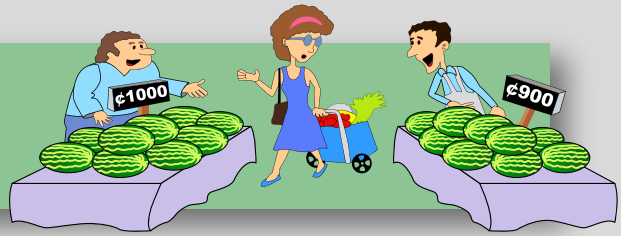




Es la rivalidad que obliga a los vendedores a esforzarse por lograr que el mayor número de compradores adquieran los productos y servicios que ofrecen.



● COMPETENCIA

● MONOPOLIO

Incentiva a las empresas a lanzar nuevos productos, competir en precios, calidad y variedad, para atraer consumidores y que estos puedan escoger entre diferentes opciones la que se ajuste a sus preferencias y presupuesto.

La falta de competencia lleva a que la variedad de productos sea, generalmente, más reducida y menos diversa. El caso extremo es el monopolio, cuando sólo una empresa ofrece un producto que no tiene sustitutos.

COMPETENCIA

- MENORES PRECIOS. ✓
- MAYOR DIVERSIDAD. ✓
- MAYOR INNOVACIÓN. ✓
- OPCIONES CALIDAD. ✓



MONOPOLIO

- MAYORES PRECIOS. ✓
- MENOS DIVERSIDAD. ✓
- MENOS INNOVACIÓN. ✓
- OPCIONES CALIDAD. ✗

Al no tener competidores, el monopolio puede imponer el precio, la calidad y el servicio al cliente, sin que los consumidores puedan acudir a otra opción.



El objetivo de las Autoridades de Competencia, COPROCOM y SUTEL, es el de promover la competencia y la libre entrada de empresas a los diferentes mercados en el país. Para ello:

Investigan prácticas que afecten la competencia, como:

- ✓ Acuerdos entre empresas para fijar precios, volumen de producción, repartirse mercados o licitaciones.
- ✓ Abuso del poder de mercado para desplazar competidores o impedir su entrada.



Aprueban, condicionan o prohíben concentraciones de empresas que puedan afectar a los consumidores. Por ello, las empresas tienen que informar a las autoridades de manera previa a ejecutar la concentración.

Abogan por más competencia en los mercados, a través de recomendaciones al Gobierno para eliminar barreras injustificadas que limiten o impidan la competencia o la libre entrada de nuevas empresas.