



MICROECONOMÍA



Morfología de Mercados

COMPETENCIA

MECANISMO PARA LA ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN Y LA DETERMINACIÓN DE PRECIOS E INGRESOS.

PODER DE MERCADO: CUANDO UNA EMPRESA PUEDE INFLUIR EN LE PRECIO DE MERCADO DEL BIEN QUE VENDE.

La competencia

- ☑ La **competencia** es la situación en la que varias empresas rivalizan en un mercado, ofreciendo o demandando un mismo producto o servicio.

- ☑ El comportamiento de los mercados depende de muchas variables como:
 - Cantidad y tamaño de las empresas del sector
 - Características del bien o servicio
 - Otros aspectos como las leyes, moda, tecnología...

- ☑ Para saber cómo funcionan las empresas en los mercados es fundamental conocer:
 - La estructura del mercado: es el número de empresas que hay en un sector y su tamaño relativo.

 - La cuota de mercado de cada empresa: son las ventas de la empresa en relación a las ventas totales del sector.

Tipos de mercado según el nivel de competencia

→ **Mercados de competencia perfecta: Modelo teórico/ideal. Las empresas no pueden influir en los precios (precio-aceptantes)**

→ **Mercados de competencia imperfecta: Modelo real. Las empresas en mayor o menor medida pueden influir en los precios**

- Monopolio
- Oligopolio
- Competencia monopolística

EMPRESAS

EJEMPLOS PARA ANALIZAR:

1. PAN

2. AUTOMÓVILES

3. COCA COLA

4. CELO

¿NUMERO DE EMPRESAS?

¿PRODUCTO?

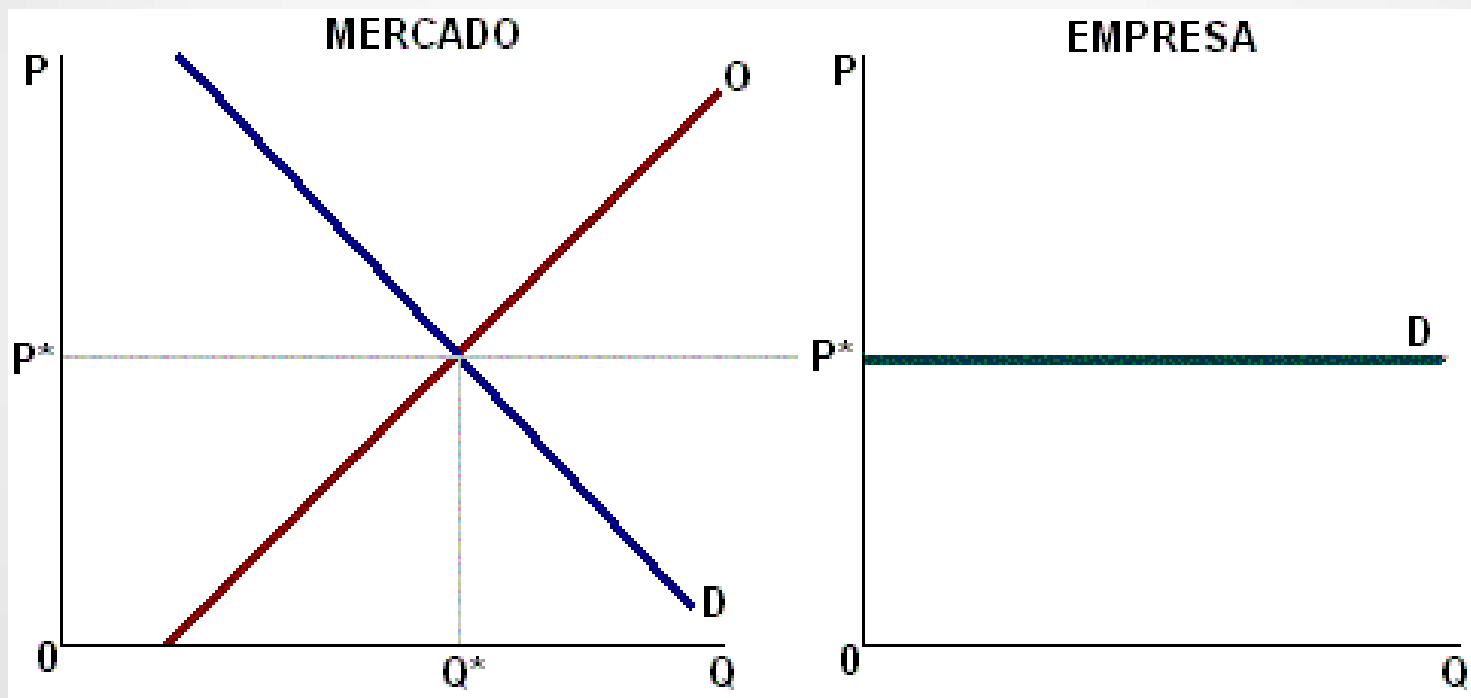
¿NIVEL INFORMACIÓN?

¿BARRERAS DE INGRESO O EGRESO?

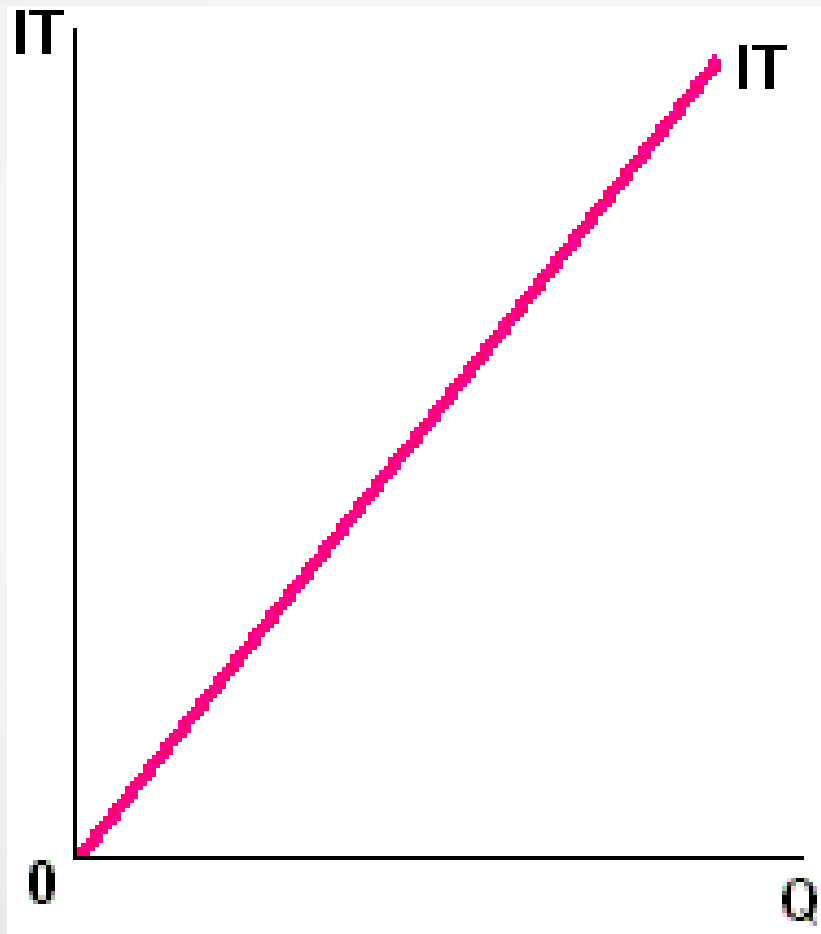
Competencia perfecta

- ☑ Mercados en los que existen **muchos compradores y muchos vendedores**, es decir, multitud de pequeñas empresas.
- ☑ Ninguna empresa puede modificar los precios que se determinan en el mercado por la ley de la oferta y la demanda, por eso se considera a las empresas **precio-aceptantes**.
- ☑ El producto ofrecido es **homogéneo**, es decir, no existen grandes diferencias.
- ☑ Son mercados **transparentes**, es decir, existe plena información tanto para las empresas como para los consumidores.
- ☑ **No existen barreras de entrada y de salida**, es decir, cualquier agricultor puede producir tomates.
- ☑ Hay independencia en la toma de decisiones, es decir, **no existen acuerdos ni controles** entre las empresas.

