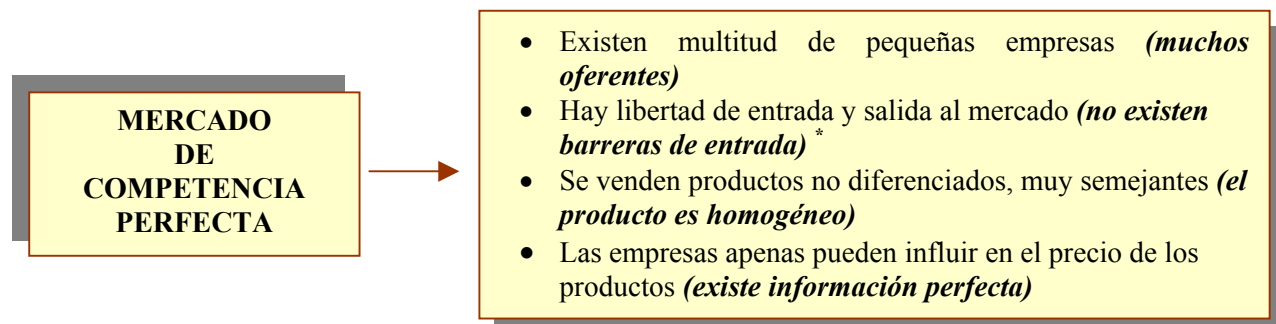
Las características que generalmente se utilizan para clasificar las estructuras de mercado son: *el grado de concentración del mercado, el grado de homogeneidad del producto, las barreras de entrada y la existencia de información perfecta* en el mercado.

De manera resumida podemos hablar, por tanto, de dos tipos de mercado: la competencia perfecta y la competencia imperfecta.

LA COMPETENCIA PERFECTA

Se caracteriza porque existen muchos vendedores y muchos compradores; el producto es homogéneo (bienes o servicios idénticos), no existen barreras de entrada y existe una información transparente que llega a todos los productores y a todos los consumidores.

La presencia de un número de oferentes elevado hace que la cantidad producida por cada empresa sea demasiado pequeña para influir en el precio de mercado. Si una empresa aumenta el precio del bien o servicio, sus clientes dejarán de comprar en beneficio de las demás. No hay, por tanto, una empresa lo suficientemente fuerte o grande para que sus acciones tengan un efecto sobre la oferta total.



COMPLETA TUS APUNTES:

¿Menciona algún tipo de mercado que cumpla mejor las características del mercado de competencia perfecta?

Entre los siguientes bienes, ¿Cuáles piensas que se mueven más en un mercado de competencia perfecta?: El agua del grifo; el agua embotellada, bebidas refrescantes y el vino.

LAS BARRERAS DE ENTRADA

Las barreras de entrada son determinadas características de un mercado que impiden la aparición de nuevas empresas. Distinguimos algunos tipos de barreras de entrada: las *ventajas en los costes absolutos*, las *ventajas en la diferenciación del producto*, los *requerimientos de capital elevados* y las *economías de escala*.

- **Las ventajas en los costes absolutos** se producen cuando las empresas establecidas poseen técnicas de producción superiores. Éstas permiten producir a un coste menor del que tendría cualquier empresa que quisiera entrar.
- **Los requerimientos de capital elevados** suponen una barrera importante para las potenciales empresas entrantes. Estas empresas pueden tener problemas de financiación de sus inversiones, debido a sus dificultades para conseguir recursos ajenos.
- **Las ventajas en la diferenciación del producto** se dan cuando diferenciación es muy fuerte. Las empresas establecidas tendrán ventaja respecto a las potenciales entrantes, porque cuentan con la fidelidad de los consumidores. Esto obligará a las empresas a destinar una cantidad importante a publicidad, a fin de captar clientes.
- **Las economías de escala** son un objetivo buscado por muchas empresas. Se producen cuando al aumentar la *capacidad de producción* disminuye e el *coste medio*, ya que unos mismos costes administrativos y comerciales se reparten entre más unidades producidas. Por ello, deben utilizarse procesos de producción más eficientes. Tal es el caso del sector del automóvil, el de telecomunicaciones, el de electrodomésticos, el de maquinaria, etc.

LA COMPETENCIA IMPERFECTA

El sistema capitalista de mercado no funciona con mercados de competencia perfecta, tal como parecía ocurrir en la explicación del equilibrio de mercado desarrollada en la unidad anterior. En realidad hemos de referirnos a la **competencia imperfecta** como forma más frecuente de funcionamiento de los mercados.

