

Oferta, Demanda y determinación del precio de equilibrio

Lic.en Ec. Analía Ghelfi Di Russo

MERCADO DE BIENES

Concepto de Mercado:

- Un mercado es un conjunto de compradores y vendedores de un bien o servicio.
- En general, las empresas pertenecientes a un mercado producen un mismo producto o un conjunto de productos relacionados entre sí, esto es, altamente sustitutos, y producen de acuerdo a una tecnología similar.
- Dicho mercado puede existir en un lugar determinado, como el Mercado Modelo donde se intercambian frutas y verduras en Montevideo, o realizarse las transacciones a través de una línea telefónica o un fax, bolsa de valores, mercados de exportaciones e importaciones, etc.
- No siempre es fácil definir un mercado. Por ejemplo, a veces es difícil determinar si dos productos son sustitutos, por lo tanto si pertenecen o no al mismo mercado. ¿La cerveza es sustituta del vino? De serlo podríamos hablar del mercado de bebidas alcohólicas, en caso contrario debemos hablar del mercado de los vinos y del mercado de las cervezas. Otras veces es difícil determinar un límite geográfico, un mercado es ¿el Uruguay?, ¿el Mercosur? ¿o el mundo?

MERCADO DE BIENES

- En economías de mercado, a efectos analíticos se consideran tres tipos de agentes económicos: los consumidores, las empresas y el sector público, entonces se estudia la conducta de estos agentes a través de la teoría del consumidor o la teoría de la empresa.
- Los consumidores ejercen el lado de la demanda en los mercados de bienes y servicios finales. El papel de los consumidores es encontrar un plan de acción que haga compatibles su deseos, con las restricciones que les afectan, por ejemplo, compatibilizar las adquisiciones de bienes que desean realizar con sus disponibilidades de renta o ingreso.
- Las empresas, ejercen el lado de la oferta en los mercados de bienes y servicios finales. Los objetivos de las empresas son múltiples, pero para la teoría, en general, el más utilizado es maximizar beneficios, ventas, etc., sujeto a las restricciones de recursos que se les presentan.
- Ambas categorías (consumidores y empresas) forman lo que se denomina el *sector privado* de una economía; al cual le corresponde el dinamismo principal de la actuación económica en una economía capitalista con la posible participación del sector público o al menos en el marco de ciertas reglas del juego establecidas por éste.

MERCADO DE BIENES

Cantidad ofrecida y curva de oferta:

- La cantidad ofrecida de un bien por una empresa individual típica es la cantidad del bien que a un determinado nivel de precios se ofrece en el mercado.
- La curva de oferta es el conjunto de pares de precios y cantidades con los que los oferentes producen la cantidad que desean dado el nivel de precios que enfrentan; por lo tanto, la curva de oferta individual es el lugar geométrico de las cantidades ofrecidas por el productor a los diferentes precios; la curva de oferta de mercado es el lugar geométrico de las cantidades ofrecidas de ese bien por todos los agentes que intervienen en el mercado a los diferentes precios. La curva de oferta de mercado de un bien es la suma horizontal de las ofertas de todos los individuos que componen el mercado en ausencia de efectos externos.

MERCADO DE BIENES

Cantidad demandada, curva de demanda:

- La cantidad demandada de un bien es la cantidad del bien que a un determinado nivel de precios se demanda en el mercado por parte de los agentes consumidores o demandantes.
- La curva de demanda es el conjunto de pares de precios y cantidades con los que los compradores obtienen la cantidad que desean adquirir dado el nivel de precios que enfrentan; por lo tanto, la curva de demanda individual es el lugar geométrico de las cantidades demandadas por el consumidor a los diferentes precios; la curva de demanda de mercado es el lugar geométrico de las cantidades demandadas de ese bien por todos los agentes que intervienen en el mercado a los diferentes precios. La curva de demanda de mercado de un bien es la suma horizontal de las demandas de los diversos individuos que componen el mercado en ausencia de efectos externos.

Equilibrio en un mercado:

- Se dice que un mercado está en equilibrio cuando la cantidad demandada de un determinado bien coincide con la cantidad ofertada del mismo bien a un determinado nivel de precios.

MERCADO DE BIENES

LA OFERTA: Teoría de la empresa:

- La teoría de la empresa pretende explicar el comportamiento de la oferta de un bien. En la teoría de la oferta, el supuesto de comportamiento racional de los agentes, implica que las empresas buscan maximizar sus beneficios sujetas a los recursos productivos que tienen, la tecnología y la capacidad de producción. El supuesto implícito es que las empresas tienen por objetivo hacer máximo su beneficio, es decir, la resta entre sus ingresos y sus costos totales. Se analiza una empresa que opera en *competencia perfecta* y que por lo tanto cumple con las características del funcionamiento de dichos mercados, y además se consideran los siguientes supuestos:
 - Estado Juez y Gendarme (no interviene en el ámbito económico).
 - Todo lo que se produce se vende.
 - Existen muchos oferentes y muchos demandantes (atomicidad).

MERCADO DE BIENES

La decisión de la empresa:

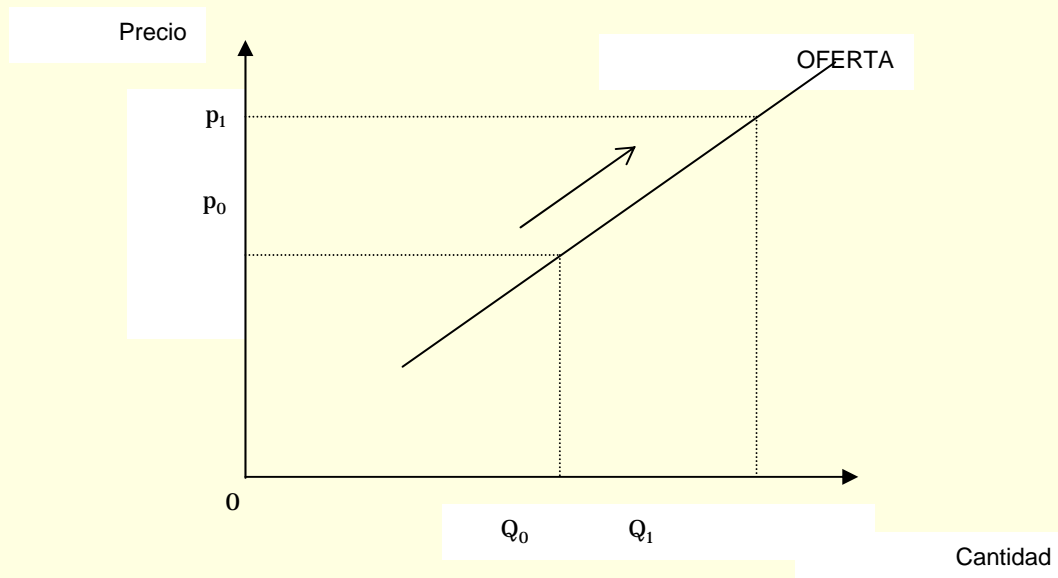
- Cuando la empresa tiene que decidir cuánto va a producir y vender de un determinado bien, debe comparar lo que ese bien le genera como ingreso con los costos asociados a la producción de este bien.
- Al decidir realizar determinado nivel de producción, la empresa enfrenta distintos tipos de costos. Los costos representan el valor monetario de los recursos o factores necesarios para llevar adelante la producción. Los *costos fijos* son gastos cuyo monto no está asociado a la cantidad que se va a producir sino que están asociados a una serie de contratos y compromisos como alquileres que representan gastos de determinada magnitud sea cual sea la cantidad a producir. Los *costos variables*, son todos aquellos que dependen de la cantidad que se desee producir o que varían con ella, por ejemplo, cuanto mayor sea la cantidad a producir mayor será el gasto en materias primas.
- El costo total de producción, CT, será la suma de los costos variables totales y costos fijos totales, $CT = CVT + CFT$.

MERCADO DE BIENES

- Los ingresos de las empresas provienen de la venta de toda producción, dado que se supone que todo lo que se produce se vende. El *ingreso total* se calcula como el producto entre las cantidades vendidas y su precio unitario ($IT=P*Q$). Dado que la empresa es tomadora de precios, cada unidad que vende representará el ingreso de un monto equivalente al precio de mercado (que no se altera en función de las cantidades ofrecidas por la empresa), por lo tanto el *ingreso unitario* es el precio de mercado.
- Dado que el objetivo del empresario es obtener el máximo beneficio. En función del comportamiento de costos e ingresos, la empresa debe decidir la producción que maximice la diferencia entre sus IT y CT.

