



Tema 5

MERCADOS COMPETITIVOS Y NO COMPETITIVOS

5.1 EL SIGNIFICADO DE LA COMPETENCIA

5.2 LA COMPETENCIA PERFECTA

5.3 EL MONOPOLIO

5.4 COMPETENCIA MONOPOLISTICA Y OLIGOPOLIO

5.1 EL SIGNIFICADO DE LA COMPETENCIA

¿QUE ES UN MERCADO COMPETITIVO?

- Un mercado *perfectamente competitivo* tiene las siguientes características:
 - Hay muchos compradores y vendedores en el mercado .
 - Los bienes ofrecidos por los distintos vendedores son en gran medida idénticos.
 - Las empresas pueden libremente entrar y salir del mercado.

- Como resultado de estas características, los mercados perfectamente competitivos, dan como resultado que:
 - Las acciones de cualquier comprador o vendedor tengan un impacto insignificante sobre el precio de mercado.
 - Cada comprador y vendedor toma los precios de mercado como dados.

- Un mercado competitivo tiene muchos compradores y vendedores comerciando con idénticos productos de tal forma que cada comprador y vendedor es precio-aceptante.
 - Compradores y vendedores deben aceptar el precio determinado por el mercado.

5.2 LA COMPETENCIA PERFECTA

El ingreso de una empresa competitiva

- El ingreso total de una empresa es el precio de venta por la cantidad vendida.

$$IT = (P \times Q)$$

- El ingreso total es proporcional a la cantidad producida.

- *El ingreso medio* es el ingreso total dividido por la cantidad vendida.
- En competencia perfecta el ingreso medio igual el precio del bien.

$$\begin{aligned}\text{Average Revenue} &= \frac{\text{Total revenue}}{\text{Quantity}} \\ &= \frac{\text{Price} \times \text{Quantity}}{\text{Quantity}} \\ &= \text{Price}\end{aligned}$$

- *El ingreso marginal* es la variación que experimenta el ingreso total cuando se vende una unidad más.

$$IM = \Delta IT / \Delta Q$$

- Para las empresas en competencia perfecta, el ingreso marginal iguala el precio del bien.

Table 1 Total, Average, and Marginal Revenue for a Competitive Firm

Quantity	Price	Total Revenue	Average Revenue	Marginal Revenue
(Q)	(P)	($TR = P \times Q$)	($AR = TR/Q$)	($MR = \Delta TR/\Delta Q$)
1 gallon	\$6	\$ 6	\$6	\$6
2	6	12	6	6
3	6	18	6	6
4	6	24	6	6
5	6	30	6	6
6	6	36	6	6
7	6	42	6	6
8	6	48	6	6

MAXIMIZACIÓN DEL BENEFICIO Y LA CURVA DE OFERTA DE UNA EMPRESA COMPETITIVA

- El objetivo de una empresa competitiva es maximizar sus beneficios.
- Esto significa que la empresa querrá producir la cantidad que maximiza la diferencia entre el ingreso total y el coste total.

Table 2 Profit Maximization: A Numerical Example

Quantity	Total Revenue	Total Cost	Profit	Marginal Revenue	Marginal Cost	Change in Profit
(Q)	(TR)	(TC)	(TR - TC)	(MR = $\Delta TR/\Delta Q$)	(MC = $\Delta TC/\Delta Q$)	(MR - MC)
0 gallons	\$ 0	\$ 3	-\$3			
1	6	5	1	\$6	\$2	\$4
2	12	8	4	6	3	3
3	18	12	6	6	4	2
4	24	17	7	6	5	1
5	30	23	7	6	6	0
6	36	30	6	6	7	-1
7	42	38	4	6	8	-2
8	48	47	1	6	9	-3

