

Estáis fuera

competencia perfecta, la empresa se enfrenta a una demanda individual q es horizontal, indicando q puede vender todo lo q desee al precio d mercado. En el caso d la empresa no competitiva, la demanda tiene pendiente negativa, d forma q para poder incrementar sus ventas, tendrá q reducir el precio d su producto. El monopolio es aquel mercado n el q existe un solo oferente q tiene plena capacidad pa determinar el precio. **Causas aparición monopolio.** -El control exclusivo d un factor productivo x una empresa o el dominio d las fuentes + importantes d la materia prima indispensables pa la producción d un bien. -La concesión d una patente tb genera una situación monopolística, aunq d caracter temporal. -El control estatal d la oferta d determinados servicios origina ls monopolios estatales, como son el servicio d correos y telégrafos, el d ferrocarril, etc. -La existencia d un mercado d gran tamaño y una estructura d costes d la industria peculiar pueden dar lugar a un monopolio natural. **Los mercados oligopolísticos.** Un mercado oligopolístico es aquel n el q un n^o reducido d vendedores q producen unos productos bastante homogéneos y se enfrentan a una gran cantidad d compradores. Los escasos vendedores hacen q puedan ejercer algún tipo d control sobre el precio y son independientes. La característica dl oligopolio es la interdependencia estratégica. Al existir pocas empresas, las reacciones y decisiones d una d ellas afectan y se ven afectadas x las acciones d las otras. **Fijación d precios oligopolio.** Las empresas tratan d determinar sus precios basándose n lo q esperan vender y teniendo en cuenta las reacciones d sus rivales, x lo q aparece una alta incertidumbre. Para calmar ésta, caben diversas posibilidades: -Tratar d adivinar las acciones d los rivales y diseñar estrategias n consecuencia. -Alcanzar acuerdos y formar un cártel, esto es, cooperar, en vez d competir; repartirse el mercado, ponerse d acuerdo n los precios. -Iniciar guerras d precios. En cualquier caso, pa q un cártel sea viable es necesario q se arbitre algún mecanismo q sirva pa detectar y castigar las violaciones d ls acuerdos. Una **guerra d precios** es una situación n la q las empresas integrantes d un mercado oligopolístico deciden entrar en una guerra económica d precios bajos. La competencia monopolística es la estructura d mercado en la q muchas empresas venden productos similares, pero no idénticos. La diferenciación entre bienes y servicios es la clave d la aparición d la competencia monopolística.