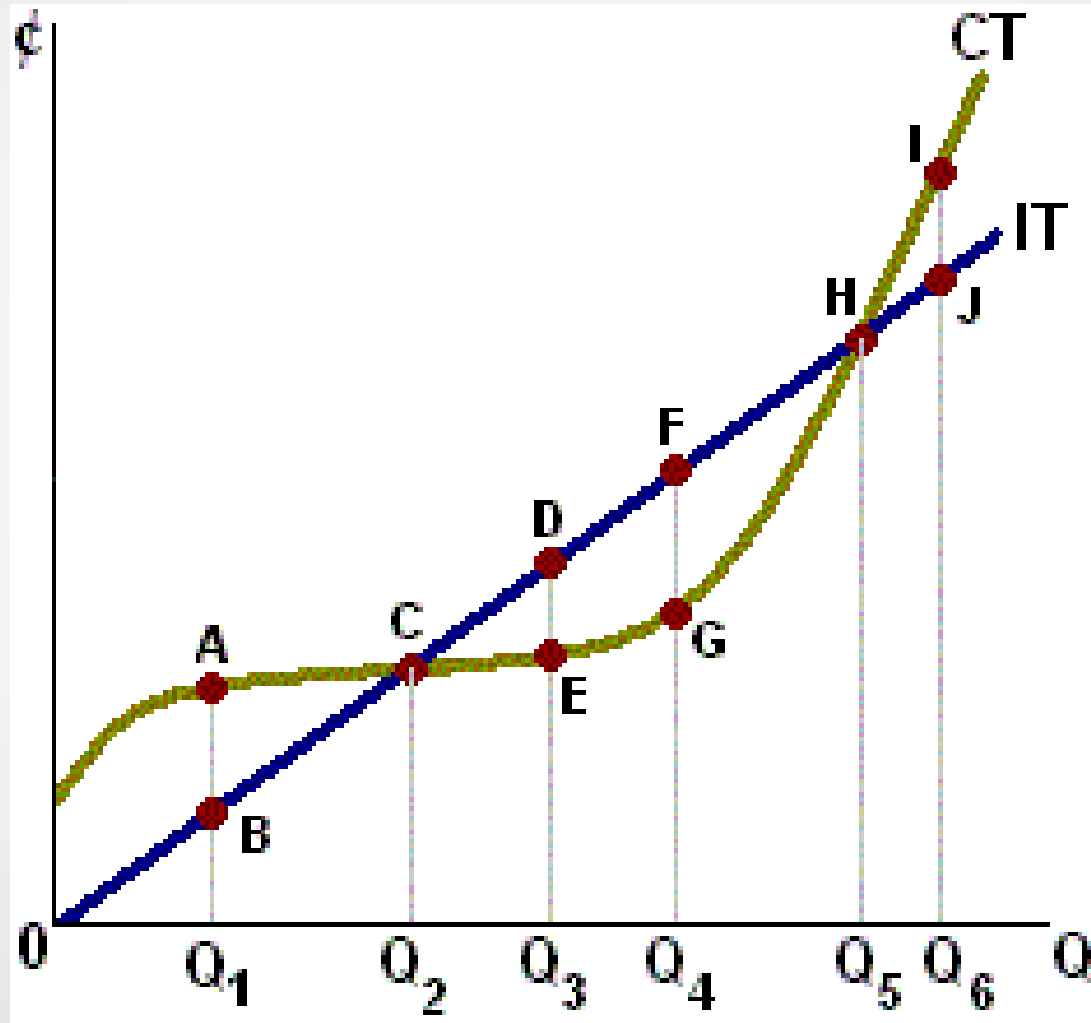
COMPETENCIA PERFECTA



COMPETENCIA PERFECTA – INGRESO TOTAL



COMPETENCIA PERFECTA



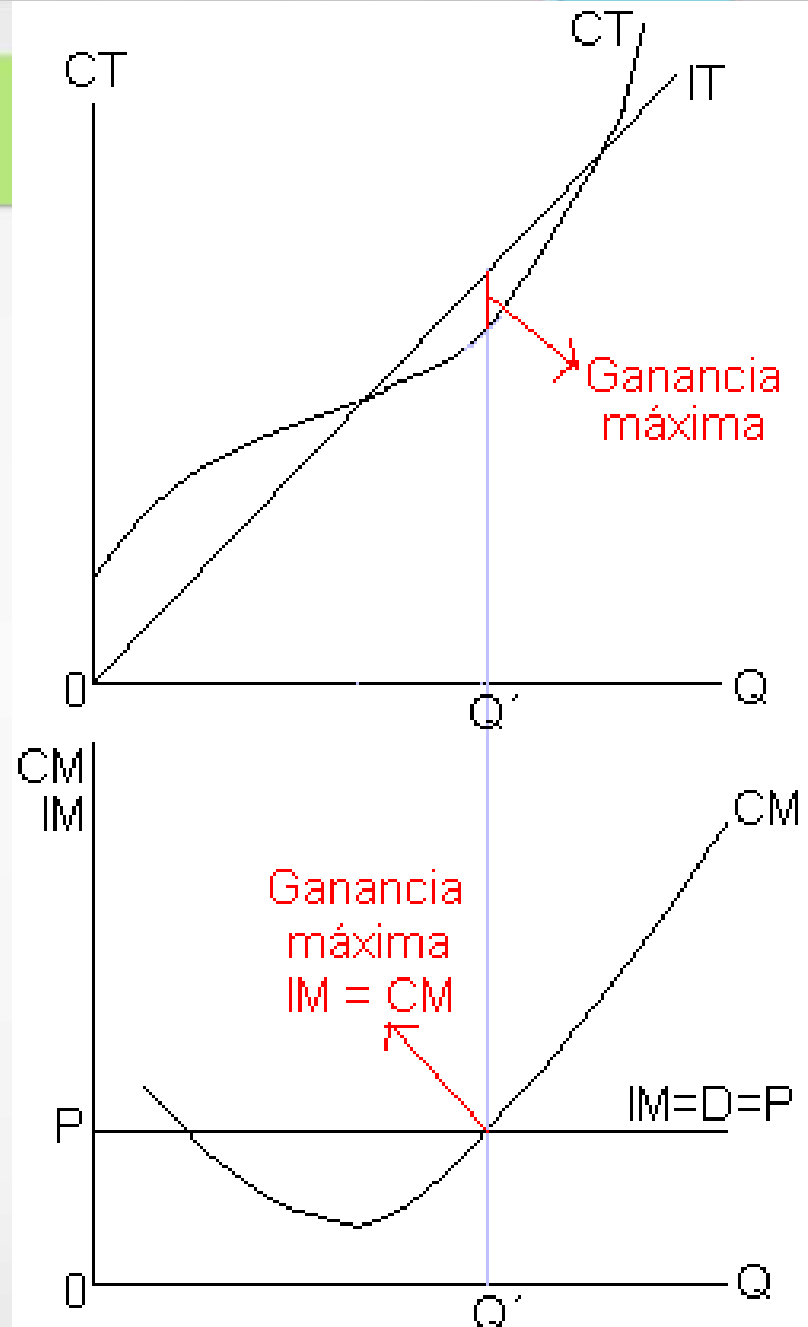
COMP. PERFECTA

NIVEL OPTIMO DE PRODUCCIÓN: MÁXIMO BENEFICIO O MÍNIMA PERDIDA

--> Si el ingreso marginal excede al costo marginal, la empresa debe incrementar la producción.

--> Si el ingreso marginal es menor que el costo marginal, la producción se debe reducir.

→ Si el Ingreso marginal es igual al costo marginal, la empresa esta maximizando su beneficio o minimizando su pérdida.