Figure 1 Profit Maximization for a Competitive Firm

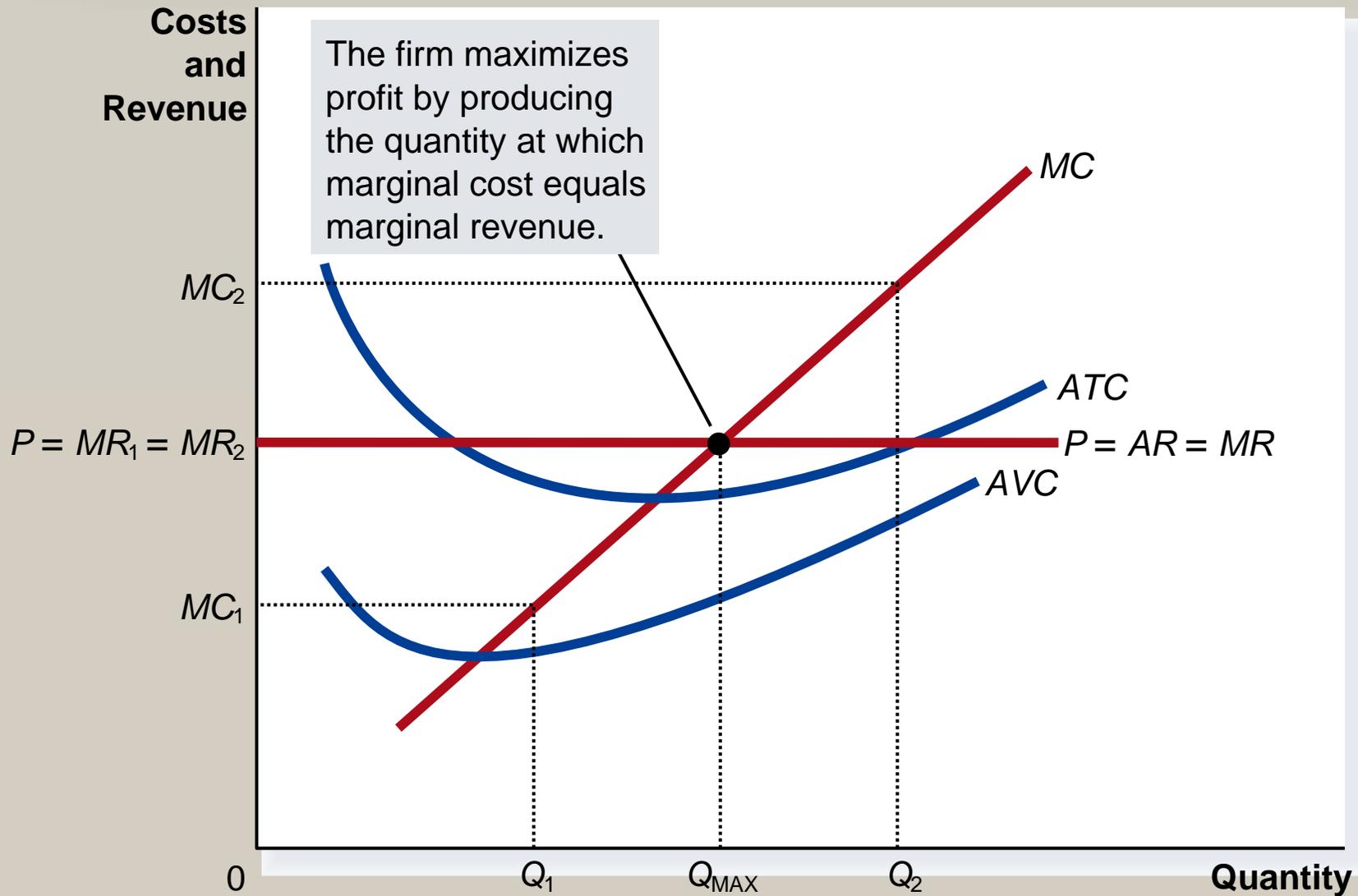
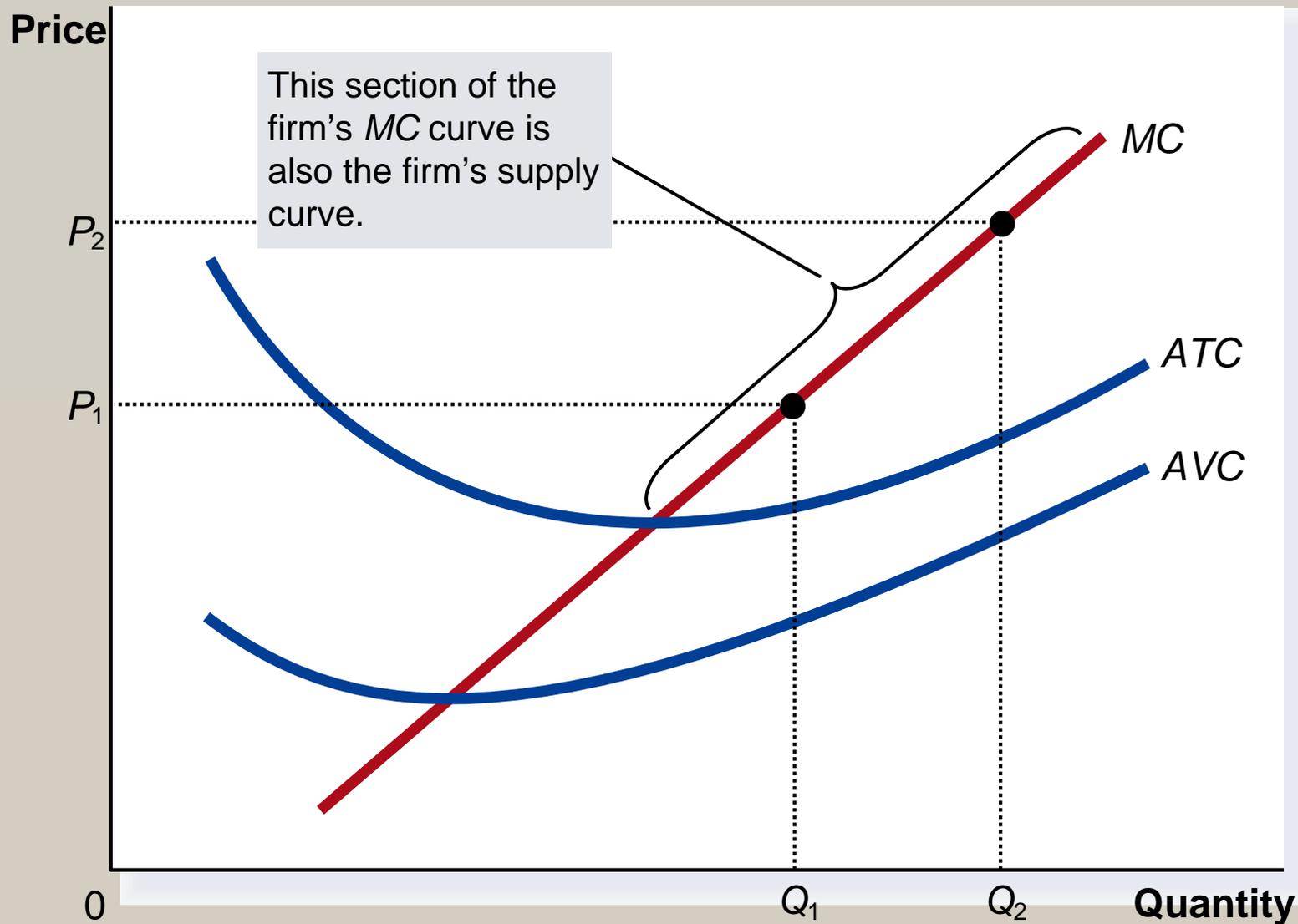


