

OA: Identificar conceptos básicos de economía en situaciones cotidianas (trabajo, empleo, producción, empresa, mercado, regulación estatal, propiedad privada, propiedad pública, servicios públicos, privatización). Analizar fortalezas y debilidades de la economía de mercado.

“ECONOMÍA DE MERCADO”

¿Qué es el mercado?

GIOVANNI BOGGIANO

06/08/24

NM2

¿Qué es la economía de mercado?

- La idea fundamental de la economía de mercado es que sólo con el libre **juego** de la **oferta** y la **demanda** se alcanzan los **precios justos** que permiten satisfacer un mayor número de necesidades.



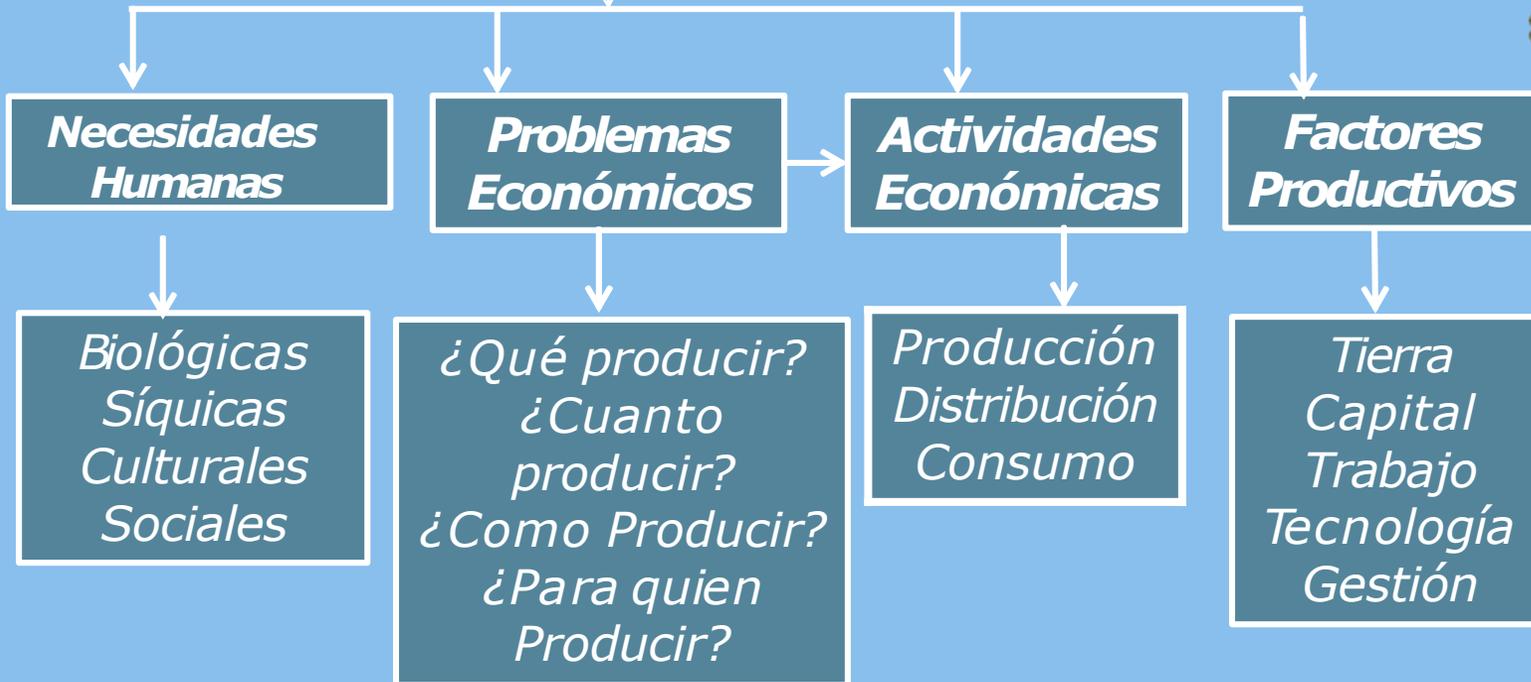
Funcionamiento del mercado

En el mercado se **compran** y **venden** mercancías. En este espacio coinciden los **vendedores (oferta)**, que ofrecen una determinada mercancía, y los **compradores (Demanda)**, que la desean y la compran.



Sistema Económico

Estructura Económica



MATT GROENING

- ▶ Los sistemas buscan el cumplir objetivos específicos.
- ▶ En el caso de los sistemas económicos, estos buscan dar soluciones a la problemática de la economía **"escases y necesidad"**. Como abordan esta problemática es la principal diferencia entre cada sistema.
- ▶ Los sistemas están compuestos por los agentes económicos.