COMPETENCIA PERFECTA

LA EMPRESA COMPETITIVA Y LA DECISIÓN DE PRODUCIR

$IMG = CMG \longrightarrow$ ÓPTIMO DE PRODUCCIÓN \longrightarrow MAX BENEF O MIN PERDIDA

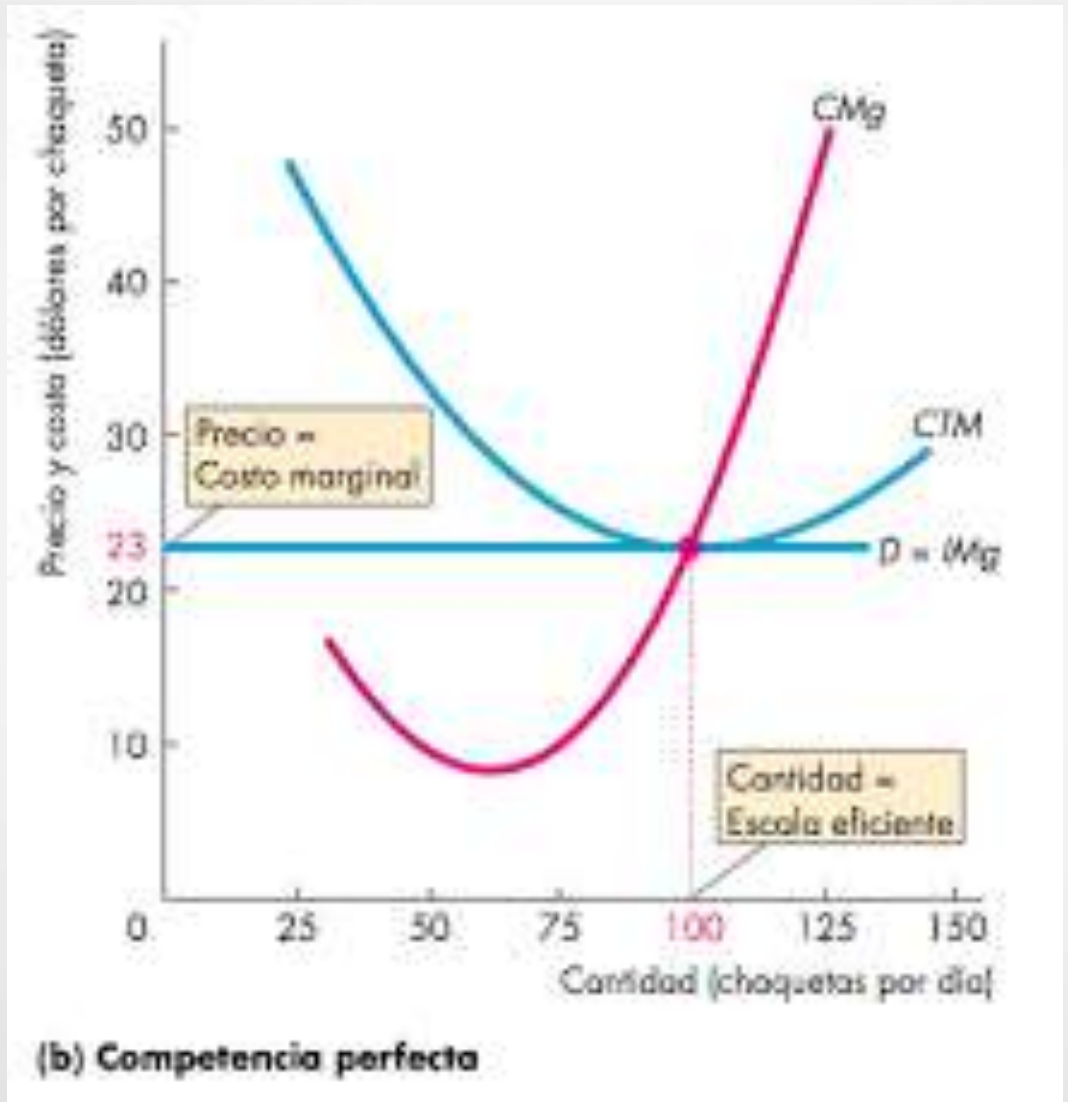
PRECIO MAYOR A CME \longrightarrow BENEFICIO EXTRAORDINARIO

PRECIO IGUAL A CME \longrightarrow BENEFICIO NORMAL O NULO

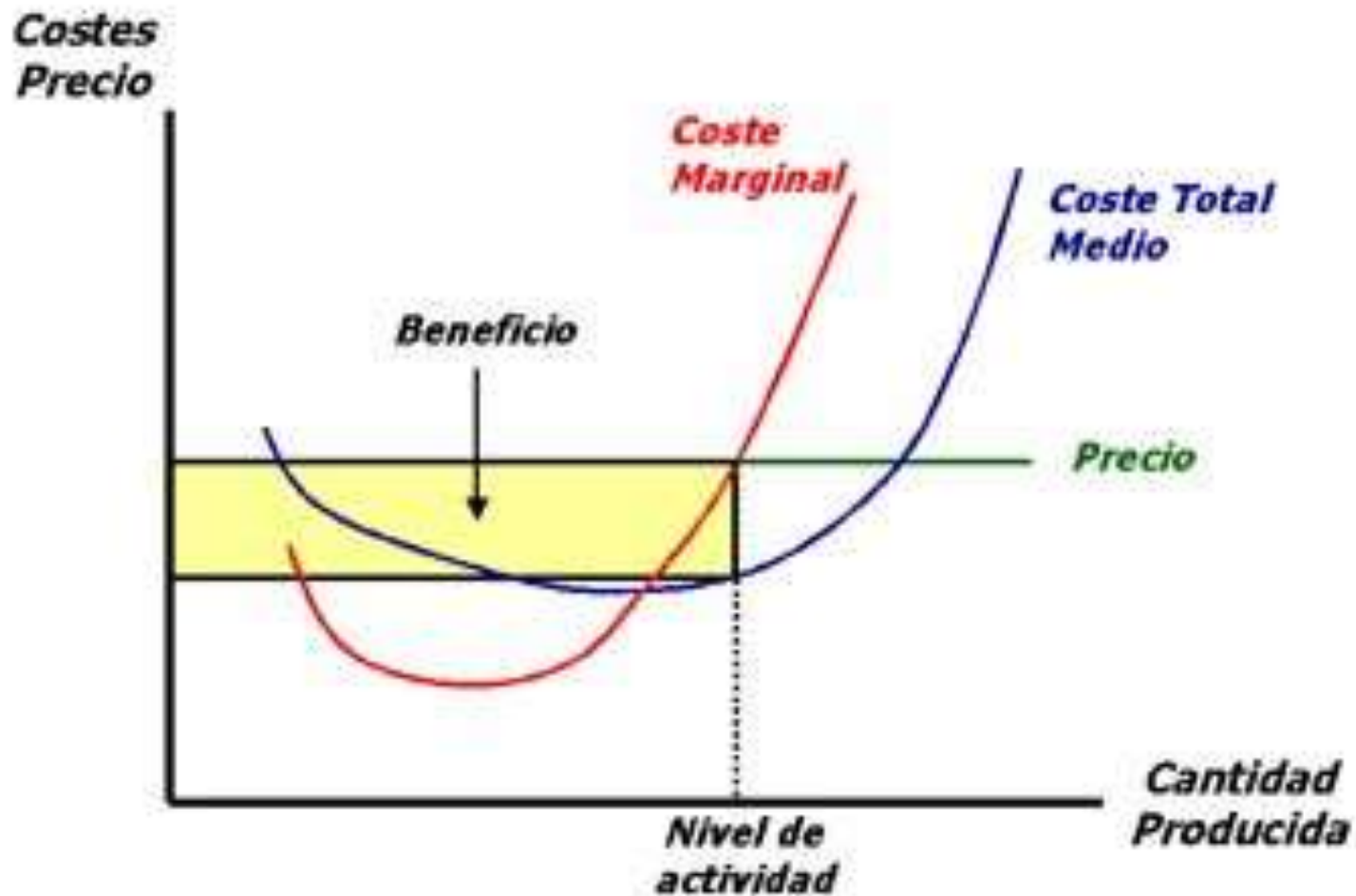
PRECIO MENOR A CME \longrightarrow PERDIDA