Las razones o causas, entre otras, por las que se presentan estos fallos son:

- a) Deficiencias en la información y transparencias en los mercados.
- b) Causas “ naturales “, Monopolios naturales.
- c) Barreras de entrada de orden legal o económico.
- d) **ECONOMÍAS DE ESCALA** que permite producir a costes medios más bajos.

Las formas típicas que adoptan los mercados de competencia imperfecta son las siguientes:

“EL MONOPOLIO, EL OLIGOPOLIO Y LA COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA”

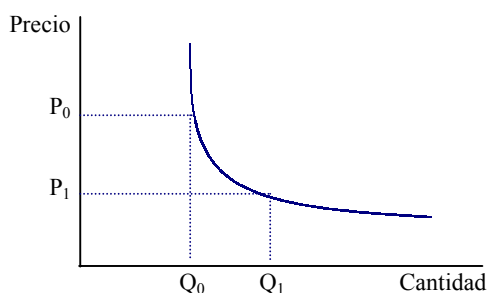
1. EL MONOPOLIO.

“Es el mercado de competencia imperfecta en el que existen muchos demandantes y un solo oferente”. La empresa que actúa como único oferente se llama monopolista.

Las características de este mercado son:

- Un único oferente. El monopolista vive una situación de dominio, en la que puede imponer los precios que más le interesan para maximizar los beneficios o puede fijar la cantidad que va a vender a los consumidores.
- El producto es homogéneo. Sólo se produce ese bien o servicio.
- Existen barreras de entrada. Algunas de ellas pueden ser “naturales” (servicios de aguas, recogidas de basuras, etc.).

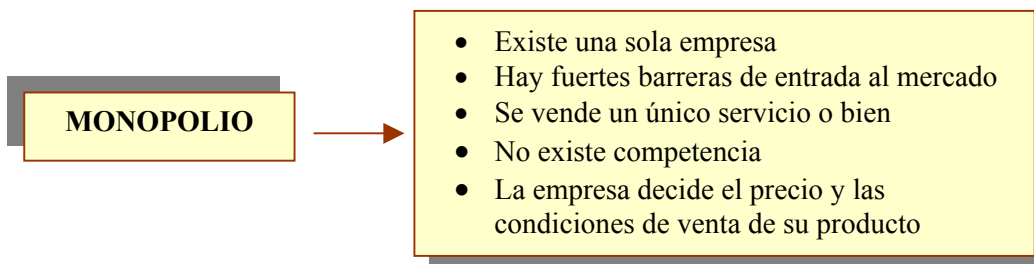
En esta situación la **curva** de demanda sería la siguiente:



- El monopolista sabe que, si quiere colocar en el mercado una cantidad Q_1 superior a la que vendía anteriormente Q_0 , ha de disminuir el precio (de P_0 a P_1)

- Dependiendo de la **elasticidad de la curva de demanda** la empresa monopolista tendrá distintas posibilidades de actuación en el mercado

Los gobiernos, ante estas situaciones de mercado, suelen establecer un marco regulador para proteger a los consumidores y a otros colectivos.



OBSERVA y COMPLETA TUS APUNTES:

¿Qué empresas, en España, eran monopolios y han pasado a tener competencia?

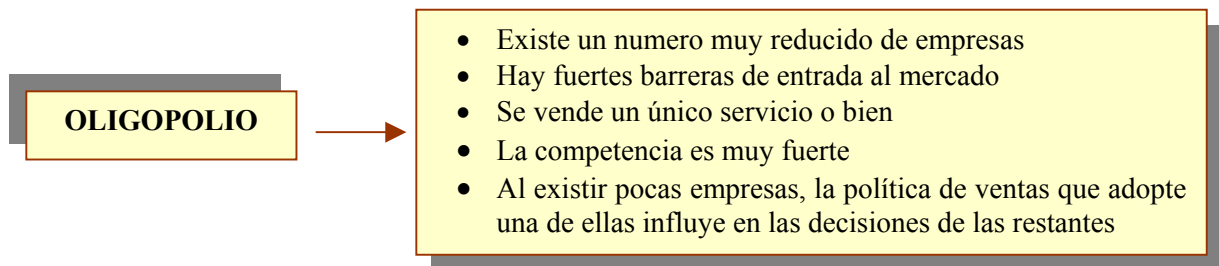
¿Qué situación de mercado dirías que tiene Microsoft en el segmento de los sistemas operativos?