Cuadro comparativo de sistemas económicos

Preguntas que se hace toda sociedad			
Sistema económico	¿Qué producir?	¿Cómo producir?	¿Para quién producir?
De mercado	Lo que el mercado demanda. Mediante el libre juego de oferta y demanda.	Las empresas son los agentes de producción.	Para quien pueda pagar el precio definido por el mercado.
Planificada	Lo que el Estado o la autoridad central definen.	El Estado es quien produce.	Para todos los miembros de la sociedad.
Mixta	El mercado y el Estado.	El Estado y las empresas.	Para quien pueda pagar el precio, pero todos los miembros de la sociedad tienen cubiertas las necesidades básicas

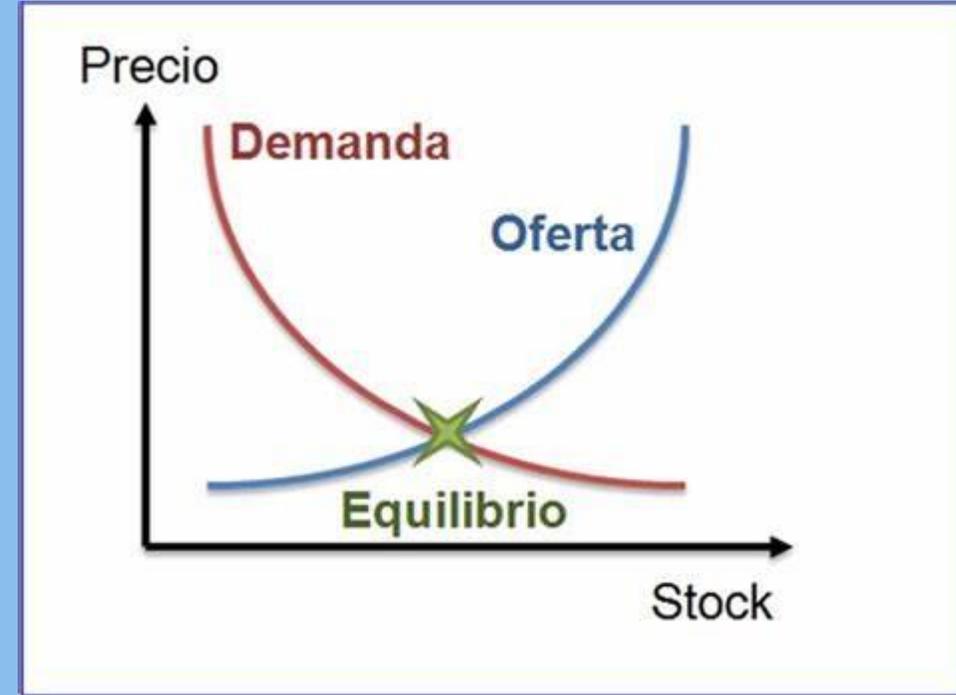
Funcionamiento del mercado

Oferta y Demanda

- **Precio de los productos.** El precio depende de la cantidad de productos y de compradores. Si la oferta es **escasa** y muchos compradores desean el producto, el precio **sube**. Si hay mucha oferta y pocos compradores, el precio **baja**.



- **Ley de la oferta y la demanda.** El punto de equilibrio entre precio y cantidad de producto vendido fluctúa según las circunstancias: es la ley de la oferta y la Demanda. **Ejemplo:** los precios navideños.

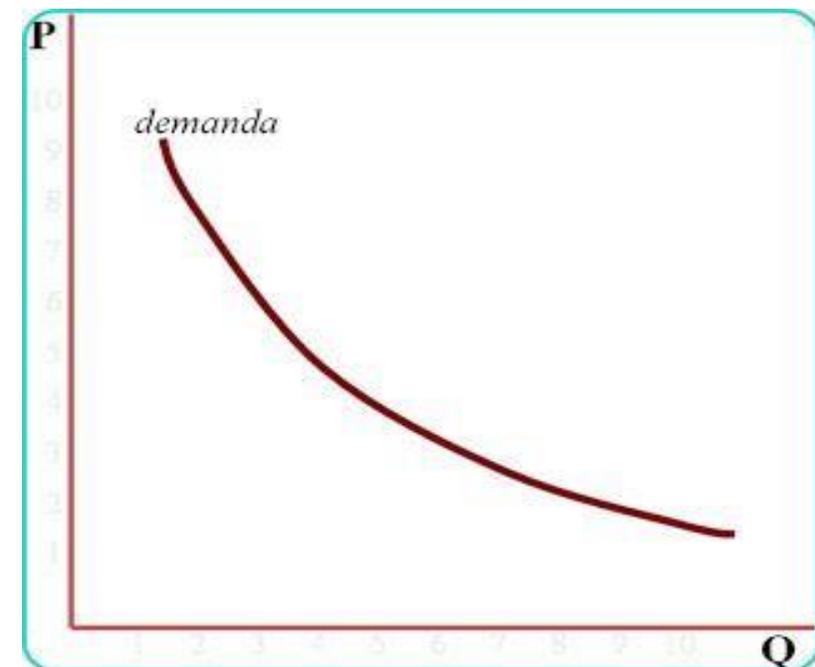


Demanda

Se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado). A mayor demanda mayor precio y a menor demanda menor precio. A la derecha sube y a la izquierda baja

