

Unidad 6

Modelos de competencia



Economía, 1.^º Bachillerato
Francisco Flores
economiaflores@gmail.com
www.franciscojflores.com

INDICE

1. Tipos de mercado
2. Competencia perfecta
3. Competencia imperfecta (4, 5 y 6)
4. El monopolio
5. El oligopolio
6. La competencia monopolística



NOTA: Todos los apartados son importantes



1. Tipos de mercado

Clasificación

- ★ **Según oferentes:**

- Un oferente
- Dos oferentes
- Tres oferentes



- ★ **Según capacidad para influir en el precio**

- Nula influencia
- Alguna influencia
- Mucha influencia

1. Tipos de mercado

Clasificación

- ★ Segundo la existencia o no de barreras:

- Mercado abierto
- Mercado cerrado



- ★ Segundo la diferenciación del producto

- Homogéneo
- Diferenciado

- ★ Segundo el grado de información:

- Mercados transparentes
- Mercados opacos

1. Tipos de mercado

TIPOS DE MERCADO				
Criterio	Competencia perfecta	Competencia imperfecta		
		Monopolio	Oligopolio	Competencia monopolística
Número de oferentes	Muchos	Uno	Pocos	Muchos
Influencia en el precio	Nula	Mucha	Alguna	Alguna
Barreras	Abierto	Cerrado	Cerrado	Abierto
Diferenciación	Homogéneo	Homogéneo	Homogéneo	Diferenciado
Intervención externa	Libre	Intervenido	Intervenido	Libre
Información	Transparente	Opaco	Opaco	Transparente

1. Tipos de mercado

Esquema mercados según cantidad de empresas

2. La competencia perfecta

Definición

Estructura de mercado teórica donde las cuotas de mercados de las empresas son similares y muy pequeñas. Características:

- 
1. Las empresas son precio-aceptantes.
 2. Los productos son todos iguales.

2. La competencia perfecta

Definición

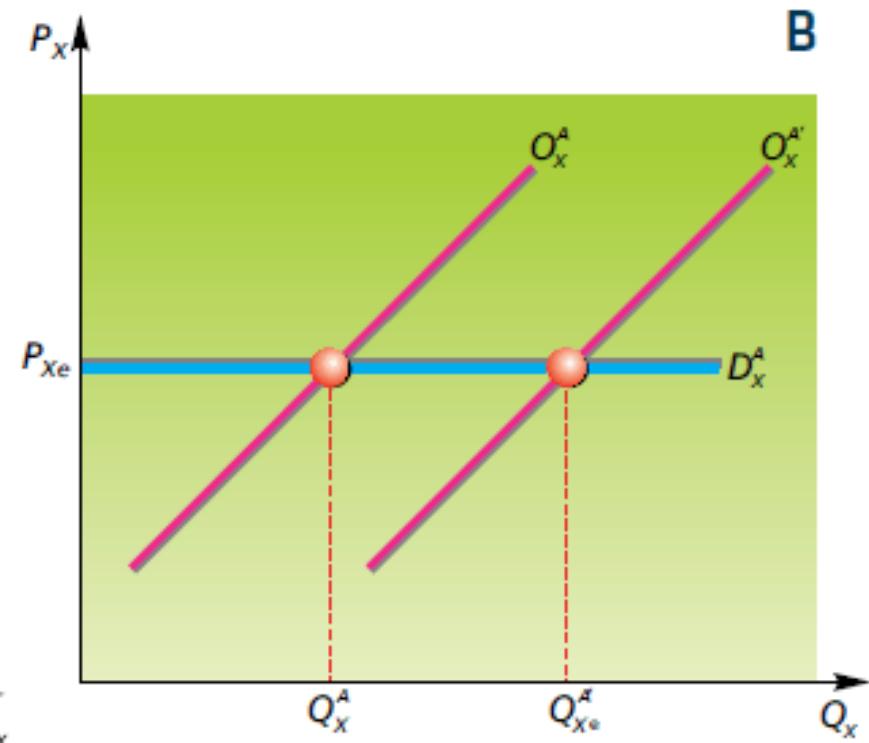
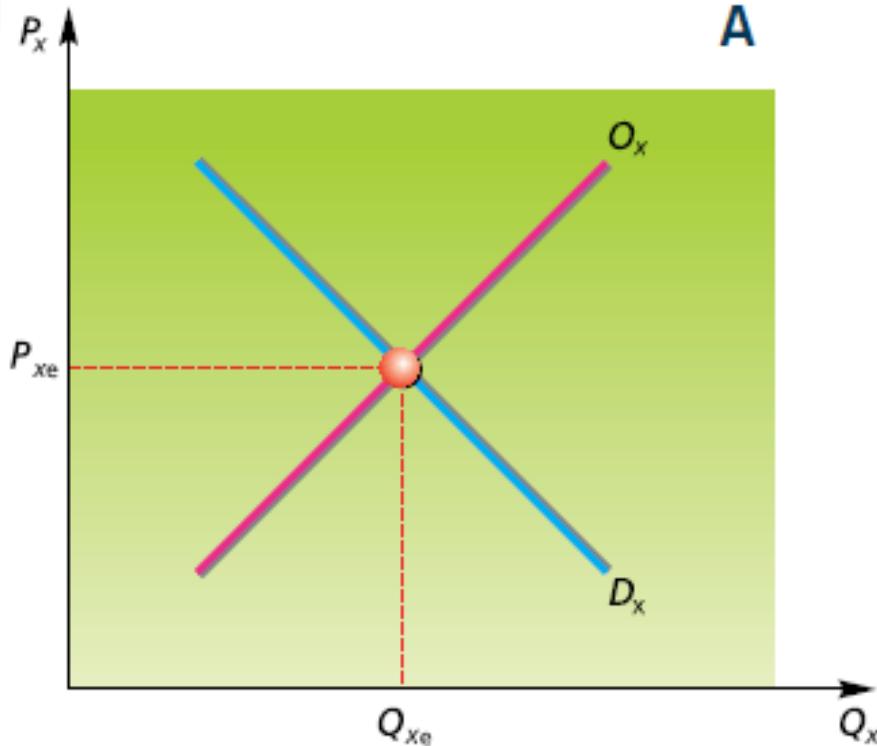
3. La curva de demanda (de la empresa) es horizontal o perfectamente elástica.



