

Unidad 5

Tipos de mercados



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



INDICE

1. El mercado y la competencia
2. Criterios de clasificación
3. Competencia perfecta
4. Monopolio
5. Competencia Monopolística
6. Oligopolio



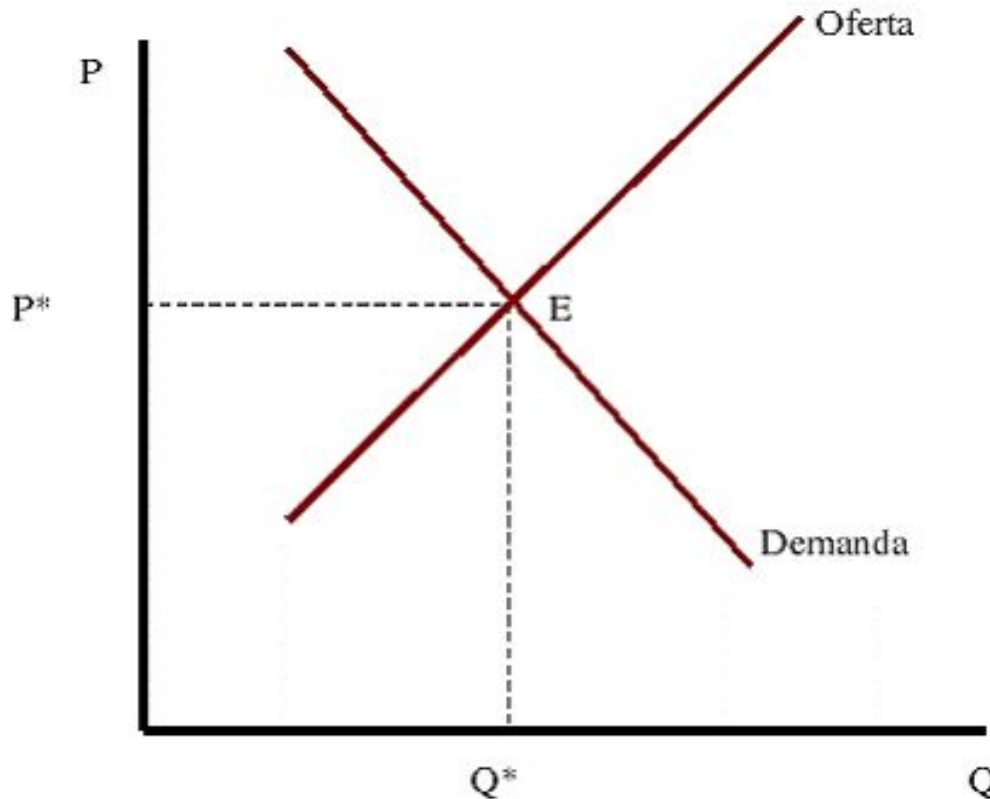
1. El mercado y la competencia

El mercado es aquel lugar dónde se intercambian los bienes y servicios. Existen dos tipos de mercados:

- ★ Competencia perfecta: Existe competencia total por la libertad de mercado. Precio fijado por la oferta y la demanda.
- ★ Competencia imperfecta: No hay libertad de mercado, existen empresas que tienen poder.

1. El mercado y la competencia

★ Competencia perfecta:



1. El mercado y la competencia

★ Competencia imperfecta:

- Monopolio
- Competencia Monopolística
- Oligopolio



2. Criterios para clasificar los mercados

1º Grado de concentración.

Se trata del número de empresas que están presentes en el mercado.

A mayor número de vendedores, menor grado de concentración.



2. Criterios para clasificar los mercados

2º Influencia sobre el precio.

En función de si la empresa tiene más o menos influencia para cambiar el precio de un producto.



2. Criterios para clasificar los mercados

	Competencia perfecta	Competencia imperfecta		
		Competencia monopolística	Oligopolio	Monopolio
Grado de concentración (número de empresas)	Muchas	Muchas	Pocas	Una
Influencia de las empresas sobre el precio	Ninguna	Alguna	Mucha	Total

2. Criterios para clasificar los mercados

3º Otros:

- Grado de homogeneidad.

Un mercado es homogéneo cuando sus productos son intercambiables, es decir, cada uno de ellos puede sustituir al otro, ya que no hay diferencias en la calidad, el diseño o la función.

2. Criterios para clasificar los mercados

3º Otros:

- Intensidad de la competencia.

Hace referencia tanto a la tensión con la que luchan las distintas empresas dentro del mercado por vender más.



2. Criterios para clasificar los mercados

3º Otros:

- Grado de transparencia.

Es la cantidad de información que tienen tanto vendedores como compradores sobre el precio al que se realizan todas las transacciones de un determinado producto.