Figure 2 Marginal Cost as the Competitive Firm's Supply Curve

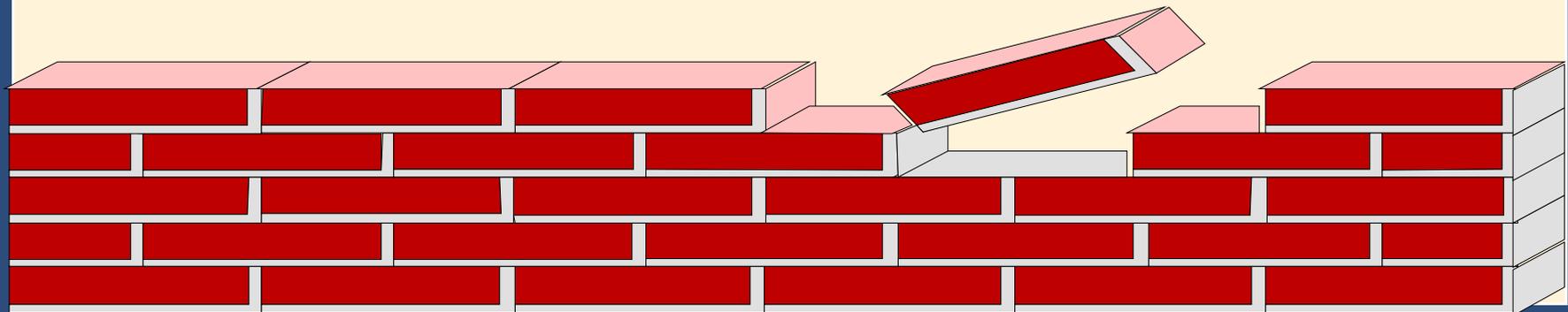


5.3 EL MONOPOLIO

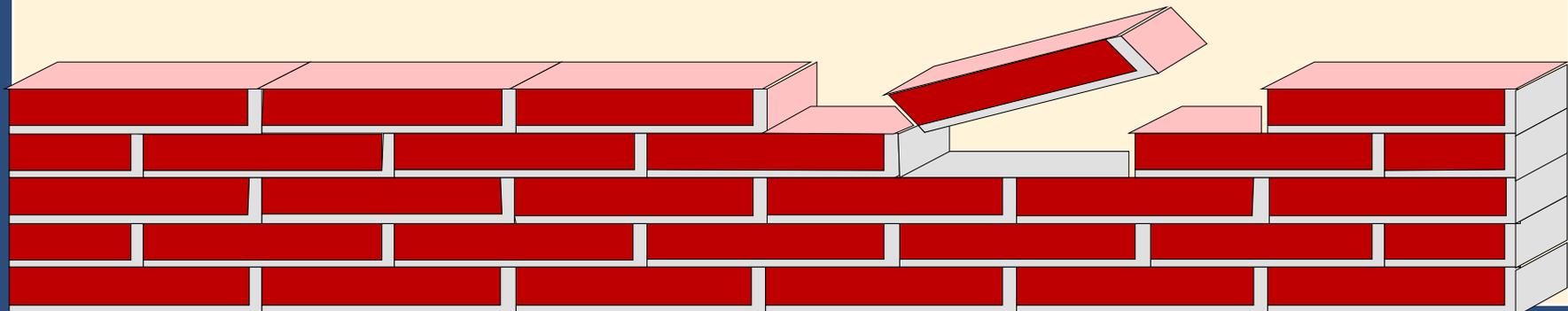
- Mientras que una empresa competitiva es precio-aceptante, un monopolio tiene poder de mercado y, por tanto, es precio-decisor.
- Una empresa es considerada un *monopolio* si:
 - Si es el único vendedor de un producto.
 - Y este producto no tiene sustitutos cercanos.

¿Por qué surgen los monopolios?

- La causa fundamental del monopolio son las *barreras de entrada*.

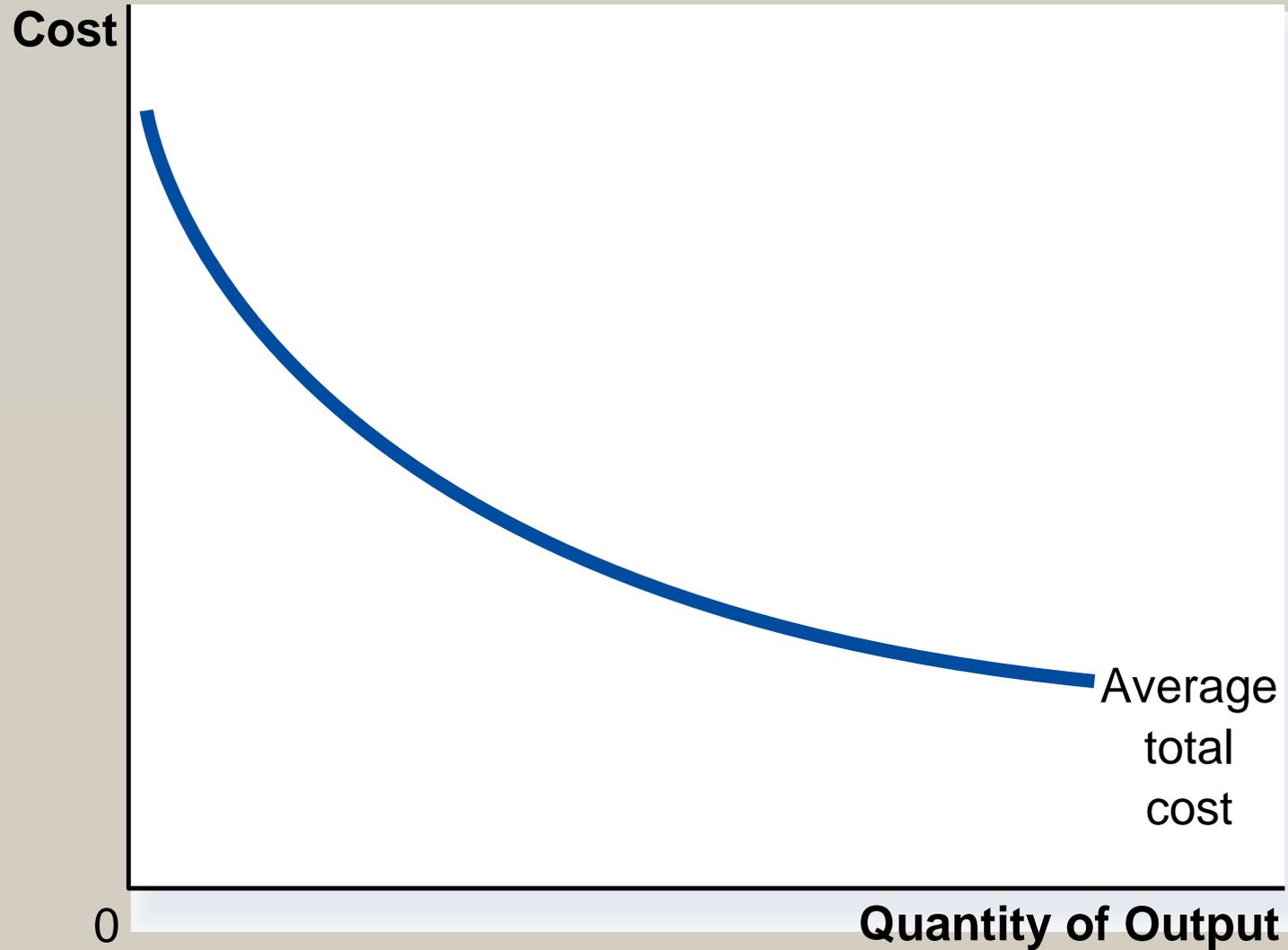


- Las barreras de entrada tienen tres orígenes:
 - La propiedad de un recurso clave.
 - El gobierno concede a una empresa el derecho de exclusividad para producir un bien o servicio.
 - Los costes de producción hacen que un único productor sea más eficiente que un elevado número de productores.



- Una industria es un *monopolio natural* cuando una única empresa puede ofrecer un bien o un servicio a un mercado entero a un coste menor que el que tendría lugar con dos o más empresas.
- Un *monopolio natural* surge cuando hay economías de escala en el intervalo relevante de producción.

Figure 1 Economies of Scale as a Cause of Monopoly

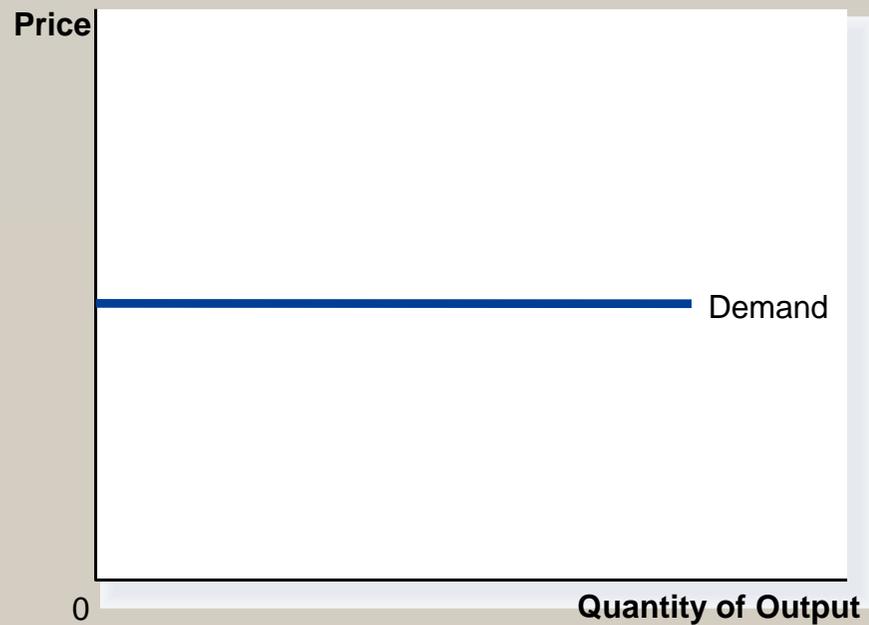


¿Cómo toman los monopolios sus decisiones de producción y de precios?

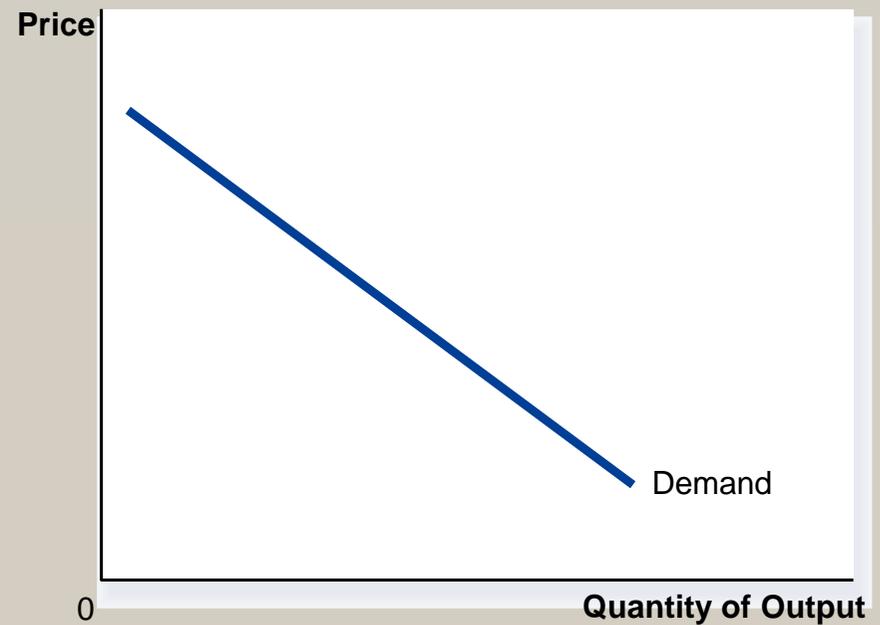
- Monopolio versus Competencia Perfecta
 - Monopolio
 - Es el único productor
 - Se enfrenta a una curva de demanda con pendiente negativa
 - Fija precios
 - Para incrementar sus ventas debe reducir el precio
 - Empresa competitiva
 - Es un productor más entre muchos
 - Se enfrenta a una curva de demanda horizontal
 - Es precio-aceptante
 - Vende mucho o poco al mismo precio