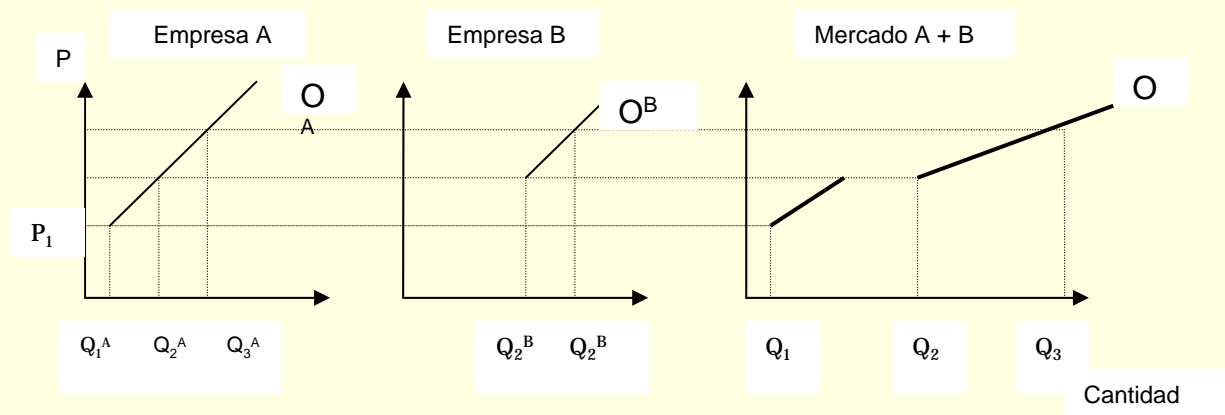
MERCADO DE BIENES

- La curva de oferta u oferta-precio para la empresa individual típica tiene pendiente (o inclinación) positiva, es decir, esto implica que la relación entre cantidad ofrecida y precio es directa: a mayores precios la empresa ofrecerá más cantidad de bienes y viceversa. Es el lugar geométrico de los infinitos pares precio-cantidad tales que indican las cantidades que una empresa individual estará dispuesto a ofrecer a los diferentes precios.



MERCADO DE BIENES

- La curva de oferta del mercado se obtiene sumando las cantidades ofrecidas por cada empresa para cada nivel de precios. Entonces, la cantidad de producción ofrecida en el mercado a cada uno de los diferentes precios es la suma de los diferentes niveles de producción de todas estas empresas.
- El gráfico muestra que la curva de oferta del mercado esta relacionada con las curvas de oferta de las diferentes empresas. Para simplificar, se supone que el mercado sólo esta compuesto por dos empresas, A y B. Cualquiera sea el precio, la cantidad total ofrecida en el mercado es la suma de las cantidades ofrecidas por cada una. Como se observa, al precio P_3 la cantidad ofrecida en el mercado resulta ser la suma de la cantidad ofrecida a ese precio por cada una de las empresas ($Q_3 = Q_{3A} + Q_{3B}$). A un nivel de precio, P_1 la oferta total coincide con la oferta de la empresa A, pues a ese precio sólo ofrece dicha empresa.



MERCADO DE BIENES

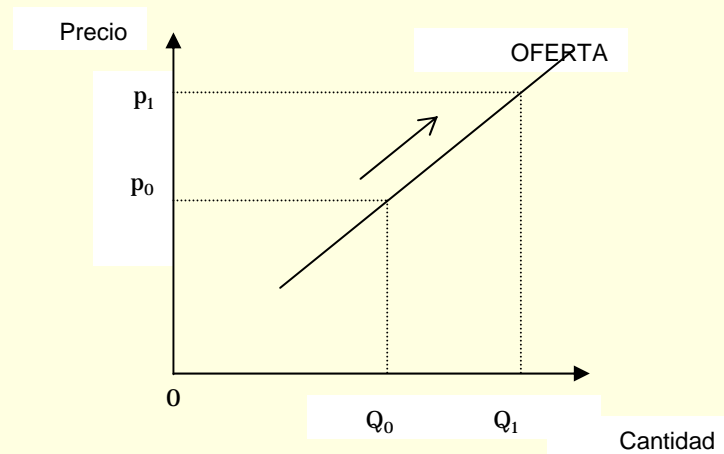
Determinantes de la curva de oferta:

- Las variables que inciden en la función de oferta son:
 - a) El precio de mercado del bien.
 - b) El precio de los factores productivos (materias primas, salarios, etc.).
 - c) La tecnología existente.
 - d) Otros.
- Las variaciones de cualquiera de estos elementos alteran la cantidad ofrecida.
- Si se altera el precio del bien Z, habrá un cambio en la cantidad ofrecida del bien Z manteniéndose inalterada la función de oferta, sin embargo, si se altera alguna de las otras variables, habrá un desplazamiento de la curva de oferta.

MERCADO DE BIENES

a) El precio de mercado del bien:

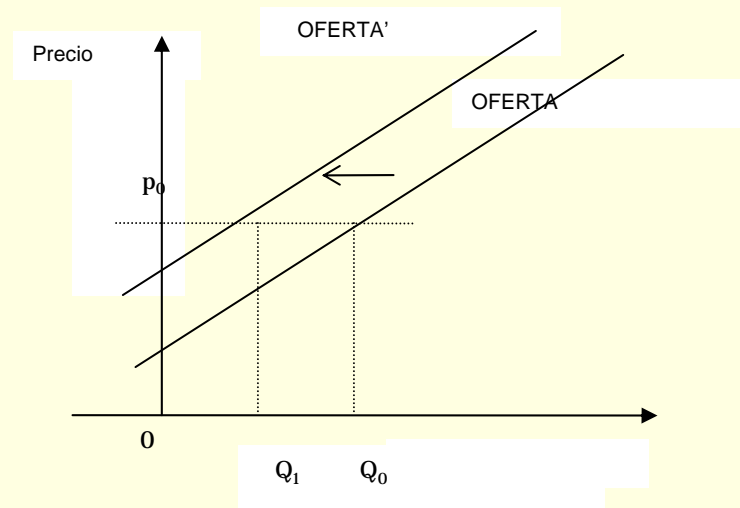
- Cuando cambia el precio del bien analizado se producen desplazamientos a lo largo de la misma curva de oferta.
- La relación entre cantidad ofertada y precio del bien ya esta representada por la curva, entonces si todos los demás determinantes permanecen constantes, ante un aumento del precio del bien, los productores decidirán ofrecer más. Esto provoca un desplazamiento a lo largo de la curva como el que muestra el gráfico siguiente:



MERCADO DE BIENES

b) El precio de los factores productivos o insumos:

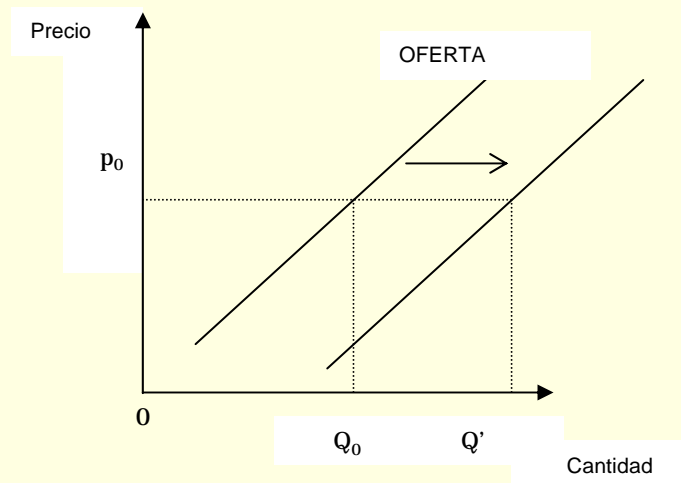
- Cuando aumenta el precio de los insumos, por ejemplo del combustible, se incrementan los costos variables para la empresa. Al precio de mercado vigente, se ofrecerán cantidades menores.



MERCADO DE BIENES

c) La tecnología existente:

- Cuando se producen avances tecnológicos, en general se hace más barato producir por lo cual se reducen los costos de producción. Entonces, al mismo precio de mercado que antes las empresas podrán ofrecer más bienes. Este efecto se expresa a través de un desplazamiento de la curva hacia la derecha como se observa en el siguiente gráfico.



MERCADO DE BIENES

LA DEMANDA: Teoría del consumidor:

- De acuerdo al modelo neoclásico, en la teoría del consumidor, los individuos que tienen un comportamiento *racional* buscan maximizar su satisfacción, pero se encuentran con restricciones: el ingreso que perciben, el nivel de precios vigente en la economía y que deberán pagar para adquirir los bienes, etc..
- Como supuesto específico, agregaremos que el consumidor gasta todo su ingreso, y nada más que su ingreso, en la adquisición de los bienes y servicios, es decir, los individuos no ahorran ni se endeudan. Además, como supuesto simplificador, se considerará que solo existen dos bienes en esta economía.
- Se analizará, de acuerdo a los supuestos mencionados como, en una economía de mercado, los individuos deciden asignar sus ingresos con el fin de conseguir la mejor elección posible. A este proceso se le llamará *maximización de la satisfacción o utilidad de los consumidores*. El individuo busca compatibilizar sus deseos de compra con lo que realmente puede comprar, dado su ingreso y los precios. Se supone que cuanto más pueda consumir se sentirá mejor.

MERCADO DE BIENES

- Todo demandante pretende consumir lo máximo posible sujeto a restricciones. Cuánto más alto sea su ingreso y/o más bajos sean los precios, más podrá consumir. Por lo tanto, el problema que enfrenta es escoger aquella combinación (o canasta) de bienes y servicios que le permita alcanzar su máxima satisfacción.
- El problema consiste en compatibilizar lo que el consumidor puede adquirir de acuerdo a su ingreso y los precios y lo que quiere adquirir de acuerdo a sus gustos o preferencias etc.
- ¿Qué implica que un individuo maximice su utilidad o halle su óptimo? Significa que dado los precios de los bienes A y B y su ingreso y gustos, encuentre la combinación de ambos bienes que le de más satisfacción y por lo tanto coincide lo que quiere hacer con lo que puede.
- El óptimo del consumidor, es su punto de equilibrio y como tal será una solución estable. Es decir, si no se modifican ni los precios, ni el ingreso, ni los gustos, este punto de equilibrio o la canasta elegida no cambiará. Sin embargo, un cambio en los precios de alguno de los bienes, en su ingreso, o quizás en sus gustos (por ejemplo, las modas) hará que el consumidor revea su decisión de acuerdo a las nuevas condiciones.

MERCADO DE BIENES

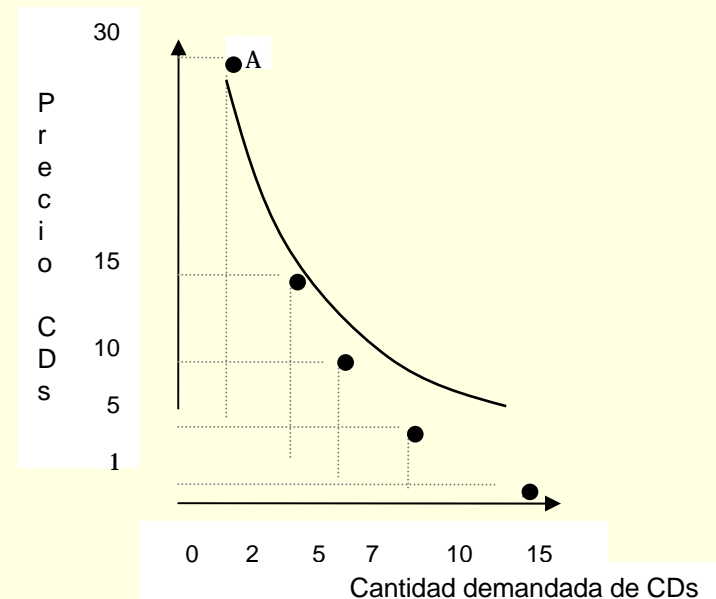
La demanda del consumidor:

- En general, la cantidad demandada de un bien aumenta cuando baja su precio y disminuye cuando este sube, siempre que se mantenga todo lo demás constante (su ingreso, el precio de los demás bienes y sus gustos).
- De esta manera se determina la **función de demanda individual** que es *la relación entre la cantidad demandada de un bien y su precio e indica la cantidad de bienes que querría adquirir el consumidor a cada uno de los precios.*
- Al aumentar un precio y si el ingreso permanece constante, en general, el consumidor deberá disminuir la cantidad demandada de ese bien dado que se ha encarecido y si el precio disminuye, en general, la cantidad demandada aumentará dada que tiene ingreso disponible para adquirir más bienes. Por lo tanto, se dice que existe una relación inversa entre el precio de un bien y las cantidades demandadas del mismo, es decir, existe una relación inversa entre estas dos variables y por lo tanto, la curva de demanda individual de un bien tiene pendiente negativa.

MERCADO DE BIENES

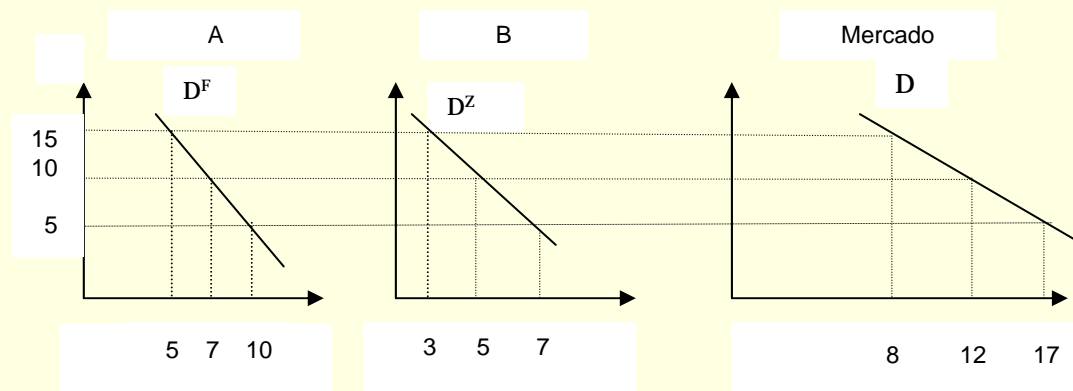
- Por ejemplo, en el siguiente cuadro se representan las diferentes cantidades demandadas de CDs para diferentes niveles de precios, suponiendo todas las demás variables constantes. Ambas columnas definen conjuntamente la función de demanda de CDs para un individuo mostrando la relación entre la cantidad demandada y el precio. Se observa que cuánto más alto es el precio, menor es la cantidad demandada o lo que es lo mismo, mayor será la cantidad demandada cuanto menores sean los precios.
- El gráfico muestra la relación presentada en el cuadro anterior, del cual se obtiene la *curva de demanda*. De esta manera, es posible obtener la cantidad demandada para cualquier nivel de precios precio.

Precio por unidad.	Cantidad demandada por el consumidor.
1	15
5	10
10	7
15	5
30	2



MERCADO DE BIENES

- *La curva de demanda muestra gráficamente la cantidad demandada de un bien para cada nivel de precios, manteniendo constante los demás factores que influyen en ella. En general, tiene pendiente negativa (es descendente), por la relación negativa que existe entre el precio de los bienes y la cantidad demandada.*
- Hasta aquí se ha deducido la demanda de un bien de un consumidor, sin embargo, a la hora de estudiar el mercado de ese bien, es necesario conocer la demanda de todos los consumidores de ese bien. **La curva de demanda de mercado** (o demanda agregada) muestra la cantidad demandada por todos los consumidores para cada nivel de precios y se obtiene como la suma de las demandas de todos los individuos para cada nivel de precios. Si se supone que solo existen dos individuos, A y B, y se conocen las demandas individuales a los diferentes precios, gráficamente, la curva de demanda del mercado se obtiene al sumar las curvas de demanda individuales en forma horizontal:



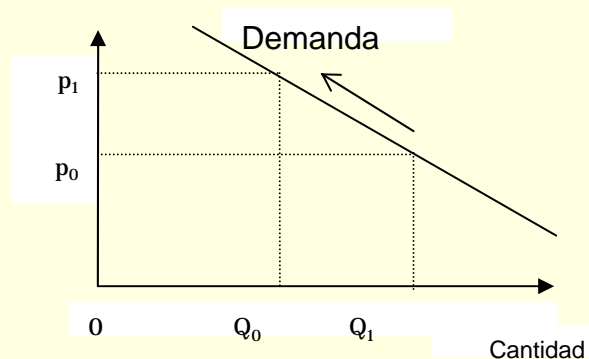
MERCADO DE BIENES

Determinantes de la curva de demanda:

- La demanda de un bien Z depende principalmente del precio del bien, del precio de otros bienes, del ingreso de los consumidores y de los gustos del consumidor. Se analizará cada uno de estos determinantes de la demanda para comprender como se desplaza la curva cuando varía alguno de éstos factores.

a) Cambios en el precio del bien Z:

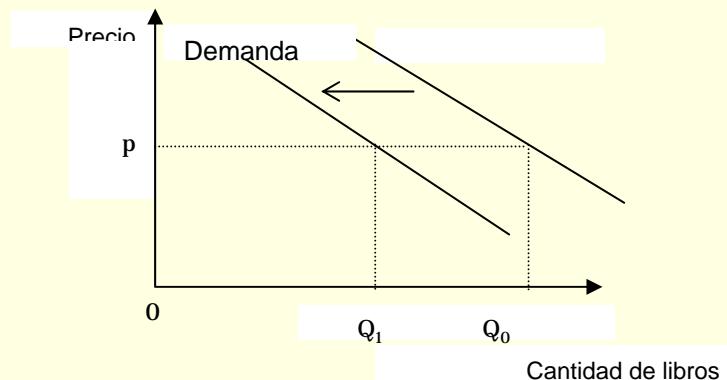
- Cuando cambian los precios del bien analizado se producen desplazamientos sobre la curva de demanda. Si todos los demás determinantes permanecen constantes, ante un aumento del precio del bien, los consumidores decidirán comprar menos y viceversa. Esto provoca un desplazamiento *sobre la curva* como el que se observa en el gráfico:



MERCADO DE BIENES

b) Cambios en el precio de otro bien:

- La cantidad demandada de un bien depende de las variaciones de los precios de los bienes relacionados con él. Por ejemplo, las variaciones de los precios de las revistas o los diarios afectarán la cantidad demandada de libros (aunque estos sigan costando lo mismo). Una caída en el precio de las revistas induce a algunos consumidores a comprar menos libros y más revistas que antes; *sustituyen* el libro por la revista. Entonces, para el mismo precio que antes, disminuye la cantidad demandada de libros.
- De acuerdo al siguiente gráfico, la nueva curva de demanda de libros se encuentra en todos sus puntos a la izquierda y abajo de la antigua. Esto refleja la caída de la cantidad demandada de libros para cada precio, provocado por la disminución del precio de las revistas.