Factores de afectan la Demanda

- Dimensiones del mercado: La cantidad de población en un determinado lugar, menos población menos consumidores, pero también puede ser afecta en el aspecto en que mas población hay mas necesidad y viceversa.
- La elevación de precios: así como dice la ley de la demanda, a precios mas altos menos demandantes y viceversa.
- Preferencias o gustos personales: esto se refiere a la decisión de cada persona.
- Factores externos: estos son como por ejemplo el clima, las temporadas en el año, la moda, etc.
- Los ingresos de los productores: a menos ingresos menos productos para los demandantes.



Oferta

- Se define la oferta como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios del mercado. A mayor oferta menor precio y a menor oferta mayor precio. A la derecha sube y a la izquierda baja

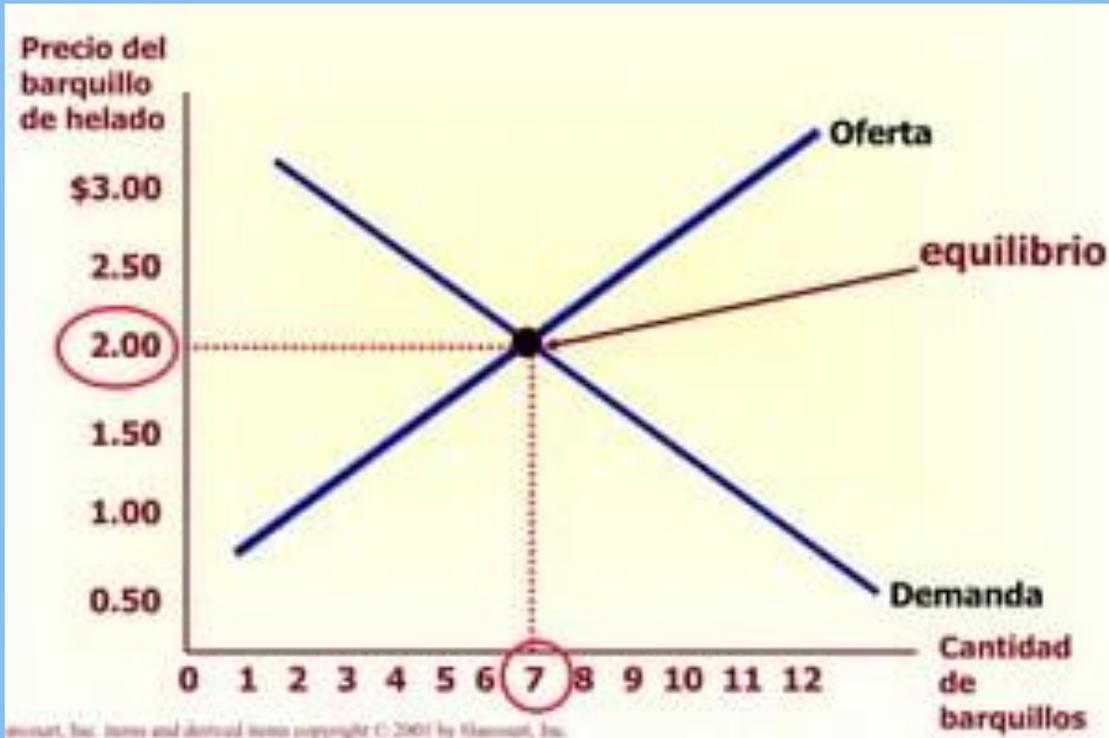


Factores de afectan la Oferta

- La tecnología: esto se refiere a que más tecnología menor precio, en este caso la oferta aumentaría.
- El gobierno: afectan según los impuestos ya que estos afectan la producción.
- Factores externos: en este caso como también el la demanda son los mismos el clima, las temporadas, etc.