4. La curva de demanda (del mercado) es decreciente.

2. La competencia perfecta

Gráfica → Explicación



2. La competencia perfecta

Cómo dibujar equilibrio Competencia perfecta

2. La competencia perfecta

Tipo de mercado que beneficia a consumidor

Las empresas venden al coste mínimo para maximizar sus beneficios por lo que:

- Si una empresa sube el precio, dejaría de vender una parte de su producto.
- Si una empresa baja el precio las demás la imitan. Se llegaría a un nuevo equilibrio donde los precios y beneficios son más bajos.

2. La competencia perfecta

A corto plazo

→ Beneficio depende de cada empresa.

Largo plazo

→ Si hubiera beneficio entrarían nuevas empresas.

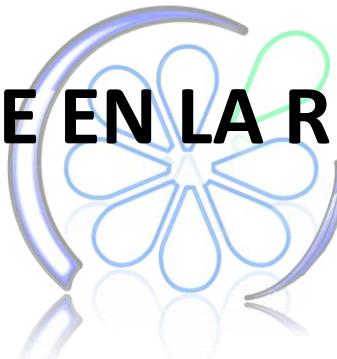


→ Si hubiera pérdidas saldrían empresas.

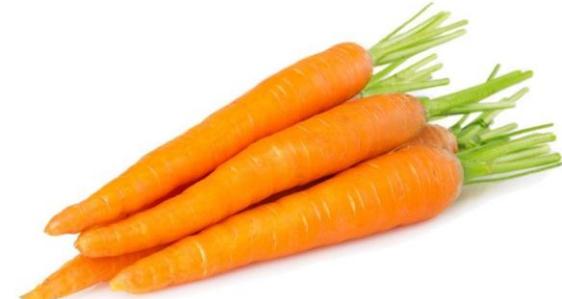
2. La competencia perfecta

EJEMPLOS

NO EXISTE EN LA REALIDAD.



Aproximaciones:



3. La competencia imperfecta

Definición

La ausencia de una de las características de competencia perfecta da lugar a la competencia imperfecta.



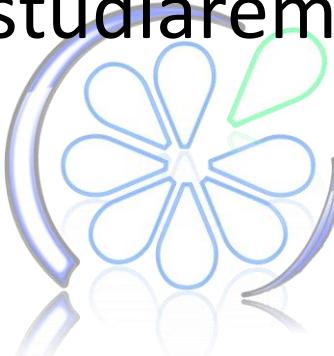
Su característica principal es que las empresas pueden influir algo en los precios.

