

## TIPOS DE MERCADO OS FALLOS DE MERCADO

### Exercicios autoavaliables

1. Que significa prezo – aceptante? A que tipo de mercado se pode asociar este concepto?
2. Cita tres mercados nos que exista algún tipo de barreira de entrada.
3. Le o seguinte texto e, a continuación, contesta ás seguintes preguntas.

#### **Competencia impón unha multa récord ó sector da automoción: ¡171 millóns de euros!**

*A Comisión Nacional dos Mercados e la Competencia (CNMC) impón a maior multa da súa historia ó sancionar cun total de 171 millóns de euros a 21 empresas fabricantes, distribuidoras, comercializadoras e prestadoras de servizos de postventa en todo o territorio español, así como a dúas empresas consultoras, por prácticas contrarias á Lei de Defensa da Competencia. Seat e Volkswagen líbranse da multa por denunciar ó cártel de empresas.*

*A CNMC denuncia un "intercambio sistemático de información confidencial comercialmente sensible, tanto actual como futura e altamente desagregada, que cubría a práctica totalidade das actividades empregadas. A cota de mercado conxunta das marcas participantes nas conductas analizadas neste expediente sancionador alcanza en torno ó 91% da distribución de automóbiles en España, incluíndo a case totalidade de marcas denominadas xeneralistas e algunha das denominadas 'premium'.*

*As empresas con maiores sancións dentro do expediente figuran Citroën (14,7 millóns), BMW (8 millóns), Ford (20,2 millóns), General Motors (22,827 millóns), Peugeot (15,7 millóns) o Renault (18,2 millóns).*

LA INFORMACIÓN NOTICIA  
28.07.2015 - 00:00h

- a) De que tipo de mercado estamos a falar? Que estratexia se sospeita que están a utilizar as empresas de telefonía móbil?
  - b) Que axentes económicos sairían beneficiados, e quen prexudicados?
4. Pode un oligopolio actuar como un monopolio?
  5. Que son as externalidades?
  6. Cales son as características principais que se analizan nos mercados? Asocia cada variante de ditas características a cada un dos mercados vistos.

## Solucións

---

1. Que significa prezo – aceptante? A que tipo de mercado se pode asociar este concepto?

*Prezo – aceptante emprégase para aqueles axentes que non teñen poder de influencia sobre os prezos dentro dun mercado. Polo tanto, deben aceptar e operar co prezo que o propio equilibrio de mercado, a través do seu mecanismo de autorregulación, se encarga de fixar gracias á Lei da Oferta e da demanda.*

*Esta situación sucede cando nos atopamos nun mercado de competencia perfecta, xa que no resto de mercados de competencia imperfecta os axentes teñen como mínimo un certo poder de negociación.*

2. 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.

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

3. Le o seguinte texto e, a continuación, contesta ás seguintes preguntas.

**Competencia impón unha multa récord ó sector de la automoción: ¡171 millóns de euros!**

**Competencia impón unha multa récord ó sector da automoción: ¡171 millóns de euros!**

*A Comisión Nacional dos Mercados e la Competencia (CNMC) impón a maior multa da súa historia ó sancionar cun total de 171 millóns de euros a 21 empresas fabricantes, distribuidoras, comercializadoras e prestadoras de servizos de postventa en todo o territorio español, así como a dúas empresas consultoras, por prácticas contrarias á Lei de Defensa da Competencia. Seat e Volkswagen líbranse da multa por denunciar ó cártel de empresas.*

*A CNMC denuncia un "intercambio sistemático de información confidencial comercialmente sensible, tanto actual como futura e altamente desagregada, que cubría a práctica totalidade das actividades empregadas. A cota de mercado conxunta das marcas participantes nas conductas analizadas neste expediente sancionador alcanza en torno ó 91% da distribución de automóviles en España, incluíndo a case totalidade de marcas denominadas xeneralistas e algunha das denominadas 'premium'.*

*As empresas con maiores sancións dentro do expediente figuran Citroën (14,7 millóns), BMW (8 millóns), Ford (20,2 millóns), General Motors (22,827 millóns), Peugeot (15,7 millóns) o Renault (18,2 millóns).*

LA INFORMACIÓN NOTICIA  
28.07.2015 - 00:00h

a) De que tipo de mercado estamos a falar? Que estratexia se sospeita que están a utilizar as empresas de telefonía móbil?

*Este mercado estaba a funcionar como un oligopolio, xa que se demostrou que as empresas anteriores compartían información confidencial en tódolos aspectos da súa actividade entre elas; ademais, estas empresas tiñan unha porcentaxe sobre o 90% da distribución de automóviles en*

*España, polo que se atopaban nunha clara posición con poder para influír nos prezos dos seus produtos.*

b) Que axentes económicos saírían beneficiados, e quen prexudicados?

*As empresas que actuaban de forma colusiva saírían gañando, xa que seguramente estarían vendendo a prezos superiores ós que se empregarían en mercados que tenden á competencia perfecta ou monopolística.*

4. Pode un oligopolio actuar como un monopolio?

*Un oligopolio pode actuar como monopolio cando todas as empresas que compiten se poñen de acordo, xa que efectivamente ofrecen un prezo “común” (todas as empresas empregan o mesmo prezo) para os consumidores.*

5. Que son 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. Son externalidades positivas se non recibe todos os beneficios, unha investigación científica dunha empresa da que se benefician outras empresas*

6. Cales son as características principais que se analizan nos mercados? Asocia cada variante de ditas características a cada un dos mercados vistos.

a). O número de oferentes.

*Un só oferente no mercado (Monopolio)*

*Varios oferentes (Oligopolio)*

*Moitos oferentes con bens diferenciados (Competencia monopolista)*

*Moitos oferentes cun produto homoxéneo (Competencia perfecta)*

b) As características do ben ou servizo.

*Homoxéneo se non existe apenas diferenciación entre os bens que se vende ó consumidor e lle dá igual a quen compra (produtos agrícolas semellantes).*

*Heteroxéneo ou diferenciado, a miúdo estas diferenzas non teñen base real (xampús, electrodomésticos).*

*Único e exclusivo no mercado, a posibilidade de substitución por outro non existe (a auga da traída).*

c) Aceptación ou intervención do prezo por parte da empresa.

d) Barreiras de entrada ou liberdade de entrada no mercado.

e) Información sobre prezos ou produtos, a maior información maior transparencia.