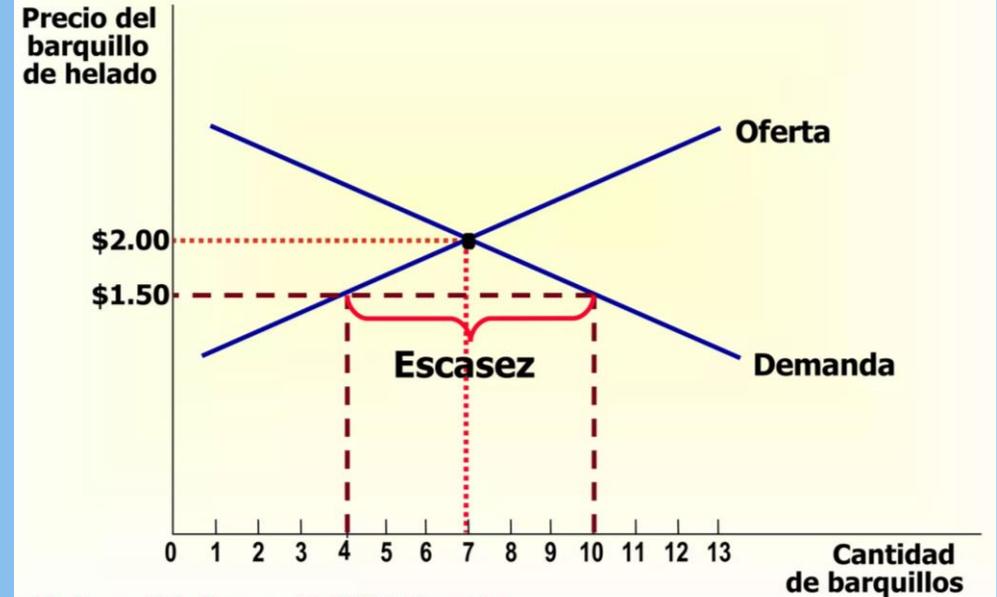


Crisis económica



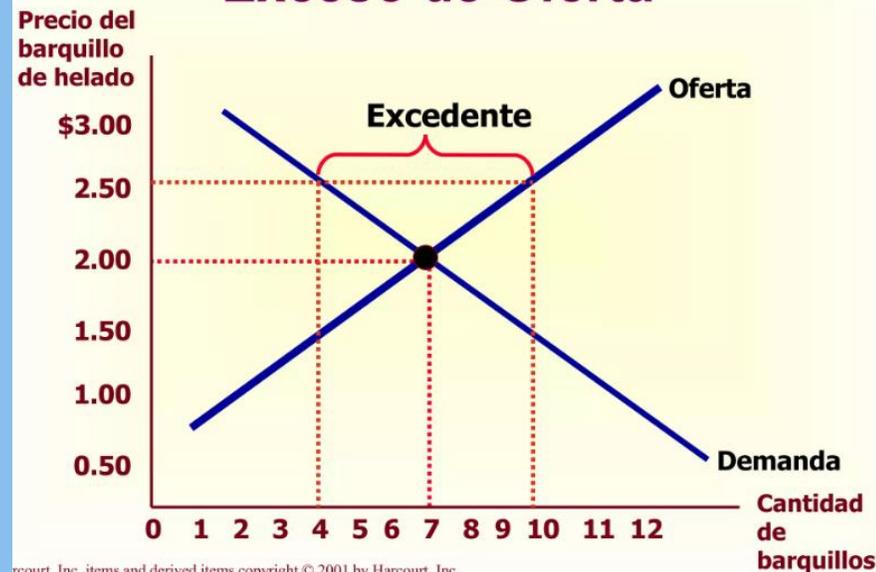
Harcourt, Inc. items and derived items copyright © 2001 by Harcourt, Inc.

Exceso de Demanda



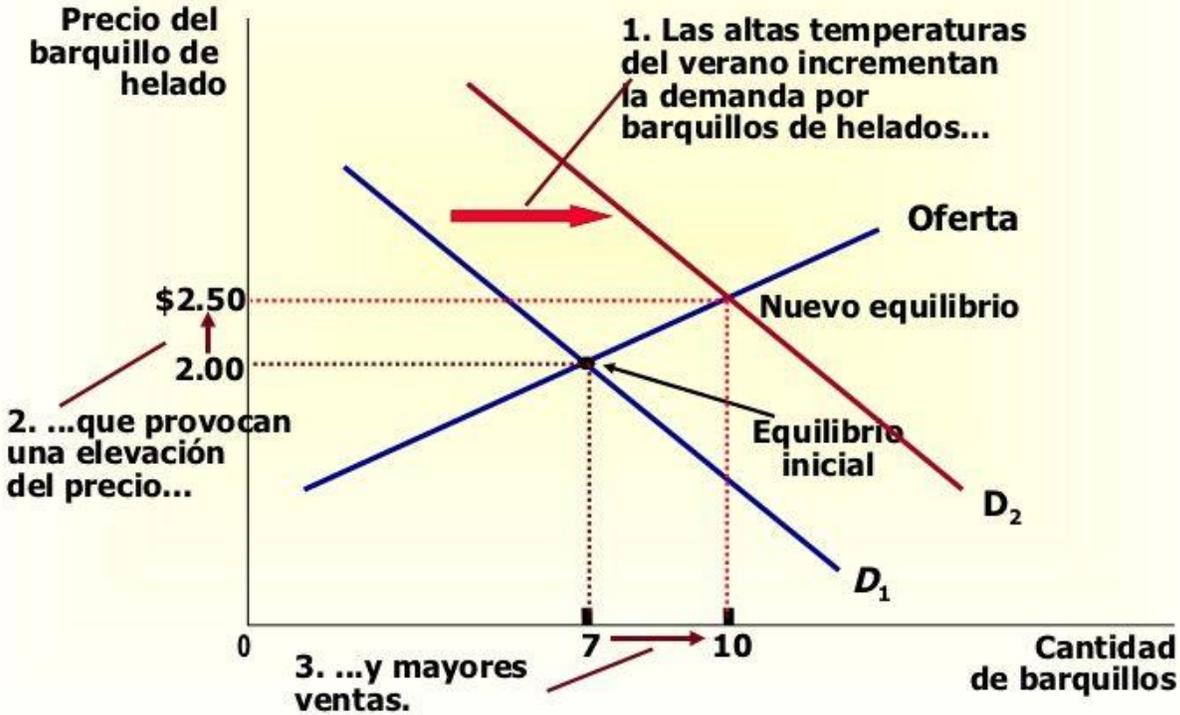
Harcourt, Inc. items and derived items copyright © 2001 by Harcourt, Inc.

