4-6-2019

Modelos de competencia

Claudia Ivette Muñoz Pérez

Microeconomía

MI-IMIC-1901-B2-003

Lic. Mercadotecnia Internacional

jgpallares@nube.unadmexico.mx

Jorge Fernando Gómez Pallares
UNADM

a) **Elaborar un escrito donde se identifiquen las características de la estructura de mercado en: Competencia Perfecta e imperfecta**

1. **Perfecta:** Es donde hay muchos vendedores u ofertantes y muchos consumidores de productos o servicios iguales u homogéneos. No hay barreras de entrada al mercado y los consumidores están bien informados.
2. **Imperfecta:** Esta es práctica esta conformada por diferentes estructuras con características propias:

- Monopolio: Existen barreras de entrada, costos altos y los vendedores y compradores influyen en el precio, hay una alta concentración en empresas. Muchos compradores, un solo vendedor.
  a) Exclusividad de un recurso.
  b) Derechos legales.
  c) No hay substitutos cercanos.
  d) No es fácil entrar ni salir del mercado.

- Oligopolio: Pocas empresas ofertantes de un producto. Por ejemplo, las refresqueras, son pocas y ofrecen bebidas a una gran cantidad de consumidores.
- Monopsonio: Un solo comprador y muchos vendedores. Como las actividades del gobierno.
- Oligopsonio: Existen pocos compradores, quienes pueden determinar el precio del producto. Las empresas se ven afectadas por no recibir un precio adecuado por su producto.

b) **Identificar una empresa en nuestro país para cada estructura (2 EN TOTAL) realizando una descripción de sus prácticas en el mercado.**

Perfecta: Panadería La Espiga. Es una panadería con éxito es una empresa grande que tiene sucursales y que tiene muchos consumidores, sin embargo, tiene mucha competencia ya que hay cientos de panaderías por toda la ciudad, que trabajan como pequeñas panaderías independientes o incluso panaderías que también son empresas igual que ella, también tienen una gran cantidad de consumidores.

Imperfecta: Dentro de las prácticas monopólicas, están las efectuadas por la empresa paraestatal Pemex.

Sus prácticas son monopólicas, porque tienen el mercado nacional solo para ellos en el abastecimiento de las gasolinas.

c) Identifica las estrategias de mercadotecnia que utilizan las empresas para competir en el mercado, proporciona 2

1. Publicidad, digital o tradicional.
2. Marketing, principalmente digital en este tiempo al cual se le invierte en estructuras para las diferentes formas de realizarlo.

Existen algunos más como son los estudios de mercado los cuales les proporcionan información para la toma de decisiones o la promoción en base a muestreo gratuito, etc.

Referencias

Andres Gananci. (2014). 10 estrategias de marketing usadas por empresas para que NUNCA dejes de comprar. 04 06 2019, de Gananci.com Sitio web: https://gananci.com/10-estrategias-de-marketing-usadas-por-empresas-para-que-nunca-dejes-de-comprar/

Mar Niebla. (2015). Modelos de Mercado. 04 06 2019, de YouTube Sitio web: https://www.youtube.com/watch?v=FYb25XkdwVo&feature=youtu.be

UNADM, MIC_U3_Contenido, 04 06 2019, Sitio web: https://unadmexico.blackboard.com/webapps/blackboard/content/listContent.jsp?course_id=_63625_1&content_id=_2073281_1&mode=reset