2. EL OLIGOPOLIO.

“Es el mercado en el que hay muchos demandantes y pocos oferentes”. Es una forma de organización del mercado en el que un número reducido de empresas controla la oferta. Se da con bastante frecuencia.

Las empresas productoras son interdependientes, pues la influencia que pueden ejercer en el precio depende de la reacción de sus rivales. *Este grado de competencia suele eliminarse mediante acuerdos tácitos o expresos para marcar los precios o para repartirse el mercado.*

Una forma tradicional de acuerdo para el reparto del mercado, y/ o para el control de precios , ha sido **el cártel**. Los gobiernos suelen establecer controles que eviten este tipo de pactos.



PIENSA Y COMPLETA TUS APUNTES:

¿Qué tipo de mercado sería el de la energía eléctrica, en España?

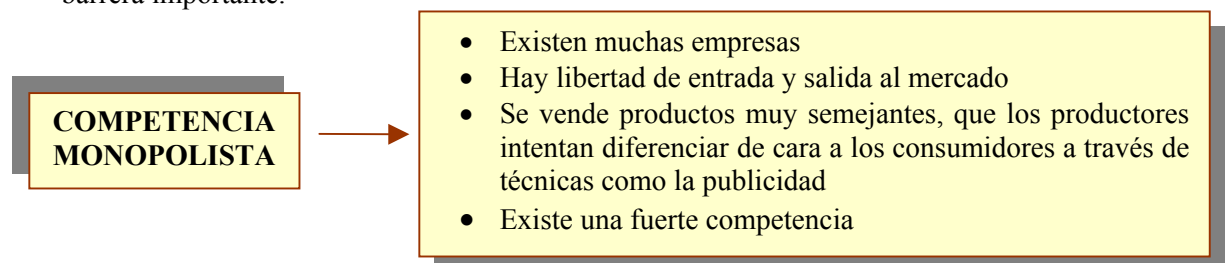
¿Indica el nombre de las empresas eléctricas?

3. LA COMPETENCIA MONOPOLISTA.

La tendencia de las empresas en los sistemas de economía de mercado es la de buscar la **ventaja competitiva**, es decir, una posición dominante en el mercado en el que actúan. Esto ha llevado a algunas de ellas a diferenciar los productos o servicios que ofrecen (por ejemplo: en el mercado de ordenadores los de gran capacidad = *segmentar*) tratando de ofrecer un bien o un servicio en régimen de monopolio o cuasi – monopolio.

Las características básicas de este mercado son las siguientes:

- **Existen muchos oferentes.**
- **El producto no es homogéneo.** Los productos cumplen la misma función pero hay diferencias en las calidades, estilos, diseños que a los ojos del consumidor los hace únicos.
- **Las barreras de entrada se limitan a la diferenciación del producto**, lo que, sin embargo, es una barrera importante.



PIENSA Y COMPLETA TUS APUNTES:

¿Indica algunos productos que consideres que corresponden a este tipo de mercado?

2.- CONSECUENCIAS DE LAS IMPERFECCIONES EN EL MERCADO

Las consecuencias de estas situaciones de mercado son numerosas, señalaremos algunas de ellas, aunque te invitamos a reflexionar sobre algunas otras y escribirlas en tus anotaciones complementarias:

- a) **Externalidades.** Cuando la producción de bienes o servicios origina costes a la sociedad o a otras empresas. Desgraciadamente los efectos medioambientales y sociales de la actuación empresarial suelen ser ejemplos característicos. También recibe el nombre de **deseconomías**.
- b) **Poder de mercado.** Cuando por razones de distinto tipo los oferentes pueden influir en los precios o en la producción (costes fijos elevados, barreras de entrada...).
- c) **Insatisfactoria distribución de la renta.**
- d) **Insolidaridad en la conducta social.**
- e) **Desequilibrios en el crecimiento y desarrollo.**

OTRAS:

Para tratar de evitar algunas de estas consecuencias, el Estado no es sólo un vigilante del funcionamiento del sistema, si no que ha pasado a intervenir en el mismo de formas diferentes.

- **Intervenciones reguladoras** que afectan al marco jurídico (elaborando leyes para corregir fallos del mercado o garantizando determinados derechos). Ejemplo: salario mínimo, regulaciones de mercados, Tribunales de defensa de la competencia, normas medioambientales.
- **Intervenciones económicas** en las que el Estado asume funciones de productor de bienes o servicios.