Exceso de Oferta

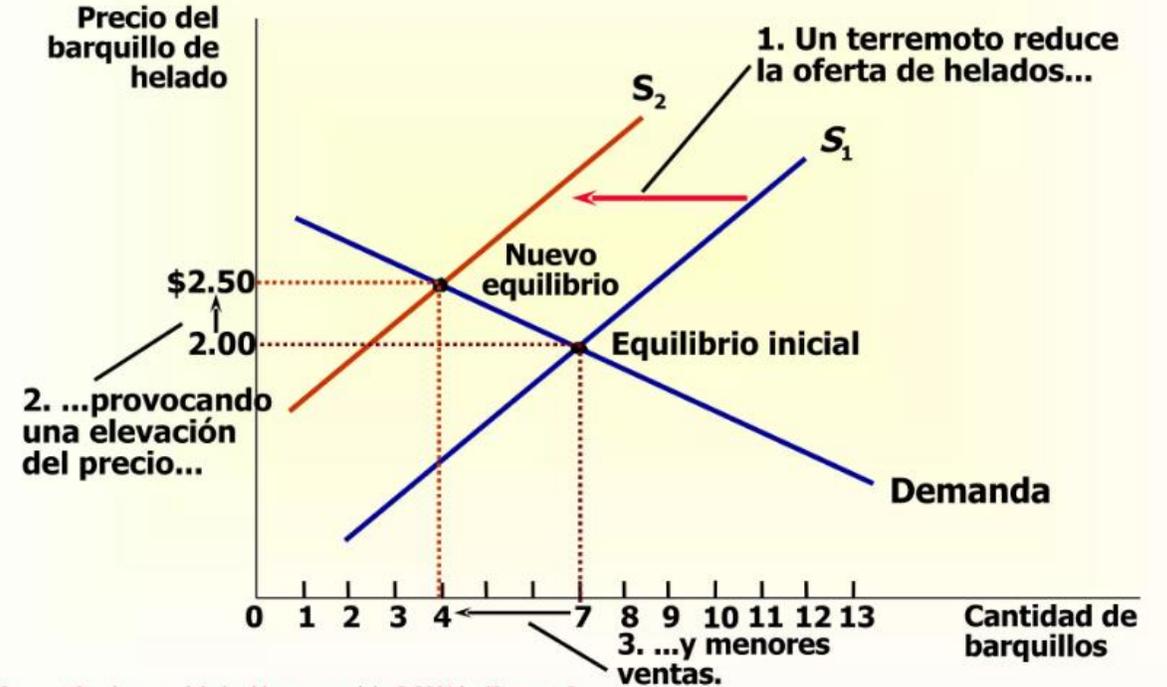


Harcourt, Inc. items and derived items copyright © 2001 by Harcourt, Inc.

¿Cómo afecta del equilibrio un incremento en la demanda?



¿Cómo afecta al equilibrio una disminución en la oferta?



Modelos de mercado

Mercados de competencia imperfecta

- A) Mercado de competencia perfecta: las empresas son tantas, que ninguna ejerce influencia alguna sobre el precio de mercado.
- B) Mercados de competencia imperfecta: las empresas que los componen tienen capacidad para influir en el mercado.



B)



La competencia perfecta

Para que un mercado sea considerado como competencia perfecta debe reunir las siguientes características:

- a) Existencia de un elevado número de oferentes y demandantes.
- b) Homogeneidad del producto.
- c) Existe información perfecta (Transparencia de mercado)
- d) Libertad de entrada y salida de empresas.

