

Modelos de mercado

Intensivo UNI 2024 - III

1. En un mercado donde predomina el monopolio natural no es conveniente, porque el precio del producto tiende a incrementarse
 - A) que operen solo dos empresas - por los efectos de la libre competencia.
 - B) la existencia de un solo vendedor - por la restricción del mercado.
 - C) más de un vendedor - por la eliminación de la competencia.
 - D) que haya competencia - a raíz de la misma competencia.
 - E) que haya más de una empresa - por los elevados costos de producción.
2. Es un mercado donde los ofertantes y demandantes se encuentran en gran cantidad y en pequeño tamaño respecto al mercado. Lo anterior se relaciona con la característica denominada
 - A) atomicidad de mercado.
 - B) ofertantes y demandantes desorganizados.
 - C) información simétrica.
 - D) libre traslado de los factores productivos.
 - E) productos homogéneos.
3. Respecto a los modelos de mercado, ¿qué enunciado es incorrecto?
 - I. En un mercado de competencia perfecta, se presenta información simétrica.
 - II. Una cantidad reducida de empresas oferta un producto, es un ejemplo de oligopolio.
 - III. Una única empresa brinda el servicio de seguridad, es un ejemplo de competencia imperfecta.
 - A) solo I
 - B) I y II
 - C) solo II
 - D) II y III
 - E) solo III
4. Identifique qué alternativa que no tiene concordancia con el mercado de competencia imperfecta.
 - A) Presenta un número de empresas menor que en la competencia perfecta.
 - B) Existe poder de mercado tanto por el oferente o el demandante.
 - C) Se observan empresas con interdependencia conjetural.
 - D) No existe plena movilidad de los factores productivos.
 - E) Los ofertantes y demandantes tienen una información completa del producto.
5. En el caso de los monopolios, señale la afirmación correcta.
 - I. El monopolista presenta productos únicos con sustitutos perfectos en el mercado.
 - II. El cartel: las empresas llegan a concertar sobre los precios en el mercado.
 - III. El holding: una empresa adquiere el mayor porcentaje de acciones de otra empresa.
 - IV. Trust: los agentes económicos son precio-aceptantes, con poder de mercado temporal.
 - A) solo I
 - B) I y II
 - C) solo II
 - D) II y III
 - E) solo IV

6. La Comisión de Defensa de la Libre Competencia del Indecopi (CLC) sancionó, con más de S/11 millones, a 16 empresas de combustible en la ciudad de Chimbote. Estas acordaron secretamente un sobreprecio promedio del 15,03% entre junio del 2012 y febrero del 2014. En este caso, las empresas se concertaron y formaron un
- A) monopolio.
 - B) cartel.
 - C) holding.
 - D) trust.
 - E) monopsonio.
7. El sector de telecomunicaciones en el Perú puede caracterizarse como
- A) oligopolio.
 - B) competencia monopolística.
 - C) monopsonio.
 - D) competencia perfecta.
 - E) monopolio.
8. Con relación a la competencia monopolística, determine la verdad (V) o falsedad (F) de los siguientes enunciados:
- I. Presentan productos diferenciados, por marca o calidad.
 - II. Existen muchos ofertantes y demandantes con relativo poder de mercado.
 - III. Los pocos ofertantes establecen los precios por interdependencia.
- A) VVV
 - B) VFV
 - C) FFF
 - D) VVF
 - E) FVV
9. En Lima Metropolitana existe una gran cantidad de bodegas que ofrecen sus servicios al público. Este mercado se acerca al modelo de
- A) competencia perfecta.
 - B) competencia monopolística.
 - C) un mercado oligopólico.
 - D) un mercado perfecto.
 - E) un mercado poco competitivo.
10. Si dos o tres ofertantes de un mismo producto se reparten el mercado para controlarlo y así obtener mayores ganancias, se dice que estamos ante una situación de
- A) monopolio de coalición.
 - B) competencia monopolística.
 - C) interdependencia conjetural.
 - D) mercado competitivo.
 - E) libre mercado y competitivo.
11. El mercado que surge cuando el Estado establece controles de precios se denomina mercado
- A) negro.
 - B) ilegal.
 - C) informal.
 - D) público.
 - E) de abastos.
12. En un mercado competitivo, el precio es fijado por
- A) una de las fuerzas del mercado.
 - B) la interacción de las fuerzas del mercado.
 - C) acción de la demanda sobre la oferta.
 - D) acción de la oferta sobre la demanda.
 - E) la decisión de los demandantes.
13. Si en el mercado los agentes económicos no pueden fijar el precio, además, los productos tienen sustitutos perfectos, nos estamos refiriendo al
- A) oligopolio.
 - B) competencia imperfecta.
 - C) competencia monopolística.
 - D) mercado competitivo.
 - E) monopolios de coalición.

14. Identifique qué alternativa no es una característica de la competencia imperfecta.
- A) Atomicidad de mercado con poder de mercado.
 - B) Información no transparente en el mercado.
 - C) Libre traslado de los factores productivos.
 - D) Existen barreras legales y económicas.
 - E) Tiene poder de controlar la producción o el precio.
15. ¿Qué tipo de acción o posición entre competidores es investigada y sancionada por Indecopi?
- A) holding
 - B) monopsonio
 - C) cartel
 - D) oligopsonio
 - E) trust
16. En el caso de oligopolio, señale la afirmación correcta.
- A) Los pocos demandantes establecen los precios mínimos.
 - B) Los pocos ofertantes tienen el poder de mercado.
 - C) Los agentes económicos son infinitos sin poder de mercado.
 - D) El precio se establece por el libre juego de la oferta y la demanda.
 - E) Los productores son mayores a la competencia perfecta.