2. Criterios para clasificar los mercados

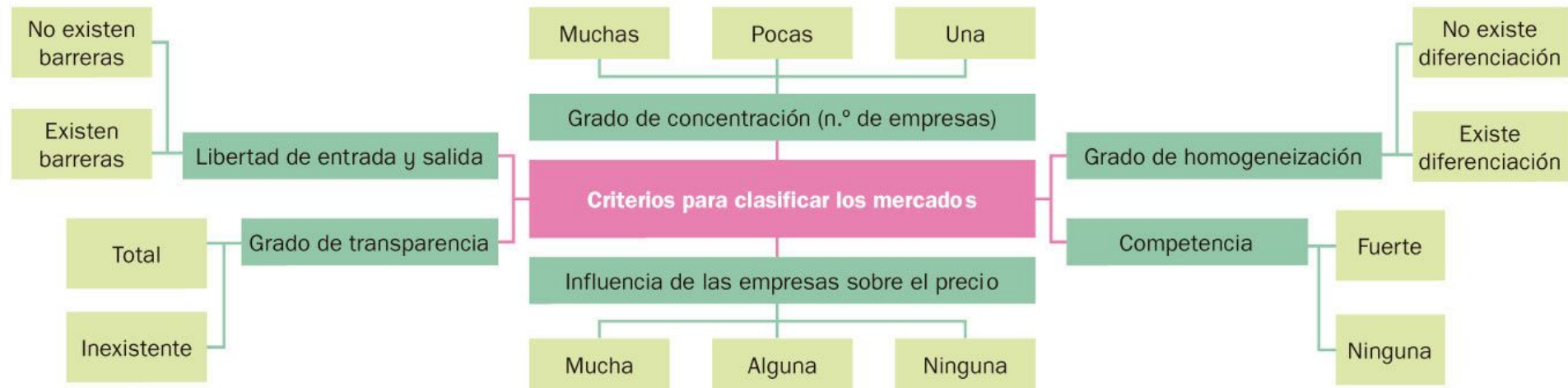
3º Otros:

- Libertad de entrada y salida.

Entrar o salir de un mercado no es fácil.

Los obstáculos con los que se encuentra una empresa para acceder o para salir de un mercado donde ya existen otras empresas se denominan barreras.

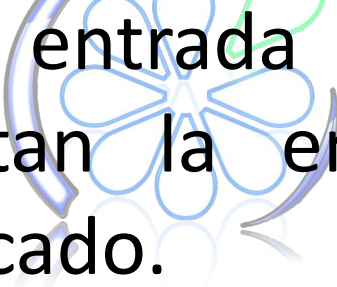
2. Criterios para clasificar los mercados



2. Criterios para clasificar los mercados

2.1 Las barreras del mercado

Las barreras de entrada son factores que impiden o dificultan la entrada de nuevas empresas a un mercado.



2. Criterios para clasificar los mercados

2.1 Las barreras del mercado → Entrada

- Ventajas en costes.

Si una empresa es capaz de producir más barato que cualquier otra de su sector, también podrá ofrecer un precio de venta al público más bajo.

Puede alcanzarse de dos formas distintas: utilizando una tecnología superior o alcanzando las economías de escala.



2. Criterios para clasificar los mercados

2.1 Las barreras del mercado → Entrada

➤ Diferenciación del producto.

Se produce cuando la calidad, el diseño o la función de los productos son tan significativos que fidelizan al consumidor.



2. Criterios para clasificar los mercados

2.1 Las barreras del mercado → Entrada

- Inversiones de capital.

Ciertos tipos de mercado necesitan inversiones tan importantes que constituyen, en sí mismas, una barrera de entrada muy difícil de salvar.



2. Criterios para clasificar los mercados

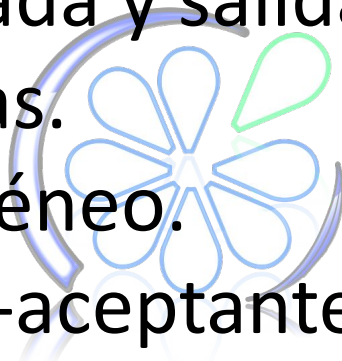
2.1 Las barreras del mercado → Salida

Las barreras de salida son los costes que tendría cualquier empresa por abandonar un determinado mercado, o las pérdidas ocasionadas por no recuperar parte de lo invertido.

3. Competencia Perfecta

Características:

- ❑ Libertad de entrada y salida.
- ❑ Muchas empresas.
- ❑ Mercado homogéneo.
- ❑ Empresas precio-aceptantes.
- ❑ Fuerte competencia.
- ❑ Transparencia de precios.



3. Competencia Perfecta

Evolución del mercado:



IMPORTANTE COMPLETAR CON LIBRO

3. Competencia Perfecta

Evolución del mercado

→ **Gráfica de ciclo de vida del producto**

3. Competencia Perfecta (Práctica)

Demanda

Oferta

Condición de equilibrio

3. Competencia Perfecta (Práctica)

Gráfica

3. Competencia Perfecta (Práctica)

EJEMPLOS

NO EXISTE EN LA REALIDAD.

Aproximaciones:



4. Monopolio

Características:

→ Una única empresa en el mercado.