3.- EL PROCESO DE CONCENTRACIÓN EMPRESARIAL

Una de las características del mundo empresarial, no sólo en la actualidad, es la tendencia al crecimiento mediante la unión y concentración de empresas. La consecuencia inmediata es la tendencia al gigantismo de una parte de las mismas frente a las microempresas tradicionales.

La concentración de empresas persigue ganar una posición de ventaja relativa en cuanto a la situación y modelo empresarial precedente.

Con la concentración se persigue: *reducir al máximo los factores de incertidumbre; optimizar los procesos de producción; ganar posición monopolística en el mercado o competir con mayor ventaja; buscar mayor capacidad de financiación; etc.*

Las razones para la unión de empresas pueden ser variadas. Las exponemos a continuación:

- a) Economías de escala que les permite reducir costes de producción.
- b) Mejorar el acceso a la financiación (mayores posibilidades de préstamos, capital, etc..).
- c) Mejorar el acceso a los mercados de materias primas.
- d) Otras estrategias de mercado (defensa de márgenes – cooperativas) .

Las modalidades de concentración han sido, y son, muy variadas a lo largo de la historia económica.

Las más frecuentes:

- a) *Fusión de empresas:* cuando dos empresas desaparecen para formar una nueva.
- b) *Absorción:* dos empresas acuerdan que una de ellas desaparezca y quede integrada en la otra.
- c) *Participación:* una de las empresas, la empresa matriz, adquiere participaciones de otras empresas (en > 51%) con el objetivo de controlarlas. El grupo formado se conoce como **Holding**.
Si la participación de la empresa matriz se hace en empresas que intervienen en las distintas fases de la producción desde la producción hasta el consumo, recibe el nombre de **trust**.

En resumen, los tres tipos de concentración más importantes son: **Trust; Cártel y Holding.**

TIPOS MAS FRECUENTES DE CONCENTRACIÓN EMPRESARIAL

TRUST

es una concentración vertical de empresas, es decir, que cubren todas las fases del proceso productivo de distribución, y que mediante esta asociación pretenden reducir costes y ejercer una posición predominante o claramente monopolística. la vinculación de las empresas que lo forman suele realizarse mediante la participación en el capital de una sobre otras. Encuentra sus antecedentes en EE.UU., entre 1870 y 1890, período que se caracterizó por las frecuentes leyes antitrust que se promulgaron para el control de la actividad.

CÁRTEL

es una concentración de empresas de carácter horizontal, es decir, entre empresas que fabrican el mismo producto o que se ocupan de la misma fase de un proceso productivo, ara eliminar o restringir la competencia entre ellas, repartiéndose sectores de mercado y ámbitos geográficos. A veces se establece un centro único de control que canaliza las ventas en el seno de las empresas que lo forma. La Unión Europea prohíbe en principio los acuerdos que tengan por efecto falsear el juego de la competencia, a no ser que la Comisión las haya concedido una exención.

HOLDING

unión de empresas con objeto de constituir un grupo financiero. Es la toma de participaciones por una empresa (matriz), sobre otras (filiales), mediante la compra de acciones para hacerse con el control de éstas. Se caracteriza por configurar el activo de la sociedad dominante (matriz), que no suele realizar actividades productivas, un paquete mayoritario de acciones de las acciones subsidiarias (filiales) con objeto de proceder a su control. Cuando la sociedad matriz persigue otro objeto social de carácter industrial o comercial, nos encontramos con un holding mixto.

ACTIVIDADES

1. VERDADERO O FALSO

Responda verdadero (V) o falso (F) a las siguientes afirmaciones, subrayando la opción que considere correcta:

- En general, cuanto mayor sea el número de participantes de un mercado más competitivo será éste. V o F.
- Si una empresa compra en exclusiva una patente de fabricación temporal de un producto en un país determinado, se estará generando una situación monopolística. V o F
- Una empresa que actúa en un mercado en régimen de monopolio, como por ejemplo un empresa suministradora de electricidad a una ciudad, tiene capacidad para influir de una manera determinante en el precio del suministro. V o F.
- En un mercado oligopolístico las empresas tratan de determinar sus precios teniendo en cuenta las reacciones de sus competidores. V o F

2. CUESTIONES

De las siguientes proposiciones señale la alternativa correcta:

- ¿Cuál de las siguientes condiciones es necesaria para que haya competencia perfecta? :
 - Empresas con idénticas estructuras de costes.
 - Libertad de entrada y salida de empresas.
 - Bienes diferentes.
 - Muchos compradores y pocos vendedores.
- En una industria monopolística el precio de venta será, respecto a un mercado de competencia perfecta:

