

---

# ESTRUCTURA DE MERCADO

---

---

# **Definición de Conceptos**

## **Competencia Perfecta**

Un mercado en el cual hay muchas empresas y cada una vende un producto idéntico; hay muchos compradores; no hay restricciones de la entrada a la industria; las empresas en la industria no tienen ninguna ventaja sobre nuevos participantes potenciales; y las empresas y los compradores están bien informados acerca del precio del producto de cada empresa.

## **Competencia monopolística**

Un mercado en el que un número grande de empresas compite haciendo productos similares, pero ligeramente diferentes.

---

---

# Definición de Conceptos

## **Monopolio**

Una industria que produce un bien o servicio para el que no existe un sustituto cercano y en la que hay un oferente protegido de la competencia por una barrera que impide la entrada de empresas nuevas.

## **Monopsonio**

Un mercado en el que hay un solo comprador.

## **Oligopolio**

Un mercado en el que compite un pequeño número de empresas.

---

---

# *Competencia Perfecta*

---

---

# Competencia Perfecta

## Características de la competencia perfecta

- Muchas pequeñas empresas venden productos idénticos y son demasiado pequeñas, en el conjunto de la industria, para influir en el precio de mercado.
  - Hay muchos compradores.
  - No hay restricciones para entrar a la industria.
-

---

# Competencia Perfecta

## Características de la competencia perfecta

- Las empresas establecidas no tienen ventajas sobre las nuevas.
  - Los vendedores y los compradores están bien informados sobre los precios.
-

# Competencia Perfecta

Como resultado de estas características, las empresas en competencia perfecta son **tomadoras de precios**.

## Tomador de precios

Una sola empresa que no puede influir sobre el precio de un bien o servicio, es tan pequeña en relación con su mercado, que no puede influir en el precio de mercado; simplemente lo considera dado.

---

# Competencia Perfecta

- Cuando un agricultor vende un producto homogéneo como el trigo, se lo vende a un gran número de compradores al precio de mercado de \$3.00 el quintal.
  - De la misma manera que los consumidores deben aceptar generalmente los precios que cobran los proveedores de Internet o los cines; así las empresas competitivas deben aceptar los precios de mercado del trigo o del petróleo que producen.
-

# Competencia Perfecta

- Dado que las empresas competitivas no pueden influir en el precio, el precio de cada una de las unidades que venden es el ingreso adicional que obtienen.
- Por ejemplo, a un precio de mercado de \$40.00 por unidad, la empresa competitiva puede vender todo lo que desee a ese precio. Si decide vender 101 unidades en lugar de 100, su ingreso aumentará exactamente en \$40.00.
- El ingreso adicional generado por cada unidad adicional vendida, es pues, el precio de mercado.

---

# Las decisiones de la empresa en competencia perfecta

La tarea de una empresa competitiva es obtener el máximo beneficio económico posible, tomando en consideración las restricciones a las que se enfrenta.

Para lograrlo, la empresa debe tomar decisiones fundamentales a corto plazo y a largo plazo.

---

---

# Las decisiones de la empresa en competencia perfecta

## Decisiones a corto plazo

Un marco de tiempo en el que cada empresa tiene un tamaño de planta determinado y el número de empresas de la industria es fijo.

## Decisiones a largo plazo

Un marco de tiempo en el que cada empresa puede cambiar el tamaño de su planta y decidir si entran o no a la industria.

---

---

# Las decisiones de la empresa en competencia perfecta

A corto plazo, la empresa debe decidir:

- Si producir o cerrar.
  - Si la decisión es producir, ¿qué cantidad producir?
-

---

A corto plazo, una empresa no puede evitar incurrir en sus costos fijos.

La empresa puede evitar los costos variables despidiendo temporalmente a sus trabajadores.

A una empresa le conviene **cerrar** si el precio cae por debajo del **mínimo del costo variable promedio**.

---

---

# Las decisiones de la empresa en competencia perfecta

A largo plazo, la empresa debe decidir:

- Si aumenta o disminuye el tamaño de su planta.
  - Si permanece en la industria o si la abandona.
-

---

# Entrada y salida

La posibilidad de un beneficio o pérdida persistente ocasiona que las empresas entren o salgan de una industria.

Si las empresas participantes están obteniendo beneficios económicos, otras empresas entran a la industria.

Si las empresas están teniendo pérdidas económicas, algunas de las empresas participantes salen de la industria.

---

---

# MONOPOLIO

---

---

# Qué es el Monopolio

Un **monopolio** es una industria que produce un bien o servicio para el cual no existe sustituto y en el que hay un proveedor que está protegido de la competencia por barreras que evitan la entrada de nuevas empresas a la industria.