Figure 2 Demand Curves for Competitive and Monopoly Firms

(a) A Competitive Firm's Demand Curve



(b) A Monopolist's Demand Curve



Ingreso de un monopolio

- Ingreso total

$$P \times Q = IT$$

- Ingreso medio

$$IT/Q = IMe = P$$

- Ingreso marginal

$$\Delta IT/\Delta Q = IM$$

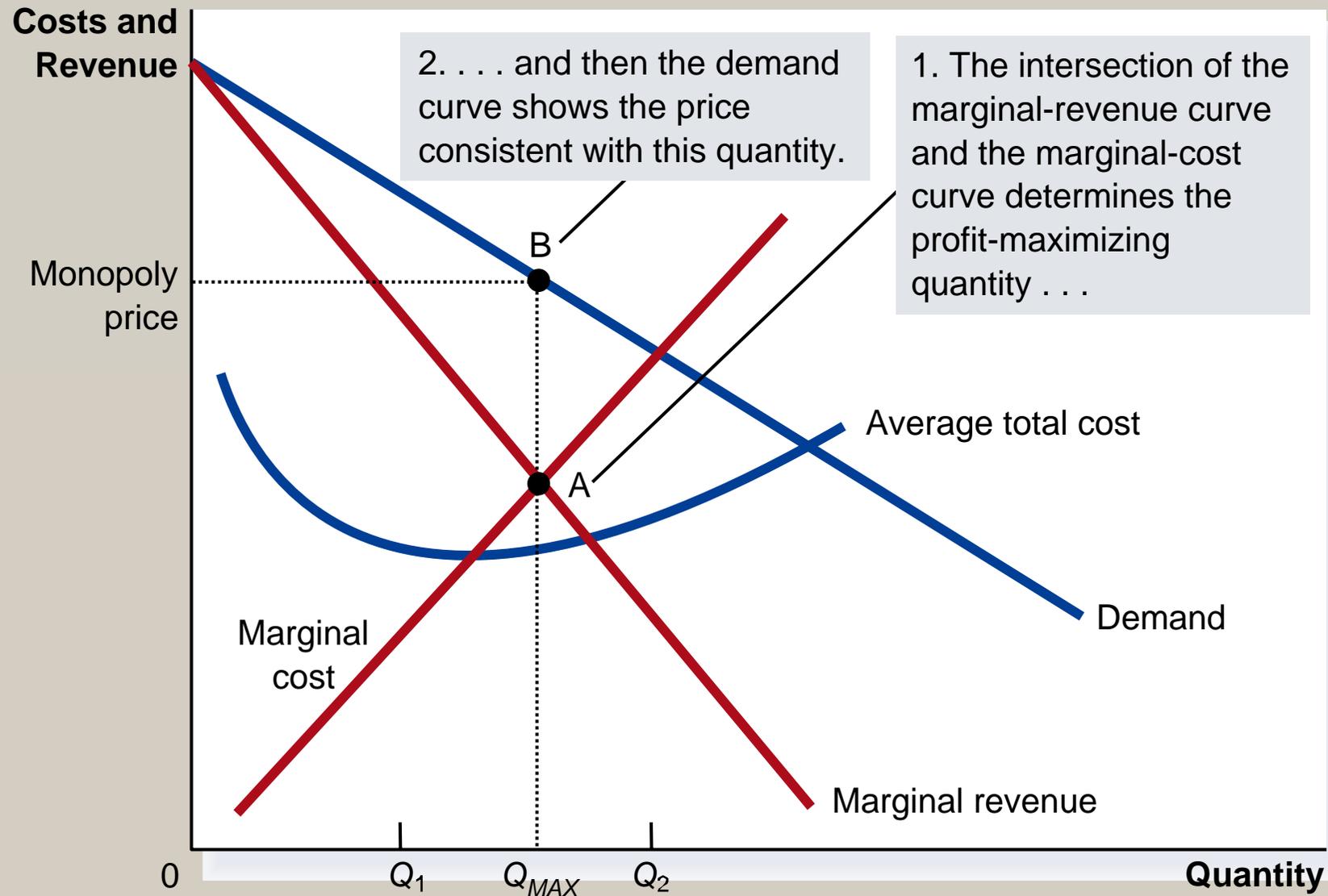
Table 1 A Monopoly's Total, Average, and Marginal Revenue

Quantity of Water (Q)	Price (P)	Total Revenue (TR = P × Q)	Average Revenue (AR = TR/Q)	Marginal Revenue (MR = ΔTR/ΔQ)
0 gallons	\$11	\$ 0	—	\$10
1	10	10	\$10	8
2	9	18	9	6
3	8	24	8	4
4	7	28	7	2
5	6	30	6	0
6	5	30	5	-2
7	4	28	4	-4
8	3	24	3	

Maximización de beneficios

- Un monopolio maximiza beneficios produciendo la cantidad a la cual el ingreso marginal iguala el coste marginal.
- Éste utiliza la curva de demanda para fijar el precio que inducirá a los consumidores a comprar dicha cantidad.

Figure 4 Profit Maximization for a Monopoly



- Comparando el Monopolio y la Competencia perfecta:

- Para una empresa competitiva, el precio iguala el coste marginal.