PRECIO IGUAL A CVME \longrightarrow PUNTO DE CIERRE

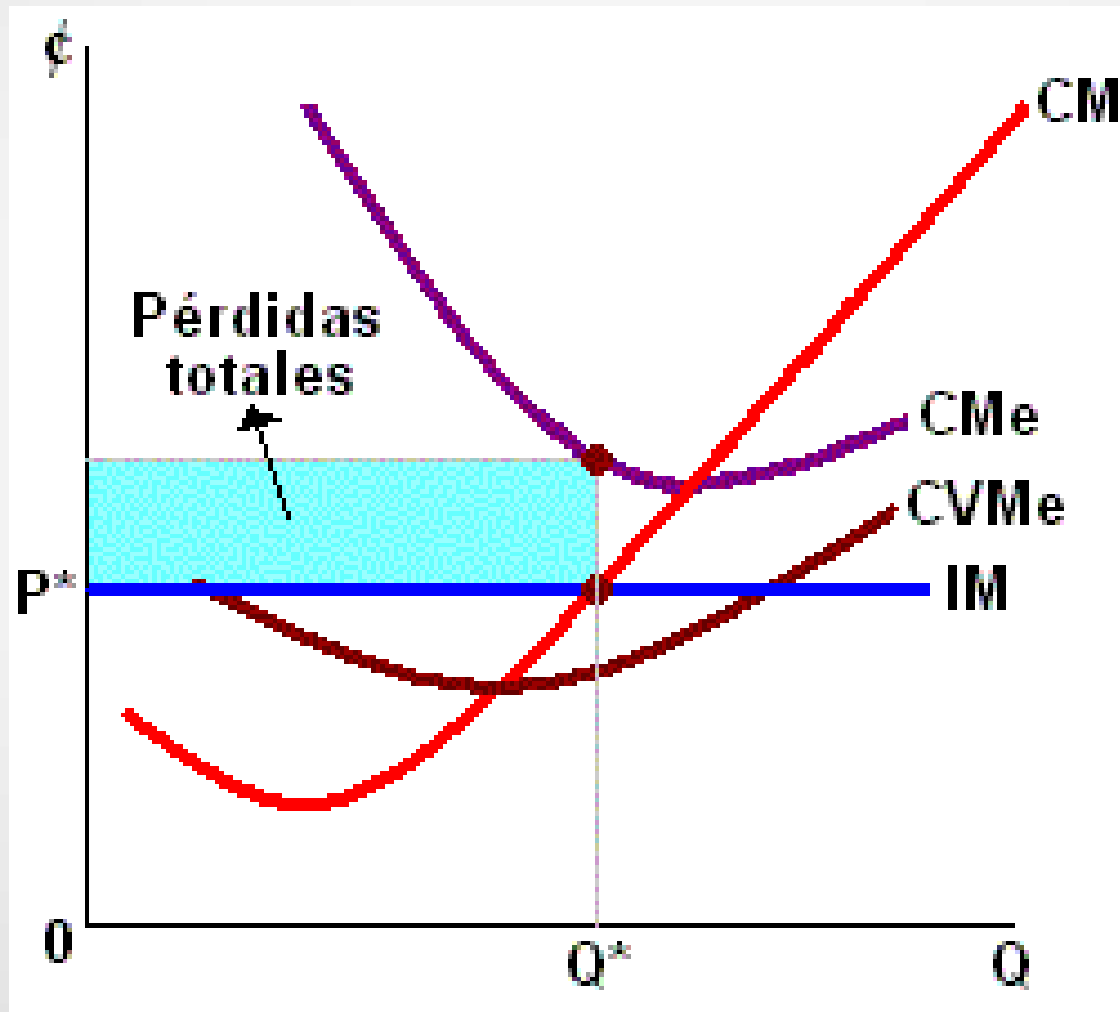
COMPETENCIA PERFECTA – BENEFICIO NORMAL O NULO.



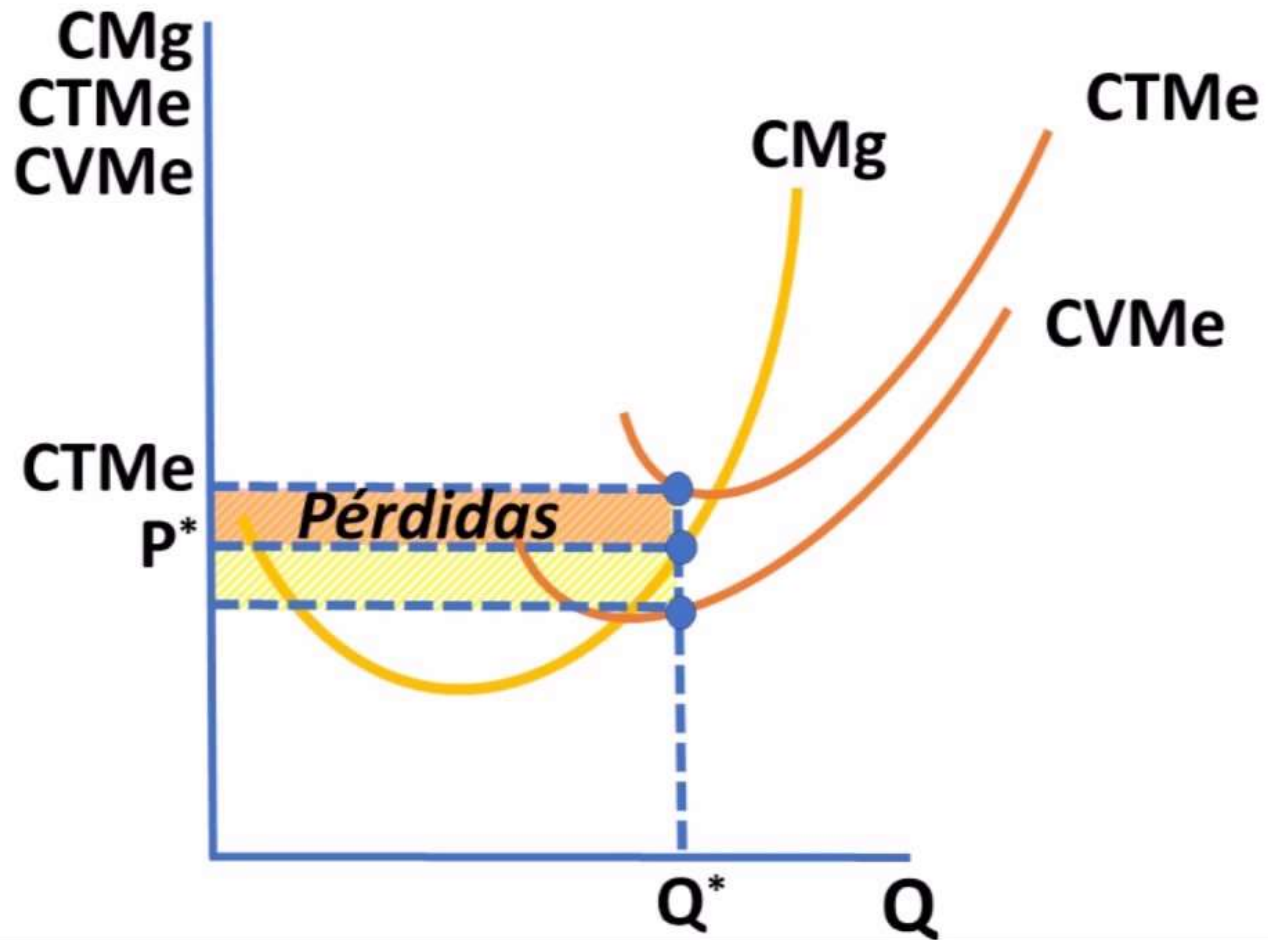
COMPETENCIA PERFECTA – B. EXTRAORDINARIOS



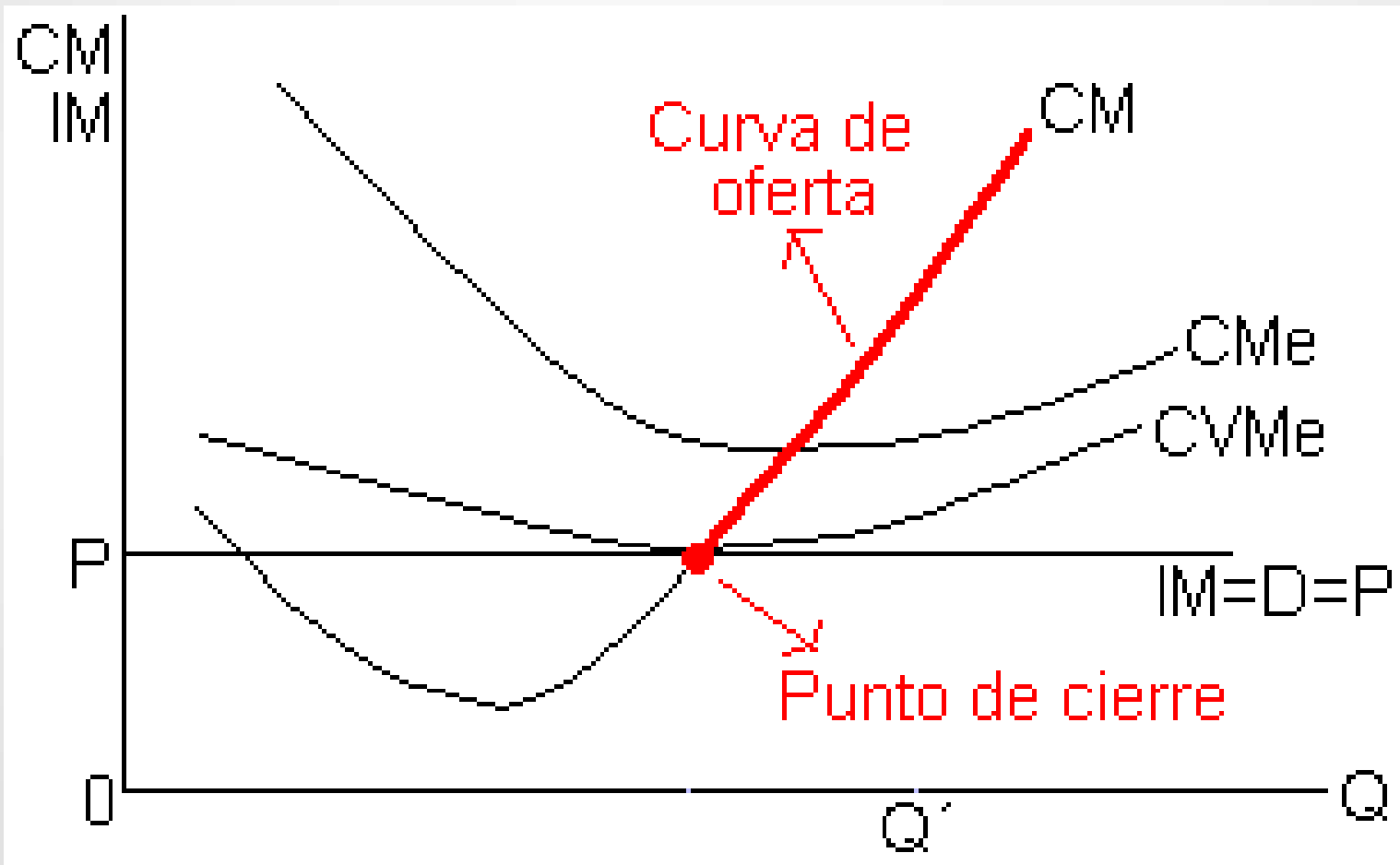
COMPETENCIA PERFECTA - PERDIDAS



COMPETENCIA PERFECTA – PUNTO DE CIERRE



COMPETENCIA PERFECTA – PUNTO DE CIERRE Y CURVA DE OFERTA



EJERCICIOS

¿CUÁLES SON LAS CONDICIONES PARA QUE EL MERCADO SE IDENTIFIQUE CON COMPETENCIA PERFECTA?

¿QUÉ SIGNIFICA QUE UNA EMPRESA SEA PRECIO ACEPTANTE?

¿QUE DIFERENCIA EXISTE ENTRE EL BENEFICIO NULO O PUNTO DE NIVELACIÓN Y EL PUNTO DE CIERRE?

UN NEGOCIO SOPORTA EN FORMA MENSUAL EN SITUACIÓN OPTIMA UN PRECIO DE \$ 12, SU CTME \$ 15, CVME 10. ¿QUÉ DEBE DECIDIR LA EMPRESA? Y SI EL CVME FUERA 12? Y SI FUERA 13?

Competencia Imperfecta

→ Precio oferentes

→ La empresa puede influir significativamente en los precios

→ Hay limitaciones a la entrada de nuevas empresas

→ La condición de equilibrio opera cuando el precio es mayor al costo marginal, a menor cantidad que CP.

Monopolio

- ☑ Caso extremo de competencia imperfecta en el que sólo existe una única empresa que controla toda o casi toda la oferta del producto o servicio, frente a muchos compradores.

- ☑ Existen diferentes causas que generan la aparición de monopolios como:
 - Control exclusivo de un factor productivo

 - Existencia de fuertes barreras de entrada : patente para producir un bien, control tecnológico como Microsoft sobre el sistema operativo.

 - Monopolios naturales: son aquellos que se justifica la existencia de una sola empresa por los elevados costes fijos (suministro de servicios de luz, agua)

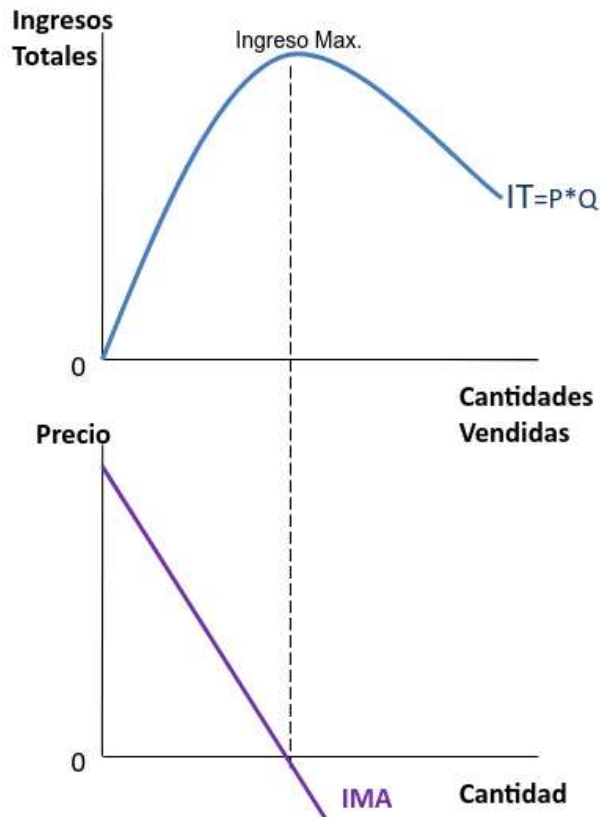
 - Economías de escala: supone que las empresas al aumentar su tamaño pueden conseguir reducir sus costes unitarios.

 - Monopolios legales: cuando el Estado permite a una empresa solo ofrecer determinado bien o servicio.