Causas:

- Acceso en exclusiva a un recurso.
- Existencia de derechos legales.
 - ◆ Patentes.
 - ◆ Concesiones administrativas.
- Naturaleza del servicio prestado.
- Ventaja en costes.

4. Monopolio

Funcionamiento:

- **Bienes con demanda muy inelástica.** Se corresponden con bienes que tienen muy pocos o ningún sustitutivo y son de primera necesidad para el consumidor.



4. Monopolio

Funcionamiento:

- **Bienes con demanda elástica.** Se trata de bienes prescindibles para el consumidor o que admiten sustituciones.



4. Monopolio (Práctica)

Demanda

Oferta

Condición de equilibrio

4. Monopolio (Práctica)

Gráfica

4. Monopolio (Práctica)

**Gráfica comparativa entre monopolio y
competencia perfecta**

4. Monopolio (Práctica)

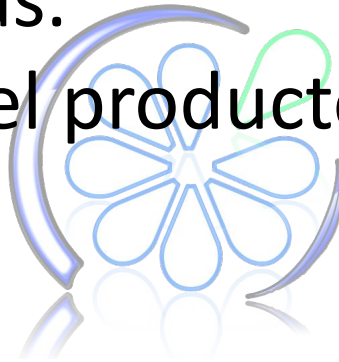
EJEMPLOS



5. Competencia Monopolística

Características:

- Muchas empresas.
- Diferenciación del producto



IMPORTANTE COMPLETAR CON LIBRO

5. Competencia Monopolística

A mayor diferenciación del producto mayor precio.



Se genera una competencia entre las empresas para diferenciarse:

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

5. Competencia Monopolística

Funcionamiento:

A través de la publicidad, las empresas intentan diferenciar sus productos para que el consumidor pague más de lo que pagaría por los otros productos.

5. Competencia Monopolística (Práctica)

Demanda

Oferta

Condición de equilibrio

5. Competencia Monopolística (Práctica)

Gráfica

5. Competencia Monopolística (Práctica)

EJEMPLOS



6. Oligopolio

Características:

- Pocas empresas.
- Empresas interdependientes.
- Mercado homogéneo.
- Fuertes inversiones de capital.

6. Oligopolio


Funcionamiento:

La actuación de cualquier oligopolista influye sobre los beneficios de sus competidores, ya que los esfuerzos comerciales por mejorar los resultados propios provocan el deterioro de los resultados ajenos.

6. Oligopolio

Funcionamiento:

Dado este alto grado de interdependencia, las empresas oligopolistas pueden competir, o no, entre sí para hacerse con el mercado.

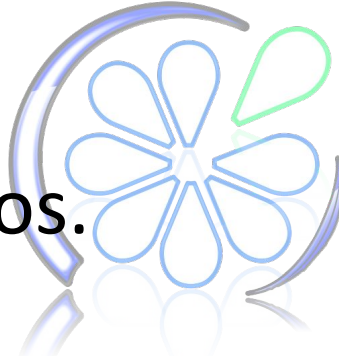


En el primer caso, actúan sin colusión, y en el segundo con colusión.

6. Oligopolio

Funcionamiento → Sin colusión

- ❖ Políticas comerciales de anticipación.
- ❖ Guerras de precios.
- ❖ Liderazgo de precios.



IMPORTANTE COMPLETAR CON LIBRO

6. Oligopolio

Funcionamiento → Con colusión

Cuando las empresas cooperan en vez de competir entre ellas se dice que forman un cártel.



Al proceder de esta forma, las empresas actúan como un monopolio de varias cabezas, donde el perjudicado es el consumidor. Por esta razón, los gobiernos defienden la libre competencia.

6. Oligopolio

Funcionamiento → Con colusión

El cártel es una agrupación informal de empresas que, aunque conservan su independencia, se asocian para disminuir o eliminar la competencia del mercado.

6. Oligopolio

Funcionamiento → Con colusión → Estrategias:

1. **Competencia sin precios.** Las empresas compiten en diseño, calidad o cualquier otro factor, pero respetando un precio acordado.
1. **Reparto de mercado.** El mercado puede dividirse en partes iguales o por zonas geográficas. También pueden pactarse cuotas de producción para cada empresa.

6. Oligopolio (Práctica)

Curva de demanda

$$D \implies P = K - d \cdot Q$$

Curvas de reacción

$$q_1 = K - d \cdot q_2$$

$$q_2 = K' - d' \cdot q_1$$

6. Oligopolio (Práctica)

¿Qué tipos de oligopolios vamos a ver?

1. Duopolio de Cournot
2. Duopolio de Stackelberg
3. Modelo de Sweezy
4. Modelo de liderazgo en precios
5. Modelo de Bertrand o guerra de precios
6. Modelo de Curva Quebrada de la Demanda

6. Oligopolio (Práctica)

1. Duopolio de Cournot

Duopolio: Dos empresas controlan el mercado.

Ambas compiten en igualdad de condiciones.

