

# 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 de 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.