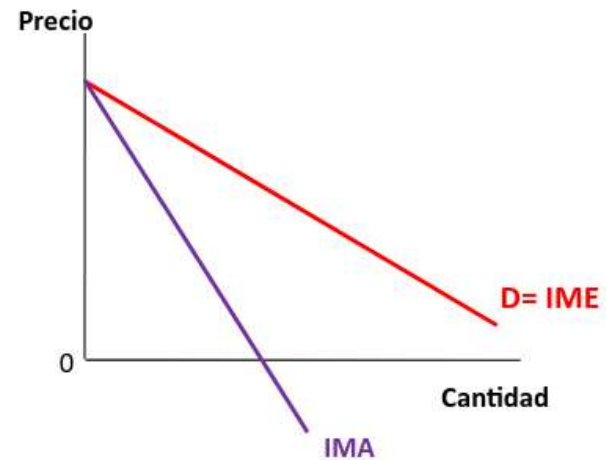
MONOPOLIO

FORMA GRÁFICA DE LAS CURVAS DE INGRESO EN UNA EMPRESA DE MONOPOLIO

INGRESO TOTAL E INGRESO MARGINAL

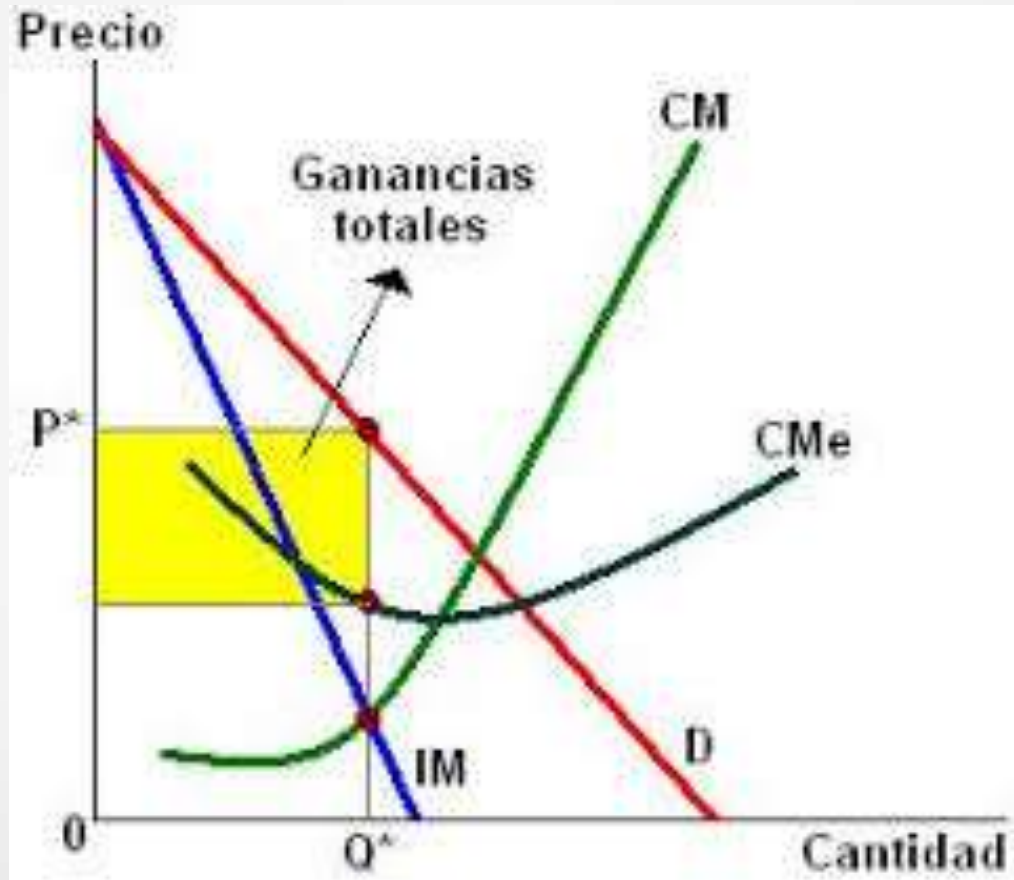


INGRESO MEDIO Y MARGINAL

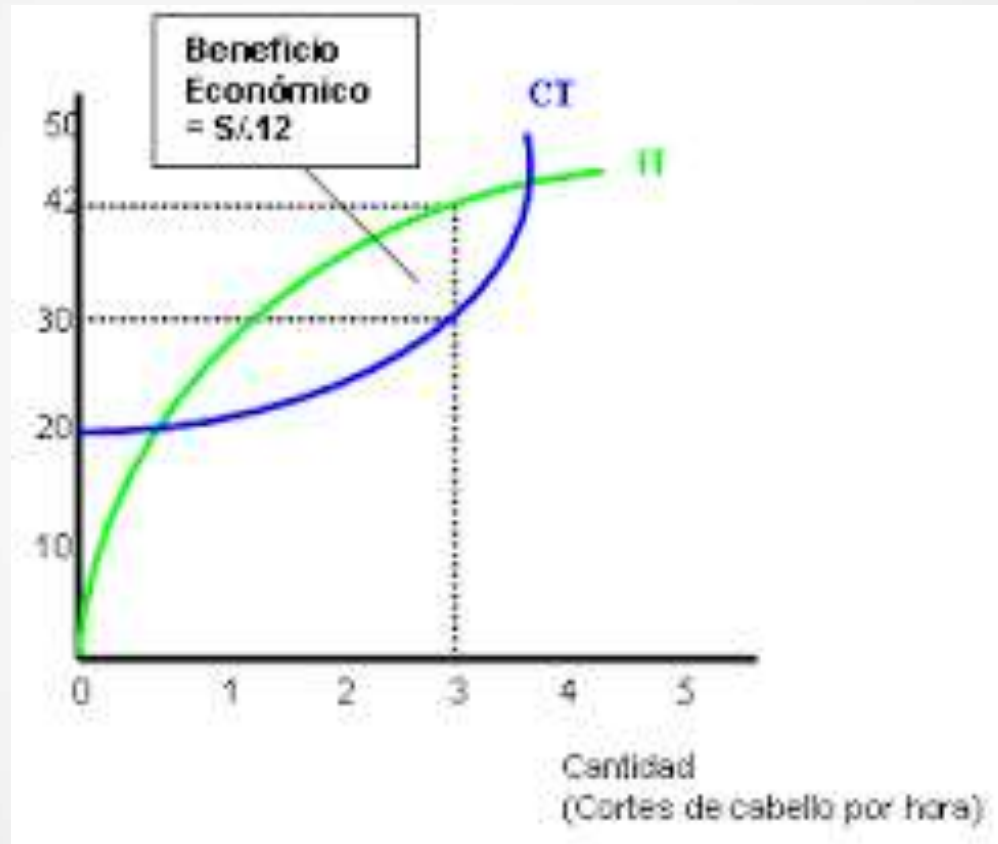


El ingreso marginal del monopolista estará siempre por debajo de la curva de demanda.

MONOPOLIO



COMPETENCIA IMPERFECTA



MONOPOLIO

MONOPOLIO Y EFICIENCIA

- **LA AUSENCIA DE COMPETENCIA NO OBLIGA AL MONOPOLISTA A PRODUCIR EN DONDE LOS COSTOS POR UNIDAD SON MÁS BAJOS.** Por consiguiente, no se puede lograr la eficiencia productiva.
- **EL MONOPOLISTA PRODUCE CUANDO EL PRECIO ES MAYOR QUE EL COSTO MARGINAL.** Por consiguiente, el consumidor paga más por una unidad extra de producción de lo que le cuesta a la sociedad. No se logra la eficiencia de la asignación.
- **LOS MONOPOLISTAS PRODUCEN MENOS A UN PRECIO MÁS ELEVADO DE LO QUE SE PRODUCIRÍA BAJO UNA COMPETENCIA PERFECTA.** La utilidad del monopolio reduce el bienestar del consumidor al cobrarles a los consumidores un precio más elevado. Una reducción en la producción reduce todavía más su bienestar, es una pérdida de eficiencia para el consumidor.

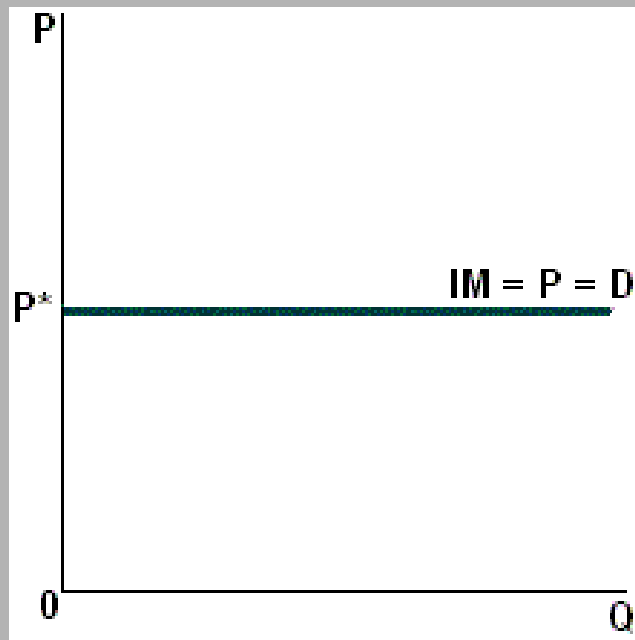
COMPARACIÓN

	Competencia perfecta	Monopolio
Supuestos y características	<ul style="list-style-type: none">Gran número de compradores y vendedoresProducto homogéneo (idéntico)Información perfectaLas empresas son tomadoras de preciosNo hay barreras de ingreso o salida	<ul style="list-style-type: none">Se presenta un solo vendedorLos bienes producidos no tienen sustitutos cercanosPuede existir información imperfectaLa empresa es fijadora de preciosHay barreras, legales o naturales, de entrada