(Ningún mercado en la realidad cumple todos estos requisitos.)



- - Monopolio: son mercados donde solo hay un oferente



- - Oligopolio: son mercados donde unos pocos oferentes controlan casi todo el Mercado.



- - Competencia monopolística: muchas empresas venden productos similares pero no idénticos.



El monopolio

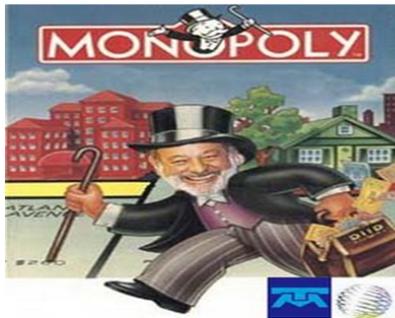
Análisis comparativo del monopolio y la competencia perfecta

- En los monopolios existe un único oferente que tiene plena capacidad para determinar el precio.

En un monopolio, generalmente el precio de venta es superior al que se establecería en ese mismo mercado si fuese de competencia perfecta, ya que la competencia obliga a las empresas a bajar los precios.

Un claro ejemplo de esta situación ha sido el mercado de la telefonía:

- a) El control exclusivo de un factor productivo por una empresa.
- b) La concesión de una patente.
- c) El control estatal de la oferta de determinados servicios.
- d) La existencia de un mercado de gran tamaño



Medidas para regular los monopolios

El estado suele regularlos con las siguientes medidas:

- a) Primero trata de impedir que se formen monopolios.
- b) Si el monopolio ya existe, puede intentar dividirlo en dos o más empresas.
- c) Si no hay más remedio que ese mercado funcione como monopolio, que el estado puede.
 - C1-Dejarlo que funcione con una regulación mínima.
 - C2)Obligar al monopolio a fijar un precio máximo justo para los consumidores.

¿Qué es Precio?

- Para **Philip Kotler y Gary Armstrong**, autores del libro "Fundamentos de Marketing", el **precio** es *la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio.*



MÉTODOS DE FIJACIÓN DE PRECIOS

MÉTODO BASADO EN EL COSTE

- Se fija el precio a partir del coste sumando un margen de beneficio

Fuente: www.econosublime.com

MÉTODO BASADO EN LA DEMANDA

- Se analiza el consumidor y se fija un precio según el valor que este le da al producto

MÉTODO BASADO EN LA COMPETENCIA

- Se fija un precio a partir del precio de la competencia y la calidad del producto



COLLUSION

El acuerdo entre dos o más empresas de un mercado determinado define que cada una actuara de manera concertada respecto al resto de las demás empresas el fin de este tipo de acuerdos es que cada una de las empresas participantes en la colusión tome el control de una determinada porción del mercado en el que opera y actúe de manera monopolista impidiendo a otras empresas ingresar al mercado.



Se aplican estrategias de fortalecimiento de las empresas del mismo sector y así mantener el control de abastecimiento del producto y se distribuyen las utilidades por igual.

CASO DE COLLUSION

Un caso que estuvo por 10 años El volumen de ventas involucradas como el papel higiénico, las servilletas bien de primera necesidad, los acuerdos que se dieron entre CMPC y SCA Chile, grado de complejidad lo que los ejecutivos involucrados habían operado el hecho de la documentación se haya intercambiado por vía física y no electrónica y lo realizaron sabiendo que era ilícito.



¿Qué son los agentes económicos?

- Se denominan agentes económicos a todos los ciudadanos y participantes de la vida económica:

Las familias o economías domésticas

Las empresas

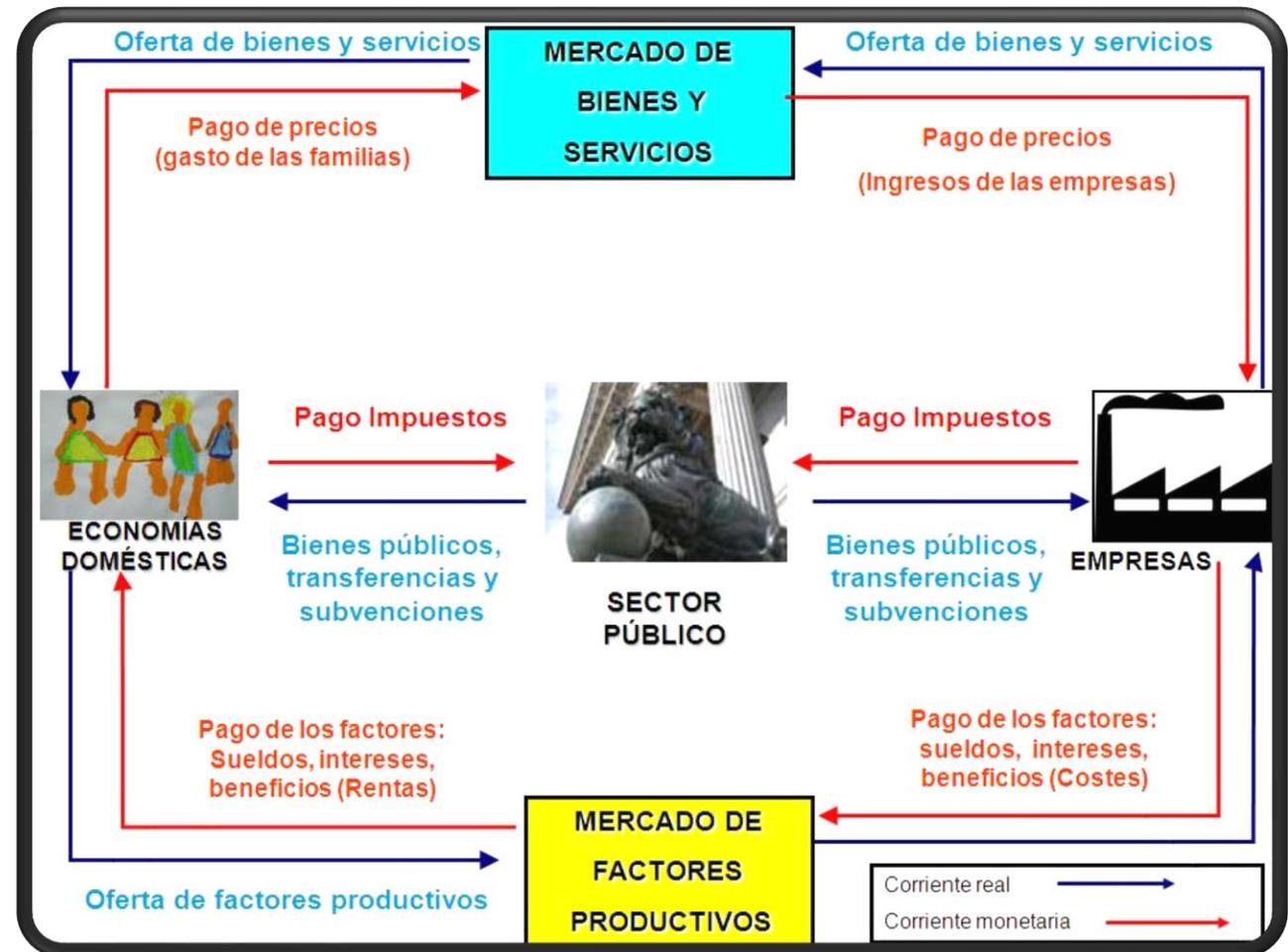
Los Estados

unida siempre feliz



El flujo circular de la renta

- Forma de explicar las relaciones que se establecen entre los agentes de producción.



INFLACIÓN

ES UNA **VARIABLE MACROECONÓMICA** QUE INDICA EL AUMENTO GENERALIZADO DE LOS PRECIOS, TANTO DE BIENES COMO DE SERVICIOS, EN UN PERIODO DETERMINADO DE TIEMPO, GENERALMENTE UN AÑO.

EL FENÓMENO INVERSO A LA INFLACIÓN SE LLAMA **DEFLACIÓN**,

QUE ES UNA BAJADA GENERALIZADA DE LOS PRECIOS Y BIENES. EL INDICADOR ECONÓMICO QUE MIDE PERIÓDICAMENTE LAS VARIACIONES QUE EXPERIMENTAN LOS PRECIOS DE UN CONJUNTO DE PRODUCTOS SE LLAMA **IPC**.



ECONOMÍA

Ventajas

- Eficiencia
- Importancia de los consumidores
- Se basa en la libertad y competitividad humana
- Intensifica el crecimiento económico

Desventajas

- Desigualdades sociales y económicas
- Consumismo
- Problemas medioambientales
- Manipulación del consumidor con publicidad engañosa
- Crisis cíclicas

Son múltiples los factores que pueden provocar una subida de la inflación, estos se agrupan de la siguiente forma:

A) DEBIDO A LA DEMANDA: CUANDO AUMENTA LA DEMANDA Y EL SECTOR PRODUCTIVO NO ESTÁ PREPARADO PARA HACER FRENTE SE PRODUCE UNA SUBIDA DE PRECIOS.

B) DEBIDO A LA OFERTA: SE PRODUCE CUANDO AUMENTAN LOS COSTES DE LOS PRODUCTORES Y ÉSTOS AUMENTAN LOS PRECIOS PARA MANTENER SUS BENEFICIOS.

C) DEBIDO A CAUSAS SOCIALES O INFLACIÓN ESTRUCTURAL: TIENE LUGAR CUANDO SE PREVEN AUMENTOS DE PRECIOS EN EL FUTURO Y LOS PRODUCTORES DECIDEN ANTICIPARSE A ELLOS.

