

Exercicios de repaso

1.- Observa o mercado de grelos.

- a) Cando as compras adquires unha marca en concreto.
- b) Fíxaste no prezo

Pensa no mercado de colonias.

- c) ¿Cres que a publicidade inflúe nas túas decisións?

2.- ¿Que significa prezo-aceptante?

3. - Explica en qué mercado actúan a seguinte empresa:

- Telefonía móbil
- Revistas deportivas.

4.- ¿Que tipa de empresas son as entidades bancarias?

5. - - Cita tres mercados nos que exista algún tipo de barreira de entrada.

6:- La Comisión Nacional de Competencia abriu un expediente a Movistar, Vodafone, e Orange para descubrir se pactaron o reaxuste de tarifas cando o goberno prohibiu o redondeou e obrigou as compañías a cobrar por segundos. As tres compañías reaccionaron subindo un 25% o establecemento de chamadas.

- a) De qué tipo de mercado estamos a falar.
- b) ¿Que estratexia se sospeita que están a utilizar as empresas de telefonía móbil?
- c) ¿Quen sairían beneficiados, quen prexudicados?

7.- ¿Pode un oligopolio actuar como un monopolio?

8. - Diferencia entre fusión pura e fusión por absorción.

9. - Explica as externalidades

Solucións

1. Observa o mercado de grelos.

- a) Cando as compras adquires unha marca en concreto.
- b) Fíxaste no prezo

Pensa no mercado de colonias.

- c) ¿Cres que a publicidade inflúe nas túas decisións ?

Para responder pensa que o mercado de grelos esta preto da competencia perfecta e o de colonias en competencia monopolística.

2.- ¿Que significa prezo-aceptante?

É un dos supostos básicos do funcionamento dun mercado en competencia perfecta, que nos indica que os consumidores e produtores toman como dado o prezo de mercado, é dicir fixado pola lei da oferta e demanda

3. - Explica en qué mercado actúan a seguinte empresa:

- Telefonía móbil. É un oligopolio, poucas empresas se reparten o mercado, a entrada de novas empresas é difícil porque precisan dunha autorización do goberno.

- Revistas deportivas. Mercado en competencia monopolística, moitas empresas con produtos semellantes pero moi diferenciados.

4. -¿Que tipo de empresas son as entidades bancarias?

Son oligopolios, son poucas empresas que prestan servizos similares que pretenden diferenciar, con técnicas de publicidade

5. -Cita tres mercados nos que exista algún tipo de barreira de entrada.

a) Telecomunicacións. - Barreiras administrativas, necesidade de capitais elevados.

b) Eléctricas. - Concesións administrativas, economías de escala, necesidade de capitais elevados.

d) Automoción. - Economías de escala, marcas, patentes, necesidade de capitais elevados.

6:- La Comisión Nacional de Competencia abriu un expediente a Movistar, Vodafone ,y Orange para descubrir se pactaron o reaxuste de tarifas cando o goberno, prohibiu o redondeo e obrigou as compañías cobrar por segundos. As tres compañías reaccionaron subindo un 25% o establecemento de chamadas.

a) De qué tipo de mercado estamos a falar.

O mercado de telefonía móbil é un oligopolio, poucas empresas se reparten o mercado, existen barreiras de entrada porque é necesaria unha autorización gobernamental e capitais elevados.

b) ¿Que estratexia se sospeita que están a utilizar as empresas de telefonía móbil?

Que as empresas se puxesen de acordo para fixar os prezos, isto coñécese como oligopolio colusivo ou cártel.

c) ¿Quen sairían beneficiados, quen prexudicados?

Beneficiadas as empresas que obteñen maiores beneficios e os consumidores prexudicados xa que soben os prezos

7.- ¿Pode un oligopolio actuar como un monopolio?

Un oligopolio pode actuar como monopolio cando todas as empresas que compiten se poñen de acordo.

8. - Diferencia entre fusión pura e fusión por absorción.

Na fusión pura as dúas empresas perden a personalidade xurídica e nace unha nova e na fusión por absorción unha delas perde a personalidade xurídica e queda integrada na outra.

9. - Explica as externalidades. –

As consecuencias que teñen as actuacións dunha persoa ou empresa sobre outras, son externalidades negativas cando unha empresa contamina o seu ámbito, unha persoa que bota lixo á rúa, externalidades positivas se non recibe todos os beneficios, unha investigación científica dunha empresa da que se beneficia outras empresas.