MERCADO DE BIENES

- Aunque no se modifique el precio del bien en cuestión, el cambio en el precio de otro bien puede alterar las cantidades demandadas. En nuestro ejemplo, la demanda de libros baja porque la gente sustituirá algún libro por revistas, que ahora resultan más baratas relativamente, diremos entonces, que las revistas y los libros *son sustitutos*.
- ¿Qué hubiese pasado con la demanda de libros si hubiese caído el precio de los refrescos, o de los conciertos? En general, la variación del precio de otros bienes afectará la demanda de libros, pero no todos los cambios serán en la misma dirección. La influencia de una variación del precio de un bien en la función de demanda de otro depende de la relación que existe entre ambos, es decir, depende de que los bienes sean *sustitutos*, *complementarios* o *independientes*.
- Por ejemplo, las variaciones de los precios de alimentos como la carne vacuna y de pollo afectaran la cantidad demandada de pescado. Un aumento del precio del pollo induce a algunos consumidores a comer más pescado y menos pollo que antes; *sustituyen* en su dieta el pollo por el pescado. De la misma manera el cine puede ser un sustituto del vídeo, los taxis son sustitutos de los autobuses. En general, los bienes serán *sustitutos* si de alguna u otra forma satisfacen la misma necesidad.

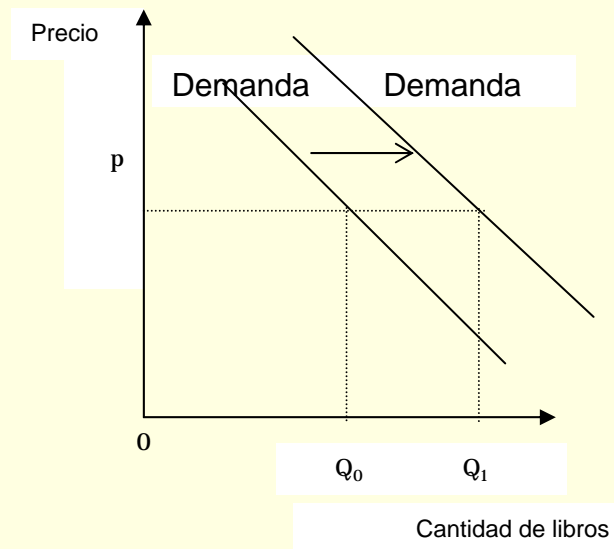
MERCADO DE BIENES

- En cambio la gasolina y los automóviles son *complementarios*, se consume uno *conjuntamente* con el otro. Cuando sube el precio de la gasolina disminuye la cantidad demandada de automóviles. Gráficamente supone un desplazamiento de la curva de demanda de automóviles hacia la izquierda, de forma que aunque los autos sigan costando lo mismo la cantidad demandada caerá.
- Cuando el consumo de uno de los bienes no está asociado, ni de forma complementaria ni sustituta, al consumo del otro se trata de bienes *independientes*. Es decir se consumen *independientemente* uno del otro. Tal es el caso del pollo y la gasolina, un aumento en el precio de la gasolina no tendrá ningún impacto sobre la cantidad demandada de carne de pollo, o una disminución del precio de los conciertos no afectará en nada a la demanda de libros, por lo tanto la curva de demanda de estos permanecerá inalterada.
- ***Los bienes son sustitutos si al aumentar el precio de uno de ellos eleva la cantidad demandada del otro cualquiera sea su precio puesto que satisfacen la misma necesidad. Los bienes son complementarios si la subida del precio de uno de ellos reduce la cantidad demandada del otro, porque se consumen juntos. Por último, los bienes son independientes si la subida del precio de uno de ellos no altera la cantidad demandada del otro, ya que no tienen ningún tipo de asociación.***

MERCADO DE BIENES

c) Cambios en el ingreso:

- Si se supone ahora, que aumenta el ingreso del consumidor, permaneciendo constantes sus gustos y el precio de todos los bienes. En esta situación podrán adquirir canastas con mayor cantidad de al menos un bien o lo que es lo mismo, que le den más satisfacción.
- En términos de la demanda de libros significaría un aumento de la cantidad demandada para cada nivel de precios, es decir, ante un incremento del ingreso la curva de demanda se desplaza hacia la derecha: al mismo precio que antes se demandará mayor cantidad:



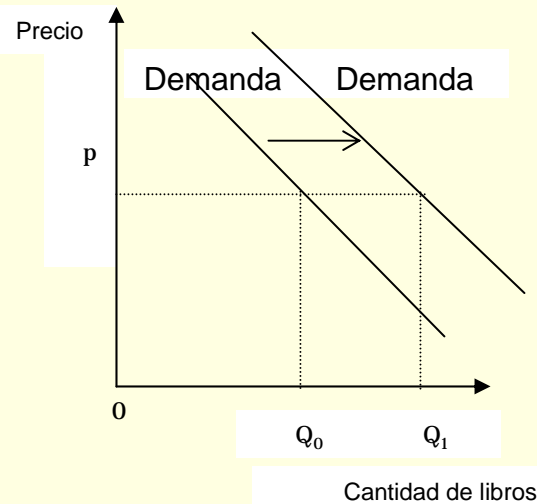
MERCADO DE BIENES

- Pero, ¿siempre que aumente el ingreso se demandará más de todos los bienes?. Esto depende del tipo de bien. Así, los clasificaremos, en una primera instancia, en normales o inferiores, según cómo se modifica su cantidad consumida ante un cambio en el ingreso. Un bien normal es aquel cuya cantidad demandada a cada uno de los precios aumenta cuando aumenta el ingreso y un bien inferior es aquel cuya cantidad demandada disminuye cuando aumenta el ingreso.
- ¿Qué bienes son inferiores? Cuando aumenta el ingreso, los consumidores tienden a consumir bienes de mayor calidad, entonces, asociamos a los bienes inferiores, en el sentido económico, con aquellos para los que existe una alternativa de mayor calidad o conveniencia. Por ejemplo, como medio de transporte el ómnibus sería un bien inferior dado que cuando aumenta el ingreso los individuos generalmente utilizan su propio auto, o se transportan en taxis.
- En el caso de los bienes normales, un aumento del ingreso eleva la cantidad demandada a cada uno de los precios, este cambio se representa gráficamente como un desplazamiento de la curva de demanda hacia la derecha. Si se trata de bienes inferiores, el aumento del ingreso de los consumidores desplaza la curva de demanda hacia la izquierda, ya que la cantidad demandada es menor a cada uno de los precios.

MERCADO DE BIENES

d) Cambios en los gustos:

- Este tipo de cambio está asociado con alteraciones en las preferencias del consumidor o en las modas. Por ejemplo, si por algún motivo un bien se hace más deseable o preferible por los consumidores, aumentará la cantidad demandada de este bien y por lo tanto, para cada nivel de precios se demandará una cantidad mayor del bien. Gráficamente esto se representa de la siguiente manera:



En resumen, cuando cambia algún determinante de la demanda, excepto el precio, se produce un corrimiento de la curva. Se dice que la demanda aumenta (o disminuye) cuando aumenta (o disminuye) la cantidad demandada dado el precio de mercado.

MERCADO DE BIENES

Relación entre oferta y demanda: el equilibrio parcial:

- Una vez analizados los comportamientos de oferta de las empresas y demanda de los consumidores, se tratará de visualizar los mecanismos por los que ambos coordinan sus decisiones.
- Las curvas de demanda y oferta son instrumentos que permiten predecir cómo afectarán a la producción y al consumo los cambios que surjan de las múltiples decisiones tomadas por los agentes y de los diversos acontecimientos que puedan afectarlos. Todo el análisis se centra en la relación entre las curvas de oferta y demanda; a través de ese esquema se deciden las cantidades transadas y los precios de la mayoría de los miles de bienes y servicios de la economía. En cualquier mercado, cuando se ponen en contacto los consumidores y los productores con sus respectivos planes de consumo y producción, es decir, con sus respectivas curvas de demanda y oferta, puede visualizarse cómo se lleva a cabo la coordinación de ambos tipos de agentes.

