

DE LA COMPETENCIA PERFECTA A LA COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA

Los mercados de bienes agrícolas son mercados de competencia perfecta sujetos a las leyes de la oferta y la demanda. Una estrategia factible para influir en el precio es tratar de diferenciar los productos para que el consumidor acepte que le compensa pagar más por un producto diferenciado que por otro que no lo está. Para lograr la diferenciación de su producto los productores de patatas las envasaban con distintas categorías en función de sus características o de las zonas geográficas de procedencia (patata para freír, pata para cocer, patata gallega,...). No todas las estrategias de diferenciación tienen éxito, pero si se logra, el resultado compensará sobradamente al vendedor. La experiencia demuestra que los compradores pagan más por un producto que está diferenciado que por otro que no lo está. Dicha diferenciación puede tener su origen en razones objetivas (por ejemplo, el vino de La Rioja es más caro que un vino de mesa cualquiera porque es de mayor calidad y además esa calidad está reconocida en Europa mediante la Denominación de Origen, distintivo de calidad alimentaria); o por razones subjetivas (por ejemplo, la diferenciación entre marcas de agua mineral se debe, principalmente, a razones publicitarias).

- a) ¿En qué consiste la diferenciación de un producto? Pon algún ejemplo.
- b) ¿La diferenciación puede suponer incrementar la cuota de mercado que tiene una empresa? ¿Por qué? ¿A qué tipo de mercado asociarías la estrategia de diferenciación?
- c) ¿A qué estrategia asociarías el ganar cuota de mercado? ¿En qué tipo de mercado puede darse esta estrategia?