6. Oligopolio (Práctica)

1. Duopolio de Cournot

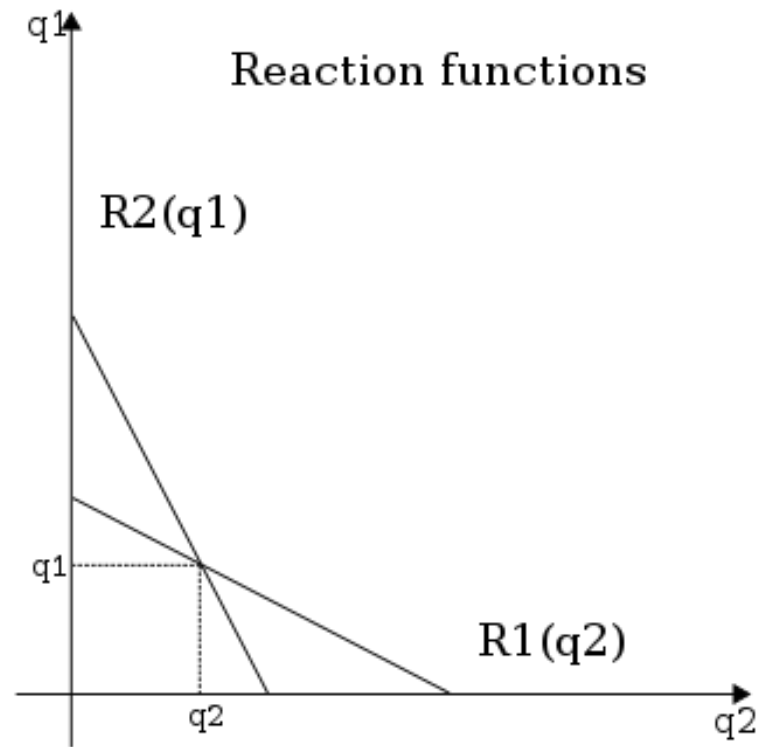
Cada empresa elige el nivel de producción que maximiza sus beneficios, tomando como dato la producción de su competencia.

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

Las empresas son estáticas.

6. Oligopolio (Práctica)

1. Duopolio de Cournot → Equilibrio



6. Oligopolio (Práctica)

1. Duopolio de Cournot → Demanda

La gráfica que estudiamos como curva de demanda la veremos más adelante en el modelo de Sweezy.

6. Oligopolio (Práctica)

2. Duopolio de Stackelberg

Fallo Cournot → Las empresas aprenden

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

6. Oligopolio (Práctica)

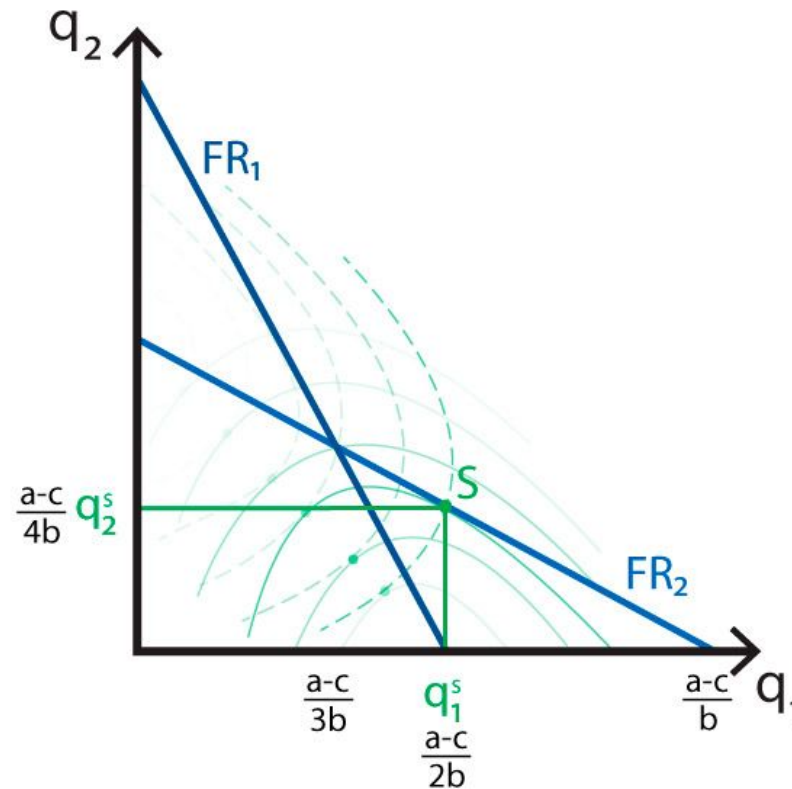
2. Duopolio de Stackelberg

Dos o más empresas compiten para dominar un mercado.

Una de esas empresas (líder) tiene una posición dominante, y sus decisiones determinan la de sus “seguidores” o competidores.