MERCADO DE BIENES

- Examinado el comportamiento de la demanda, se deduce que si se desea que aumenten las compras de libros, el precio debe disminuirse. Del estudio de la oferta se desprende que si se desea aumentar la cantidad de libros ofrecidas en el mercado, el precio debe subir. Pero ¿hasta dónde pueden llegar los precios o qué cantidad se producirá y consumirá en cada precio? Ni sólo la curva de demanda ni sola la curva de oferta da la respuesta. Para ello se debe realizar un estudio conjunto de ambas curvas.
- Un mercado está en equilibrio cuando para un determinado precio la cantidad que están dispuestos a demandar los demandantes (la cantidad demandada) y la que cantidad que están dispuestos a ofrecer los oferentes (la cantidad ofrecida) coincide. A ese nivel de precio se le denomina precio de equilibrio.
- Dado el precio de equilibrio, cuando el precio es inferior hay un exceso de demanda (escasez), lo que tiende a elevarlo. Cuando es superior, hay un exceso de oferta (excedente) y ello tiende a bajarlo. Entonces, en un mercado libre, los precios tienden a desplazarse hacia el nivel de equilibrio.
- El mecanismo de ajuste de los mercados está dado por el movimiento de los precios. En un mercado que funciona de esta manera, según la teoría neoclásica, no es posible sostener situaciones permanentes de desequilibrio: los precios reaccionarán instantáneamente para resolver las deficiencias o excesos en las cantidades del mercado.

MERCADO DE BIENES

- Ahora bien, una vez hallado el precio de equilibrio, éste se mantiene en tanto no se altere ninguno de los factores determinantes de la curva de oferta y los que constituyen la curva de demanda.
- Cuando varían los elementos que determinan la demanda o la oferta, éstas se desplazan y se altera el equilibrio de mercado del precio y de la cantidad. Es preciso aclarar que el análisis siempre se realiza considerando la modificación de un solo factor a la vez, *dejando todo lo demás constante*.
- En el caso de la oferta, podría haber cambiado la tecnología o los precios de los factores, produciendo un desplazamiento de la curva de oferta. En el caso de la demanda, si ha variado uno de los elementos que influyen en la demanda de los consumidores: los ingresos, la población, los precios de los bienes afines o los gustos, se desplaza la curva de demanda. El análisis de los instrumentos de la oferta y la demanda puede hacer más que indicar el precio y la cantidad de equilibrio, también puede utilizarse para predecir la influencia de los cambios en las condiciones económicas sobre los precios y las cantidades.

MERCADO DE BIENES

ANÁLISIS DE EQUILIBRIO PARCIAL EN UN MERCADO COMPETITIVO

- El mercado del producto **Z** es competitivo si se cumplen una serie de SUPUESTOS:
 - En primer lugar, tanto *las empresas productoras como los demandantes de Z son precio-aceptantes*. Es decir, las empresas y los demandantes creen que el precio de **Z** nunca se verá afectado por sus decisiones.
 - En segundo lugar, existe *un único precio de venta de cualquier unidad del bien*, lo cual requiere lo siguiente:
 - i. El bien **Z** a la venta no puede diferenciarse. Por ello, nadie comprará a una empresa si puede comprar a otra empresa a un precio menor.
 - ii. Los compradores tienen información perfecta sobre los precios que los distintos productores ponen al bien **Z**.
 - iii. Los productores tienen información perfecta sobre los precios que los compradores están dispuestos a pagar.

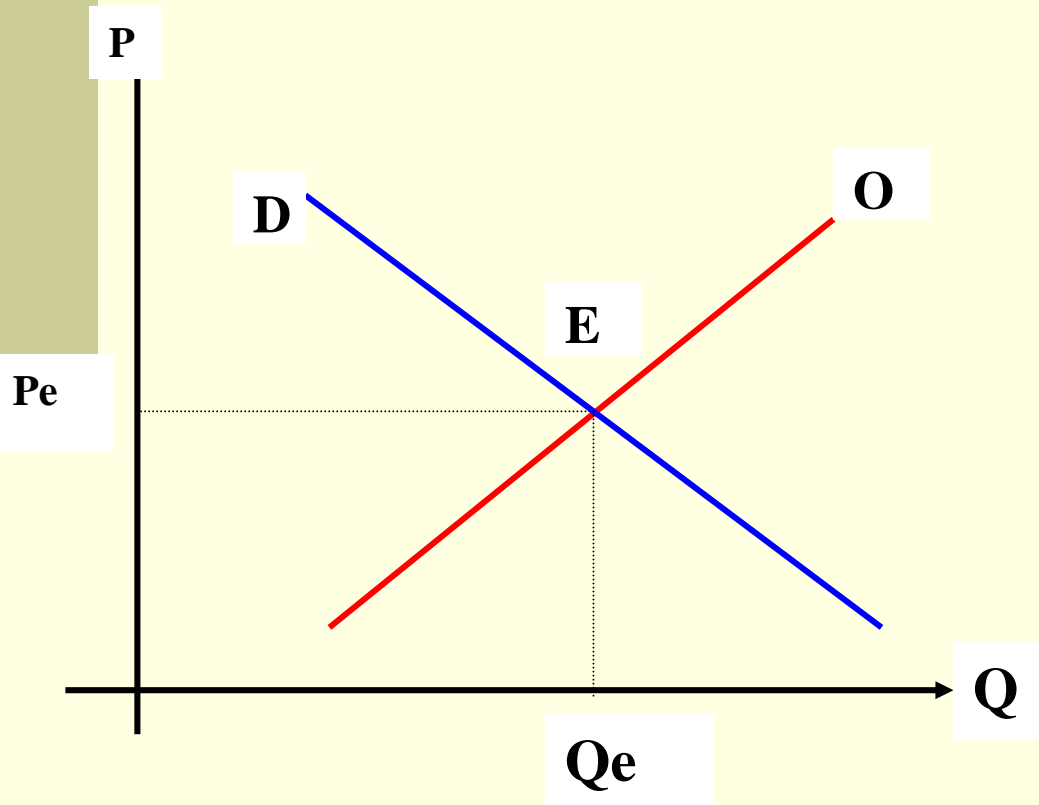
MERCADO DE BIENES

- Los SUPUESTOS anteriormente señalados, derivan de los supuestos de la **COMPETENCIA PERFECTA**:
 - **ATOMICIDAD**: agentes numerosos de importancia infinitesimal, sus acciones son despreciables y no modifican las condiciones de mercado.
 - **LIBRE MOVILIDAD**: no hay obstáculos artificiales ni institucionales que impidan la entrada o salida de los agentes al mercado en cuestión.
 - **HOMOGENEIDAD**: los bienes y factores son idénticos o no diferenciados o especializados.
 - **TRANSPARENCIA**: conocimiento perfecto por todos los agentes de todas las oportunidades, precios, características y resultados presentes y futuros de las acciones; información completa y ausencia de incertidumbre.

Los supuestos que definen un mercado competitivo son muchas veces poco realistas. Sin embargo, tiene interés analizar este tipo de mercados porque son sencillos, se aproximan a muchos mercados reales y porque además constituyen una situación 'ideal'.

MERCADO DE BIENES

- **Representación Gráfica del Equilibrio Competitivo en un Mercado de Bienes de Consumo**: se representa a través de la intersección de las curvas de oferta y demanda (**FIGURA 1**):

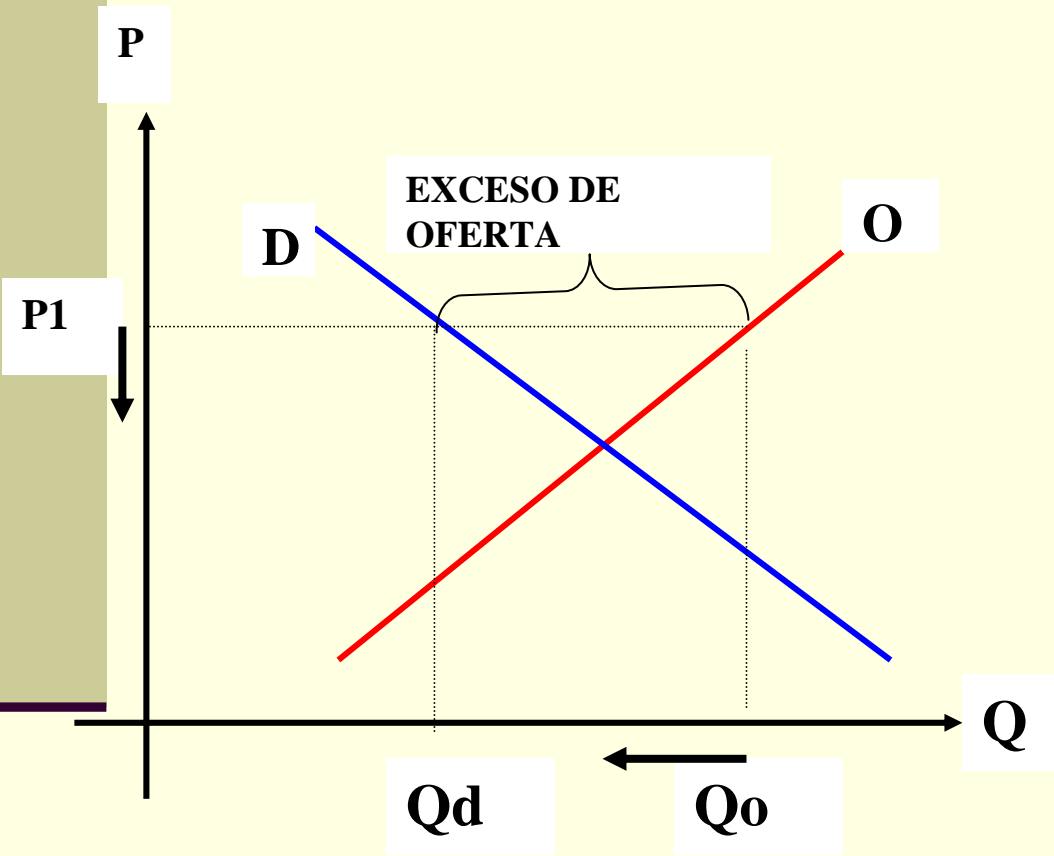


- En un equilibrio, todos los agentes actúan óptimamente, y oferta y demanda *agregadas* coinciden.
- La demanda expresa el comportamiento conjunto de los consumidores, donde cada uno realiza una elección óptima (cantidad demandada) a cada precio alternativo.
- La oferta revela las cantidades del bien de consumo que las empresas en conjunto desearán producir de forma de maximizar sus beneficios a los distintos precios del bien.

