**Imperfecciones de Mercado**

Las imperfecciones de mercado son situaciones o comportamientos que producen asignaciones de recursos diferentes de las que ocurrirían en una situación de competencia perfecta. En casi todos los mercados existen imperfecciones de mercado. Las imperfecciones mas importantes son monopolios, oligopolios, asimetrías de información y barreras de entrada.

El modelo de competencia perfecta es una representación que se basa en diversos supuestos que son casi nunca se cumplen totalmente en los mercados reales. Los supuestos mas importantes del modelo de competencia perfecta son:

- Información perfecta

- Racionalidad de todos los participantes

- Ausencia de barreras de entrada, con un gran número de potenciales participantes, ninguno de los cuales tiene poder para influir en precios y cantidades del mercado.

- Bienes idénticos, no hay diferenciación de productos.

​​Cuando se verifican todos estos supuestos, se puede demostrar formalmente que el mercado llega a una situación eficiente desde el punto de vista de la asignación de recursos y de la utilidad de los consumidores.

Sin embargo, rara vez se cumplen los supuestos: en casi todos los mercados existen imperfecciones de mercado. El modelo de competencia perfecta no es adecuado para describir muchos fenómenos importantes de la economía moderna, como el crecimiento económico o la innovación tecnológica. Tampoco fue creado para describir estos fenómenos.

Tipos de Imperfecciones de Mercado

Naturales

Artificiales

Imperfecciones Naturales

Son inherentes al funcionamiento económico y características de los mercados. Por ejemplo, en muchos mercados existen asimetrías de información y costos de transacción que no fueron creados artificialmente.

Imperfecciones Artificiales

Surgen por acciones llevadas a cabo por empresas, gobiernos o personas. Por ejemplo, regulaciones gubernamentales que impiden el acceso de nuevos oferentes.

**Ejemplos de Imperfecciones de Mercado**

Externalidades

Las externalidades son consecuencias de la actividad económica que afectan a otros agentes distintos del productor o consumidor directo. Por ejemplo, una fábrica que contamina el ambiente no tiene en cuenta los costos sociales, como la contaminación ambiental, sólo los costos privados. Existe un gran número de actividades económicas que producen externalidades, en su mayor parte negativas.

Monopolios y Oligopolios

Un monopolio es una situación de mercado en la que existe un único oferente. En un oligopolio existe competencia limitada: existe un número limitado de oferentes. Se consideran imperfecciones de mercado porque el monopolio tiene poder para aumentar el precio por encima del precio de competencia perfecta. En los oligopolios, puede existir coordinación entre los oferentes para aumentar el precio. Al mismo tiempo, dado que casi siempre existen otros supuestos de la competencia perfecta que no se cumplen, los oligopolios permiten a cada uno de los participantes aumentar el precio sin coordinar sus acciones.

Asimetrías de Información

Las asimetrías de información se producen cuando los participantes no pueden saber precios de todos los productos o características de los bienes o servicios. Las asimetrías de información están presentes en casi todos los mercados. Ejemplos de mercados con menos asimetrías de información son los algunos mercados de commodities con calidades estandarizadas, como cereales y algunas materias primas con mercados altamente integrados. Cuando hay asimetrías de información, la asignación de recursos no es eficiente y el bienestar de los consumidores no es el óptimo.

Soluciones a las Imperfecciones de Mercado

En muchos casos simplemente no es posible encontrar soluciones a las imperfecciones de mercado. En otros casos, depende de cada imperfección. Por ejemplo, si se trata de asimetrías de información, el gobierno puede obligar a publicar precios de forma estandarizada o centralizada. Establecer estándares de calidad permite eliminar ciertas asimetrías de información.

Cuando existen comportamientos no competitivos, el gobierno puede obligar a ciertas empresas a terminar con esos comportamientos, imponer multas por comportamientos no competitivos.

Cuando existen pocos oferentes, a pesar de no existir asimetrías de información, el gobierno puede fomentar la entrada de nuevos participantes, buscando reducir las barreras de entrada o fomentando la entrada de participantes por otros medios.

Impuestos y subsidios pueden ser útiles para intentar solucionar asimetrías de información.

Siempre se debe comparar el costo de la intervención con el beneficio. En algunos casos, el costo de la intervención gubernamental puede ser mayor que el costo ocasionado por la imperfección que se pretende solucionar.

1.Tipos de Imperfecciones de Mercado

1.1.Imperfecciones Naturales

1.2.Imperfecciones Artificiales

2.Ejemplos de Imperfecciones de Mercado

2.1.Externalidades

2.2.Monopolios y Oligopolios

2.3.Asimetrías de Información

2.4.Soluciones a las Imperfecciones de Mercado