

 Tipos de mercado	Nº de oferentes	Nº de demandantes	Diferenciación de producto	Barreras de entrada	Otra información Resultados
Competencia perfecta	Elevado	Elevado	Producto homogéneo	No existen / débiles	Agentes precio aceptantes No existen costes publicitarios Precios bajos y cantidades producidas elevadas Los beneficios extraordinarios desaparecen a largo plazo Ejemplo: mercado del euro
Competencia imperfecta: En el caso de monopolio, oligopolio y competencia monopolística el/los oferentes pueden influir en el precio de venta de sus productos. En el caso del monopsonio y oligopsonio los demandantes pueden influir en el precio de compra del producto o factor productivo que adquieren.					
Monopolio	Uno	Elevado	-----	Muy fuertes	Precios elevados y cantidades producidas bajas El Estado puede regular precios o encargarse directamente de la producción. Ejemplo: agua canalizada del Canal de Isabel II
Oligopolio	Reducido	Elevado	Producto homogéneo o diferenciado	Fuertes	Comportamientos estratégicos Si existe diferenciación de producto habrá costes publicitarios y precios distintos para cada producto Si las empresas compiten: precios y cantidades producidas intermedias entre competencia perfecta y monopolio Si las empresas pactan: resultados similares a los del monopolio El Estado debe vigilar que se respete la competencia y sancionar en caso de que se detecten pactos. Ejemplo: operadores de telefonía móvil
Competencia monopolística	Elevado	Elevado	Producto diferenciado	Débiles	Costes publicitarios Precios distintos para cada producto. A más diferenciación de producto los precios podrán variar más y viceversa. Los beneficios extraordinarios desaparecen a largo plazo Ejemplo: vino