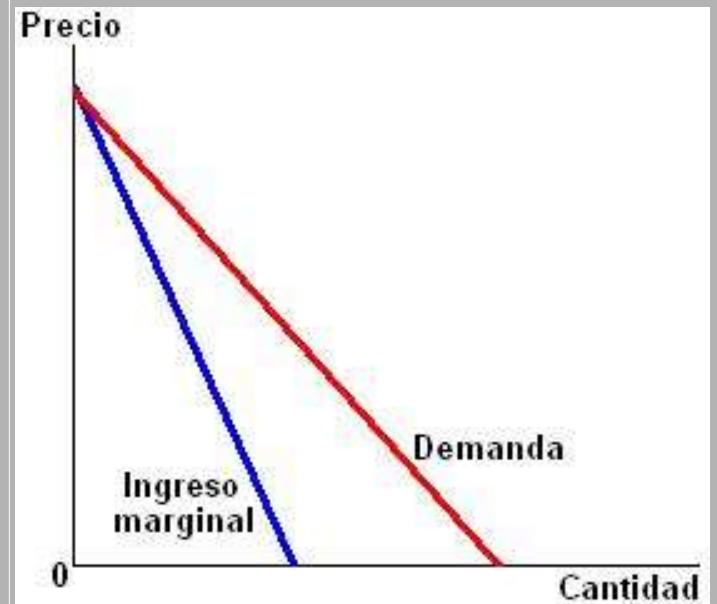
COMPARACIÓN

Demanda que enfrenta la empresa y el ingreso marginal

Demanda perfectamente elástica e igual al ingreso marginal



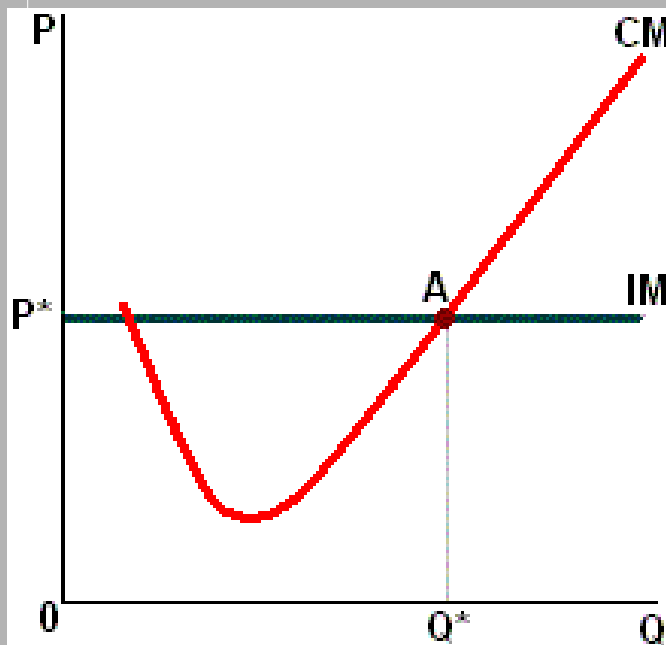
Demanda total del mercado



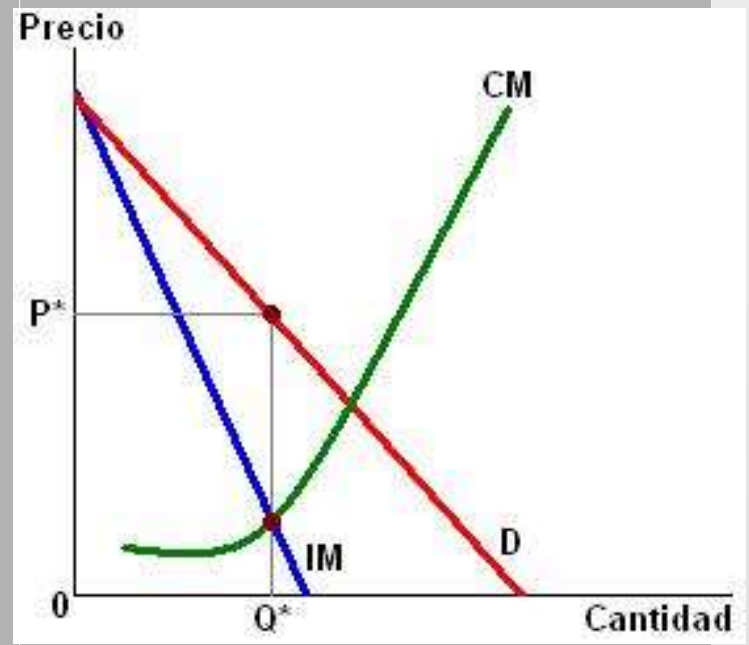
COMPARACIÓN

Determinación del nivel de producción

Maximiza ganancias donde $CM = IM$

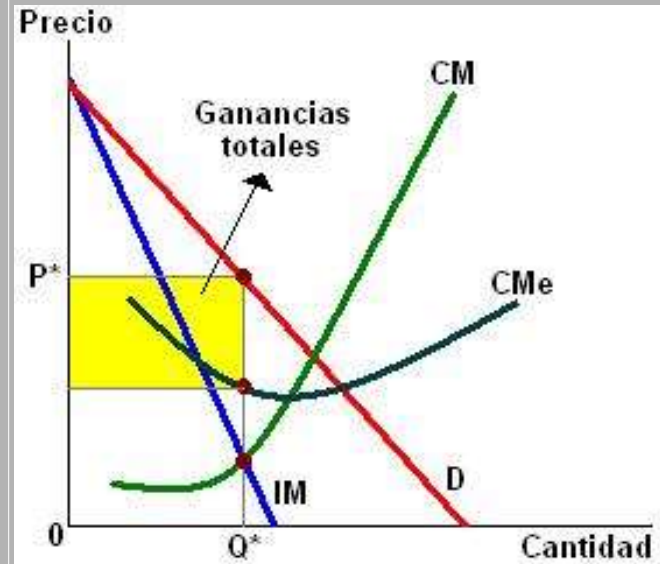
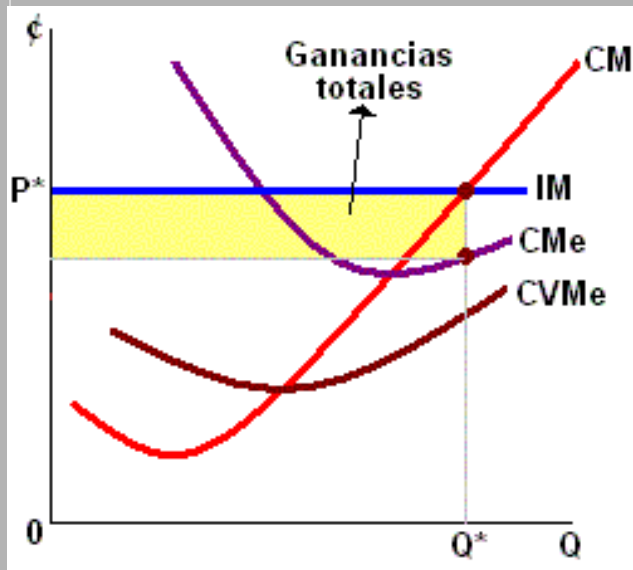


Maximiza ganancias donde $CM = IM$

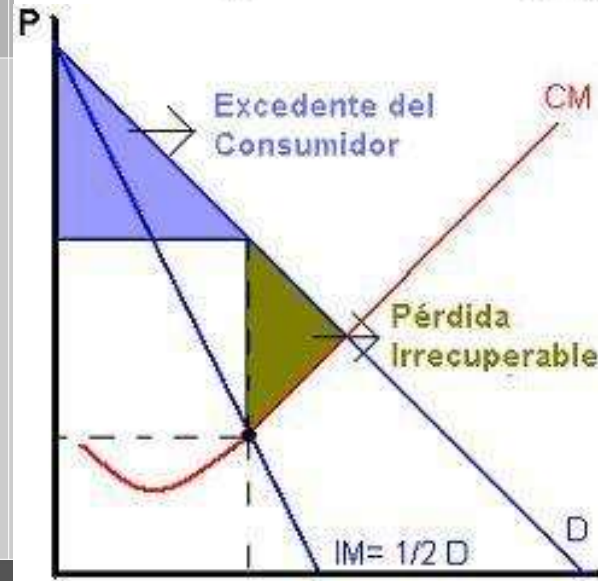
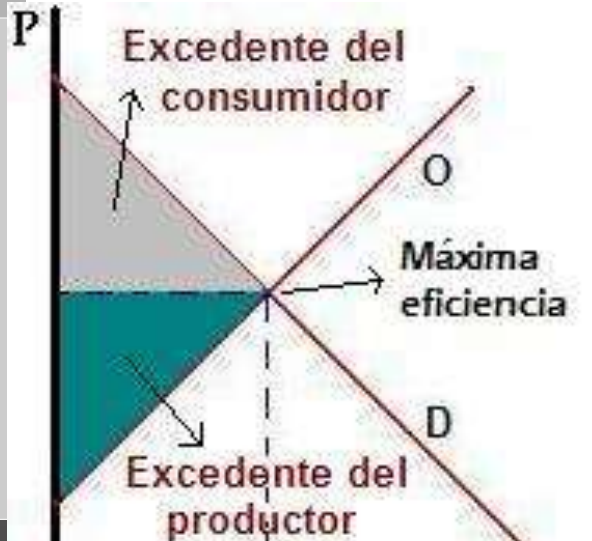


COMPARACIÓN

Beneficios económicos



Eficiencia



EJERCICIOS

¿CUALES SON LAS CARACTERÍSTICAS DEL MONOPOLIO?

SI LE DIERAN LA CONCESIÓN DE UN KIOSKO EN LA FACULTAD, Y ESTA SE ENCONTRARA ALEJADA DE LA CIUDAD, ¿CONSIDERARÍA QUE TIENE EL MONOPOLIO DE SUS PRODUCTOS? SI SUBIERA LOS PRECIOS ¿AFECTARÍA A SU PRODUCCIÓN?

SI EL MONOPOLISTA PRODUCE EN EL NIVEL OPTIMO DE PRODUCCIÓN, TIENE BENEFICIOS O PERDIDAS?

Oligopolio

- ☑ Mercado en el que hay **pocos vendedores** y muchos compradores.