EFFECTOS DE LA INFLACIÓN

LOS EFECTOS DE UNA INFLACIÓN ELEVADA PUEDEN SER TANTO POSITIVOS COMO NEGATIVOS:

- EFECTOS NEGATIVOS DE LA INFLACIÓN: LOS EFECTOS NEGATIVOS DE LA INFLACIÓN SON LA DISMINUCIÓN REAL DEL DINERO, CON LA INCERTIDUMBRE QUE ELLO SUPONE PORQUE PUEDE FRENAR LA INVERSIÓN Y EL AHORRO

- EL LADO POSITIVO DE UNA INFLACIÓN ELEVADA ES QUE LOS BANCOS CENTRALES TIENDEN A AJUSTAR LOS TIPOS DE INTERÉS NOMINALES PARA FRENAR RECESIONES Y FOMENTAR LA INVERSIÓN.

Funciones del Estado

Dada la existencia de “fallas del mercado”, el Estado interviene en la actividad económica procurando la eficiencia, la equidad, la estabilidad económica y el crecimiento.

Son sus funciones:

- Mejorar la eficiencia económica.
- Estabilizar la economía y propiciar el crecimiento económico mediante la política macroeconómica.
- Procurar la equidad mejorando la distribución del ingreso.

Mejorar la actividad económica

El Estado interviene tratando de ayudar a corregir las fallas del mercado.

En este sentido, el Estado interviene tratando de limitar el poder de monopolios y oligopolios, luchando contra los efectos de las externalidades como la contaminación y tratando de suministrar información a los consumidores para mejorar sus tomas de decisiones.

Estabilizar la economía y propiciar el crecimiento económico

El Estado procura evitar las depresiones cíclicas.

Pretende evitar drásticos aumentos del desempleo en las depresiones o el brusco crecimiento de los precios en los momentos de expansión.

Se trata de tomar medidas que logren un crecimiento económico sostenido a largo plazo.

Procurar la equidad distributiva

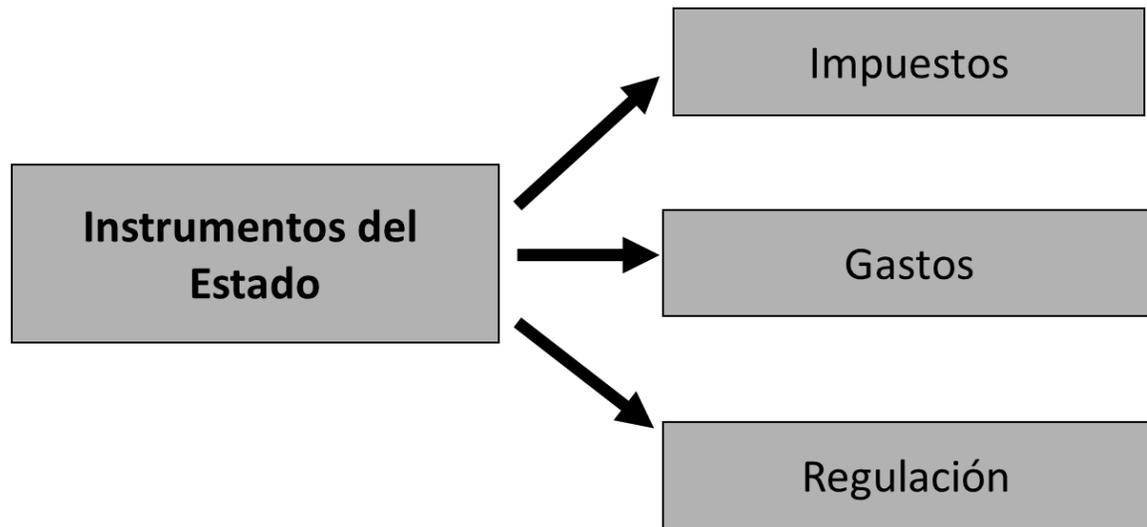
El ingreso se redistribuye por medio de la política de impuestos y gastos.

La regulación también desempeña en ocasiones un papel relevante.

Fomento del empleo por medio de la tasa de interés y subsidios

-El Estado de Bienestar

El Estado y la actividad económica



Impuestos

Recursos que el Estado extrae de los particulares y las empresas.

Constituyen la fuente principal de financiación del gasto público y, además inciden sobre la distribución del ingreso.

Gasto público

El gasto público puede ser corriente o de inversión.

Comprende, entre otros, la compra de bienes y servicios por parte del sector público, el pago de sueldos, seguridad social, intereses de la deuda.

Regulación

El Estado incentiva o desalienta actividades económicas de individuos y empresas.

La regulación puede ser económica o social.