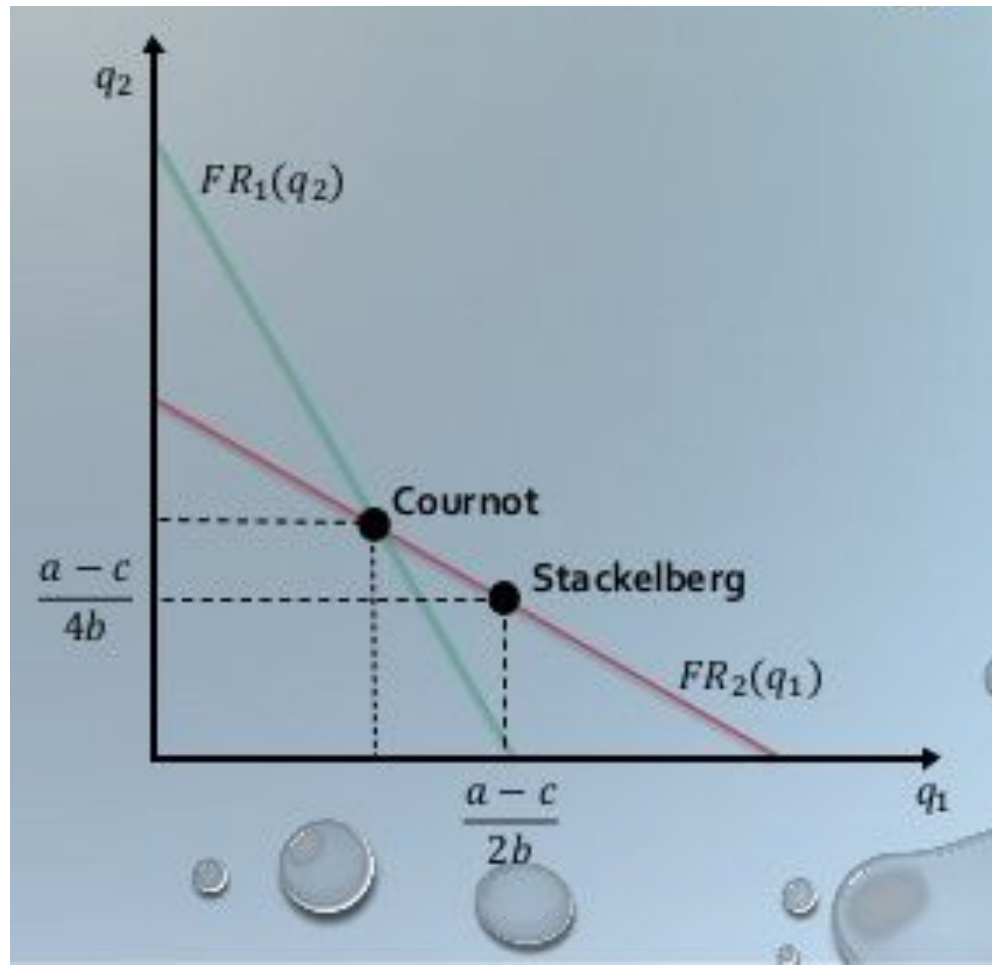
6. Oligopolio (Práctica)

2. Duopolio de Stackelberg → Equilibrio



6. Oligopolio (Práctica)

Comparación Cournot y Stackelberg



6. Oligopolio (Práctica)

3. Modelo de Sweezy

Los oligopolistas tienen un comportamiento asimétrico respecto a su política de fijación de precios.