---

---

# Características del Monopolio

- **No hay sustitutos cercanos**

Si un bien tiene sustitutos cercanos, se enfrenta a la competencia del productor del sustituto.

## **Barreras a la entrada**

Las barreras a la entrada son *restricciones legales o naturales* que protegen a una empresa de competidores potenciales.

---

---

# Características del Monopolio

## Barreras legales a la entrada

### Monopolio Legal:

Es una estructura de mercado en la que hay una sola empresa. La competencia y la entrada están restringidas por la concesión de una **franquicia pública, licencia gubernamental, patente o derechos de autor.**

---

---

# Características del Monopolio

## Barreras naturales a la entrada

Un **monopolio natural** es una industria en la que una empresa puede abastecer todo el mercado a un precio inferior al que pueden hacerlo dos o más empresas.

Ejemplo: la transmisión de energía eléctrica, el suministro de agua potable, etc.

---

---

# **Estrategias de Fijación de Precios de un Monopolio**

## **Monopolio de Precio Único:**

Es una empresa que debe vender cada unidad de su producción al mismo precio, a todos sus clientes.

## **Discriminación de precios**

Es la práctica de vender diferentes unidades de un bien o servicio a precios diferentes.

---

---

# Discriminación de Precios

**Es la venta de un bien o servicio a diferentes precios.**

Para poder discriminar los precios, un monopolio debe:

1. Identificar y separar a diferentes tipos de compradores
2. Vender un producto que no se pueda revender.

**¿Cómo obtienen un beneficio estas empresas?**

---

---

# **Discriminación de Precios**

## **Discriminación entre Unidades de un Bien**

Cobrar a cada comprador un precio diferente por cada bien comprado (ejemplo, los descuentos por compras en grandes volúmenes)

## **Discriminación entre Grupos de Compradores**

Algunos grupos tienen una disposición distinta a pagar por el bien o servicio (ejemplo, los precios que fijan las aerolíneas para los distintos tipos de viajeros)

---

---

# **COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA**

---

---

# Competencia Monopolística

## Características

**Compite un gran número de empresas.**

- Pequeña participación del mercado
- Ignora a otras empresas
- Imposibilidad de colusión (es el convenio o trato entre varias empresas, con la intención de perjudicar a otra)

**Cada empresa produce un producto diferenciado.**

- Un producto ligeramente diferente al de las empresas competidoras.
-

# Competencia Monopolística

## Características

**Las empresas compiten sobre la base de calidad del producto, precio y marketing**

- **Calidad:** diseño, fiabilidad, servicio y facilidad de acceso al producto.
- **Precio:** curva de demanda de pendiente descendente.  
Un intercambio entre precio y calidad
- **Marketing:** publicidad y presentación.

**Las empresas tienen libertad de entrar y salir.**

---

# Competencia Monopolística

## **Como resultado de la competencia monopolística:**

- Ninguna empresa puede influir de manera efectiva en lo que hacen las otras empresas.
  - La empresa se enfrenta a una curva de demanda con pendiente descendente. Una empresa no puede obtener un beneficio económico a largo plazo.
-

---

# **Desarrollo de Productos y Marketing**

## **Innovación y Desarrollo de Productos**

Por lo tanto, para mantener su beneficio económico, una empresa debe buscar nuevos productos que le proporcionarán una ventaja competitiva, aunque sea temporalmente.

---

---

## **Eficiencia e Innovación de Productos**

### Dos puntos de vista

- La competencia monopolística trae al mercado muchos productos mejorados que producen mayores beneficios al consumidor.
  - Pero muchas de las llamadas mejorías representan simples cambios en la apariencia de un producto.
-

---

# Marketing

La publicidad y la presentación son los medios principales que usan las empresas para crear una diferenciación del producto, aun cuando las diferencias reales sean pequeñas.

---

---

# **OLIGOPOLIO**

---

---

# Oligopolio

Es un mercado en el que compite un pequeño número de empresas.

El precio y la cantidad vendida por cualquier empresa dependen de los precios y cantidades vendidas por otras empresas.

---

---

# Oligopolio

Modelos desarrollados para explicar los precios y las cantidades en los mercados de oligopolio.

- Tradicional
  - Modelo de curva de demanda quebrada
  - Modelo de empresa dominante
- Teoría de juegos

---

# Oligopolio de Empresa Dominante

Un oligopolio de empresa dominante puede existir cuando una empresa:

- Tiene una gran ventaja en costos sobre las demás.
  - Produce una parte importante de la producción de la industria.
  - Establece el precio del mercado.
    - Las otras empresas son tomadoras de precios.
-