

1. LAS ESTRUCTURAS DEL MERCADO

Los mercados de los diferentes productos son muy diferentes entre sí porque tienen diferentes características. Algunas de estas características son:

1. Número de vendedores

Hay mercados con muchos vendedores...



... y otros con pocos vendedores



2. Diferenciación de producto

Hay mercados con productos muy diferentes...



... y otros con productos muy parecidos.



3. Existencia de barreras de entrada

Hay mercados donde hay barreras para entrar...



... y otros donde es fácil entrar a vender.



4. Existencia de información perfecta

Hay mercados donde hay mucha información...



... y otros donde hay poca información.



1. LAS ESTRUCTURAS DEL MERCADO

Según la combinación de las 4 características:

1. Número de vendedores
2. Diferenciación de producto
3. Barreras de entrada
4. Información

MERCADOS COMPETITIVOS (Competencia perfecta)



Las empresas **NO** pueden influir en los precios



MERCADOS NO COMPETITIVOS (Competencia imperfecta)



Las empresas **SÍ** pueden influir en los precios

2. LA COMPETENCIA PERFECTA

COMPETENCIA PERFECTA: Estructura de mercado en la que todas las empresas son precio-aceptantes y por tanto ninguna de ellas podrá influir en el precio. Como veremos, esto lleva a un uso EFICIENTE de los recursos.

Para que un mercado se encuentre en competencia perfecta se deben dar 4 supuestos:



1. Hay muchos compradores y vendedores, por lo que las empresas son precio-aceptantes.



2. Los productos son homogéneos, es decir son idénticos o muy parecidos.



3. Hay libertad de entrada y salida. Cualquiera puede empezar o dejar de producir sin grandes costes.



4. Existe información perfecta. Se conocen los precios y cantidades vendidos en el mercado.

El funcionamiento del mercado de competencia perfecta.

¿Por qué las empresas no pueden cambiar el precio de mercado?



En competencia perfecta las empresas aceptan el precio del mercado, ya que no tienen manera de influir en él.



Si una empresa
tratase de subir el
precio...

- ..dejaría de vender, debido a que sus productos son iguales a los de las otras empresas, y los consumidores acudirán a otra empresa a comprarlo.



Si tratase de bajar el
precio....



- ...los competidores reaccionarían bajando también el precio para no perder clientes. Al final todos venderían lo mismo pero a menos precio y ganando menos dinero.

En definitiva, si las empresas tratan de subir o bajar el precio de mercado ganarán menos dinero. Por ello, aceptan el precio de mercado.



Ejercicio de clase 1.

Indica cuáles de los supuestos de competencia perfecta, podrían cumplir los siguientes mercados:

Trigo



Gasolina



Restaurantes



Refrescos de cola