MERCADO DE BIENES

- En el punto **E** (**Pe, Qe**) se compatibilizan las decisiones de oferentes y demandantes y se vacía el mercado (se vacía un mercado cuando el exceso de demanda es nulo).
- A cualquier precio distinto del de equilibrio, las decisiones de algunos agentes son inviables, es decir, algunos oferentes o algunos demandantes no estarían realizando elecciones óptimas y, por lo tanto, se verían obligados a cambiarlas.
- El precio de equilibrio de un mercado competitivo es igual a la valoración que hacen los demandantes de esa unidad y éste es exactamente igual al costo marginal de producirla. Por tal motivo se dice que la asignación de recursos que hace el mercado competitivo es eficiente en el sentido de Pareto; porque no es posible mejorar el bienestar de algún grupo (compradores o vendedores) sin empeorar el del otro.

MERCADO DE BIENES



- Si pensamos en precio por arriba del equilibrio, la cantidad ofrecida siempre es mayor que la demandada, por lo tanto se dice que hay un exceso de oferta. Los oferentes no están satisfechos porque no pueden vender todo lo que quisieran, si quieren deshacerse de las unidades que les sobran deben bajar los precios hasta el punto E donde ya no existe el exceso. Por ese motivo, es común observar que se tiré café en Brasil, o naranjas y limones en Uruguay para que esta presión a la baja de los precios no opere.

MERCADO DE BIENES

Resumiendo:

- $(Q_d - Q_o) = 0$; **Mercado en Equilibrio**
- $(Q_d - Q_o) > 0$; **Exceso de Demanda**; aquí se asume que hay fuerzas que empujan el precio al alza
- $(Q_d - Q_o) < 0$; **Exceso de Oferta**; hay precios que mueven el precio a la baja.

MERCADO DE BIENES

Incidencia de los impuestos:

- Hasta el momento, se ha analizado la economía de un modo simplificado, sin considerar la intervención del Estado. Pero en la realidad ninguna economía funciona sin éste. El Estado determina el marco legal a que se atienen las normas básicas de la propiedad y el funcionamiento de los mercados y así regula la conducta económica de todos los agentes. Además, provee a las sociedades de bienes como carreteras, alumbrado, administración de los asuntos públicos; a veces, también vende bienes y servicios en competencia con empresas privadas; realiza transferencias a los individuos, como las prestaciones de la Seguridad Social y el seguro de desempleo. Todas estas actividades del Estado implican gastos y se requiere dinero para cubrirlos el cual proviene de fuentes como los impuestos.
- Al establecer impuestos, el Estado decide de qué manera van a extraerse los recursos necesarios de las familias y de las empresas del país. Lo recaudado por medio de los impuestos permite transferir recursos de modo que se conviertan en nuevo consumo e inversión. Los gobiernos gravan, es decir determinan impuestos, sobre una amplia variedad de bienes, servicios y transacciones.

MERCADO DE BIENES

- De acuerdo a la naturaleza del gravamen existe una clasificación que divide a los impuestos en indirectos y directos. Los impuestos indirectos gravan bienes y servicios, y por lo tanto, no se dirigen a una persona determinada sino a cualquier persona que consuma o que realice alguna actividad productiva. Ejemplo: el impuesto al valor agregado, IVA. Los impuestos directos gravan directamente a individuos o empresas. Se trata de impuestos sobre los ingresos de las personas físicas, sobre las herencias o sobre las donaciones. En el caso de nuestro país el ejemplo más claro de impuesto directo es el Impuesto a las Retribuciones Personales, IRP.
- El análisis de la oferta y la demanda constituye un mecanismo útil para comprender cómo afectan los impuestos a los precios y las cantidades de equilibrio. Además, ayuda a disipar el mito de que la carga de los impuestos recae principalmente en la parte que los paga directamente.

MERCADO DE BIENES

- Supongamos el mercado de zapatos: precio de equilibrio: \$10, cantidad de equilibrio: 5 pares de zapatos. Si las empresas trasladan el impuesto a los precios, el precio que enfrentarán los compradores será, por ejemplo, de \$12. En este caso, el dinero que efectivamente quedará en manos del vendedor tras el pago del impuesto, será \$10 y es este precio el que considera a la hora de tomar su decisión de cuánto ofrecer.
- El problema en este caso es que, a un precio de \$12 los compradores estarían dispuestos a comprar sólo 3 pares (y no 5 como antes). Sin embargo, los vendedores siguen ofreciendo 5 pares de zapatos a un precio de \$12 (ya que están pensando en el neto que recibirán que es \$10). En esta situación, en que la empresa intenta trasladar todo el monto del impuesto al precio, no encontramos ningún equilibrio. En este ejemplo, el equilibrio se encontrará, por ejemplo, en un precio de \$11 dado que la cantidad demandada a este precio es 4 pares y la cantidad ofrecida también será 4, dado que para la oferta se considera el precio neto que en este caso es \$9.
- En definitiva, cayeron las cantidades transadas (de 5 a 4 pares) y el precio que recibe el vendedor (de \$10 a \$9). Por su parte, aumentó el precio que paga el consumidor (de \$10 a \$11). **Por lo general, la introducción de un impuesto, tiene como efecto final la caída de las cantidades de equilibrio de mercado y la del precio que recibe el productor y el aumento del precio que pagan los consumidores.** De acuerdo a este análisis, la carga impositiva se distribuyó equitativamente entre consumidores y empresas. No obstante, esto no necesariamente se cumple para todos los casos ya que depende de cuán sensibles sean la oferta o la demanda a las variaciones de precio.

MERCADO DE BIENES

Estructuras de Mercado:

Cantidad de oferentes	Cantidad de demandantes		
	Uno	Pocos	Muchos
Uno	Monopolio bilateral	Monopolio parcial	Monopolio
Pocos	Monopsonio parcial	Oligopolio bilateral	Oligopolio
Muchos	Monopsonio	Oligopsonio	Competencia perfecta

MERCADO DE BIENES

Características	Competencia Perfecta	Monopolio	Oligopolio	Competencia Monopolística
Número de productores	muchos	uno	pocos	muchos
Tipo de bien	homogéneo	único (sin sustitutos)	homogéneo o diferenciado	diferenciado
Grado de control del precio	nulo	total	alguno	alguno
Barreras a la entrada	no	si	pueden existir	no

MERCADO DE BIENES

- Desde el punto de vista de la cantidad de demandantes, los mercados más conocidos son el monopsonio y el oligopsonio. La terminación “sonio” indica que estamos haciendo referencia al lado del comprador en el mercado, “mono” que hay uno solo y “oligo” que hay unos pocos.
- Por ejemplo los productores de leche de Salto se enfrentan básicamente a un solo comprador de su producción: INLACSA, por lo tanto estaríamos frente a un monopsonio. Sin embargo, en San José los productores pueden vender su leche a Conaprole, o alguna otra empresa más pequeña, por lo cual podemos decir que es un oligopsonio. Otro ejemplo de monopsonio es el de ANTEL cuando compra cable de cobre o postes para la telefonía fija. En este caso se trata de un único comprador enfrentado a muchos proveedores. Por su parte, cuando los grandes supermercados compran hortalizas a los productores rurales, nos encontramos en un oligopsonio.

MERCADO DE BIENES

- Desde el punto de vista de los oferentes, la teoría económica define cuatro tipos básicos de mercado: *competencia perfecta*, *monopolio*, *oligopolio* y *competencia monopolística*. Ello permite analizar y predecir cómo los agentes económicos se comportarán en cada uno de ellos. Estas estructuras de mercado se definen a partir de cuatro características:
 - Número de productores que hay en el mercado
 - Tipo de bien (homogéneo o diferenciado).
 - Grado de control del precio por parte de la empresa.
 - Existencia de barreras a la entrada.

