



Daniela Monserrat Jiménez Palacios  
5° Cuatrimestre  
Maestra: Yaneth del rocío espinosa  
espinosa

## COMPETENCIA Y TIPOS DE MERCADO EN EL ANÁLISIS ECONÓMICO.

En términos de poder de mercado, la competencia monopolística y el oligopolio se encuentran entre los dos extremos de la competencia perfecta y el monopolio. Desde un punto de vista pedagógico resulta más fácil comprender y apreciar los detalles de la competencia monopolística y el oligopolio, si primero existe un entendimiento de la competencia perfecta y el monopolio. Esto explica por qué analizamos la competencia perfecta y el monopolio en este capítulo, y los otros dos tipos de mercado por separado en el siguiente. Antes de continuar con nuestro primer caso de decisiones de fijación de precio y nivel de producción en competencia perfecta, investiguemos más la estructura de mercado y el significado de competencia en el análisis económico.

## EL SIGNIFICADO DE LA COMPETENCIA.

La competencia es tan intensa y las empresas se encuentran tan uniformemente divididas, que ningún vendedor o grupo de vendedores puede ejercer control alguno sobre el precio. Es decir, todos son tomadores de precios. Una segunda medida de la competencia en el análisis económico, es la habilidad de una empresa para obtener utilidad —por arriba de lo normal o —económica en el largo plazo.

Este concepto se describirá con mayor detalle en la siguiente sección. En ella se muestran los cuatro tipos de mercado, de acuerdo con el grado de competencia que establece el poder de mercado y la habilidad de las empresas para obtener beneficios económicos a largo plazo.

## TIPOS DE MERCADO

**Competencia perfecta**  
Los mercados de productos agrícolas (por ejemplo, maíz, trigo, café, carne de cerdo), instrumentos financieros (como acciones, bonos, mercados cambiarios), metales preciosos (oro, plata, platino) y la industria global del petróleo son buenos ejemplos de este tipo de mercado.

**Monopolio**  
En el negocio de proveedores de servicio de Internet, la participación de más importancia en conjunto. El dominio de Microsoft en los sistemas operativos de computadoras personales, lo ha llevado a litigios antimonopolio.

**Competencia monopolística**  
Los pequeños negocios, particularmente los establecimientos al detalle y de servicio, proporcionan los mejores ejemplos de este tipo de mercado. Entre ellos se encuentran boutiques, tiendas de equipaje, zapaterías, papelerías, restaurantes, servicios de reparación, lavanderías y salones de belleza.

**Oligopolio**  
El mercado de oligopolio por lo general se considera como el campo de juego de los grandes negocios. En Estados Unidos, un gran segmento del sector de manufactura compete en mercados oligopolísticos. Por ejemplo, en el sector de manufactura, la refinación de petróleo, la fabricación de ciertos tipos de equipo y software de computadoras, químicos y plásticos, comida procesada, tabaco, acero, automotores, cable y bebidas gaseosas se consideran mercados oligopolísticos.