- ☑ Existen fuertes barreras de entrada

- ☑ Estos mercados presentan dos características básicas:
 - Interdependencia mutua o estratégica: las decisiones que toma una empresa influyen decisivamente en el resto, que suelen reaccionar, esto genera una gran
 - Incertidumbre: ya las empresas no saben las decisiones que adoptarán el resto de empresas. Las empresas pueden antes esta incertidumbre:
 - Tratar de adivinar las acciones rivales
 - Iniciar guerras de precios
 - Adoptar acuerdos para no competir

Oligopolio

Monopsonio: oligopolio de demanda

Duopolio: caso extremo de oligopolio, cuando existen sólo dos productores.

Oligopolio

La concentración y el oligopolio

¿Cuándo debe intervenir el gobierno?

Coeficiente de concentración: % de producción o facturación total de una industria que corresponde a un número reducido de empresas. (grado de poder de mercado)

A mayor coef, mayor concentración, mayor poder, más se parece a Monopolio

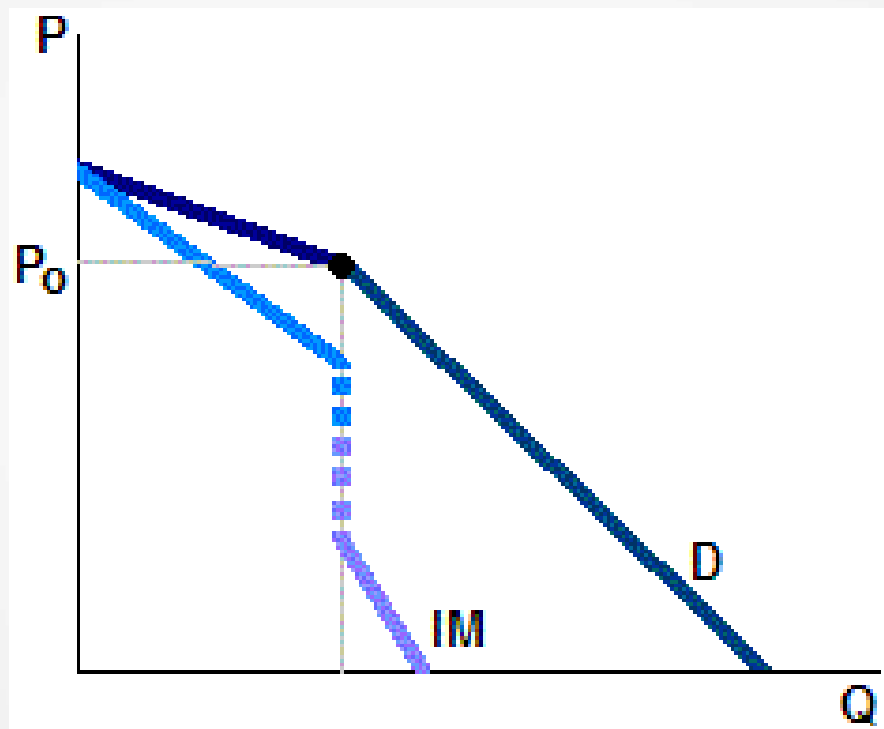
Oligopolio

Cartel

Organización de empresas independientes que trata de limitar la acción de las fuerzas de la competencia mediante el establecimiento de acuerdos sobre precios y niveles de producción.

(Teoría de los juegos y el oligopolio)

OLIGOPOLIO

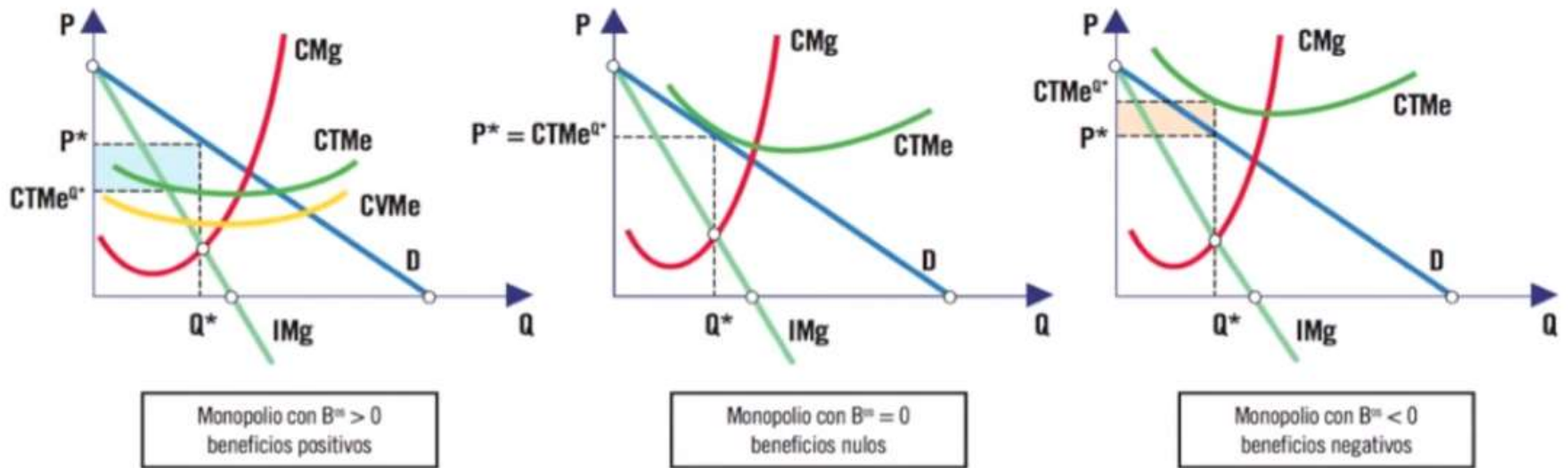


Competencia monopolística

- ☑ Mercado en el que existen muchos compradores y muchos vendedores, al igual que en la competencia perfecta, pero que se diferencia de ésta en las empresas intentan **diferenciar sus productos a través de técnicas de marketing** como la publicidad, el diseño de productos, calidad, marca...
- ☑ Hay pocas barreras de entrada y salida
- ☑ Las empresas tienen cierto poder para modificar los precios, pero siempre teniendo en cuenta que existen productos sustitutos.

COMPETENCIA MONOPOLISTICA

Equilibrio en mercados monopolísticos



La condición $IMg = CMg$ permite obtener de nuevo la producción óptima (Q^*), mientras la curva de demanda nos ayuda a obtener el precio.

Los beneficios, se calculan con la ecuación

$$BFCO = IT - CT = P^* \cdot Q^* - CTMe_{Q^*} \cdot Q^*$$

A largo plazo es compatible el equilibrio con la existencia de beneficios positivos, negativos o nulos, ya que existen barreras o limitaciones a la entrada de nuevas empresas en el mercado

La defensa de la competencia

	Competencia perfecta	Monopolio	Oligopolio	Competencia monopolística
Número de oferentes	Muchos vendedores	Un único vendedor	Pocos vendedores	Muchos vendedores
Producto	Homogéneo	Único producto o servicio	Puede ser igual o diferenciado	Producto diferenciado a través marketing
Barreras	No hay barreras de entrada o salida	Fuertes barreras de entrada	Fuertes barreras de entrada	No hay barreras de entrada o salida
Grado de competencia	Competencia total	No existe competencia	Puede haber mucha competencia (rivalidad) o poca (acuerdos)	Fuerte competencia
Influencia sobre los precios	Las empresas no pueden influir en los precios (precio-aceptantes)	La empresa decidirá el precio de venta	Las empresas tienen poder para influir en los precios	Cierta influencia sobre los precios
Otras características	Transparencia de los mercados	Algunos monopolios son del Estado	Sectores que requieren fuertes inversiones	La diferenciación del producto a través del marketing es fundamental
Ejemplos de mercados	Una lonja de pescado	Gas, agua, transporte ferroviario	Banca, gasolineras, telefonía móvil	Restaurantes, electrodomésticos, librerías

Actividad a resolver

1. Determine a que tipo de mercado corresponden los siguientes bienes, y fundamente en cada caso: motos, lavarropas, cigarrillos, restaurantes.
2. Durante los fines de semana, los campings de la provincia reciben visitantes, y se llenan, pero de lunes a viernes suelen estar vacios ¿qué razones llevan a algunos empresarios a abrir y a otros a cerrar durante la semana? ¿Qué tipo de mercado analizamos?
3. Si Usted tratara de comenzar su actividad empresaria en un mercado de comp. Monopolística, ¿intentaría diferenciar su producto del resto? ¿Porqué? De ejemplos