3. La competencia imperfecta

Clasificación

A continuación estudiaremos los principales tipos:

- Monopolio
- Oligopolio
- Competencia Monopolística



4. El monopolio

Definición

Una única empresa produce toda la oferta del mercado. Características:

- 
1. No hay productos sustitutivos.
 2. No hay empresas competidoras
 3. La empresa puede influir de manera notable en el precio de mercado.
 4. Existen barreras de entradas.

4. El monopolio

Causas del monopolio

- Existencia de una inversión elevada.
- Patentes que impiden entrar a otras empresas.
- Barreras geográficas
- Licencias públicas
 - Monopolios públicos
 - Monopolios privados

4. El monopolio

Regulación de los monopolios

Existen sistemas para controlar los monopolios:

- ❖ Leyes antimonopolio: Dividen el monopolio en más empresas.
- ❖ Regulación de precios: fijación de precios por debajo del mercado monopolista.
- ❖ Propiedad y gestión estatal
- ❖ Separar la red y distribución
- ❖ Impuestos

4. El monopolio

Discriminación de precios

Es cobrar a consumidores/as importes diferentes.

1 - Discriminación de primer grado: Cobro a cada cliente lo que está dispuesto a pagar.



2 - Discriminación de segundo grado: Cobro diferentes precios en función de la cantidad.

3 - Discriminación de tercer grado: segmento el mercado en grupos con características homogéneas.

4. El monopolio

Gráfica de equilibrio en Monopolio

4. El monopolio

**Comparativa Monopolio y Competencia
perfecta → Gráfica**

4. El monopolio

**Comparativa Monopolio y Competencia
perfecta**

Costes→

Beneficios→

4. El monopolio

EJEMPLOS



renfe

 Navantia

tve

5. El oligopolio

Características

El oligopolio es un mercado donde existen pocas empresas. Características:

- Hay un número limitado de empresas.
- Las empresas dependen unas de otras.



Además las empresas son similares, los productos son difíciles de diferenciar y hay muchos/as consumidores/as.

5. El oligopolio

¿Cómo compiten las empresas?

El comportamiento estratégico puede llevar a:

- Las empresas compiten → Mercado no colusivo
- Las empresas acuerdan → Mercados colusivos

5. El oligopolio

Mercados no Colusivos y sus estrategias

Las empresas quieren vender en función de las posibles reacciones de los competidores.



Hay diferentes tipos: Cournot, Stackelberg, liderazgo en precios, Bertrand y curva de demanda quebrada.

5. El oligopolio

1. Modelo de Cournot

Cada empresa elige el nivel de producción que maximiza sus beneficios, tomando como dato la producción de su competencia.



Supone, que sea cual sea la producción elegida sus rivales no reaccionarán.

Las empresas son estáticas.

5. El oligopolio

1. Modelo de Cournot → Gráfica

5. El oligopolio

2. Modelo de Stackelberg

Fallo Cournot → Las empresas aprenden

Existe una empresa líder que, mientras las demás se comportan como afirmaba Cournot, la líder aprende del comportamiento de la competencia.

5. El oligopolio

2. Modelo de Stackelberg → Gráfica

5. El oligopolio

3. Modelo de Liderazgo en Precios

Investigado y desarrollado por Michal E. Porter.



Las empresas utilizan como variable estratégica el precio y las empresas seguidoras se comportan como si estuvieran en competencia perfecta, aceptando el precio que la líder les impone.

5. El oligopolio

4. Modelo de Bertrand o Guerra de precios

Todas las empresas bajan el precio cuando una lo hace, beneficiando a los consumidores/as.