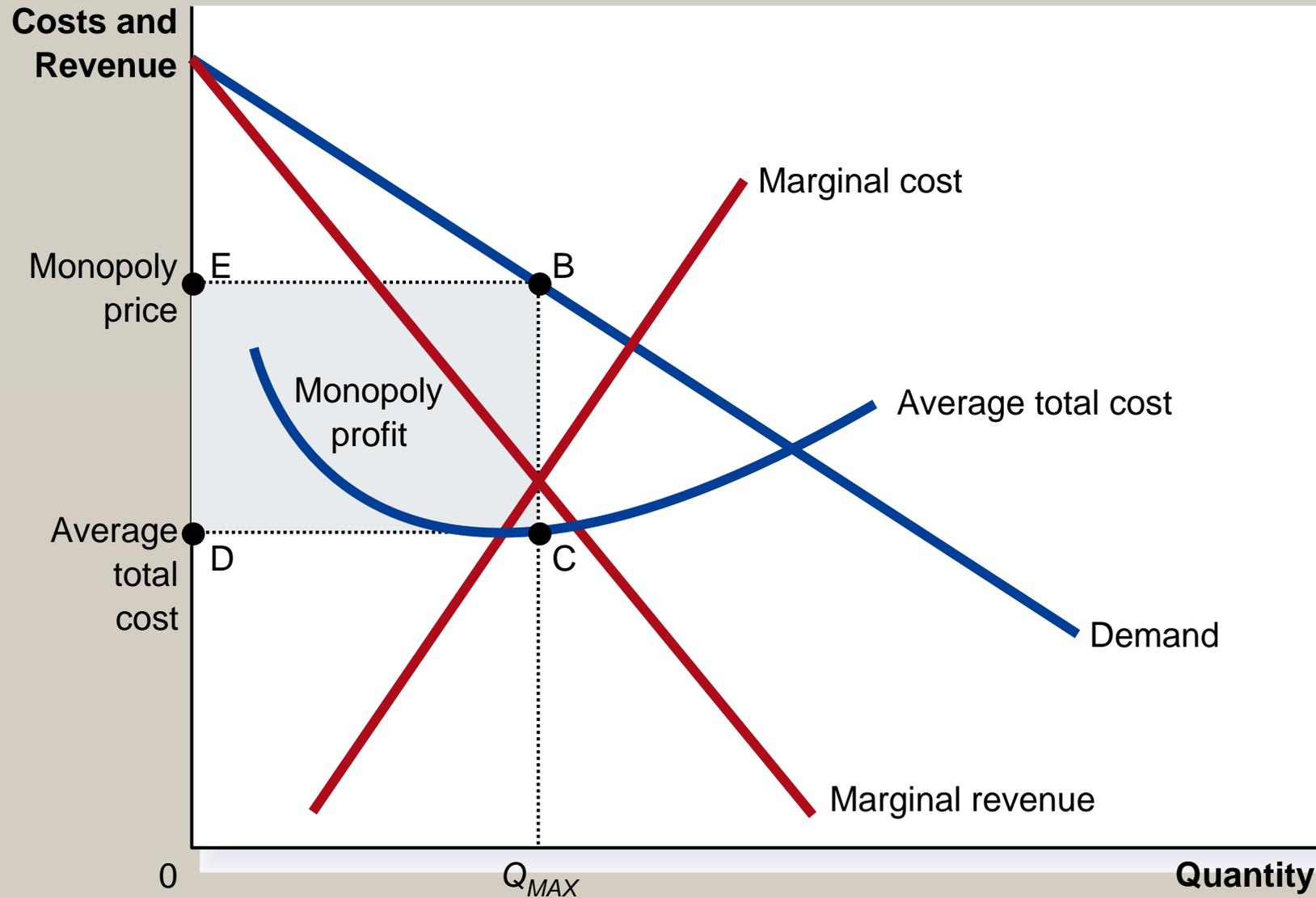
$$P = IM = CM$$

- Para una empresa monopolística, el precio excede al coste marginal.

$$P > IM = CM$$

- El beneficio es igual al ingreso total menos el coste total.
 - Beneficio = $IT - CT$
 - Beneficio = $(IT/Q - CT/Q) \times Q$
 - Beneficio = $(P - CTM) \times Q$