6. Oligopolio (Práctica)

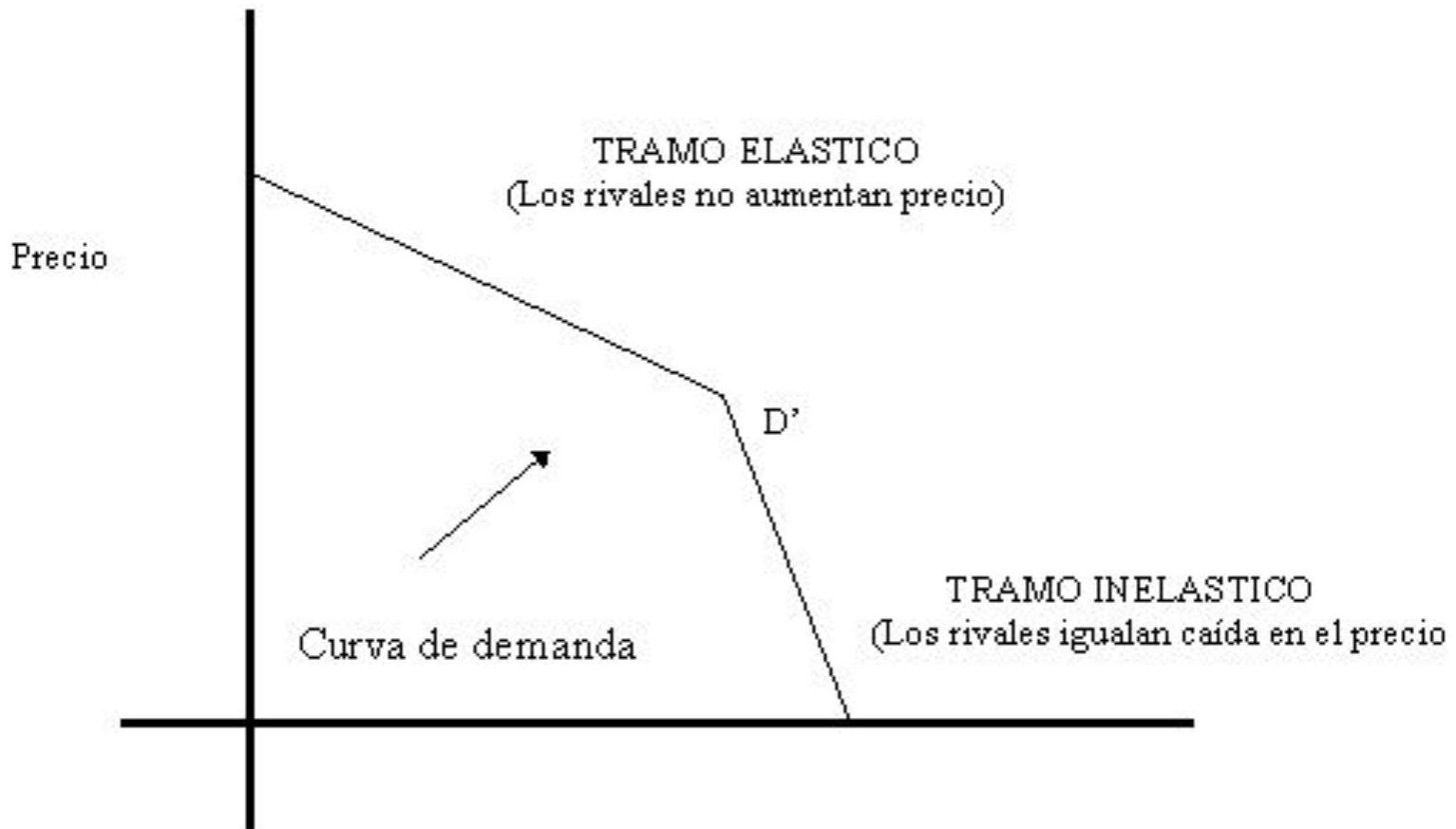
3. Modelo de Sweezy

Si suben el precio pensarán que nadie les seguirá, por tanto, el tramo relevante de la curva de demanda del oligopolista se corresponde con el tramo de la curva de demanda percibida.

Si baja el precio todos le imitarán, en consecuencia el tramo de la curva de demanda relevante se corresponde con la curva de demanda proporcional”

6. Oligopolio (Práctica)

3. Modelo de Sweezy → Demanda



6. Oligopolio (Práctica)

4. 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.

6. Oligopolio (Práctica)

4. Modelo de Liderazgo en Precios → Gráficas

6. Oligopolio (Práctica)

5. Modelo de Bertrand o Guerra de precios

Todas las empresas bajan el precio cuando una lo hace.

Los consumidores/as salen beneficiados.

6. Oligopolio (Práctica)

6. 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

6. Oligopolio (Práctica)

6. Modelo de Curva Quebrada de la Demanda Gráfica

6. Oligopolio (Práctica)

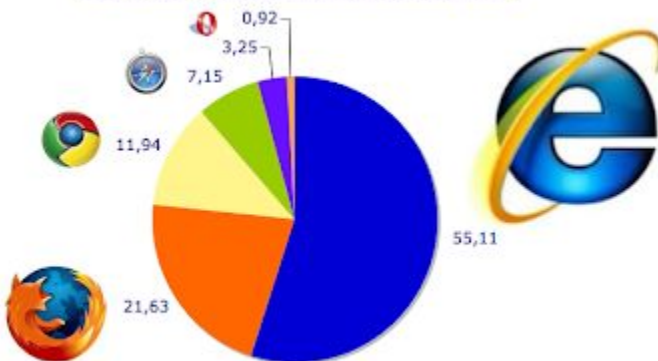
gasNatural
fenosa



EJEMPLOS



Navegadores web, cuotas de mercado 2011



6. Oligopolio (Práctica)

TEORÍA DE JUEGOS



6. Oligopolio (Práctica)

TEORÍA DE JUEGOS

La búsqueda del éxito (empresarial o estratégico) además de nuestras propias decisiones tienen una relevancia fundamental las decisiones que toman los demás.

El objetivo: dar con la estrategia óptima adelantándose y previendo a la estrategia del resto.

6. Oligopolio (Práctica)

TEORÍA DE JUEGOS

Dilema del prisionero

Este ejercicio considera el supuesto de que cada prisionero está encarcelado por separado, de tal forma que no pueden comunicarse entre ellos, ponerse de acuerdo, pactar sus decisiones o saber qué hace el otro.



