

Tarea 2: Características de diversos tipos de mercados

Oscar Andrés Rosas Hernández - 2CM3. *Instituto Politécnico Nacional, Escuela Superior de Cómputo*

I. COMPARACIÓN

Tipo de mercado	Número de empresas	Tipo de producto	Acceso al mercado	Influencia de una empresa en el precio	Interés de una empresa en la competencia en el mercado
Competencia perfecta	Abundante número	Productos homogéneos y / o productos con sustituto	Fácil / libre	Nula / baja	Muy alto
Monopolio	único	único, sin sustitutos	Imposible	Absoluto	Inexistente
Oligopolio	varias (en general se define como 3 o más)	parecidos o diferenciales	difícil	significativa / alguno	importante
Competencia monopolística	muchas (decenas, centenas)	Diferenciados	Moderado	Moderado	Alto
Duopolio	dos :v	iguales o ligeramente diferentes	Muy difícil	Muy significativa	Moderado
Monopsonio	No importa, puede ser una o muchas	No importa, puede ser una o muchas	Difícil	Generalmente completo. Depende inversamente de la elasticidad de la oferta	Muy alto, para capturar a la única demanda

II. IDEAS GENERALES DE CADA UNO

■ Monopolio:

Un solo oferente, no existen productos sustitutos, por ejemplo el mercado del agua o de la electricidad.

El monopolio es una estructura de mercado en donde existe un único oferente de un cierto bien o servicio, es decir, una sola empresa domina todo el mercado de oferta.

Cuando existe monopolio en un mercado, sólo hay una empresa capaz de ofrecer un producto o servicio que no cuenta con sustitutos cercanos. De esta forma, los consumidores que desean adquirir el bien sólo pueden acudir al monopolista y deberán aceptar las condiciones que este impone.

Por otro lado, un monopolio comercial es una situación en donde sólo una organización controla todo el comercio con otro país o área geográfica.

- **Oligopolio:**

Pocos oferentes con productos homogéneos o diferenciados. Por ejemplo una fábrica de vehículos o de productos químicos.

Un oligopolio es una estructura de mercado en donde existen pocos competidores relevantes y cada uno de ellos tiene cierta capacidad de influir en las variables del mercado (como precio y cantidad de equilibrio).

En el oligopolio, las empresas competidoras tienen poder de mercado, pero a un nivel inferior que en caso del monopolio. Ya que en vez de haber solo un oferente, existe un pequeño grupo de empresas.

Esto significa que si bien cada una de las empresas tiene influencia sobre el precio y cantidad de mercado (no lo toman como dado), la libertad para elegir el nivel de dichas variables se ve limitado por la existencia de otras empresas competidoras. Un caso especial de oligopolio es el duopolio, donde existen solamente dos oferentes en un mercado.

- **Competencia monopolística:**

Muchos oferentes con productos diferenciados, por ejemplo el mercado de celulares de alta gama.

La competencia monopolística es un tipo de competencia imperfecta en la que existe un alto número de vendedores en el mercado que tienen un cierto poder para influir en el precio de su producto.

Los productos que se ofrecen se caracterizan por tener cierta diferenciación y es precisamente esta diferenciación la que hace que estas empresas puedan gozar de cierto poder de mercado, tengan cierta voz a la hora de fijar sus precios y no sean meramente precio-aceptantes, como en el caso de la competencia perfecta. Por lo tanto, la representación gráfica de la competencia monopolística será la de la derecha, la competencia imperfecta.

- **Monopsonio:**

Un solo demandante, por ejemplo el mercado armamentístico o de obra pública.

El monopsonio es una estructura de mercado en donde existe un único demandante o comprador. Mientras que pueden existir uno o varios oferentes. Por lo tanto el mercado se considera en competencia imperfecta.

El monopsonio se caracteriza porque ese único demandante del mercado se enfrenta una curva de oferta con pendiente positiva lo que significa que mientras mayor sea la cantidad del producto o servicio que quiera comprar, más alto será el precio que debe ofrecer. De esta forma, el monopsonista es un precio-decisor.

En un mercado con muchos compradores en cambio, estos son precio-aceptantes ya que enfrentan una curva de oferta plana y pueden comprar la cantidad que deseen al precio vigente, sin poder influir en él.