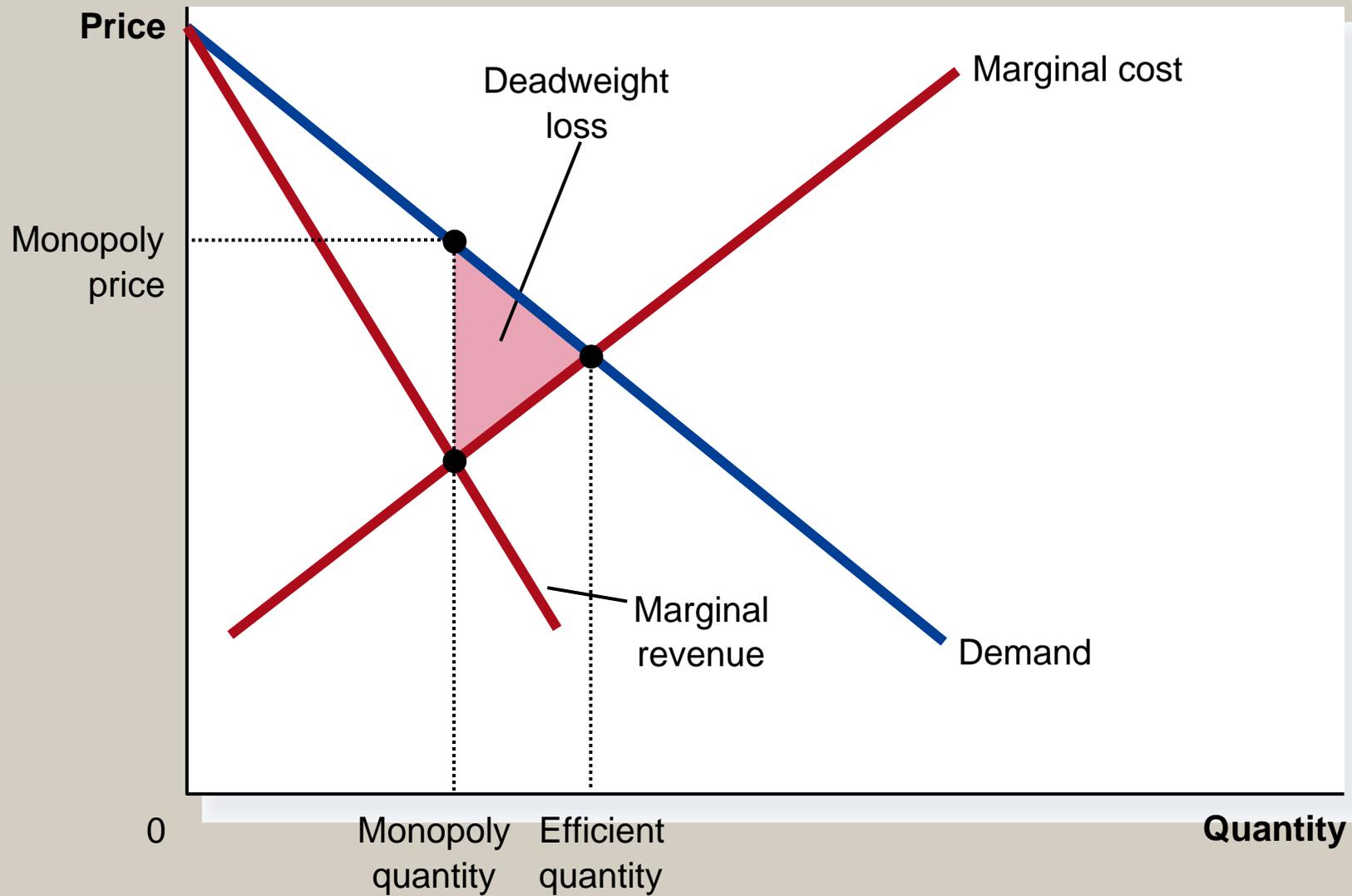
Figure 5 The Monopolist's Profit



El coste de un monopolio en términos de bienestar

- A diferencia de una empresa competitiva, el monopolio carga un precio por encima del coste marginal.
- Desde el punto de vista de los consumidores, el monopolio no es deseado debido a este elevado precio.
- El monopolista produce menos que la cantidad que se considera socialmente
- Sin embargo, desde el punto de vista de los propietarios, el monopolio es muy deseado debido a este elevado precio.

Figure 8 The Inefficiency of Monopoly



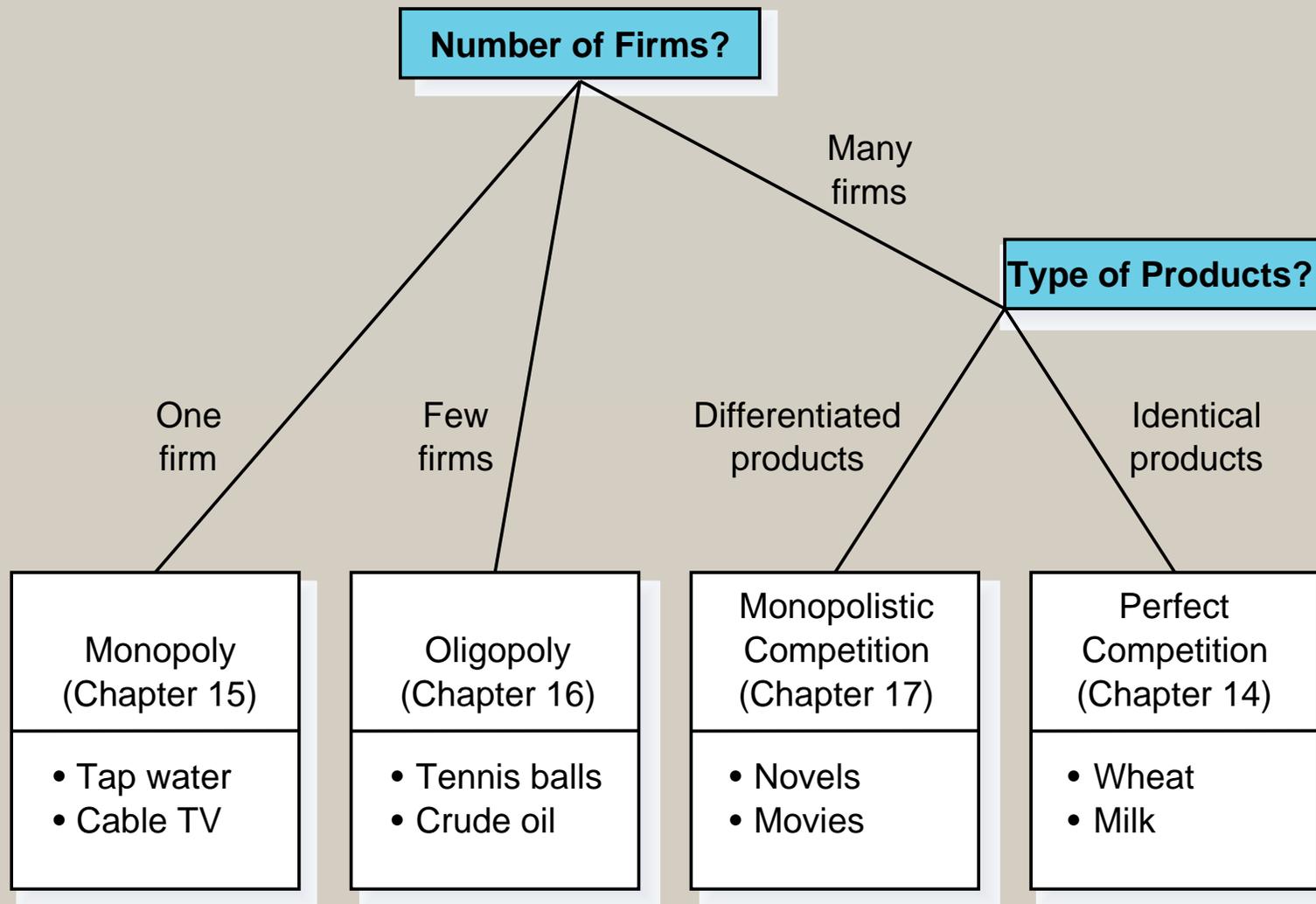
La actitud de los poderes públicos hacia el monopolio

- Los gobiernos responden al problema de los monopolios de una de las cuatro formas siguientes:
 - Tratando que las industrias monopolizadas sean más competitivas.
 - Regulando la conducta de los monopolios.
 - Convirtiendo algunos monopolios privados en empresas públicas.
 - No haciendo nada.

5.4 COMPETENCIA MONOPOLISTICA Y OLIGOPOLIO

La competencia perfecta y el monopolio son dos casos extremos de estructura del mercado. Sin embargo, en el mundo real muchas industrias se encuentran entre estos dos extremos como son la competencia monopolística y el oligopolio.

The Four Types of Market Structure



- Tipos de mercados de competencia imperfecta
 - *Competencia Monopolística*
 - Hay muchas empresas que venden productos que son similares pero no idénticos (películas, videojuegos, automóviles, etc.)
 - Oligopolio
 - Pocos vendedores, ofrecen productos que son similares o idénticos (pelotas de tenis, distribución de gasolina, etc.).