MERCADO DE BIENES

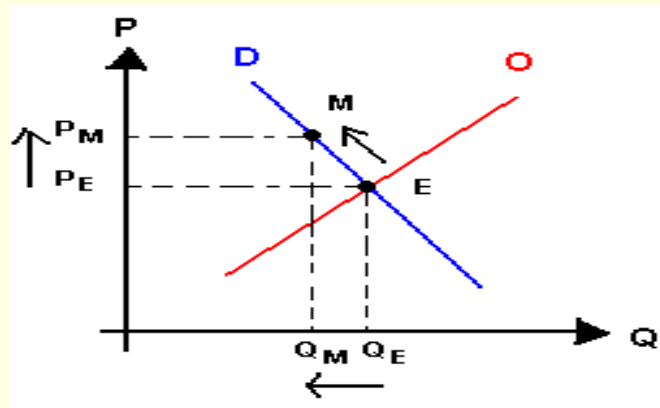
- **Bienes diferenciados:** bienes que los consumidores consideran de algún modo como sustitutos pero que presentan ciertas características que los distinguen respecto de los demás. Es el caso de los bienes ofrecidos en los mercados de competencia monopolística, como el mercado de las bebidas cola: Coca Cola, Pepsi Cola, Nix, etc. En el mercado de competencia perfecta o competitivo muchos productores ofrecen un bien idéntico, denominado en general, bien homogéneo. Esta suele ser la estructura predominante en algunos productos agrícolas; por ejemplo: el trigo, los tomates, las lechugas, entran dentro de esta categoría de bienes homogéneos. Por su parte, el monopolio es un caso extremo, en el cual existe un único productor de un bien o un servicio, que no tiene sustitutos. Como ejemplos encontramos: la transmisión de electricidad, el transporte de gas y agua, el cableado de teléfonos, etc.
- En la competencia perfecta, la cantidad de bienes que una empresa ofrece en el mercado no afecta el precio del bien. En los otros tipos de mercado, la cantidad de bienes que una empresa ofrece afecta de manera significativa el precio de mercado, por lo que se dice que esa empresa tiene **poder de mercado**. Se denomina poder de mercado a la capacidad que tiene la empresa para influir en el precio de mercado.
- ¿Qué determina el número de empresas existentes en un mercado?: En el largo plazo, depende de la existencia de determinadas condiciones que desestimulan la entrada de nuevas empresas al mercado. Estas condiciones se denominan **barreras a la entrada**. Por ejemplo: economías de escala en la producción, superioridad tecnológica, control de los recursos necesarios para la producción y restricciones impuestas por las normas establecidas por el gobierno. Cuando existen estas barreras, los mercados tienden a ser monopolios u oligopolios; cuando no existen, los mercados tienden a ser perfectamente competitivos o monopolísticamente competitivos.

MERCADO DE BIENES

- **Mercado competitivo:** oferentes o demandantes asumen o creen que el precio de mercado esta dado y que sus acciones no lo afectan.
- **Mercado monopólico:** mercado caracterizado por la existencia de una única empresa que es oferente de un bien que no tiene sustitutos cercanos.
- **Mercado oligopólico:** estructura de mercado intermedia entre el monopolio y la competencia, donde existen pocas empresas en el mercado y se da la posibilidad de que existan comportamientos estratégicos de las mismas.
- **Monopolio vs. Competencia Perfecta: el poder de mercado:** Por controlar la única empresa en el mercado, el monopolista puede ejercer poder de mercado, es decir, determinar la cantidad que es ofrecida en el mercado y, por este medio, puede influir en el precio del bien. Produciendo poca cantidad de bienes el monopolista logra precios altos y ganancias importantes.

MERCADO DE BIENES

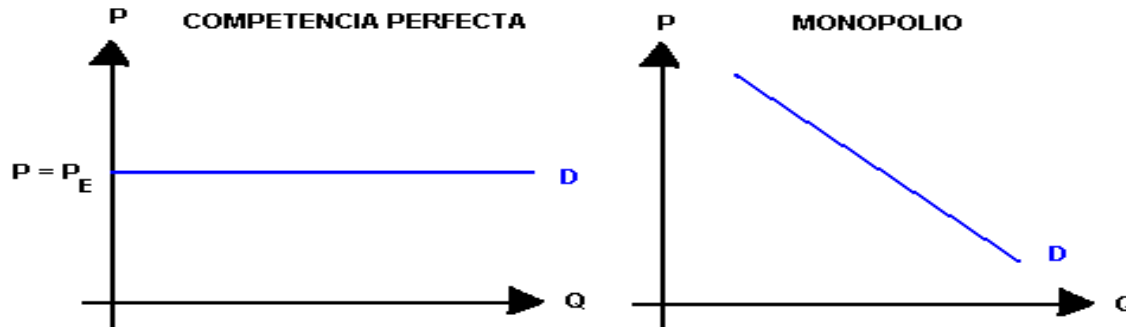
- En un mercado de competencia perfecta, las curvas de oferta y demanda se cortan en el punto E, determinando la cantidad y precio de equilibrio en el mercado: Q_E y P_E . En un mercado monopolístico, la empresa monopolista, al ser la única oferente del bien que produce, puede reducir la cantidad ofertada del mismo, por ejemplo hasta Q_M . Trasladándonos sobre la curva de demanda hasta el punto M, encontramos que la empresa monopolista podrá vender esa cantidad de producto al precio P_M , superior al que corresponde al caso de competencia perfecta. De esta forma, el monopolista ve aumentado su beneficio. Nótese que este poder no existe en el caso de la competencia perfecta, puesto que al haber muchos oferentes del bien, el hecho de que uno de ellos reduzca la cantidad del bien que ofrece en el mercado, no afecta en forma significativa la cantidad ofrecida de dicho bien a nivel global, por lo que tampoco tiene efectos sobre el precio. Esto significa que la empresa perfectamente competitiva es precio-aceptante, enfrentando una curva de demanda perfectamente elástica.



MERCADO DE BIENES

- El oferente individual de un mercado competitivo puede vender su producto al precio P_E determinado en el mercado, sin importar qué cantidad ofrezca individualmente. Esto es lo que le ocurre a Uruguay en el mercado internacional de lana ovina: la producción de lana ovina uruguaya es tan pequeña en comparación con las cantidades comerciadas en el mercado internacional de lana que no podemos influir en el precio internacional aun cuando no exportemos o exportemos la totalidad de la producción nacional. En cambio, en el caso de una empresa monopolista, el precio al cual puede vender su producto depende de la cantidad que ofrezca en el mercado (nótese que al ser el único oferente en el mercado, la demanda de mercado coincide con la que enfrenta la empresa monopolista y su oferta individual constituye la oferta de mercado).

CURVA DE DEMANDA QUE ENFRENTA UN OFERENTE INDIVIDUAL



MERCADO DE BIENES

- **¿Por qué existen los monopolios?:** Uno podría pensar que si las empresas monopolistas obtienen beneficios mayores otros empresarios querrían invadir su mercado para obtener también mayores beneficios. Sin embargo, en los mercados monopólicos existen barreras a la entrada. Esto significa que existe algún tipo de impedimento que frena la entrada de nuevas empresas a estos mercados como son las economías de escala en la producción (actividades donde no es posible producir en pequeña escala), la superioridad tecnológica (actividades donde es necesario tener un desarrollo tecnológico difícil de lograr para las demás empresas), el control de recursos necesarios para la producción (por ejemplo, la localización geográfica o el control de un recurso, como el petróleo) y las restricciones impuestas por las normas legales (por ejemplo, la concesión de un parador en la playa):
- Las *economías de escala*: Los monopolios surgen en mercados donde los costos fijos (es decir, aquellos que no dependen de la cantidad producida por la empresa) son muy altos. Esto hace que la manera menos costosa de abastecer este mercado sea concentrando la producción en una única empresa, y el monopolio resultante se denomina **monopolio natural**. Ejemplos: agua, gas por cañería, etc. En Uruguay los monopolios naturales son de propiedad estatal. En otros países ha existido una tendencia a la privatización, pasando a ser el tema central la regulación de dichos monopolios naturales en manos privadas.

MERCADO DE BIENES

- La *superioridad tecnológica*: Pueden surgir monopolios en mercados donde una empresa mantenga una brecha tecnológica sostenida sobre sus competidores potenciales. Sin embargo, la superioridad tecnológica no siempre funciona como una barrera a la entrada a un mercado, o lo hace sólo por un período corto, dado que eventualmente los competidores pueden imitar la tecnología del líder o mejorar la propia mediante mayor investigación.
- El *control de los recursos necesarios para la producción*: Cuando un monopolista controla un recurso o un factor productivo crucial para una industria puede evitar que otras empresas entren en el mercado. Un ejemplo posible es el del agua mineral natural embotellada. Si una empresa es dueña del lugar donde está el manantial de agua, el control exclusivo del recurso natural la convierte en monopólica. A pesar que para muchos consumidores el agua potable gasificada puede ser un sustituto perfecto de la anterior, en general podemos decir que no tiene sustitutos satisfactorios.
- Las *restricciones impuestas por el Estado*: En muchos casos es el Estado quien impone monopolios. Las licencias o concesiones estatales evitan la existencia legal de otras empresas. Por ejemplo, en la concesión para la construcción de un puente o para el mantenimiento de una carretera, o para la recolección de basura, el Estado otorga, a través de una licitación, la explotación exclusiva a una empresa. En otros casos, legalmente se otorga la explotación a una empresa pública, como por ejemplo ANCAP en la refinería de petróleo.

MERCADO DE BIENES

- **Prevención del monopolio:** Debido a que una empresa en situación de monopolio produce menos productos que lo que haría una empresa en competencia perfecta y lo hace a un precio mayor, el monopolio es el tipo de mercado que menos favorece a los consumidores, por eso las políticas públicas tienden a favorecer la competencia en los mercados y a evitar la formación de monopolios. Las políticas gubernamentales creadas para evitar los monopolios se conocen como políticas *antitrust* o políticas antimonopolios. La legislación antimonopolio permite fomentar la competencia de varias formas, impedir la fusión de grandes empresas, dividir empresas o impedir a las empresas coordinar actividades de forma que reduzcan la competencia en los mercados.
- La excepción son los **monopolios naturales**. Cuando existe un monopolio natural en relación a un bien que es esencial para la población, la teoría económica acepta que es conveniente que la producción sea realizada por el Estado o sea regulada en forma muy estricta por el mismo. El Estado suele utilizar las empresas públicas para proporcionar el bien y proteger el interés general. Es el caso de ANTEL, UTE, OSE, en Uruguay. La ventaja de este tipo de monopolios públicos es que la fijación de precios se basa en la búsqueda del bienestar general y no sólo en la obtención de los mayores beneficios para la empresa. Por lo tanto, se tratará de que la mayor parte de la población acceda al bien y que el precio promedio sea menor al que fijaría un monopolista privado. Sin embargo, la experiencia ha mostrado que este tipo de empresas públicas no son fáciles de gestionar porque, por un lado, tienen el doble objetivo de buscar el bienestar general e intentar lograr ganancias al mismo tiempo, y por otra parte, suelen estar sujetas a los intereses políticos de cada gobierno.

MERCADO DE BIENES

- La respuesta que se ha encontrado a este problema es monopolios naturales privados pero con precios regulados por parte del Estado. En nuestro país, un ejemplo de esto es la distribución de gas por cañería. El objetivo del regulador es lograr un equilibrio entre el bienestar de los consumidores, que quieren pagar precios bajos, y el de las empresas, que quieren obtener beneficios. Una política muy usada es fijarle los precios a la empresa de tal manera que ésta obtenga una tasa de rendimiento predeterminada. La dificultad general que existe es que el regulador no conoce la estructura de costos de la empresa y ésta no tiene incentivos en mostrarla. Las divergencias de información entre la empresa y el Estado son las que dificultan cualquier tipo de regulación. De hecho, el regulador puede terminar fijando precios muy altos obteniendo la empresa beneficios extraordinarios, o precios muy bajos teniendo la empresa incentivos a brindar servicios de mala calidad. Por otra parte, puede haber problemas grandes en la negociación, si las empresas resultan ser muy poderosas, por los capitales que poseen o por el producto que controlan, y los gobiernos relativamente débiles. Por eso, en muchos casos, se promueve la creación de empresas mixtas con participación de capitales privados y capitales públicos.
- En general, se pueden conceder derechos especiales para monopolios públicos o privados vinculados a servicios de interés general. Sin embargo estos derechos no deben ir más allá de lo necesario para el desempeño del servicio. Los monopolios no justificados en el interés general llevan en la mayoría de los casos a precios altos, escasa calidad y rezagos en términos de innovación e inversión

MERCADO DE BIENES

- **OLIGOPOLIO:** El oligopolio se distingue del monopolio y la competencia perfecta por la interdependencia entre las acciones de las distintas empresas que lo conforman. El oligopolio es un mercado en el cual la mayoría de las ventas son realizadas por unas pocas empresas, cada una de las cuales es capaz de influir en el precio de mercado con sus propios actos. Dichas empresas en general se dan cuenta que sus beneficios podrían crecer si realizan acuerdos con sus rivales. A estos acuerdos (explícitos o tácitos) que tienen como objetivo aumentar su poder de mercado, se les denomina **colusión**.
- En el caso que el acuerdo se realice en forma explícita o institucionalizada se le denomina cártel siendo el caso más conocido el de la OPEP (Organización de Países Exportadores de Petróleo: países de Oriente Medio e Indonesia, Nigeria y Venezuela), creada en 1960 pero con funcionamiento activo desde 1973, ya que a partir de ese año operó un acuerdo de fijación de precios entre los miembros. Dicho cártel representaba aproximadamente el 56% de la producción mundial en 1973, el resto de la producción estaba en productores más pequeños (Estados Unidos, Unión Soviética, Noruega, México y Gran Bretaña). Sin embargo, en 1973 la OPEP actúa como una gran empresa dominante que puede fijar el precio de mercado.

MERCADO DE BIENES

- Por último, existen acuerdos tácitos por razones históricas, en los cuales se respeta al rival, al menos de modo implícito. Cualquiera sea el tipo de acuerdo, los objetivos en general son: disminuir la producción y/o subir el precio, disminuir el gasto en publicidad, fijar el nivel de calidad, delimitación de territorios, etc. Por ejemplo, hasta los años 30, fecha en que fue declarado ilegal este tipo de acuerdos, las grandes empresas químicas mundiales tenían un acuerdo de reparto del mercado, así ICI vendía en Gran Bretaña y los países de la *Commonwealth*, las empresas alemanas vendían en Europa y Du Pont en el mercado americano. En Uruguay existió un acuerdo territorial entre la fábrica de Pórtland Artigas que distribuía al norte del Río Negro y la fábrica de ANCAP que distribuía al sur del Río Negro.
- Aunque la colusión tácita es habitual, es raro que pueda fijar precios tan altos como los del monopolio. En general, se observa que los acuerdos son poco estables en el tiempo. Sin embargo, existen ciertos factores que los hacen más duraderos:
 - La existencia de un sistema legal que permita la realización de acuerdos explícitos, porque en el caso de violación del acuerdo es muy fácil tomar represalias. Cuanto mayor sea el castigo, menores son los incentivos a desviarse del mismo.
 - La existencia de pocas empresas, porque es más fácil tanto ponerse de acuerdo como detectar las violaciones.
 - La existencia de barreras a la entrada, porque éstas evitan nuevos competidores, los cuales si entraran provocarían una reducción del precio y por lo tanto eliminarían el poder de mercado de las empresas que coluden.

MERCADO DE BIENES

- **COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA:** Este tipo de estructura de mercado se caracteriza por la existencia de muchas empresas que compiten entre sí, pero que producen productos diferenciados. Este tipo de mercados no se parece ni a un monopolio, donde la empresa no tiene competidores, ni a un oligopolio, donde cada empresa tiene unos pocos rivales.
- La competencia monopolística es muy frecuente en los servicios, por ejemplo en los restaurantes, las peluquerías, las estaciones de servicio, etc. Hay muchos bares, pero no son lo mismo los panchos de La Pasiva que los de cualquier otro lugar, existe diferenciación en el producto. Esta diferenciación del producto otorga algún poder de mercado, esto es alguna capacidad para fijar su propio precio. El precio máximo que puede fijar estará limitado por la competencia que le hagan los productores de bienes cercanos, aunque no idénticos.

MERCADO DE BIENES

- **DISCRIMINACIÓN DE PRECIOS:** Es común que, a menudo las empresas no cobren los mismos precios a todos los consumidores. Cuando esto ocurre, esto es cuando se cobran precios distintos a consumidores diferentes, estamos frente a lo que se llama discriminación de precios.
- Tanto los monopolios, como los oligopolios o los mercados donde hay competencia monopolística pueden implementar la discriminación de precios, ya que tienen poder de mercado.
- Un ejemplo de esto es lo que sucede con los precios de las entradas de cine o de teatro, existiendo precios diferentes según edades. También existe discriminación de precios en las entradas al Estadio Centenario, donde el precio cobrado a las mujeres es menor al cobrado a los hombres.
- Resulta rentable discriminar precios cuando los consumidores se diferencian entre sí en su sensibilidad ante el precio. Esto implica que para el monopolista es más beneficioso cobrar precios altos a los consumidores con menor elasticidad de la demanda.

MERCADO DE BIENES

- **ACUERDOS QUE RESTRINGEN LA COMPETENCIA:**
- **Acuerdos Horizontales:** Se trata de conductas que pueden desarrollar empresas rivales con el objetivo de no competir entre sí:
 - Acuerdos de precios
 - Asignación de clientes o de mercados
 - Restricciones a la producción y/o a la venta
- **Acuerdos Verticales:** Son conductas que pueden desarrollar empresas no rivales que se encuentran en diferentes etapas del proceso de producción:
 - Fijación de precios de reventa
 - Trato exclusivo
 - Territorios exclusivos
 - Ventas atadas o condicionadas.
- **Fusiones:** Las fusiones entre empresas tienen generalmente un impacto positivo en los mercados, permiten lograr sinergias, desarrollar nuevos productos, reducir costos e impactar positivamente en términos de calidad y precio hacia los consumidores. Sin embargo, las fusiones que impliquen abuso de posición dominante son prohibidas en muchas legislaciones.