6. Oligopolio (Práctica)

TEORÍA DE JUEGOS

Dilema del prisionero

Las posibilidades de condena en función de la decisión tomada por ambos son las siguientes:

a) NADIE DELATA: cada uno recibiría una condena de 2 años: $(-2, -2)$.

6. Oligopolio (Práctica)

TEORÍA DE JUEGOS

Dilema del prisionero

b) UNO DELATA AL OTRO: si uno de los prisioneros delatase al otro, pero este otro no delatase al uno, entonces el prisionero que delata reduciría su condena hasta solo 1 año, mientras que el prisionero delatado vería incrementada su condena hasta 10 años: posibilidades $(-10, -1)$ y $(-1, -10)$.

6. Oligopolio (Práctica)

TEORÍA DE JUEGOS

Dilema del prisionero

c) AMBOS SE DELATAN MUTUAMENTE: si ambos deciden delatar al otro, entonces recibirán una condena de 6 años de cárcel para cada uno (-6, -6).

6. Oligopolio (Práctica)



PRISIONERO 1



PRISIONERO 2

	<i>No delatar</i>	<i>Delatar</i>
<i>No delatar</i>	$(-2, -2)$	$(-10, -1)$
<i>Delatar</i>	$(-1, -10)$	$(-6, -6)$

6. Oligopolio (Práctica)

TEORÍA DE JUEGOS

Dilema del prisionero

Un "equilibrio de Nash" es una situación en la que todos los jugadores ponen en práctica una estrategia que maximiza sus ganancias individuales, dadas las estrategias de los otros. Como consecuencia ningún jugador tiene incentivos para modificar individualmente su estrategia.

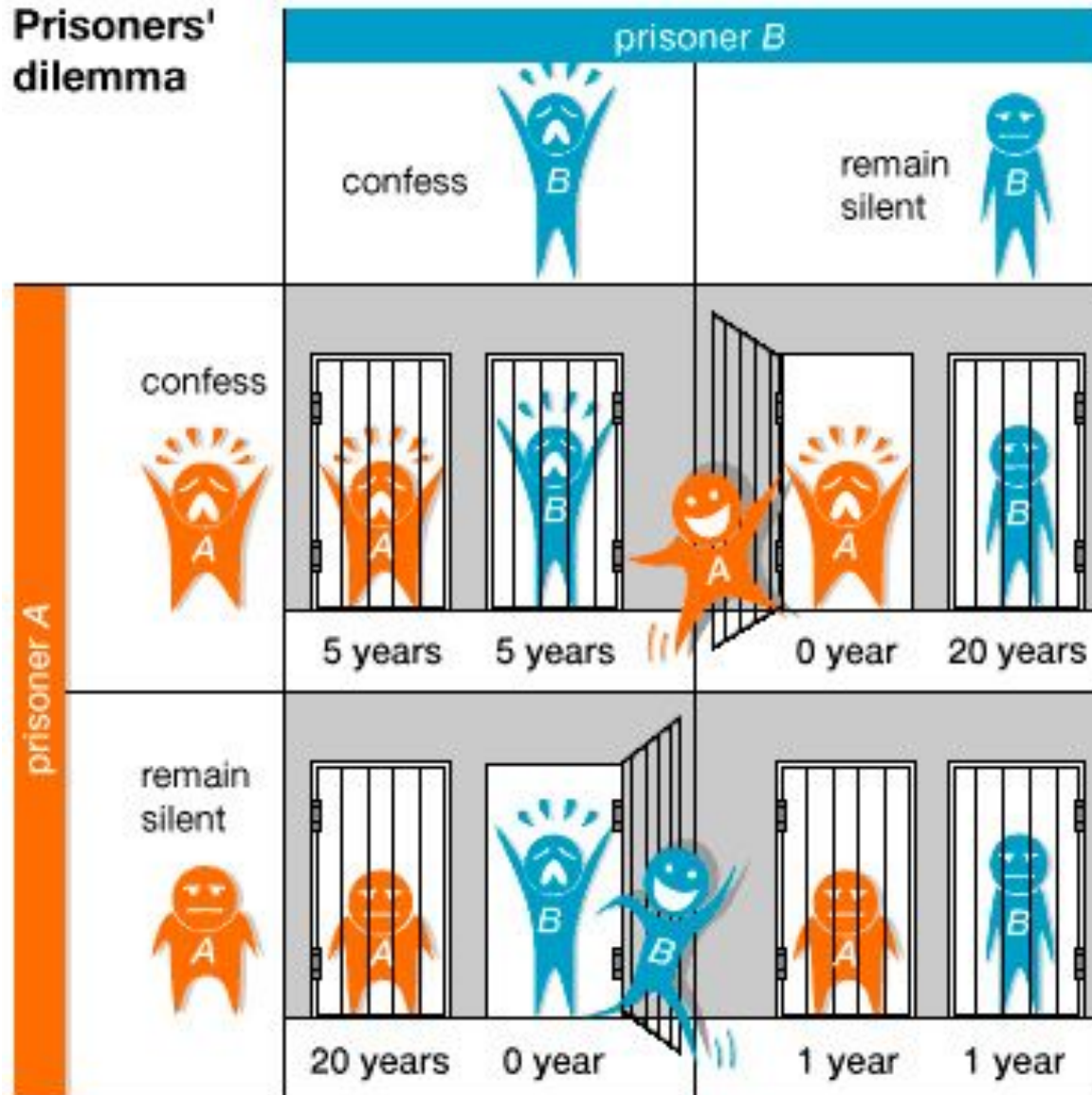
6. Oligopolio (Práctica)