5. El oligopolio

5. Modelo de Curva Quebrada de la Demanda

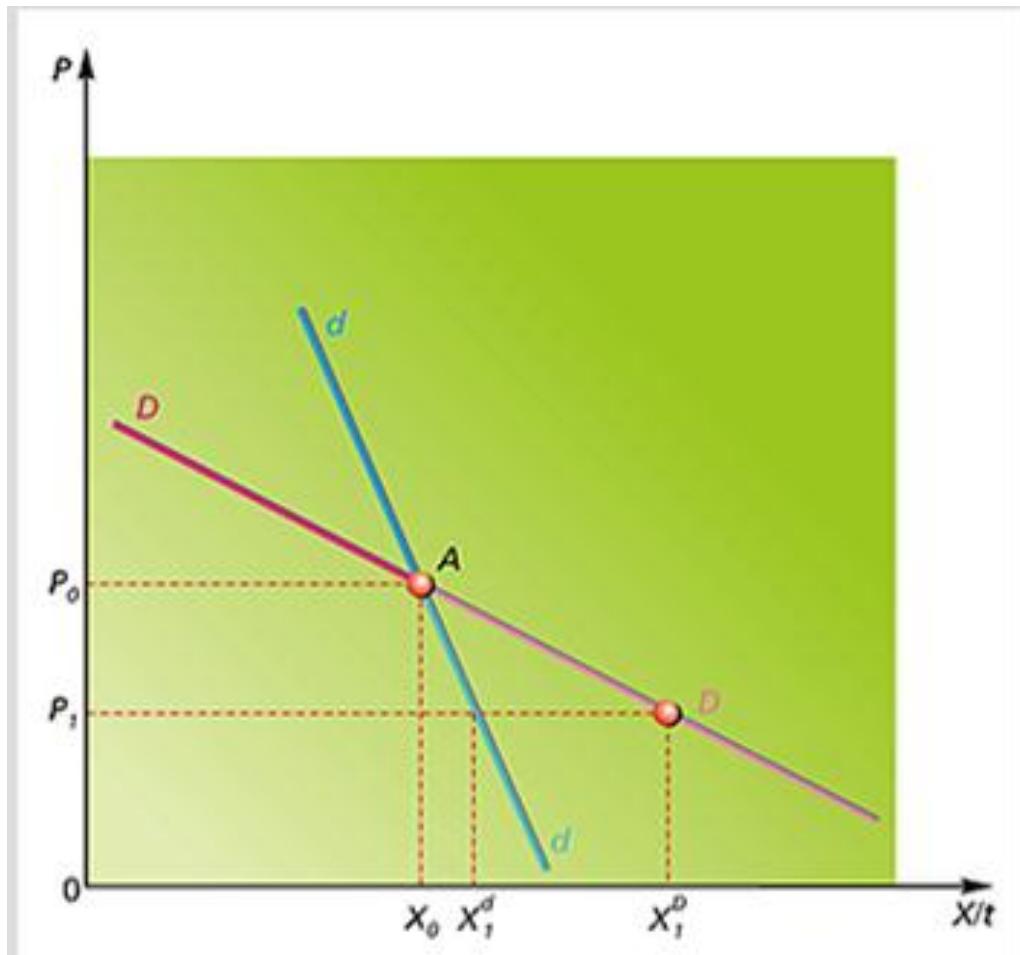
La demanda presenta un quiebro:

- Si el precio baja las empresas bajan los precios
- Si los precios suben las empresas suben los precios



5. El oligopolio

5. Modelo de Curva Quebrada de la Demanda



5. El oligopolio

Mercados colusivos: el cártel

Las empresas llegan a un acuerdo sobre el precio de mercado.



Al acordar precios fijan una cuota de producción y actúan como un monopolio.

5. El oligopolio



6. La competencia monopolística

Las empresas tratan de diferenciar sus productos unas de otras.

Características diferentes entre mercados:

- Localización geográfica
- Calidad
- Estilo
- Marca
- Publicidad



6. La competencia monopolística

A mayor diferenciación del producto mayor precio.

Se genera una competencia entre las empresas para diferenciarse:

- 
- ✓ Si lo logran, serán “pequeños monopolistas” influyendo en el precio.
 - ✓ En caso contrario tendrán que conformarse con un precio inferior.

6. La competencia monopolística

Los bienes son similares, y en ocasiones sustitutivos.

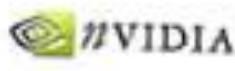
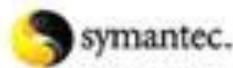
A corto plazo → Se comportan como monopolistas de producto, existiendo beneficio.



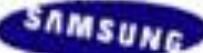
A largo plazo → Beneficios nulos

6. La competencia monopolística

Ejemplos



Panasonic

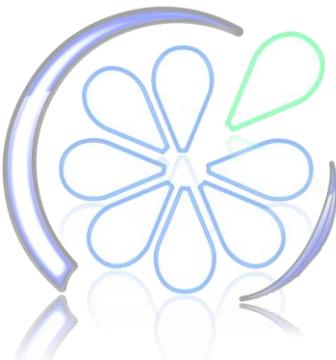


SONY

TOSHIBA

6. La competencia monopolística

Gráfica de equilibrio



Dudas