Competencia monopolística

- Son mercados que tienen algunas de las características de la competencia y algunas características del monopolio.
- Atributos de la competencia monopolística:
 - Muchos vendedores
 - Diferenciación del producto
 - Libertad de entrada y salida

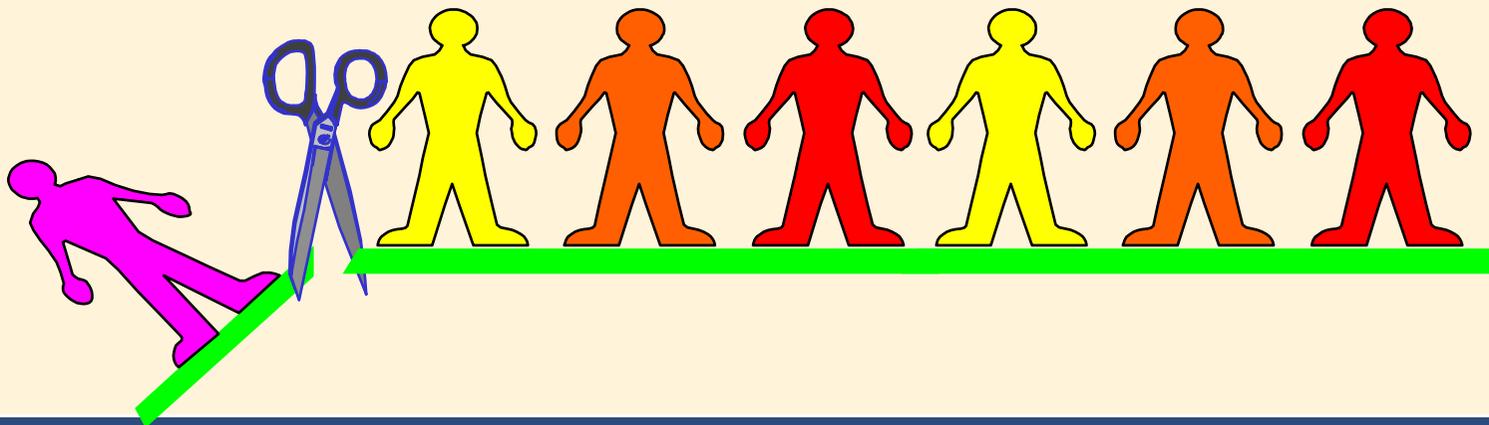
- Muchos vendedores:
 - Hay muchas empresas compitiendo por el mismo grupo de clientes.
 - Ejemplos los tenemos en los mercados de libros, CDs, películas, juegos de ordenador, restaurantes, lecciones de piano, galletas, cámaras fotográficas digitales, etc.



- Diferenciación del producto:
 - Cada empresa produce un bien que es al menos algo diferente al de las otras.
 - Por tanto, cada empresa, en lugar de ser precio-aceptante, se enfrenta a una curva de demanda de pendiente negativa.



- Libertad de entrada y de salida:
- Las empresas puedan entrar o salir del mercado sin restricción alguna.
- Por tanto, el número de empresas que hay en el mercado se ajusta hasta que los beneficios económicos son cero.



Oligopolio

- Características de un mercado **oligopolista**:
 - Pocos vendedores ofreciendo productos similares o idénticos
 - Las empresas son interdependientes
 - El bienestar del grupo de empresas mejora cuando cooperan y actúan como un monopolista, es decir, produciendo una cantidad pequeña y cobrando un precio superior al coste marginal
 - Como son un pequeño grupo de vendedores, una característica fundamental del oligopolio es la tensión entre la cooperación y el interés personal

Un ejemplo: el duopolio

- Un duopolio es un oligopolio con solo dos miembros. Es la forma más simple de oligopolio.
- Imaginemos un pueblo donde sólo dos residentes –Jacobo y Julia- poseen pozos de agua. Todos los sábados deciden la cantidad de agua que se va a extraer para ser vendida. Se supone que se puede extraer todo el agua que se quiera sin coste alguno (coste marginal = 0).
- En la tabla adjunta se muestra la demanda de agua del pueblo (cantidad, precio e ingreso total).

Table 1 The Demand Schedule for Water

Quantity (in gallons)	Price	Total Revenue (and total profit)
0	\$120	\$ 0
10	110	1,100
20	100	2,000
30	90	2,700
40	80	3,200
50	70	3,500
60	60	3,600
70	50	3,500
80	40	3,200
90	30	2,700
100	20	2,000
110	10	1,100
120	0	0

- Precio y cantidad ofrecida en función de la organización del mercado:
 - El precio del agua en un mercado perfectamente competitivo sería igual al coste marginal. En el mercado de agua el coste marginal es cero :
 - $P = CM = \$0$
 - $Q = 120$ gallons
 - El precio y la cantidad bajo un monopolio se situarían donde se maximizan los beneficios :
 - $P = \$60$
 - $Q = 60$ gallons

- Precio y cantidad ofrecida
 - La cantidad de agua socialmente eficientes es de 120 galones, sin embargo un monopolista produciría sólo 60 galones.
 - ¿Qué resultado se podría esperar de estos duopolistas?

- Los dupopolistas podrían acordar comportarse como un monopolista, ya sea a través de una colusión o de un cartel:
 - *Colusión*
 - Un acuerdo entre las empresas para decidir qué cantidades producir y qué precios cobrar.
 - *Cartel*
 - Un grupo de empresas que actúan al unísono (se comportan como un único productor).
- Los dos productores producirían un total de 60 galones que se venderían a 60 \$ el litro (resultado socialmente ineficiente porque el precio es mayor que el CMg).

- Aunque a los oligopolistas les gustaría formar carteles y obtener los beneficios de un monopolio, esto no es siempre posible dado que en ocasiones buscan su propio interés –y no el del grupo- tratando de maximizar beneficios lo que les conduce a:
 - Producir una cantidad mayor que un monopolio pero inferior a la que tendría lugar en competencia
 - Fijar un precio inferior al monopolio pero superior al de competencia
 - Los beneficios totales son menores que los del monopolio.

¿Cómo afecta el tamaño de un oligopolio al resultado del mercado?

- A medida que aumenta el número de vendedores de un oligopolio, un mercado oligopolístico se parece cada vez más a un mercado competitivo.
- El precio se aproxima al coste marginal, y la cantidad producida se aproxima al nivel socialmente eficiente.