TEORÍA DE JUEGOS

Dilema del prisionero

En el "equilibrio de Nash" se logra el mejor resultado individualmente para cada jugador, pero no el mejor resultado para todos en su conjunto. Es posible que el resultado fuera mejor para todos los jugadores si éstos coordinasen su actuación (situación que ocurre en los oligopolios).

6. Oligopolio (Práctica)



6. Oligopolio (Práctica)

TEORÍA DE JUEGOS

Dilema del prisionero

<https://www.youtube.com/watch?v=YX16m7N7mvU>

6. Oligopolio (Práctica)

ACTIVIDAD 1

Aplicando el concepto de estrategias estrictamente dominadas al siguiente juego, ¿qué estrategias podemos estar seguros de que nunca se jugarán?

En cada eliminación, explicita qué supuesto necesita hacer acerca del jugador correspondiente.

Nota: El pago izquierdo es siempre el del jugador fila.

6. Oligopolio (Práctica)

ACTIVIDAD 1

	C1	C2	C3
F1	8, 2	1, 1	4, 0
F2	0, 2	5, 1	1, 0
F3	1, 3	0, 100	9, 0

6. Oligopolio (Práctica)

ACTIVIDAD 2

El siguiente juego tiene sólo dos estrategias (una para cada jugador) que sobreviven la eliminación iterada de estrategias estrictamente dominadas, ¿cuáles son?

Razone su respuesta y mencione, al eliminar cada estrategia, qué hipótesis hay que hacer sobre la racionalidad de los jugadores (o sobre lo que saben los jugadores) para poder eliminarla.

6. Oligopolio (Práctica)

ACTIVIDAD 2

	C1	C2	C3
F1	7, 0	10, 100	15, 104
F2	0, 16	10, 0	0, 15
F3	20, 9	8, 0	11, 10
F4	14, 20	2, 300	10, 7

ACTIVIDAD 3

Las oferta y demandas de un producto de un determinado país vienen definidas por:

$$D \rightarrow Q = 100 - P$$

$$O \rightarrow Q = 3P$$

- A) Calcula el equilibrio.
- B) Representación gráfica
- C) ¿Qué tipos de mercados podrían ser?

ACTIVIDAD 4

El mercado de un determinado producto está dominado por dos empresas AWSA y MARSA, siendo la primera de ellas la líder.

La demanda total del mercado viene dada por $Q = 100 - 2p$. Por otra parte cada empresa tiene una función de costes totales de $CT = 10q$

Calcula:

- A) Equilibrio según modelo de Stackelberg
- B) Beneficios obtenidos por cada empresa

ACTIVIDAD 5

En un mercado sólo existe una empresa, teniendo de ella los siguientes datos:

$$D \rightarrow P = 100 - Q$$

$$O \rightarrow P = 50 + Q$$

$$C_{ma} \rightarrow P = 50 + Q$$

$$I_{ma} \rightarrow P = 150 - 2Q$$

- A) ¿Qué tipo de mercado es?
- B) Calcula el equilibrio
- C) Representación gráfica

ACTIVIDAD 6

En un mercado donde hay varias empresas con los siguientes datos:

$$D \rightarrow P = 1000 - 2Q$$

$$O \rightarrow P = 50$$

$$C_{ma} \rightarrow P = 50$$

$$I_{ma} \rightarrow P = 1000 - 4Q$$

- A) ¿Qué tipo de mercado es?
- B) Calcula el equilibrio
- C) Representación gráfica

ACTIVIDAD 7

En un mercado donde hay varias empresas con los siguientes datos:

$$D \rightarrow P = 3000 - 5Q$$

$$O \rightarrow P = 1000 + Q$$

$$C_{ma} \rightarrow P = 1000 + Q$$

$$I_{ma} \rightarrow P = 3000 - 11Q$$

- A) ¿Qué tipo de mercado es?
- B) Calcula el equilibrio
- C) Representación gráfica

ACTIVIDAD 8

En un mercado donde hay varias empresas que compiten en igualdad de condiciones y de la que conocemos los siguientes datos:

$$q_1 = 100 - q_2$$

$$q_1 = 25 - 0,5 q_2$$

- A) ¿Qué tipo de mercado es?
- B) Calcula el equilibrio
- C) Representación gráfica

Dudas