



Características do mercado de competencia perfecta

moitos oferentes e demandantes
o produto é homoxéneo
existe información perfecta
non existen barreiras de entrada

Características do monopolio

Existe un único oferente que pode impoñer os prezos que máis lle interesen para maximizar os beneficios e tamén pode fixar a cantidade que vai ofrecer aos consumidores. Existe unha posición clara de dominio do mercado.

O produto é único. Só se produce ese ben ou servizo e non hai bens substitutivos.

Existen barreiras de entrada. Algunhas delas poden ser "naturais" (servizos de augas, recollidas de lixos, etc.).

Non existe competencia.

A empresa decide o prezo e as condicións de venda dos seus produtos.

Características do oligopolio

Hai poucos oferentes e moitos demandantes.

Existen **barreiras de entrada.**

En xeral, os produtos poden ser homoxéneos (non hai unha grande diferenciación produto\) **ou diferenciados.**

A empresas poden influír sobre o prezo e as condicións do mercado. Tendo en conta as reaccións das empresas rivais

Características da competencia monopolística

Existen **moitas empresas** (moitos oferentes).

Hai **liberdade de entrada e saída ao mercado** (as barreiras de entrada límitanse á diferenciación do produto).

O produto non é homoxéneo. Aínda que os **produtos** son **semellantes**, os **produtores intentan diferenciar** de cara aos consumidores a través de diversas técnicas que fai que o consumidor os considere únicos ou distintos.

Existe unha **forte competencia.**

A empresa ten certo poder para fixar o prezo

Los fallos del mercado son cuando la economía de mercado no logra la eficiencia económica., entre las más importantes tenemos las

Externalidades negativas -son los efectos de determinadas actividades económicas que afectan de forma negativa a la sociedad.

La falta de competencia- en la que una o varias empresas tienen capacidad para influir en el precio de los productos.

Falta de distribución de la renta- en el mercado se afianza las desigualdades de la renta y la riqueza

Bienes públicos.- Las empresas privadas no producen determinados bienes que reportan un gran beneficio a la sociedad pero que no son rentables para las empresas o las ofrecen en cantidades inferiores.