

CUESTIONARIO #4 DE INTRODUCCIÓN AL ANÁLISIS ECONÓMICO EMPRESARIAL

Nombre del Alumno:	Grupo: 6 Salón A202
	FECHA:

ESTRUCTURA DEL MERCADO

27.- Define mercado.

Es toda institución social en la que los bienes y servicios, así como los factores productivos, se intercambian libremente.

Serie de transacciones que llevan a cabo los productores, intermediarios y consumidores para llegar a la fijación del precio de las mercancías.

Organización en la que se realizan compras y ventas de bienes y se ponen en contacto los demandantes y ofertantes.

28.- Define mercado de competencia monopolística

Competencia que se caracteriza por una cantidad significativa de productores actuando en el mercado sin que exista un control dominante por parte de ninguno de ellos

29.- Define Monopolio

Etimológicamente significa "Un vendedor" Es un solo productor que satisface las necesidades de todos los consumidores, su mercancía es única en el mercado, es decir no tiene producto sustituto.

La negación absoluta de la competencia.

El precio de la mercancía es dependiente del empresario.

La fusión de capitales está permitida, sin formar un monopolio. Los monopolios están prohibidos al rededor del mundo.

Patente: Derecho de fabricar en exclusiva un cierto producto durante un tiempo determinado. (monopolio temporal)

El estado impone barreras de entrada: Gastos de inversión (Niveles tecnológicos)

Regulación del mercado

Dumping: vender por debajo del costo de producción.

Economías de escala.

(Pemex, Bimbo, Telmex)

30.- Define oligopolio

Mercado en el que la mayor parte de las ventas las realizan las pocas empresas, cada una (Cenepolis y Cinemex, Televisa y Tv azteca)

31.- Conteste según corresponda

ESTRUCTURA DEL MERCADO

	MERCADO DE COMPETENCIA PERFECTA	MONOPOLIO	C. MONOPOLISTICA	OLIGOPOLIO
¿NÚMERO DE PARTICIPANTES?		Uno solo	Muchos vendedores y compradores	Pocos vendedores, muchos compradores.
¿CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO?		Único (sin sustitutos)	Ya no es unico en el mercado Existen muchos empresarios No es enteramente igual a lo que tu produces.	Unos cuantos productores dominan el mercado, por lo que sus decisiones influyen en la producción y el precio.
¿COMO SE DA LA COMPETENCIA?		No existe	Calidad Acceso al productor Publicidad Empaque	Se da a traves de campañas publicitarias
¿CUALES SON LAS BARRERAS DE ENTRADA?		Barreras de entrada por parte del estado.	Libertad de entrada y salida de nuevos productores.	Economías de escala Doming Fusion de capitales.
¿QUIEN ASIGNA EL PRECIO?		El empresario	Debido a la diferencias de los productos, cada vendedor tiene la oportunidad de modificar sus precios, pero en forma limitada. (Segmentación de mercados)	En oligopolio homogéneo: la empresa líder El oligopolio diferenciado: Se fijan a través de acuerdos (no a la guerra de precios)

32.- Menciona las características del monopsonio

Pueden existir mercado en donde existan muchos que producen y un solo comprador .

Impone el precio el que compra

33.-Menciona las características del oligopsonio

Pocos los que compran y muchos los que venden.

Imponen el precio los pocos que compran.

Elementos integrantes del mercado:

Condición del mercado se de se necesitan forzosamente los siguientes, Productor (Ofertante), Consumidor (Demandante), Precio.

Mercado clasificado de acuerdo a su competencia:

Competencia perfecta:

Existencia de un elevado número de compradores y vendedores, es decir vendedores pequeños en relación con el mercado, también ningún comprador o vendedor es lo suficientemente importante como para afectar el precio del bien. El precio aceptante, acepta los precios de acuerdo a la oferta y la demanda.

Tanto como compradores como vendedores deberán ser indiferentes respecto a quien comprar o vender. El bien comprado o vendido debe ser homogéneo. No tienen características específicas. El producto debe ser un sustituto perfecto. Publicidad informativa (no competitiva).

Pleno conocimiento de las condiciones generales del mercado (oferentes y demandantes). Los vendedores conocen lo que los compradores están dispuestos a pagar por sus productos. Los demandantes saben a que precio los oferentes desean vender.

Libre movilidad de los recursos productivos, no tiene barreras, libre entrada o salida de empresas al mercado.

Imperfecto:

Número de oferentes reducido o un solo vendedor.

No existe plena movilidad de mercancías y factores productivos. Control de mercancías o los factores productivos.

Diferenciación de productos, diferencias reales o supuestas, publicidad competitiva.

No hay plena libertad para nuevos ofertantes como patentes control tecnológico.

No existe pleno conocimiento de todos los movimientos que ocurren en el mercado.

Monopolio: