



VNiVERSiDAD
D SALAMANCA

Principios de Economía

Tema 12.2 Equilibrio en los mercados: La competencia imperfecta.

Profs. Francisco Javier Jiménez Moreno
Francisco Javier Benito García



Contenidos del tema:

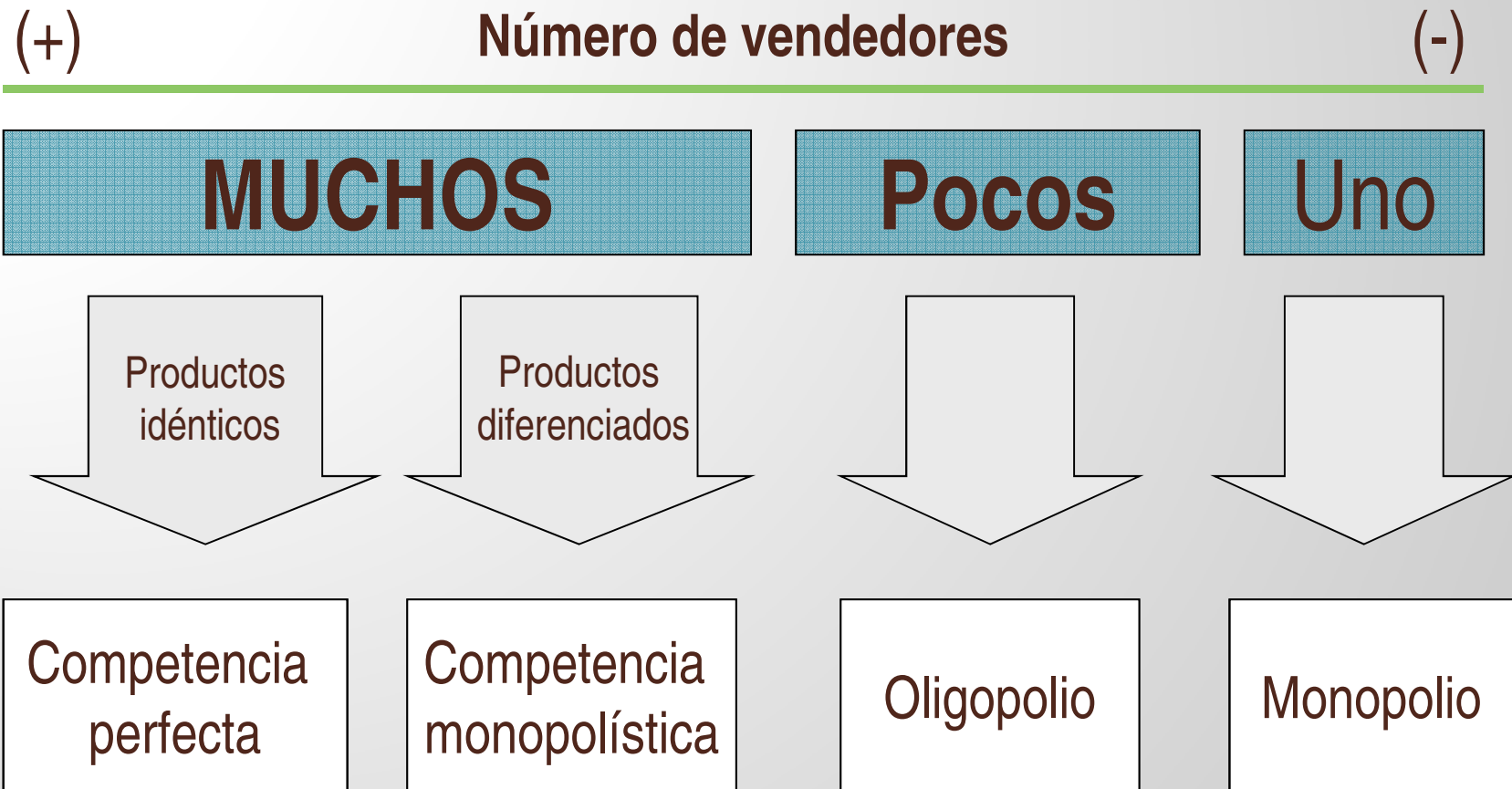
- Características del mercado en competencia imperfecta.
- Tipos de mercados en competencia imperfecta.
- Monopolio. Características, equilibrio y regulación.
- Características del oligopolio.
- Características de la competencia monopolística.
- Bibliografía.
- Ejercicios prácticos.



La competencia imperfecta

- En los mercados no competitivos existe algún agente que puede influir de forma importante en el equilibrio del mercado.
- Son mercados más próximos a situaciones reales que el de competencia perfecta.
- La competencia imperfecta se deriva del incumplimiento de algunas de las condiciones necesarias para la competencia perfecta.
 - Productos no homogéneos.
 - Barreras a la entrada.
 - Empresas con poder de influir en el mercado.
 - Información imperfecta.

Los mercados de competencia imperfecta





Características del monopolio

- Muchos consumidores y un único productor.
- El producto del monopolista no tiene sustitutivos. Si los consumidores no lo compran tienen que pasar sin él.
- El monopolio se sustenta en la existencia de barreras a la entrada.
 - Son factores que impiden o dificultan el acceso de otras empresas a ese mercado.
 - Barreras naturales:
 - Economías de escala (ej. distribución del agua).
 - Mercados de tamaño reducido (explot. puente).
 - Barreras artificiales:
 - Restricciones legales a la entrada de nuevas empresas (ant. hidrocarburos, telefonía, defensa).
 - Control sobre recursos únicos o exclusivos o patentes sobre una técnica o un producto (informática, farmacéutica).



El equilibrio del monopolista (I)

- Como cualquier empresa el monopolista maximiza beneficios para el nivel de producción (q^*) en el que el coste marginal iguala al ingreso marginal.
- En el equilibrio, el precio es mayor que el coste marginal, la empresa no es eficiente (no produce en el mínimo del coste total medio), y hay una pérdida de bienestar respecto de lo que ocurre en un mercado competitivo (coste social).



El equilibrio del monopolista (II)

- Max. B° para Q tal que $CMa = IMa$.

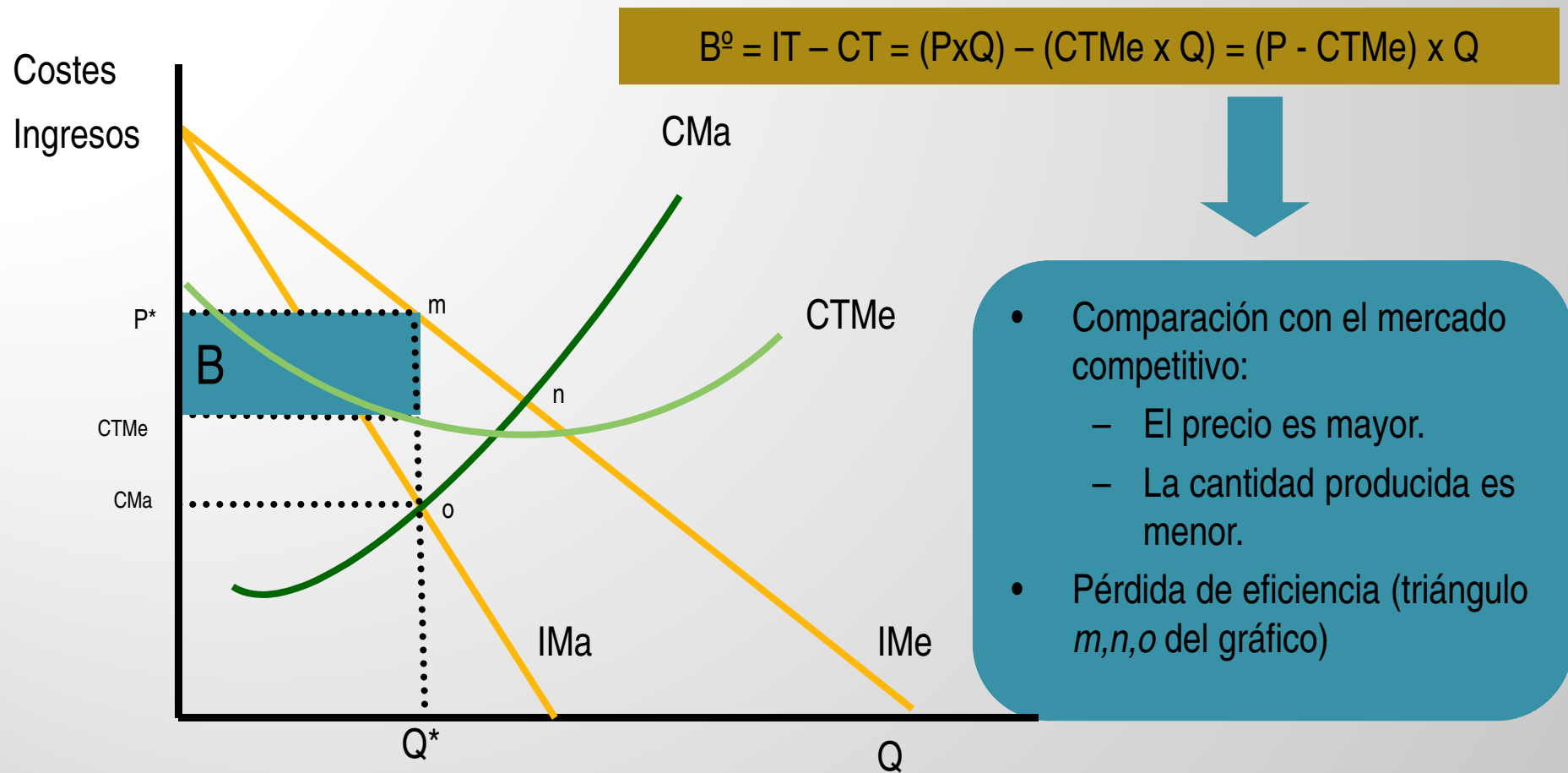
$$CMa = \frac{\partial CT}{\partial Q} \quad IMa = \frac{\partial IT}{\partial Q}$$

$$Q = a - bP \rightarrow P = \frac{a}{b} - \frac{Q}{b} \rightarrow IT = PxQ = Q\left(\frac{a}{b} - \frac{Q}{b}\right) = \frac{aQ}{b} - \frac{Q^2}{b}$$

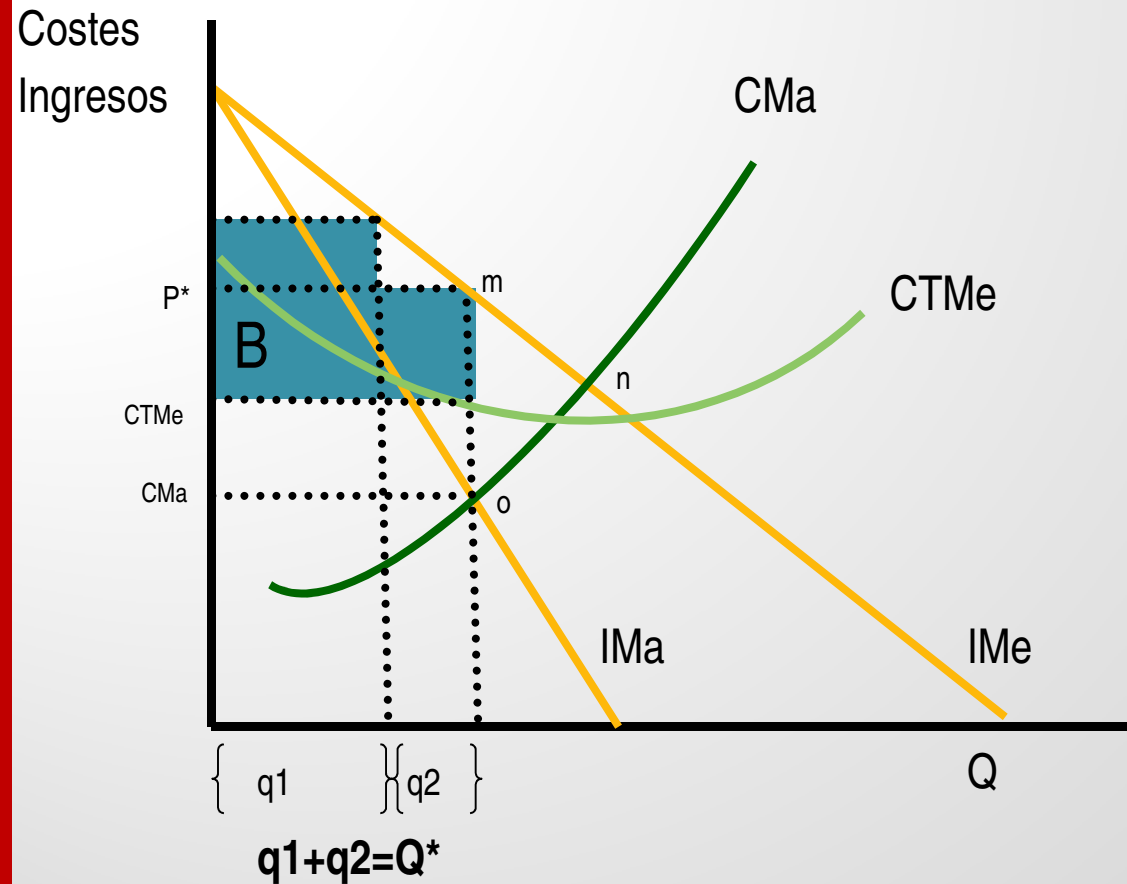
$$IT' = IMa = \frac{a}{b} - \frac{2Q}{b}$$

Finalmente, igualar $Cma = Ima$, y obtener Q de equilibrio del monopolista.

El equilibrio del monopolista (III)



La discriminación de precios



- La discriminación de precios consiste en vender el mismo producto a diferentes precios
- La discriminación se basa en que individualmente los consumidores están dispuestos a pagar precios distintos por una cantidad del bien.
- El beneficio del monopolista aumenta en mayor medida cuantos más tramos de precios pueda establecer.
- Para que la discriminación sea efectiva los consumidores no pueden negociar entre ellos.



La regulación del monopolio

- La regulación debe ajustarse a cada situación.
- División en varias empresas o vigilancia preventiva.
- Corrección de sus efectos.
- Impuestos sobre los beneficios.
 - Eliminación de los beneficios por la fijación de precios coincidentes con los costes medios.
 - Obligación de producir mayor cantidad y en el caso de que existan pérdidas compensar a la empresa.



El oligopolio

- Existen muchos compradores y unos pocos vendedores.
- Producto no siempre homogéneo.
- Mucha importancia del peso relativo de las empresas y de sus relaciones de poder.
- Las actuaciones de cada empresa suponen reacciones de las otras.
- La competencia entre las empresas puede ser perjudicial para todas por lo que pueden producirse acuerdos que busquen un beneficio conjunto que perjudica a los consumidores (acuerdo de colusión).



El oligopolio

- Los acuerdos pueden ser formales y negociados y suponer la fijación de precios o el reparto de cuotas y mercados (**Cártel**):
 - Existen posibles ganancias en el incumplimiento de los acuerdos.
 - Las legislaciones de los países suelen perseguir los acuerdos restrictivos de la competencia entre las empresas que actúan en su territorio.
- Existen acuerdos informales que no suponen pactos expresos:
 - No competir vía precios.
 - Seguimiento de una empresa considerada líder.
- Existe una cierta estabilidad en los precios. (equilibrio de Nash).



La competencia monopolística

- En la competencia monopolística se incumple la condición de la homogeneidad del producto.
- Las empresas compiten entre si ya que hay muchas empresas y existe libertad de entrada y salida.
- Las empresas tratan de que su producto sea distinto a los de la competencia para ellos se apoyan en:
 - Diferencias objetivas en las características de los bienes.
 - Diferencias subjetivas basadas en la publicidad y en el trato a los clientes.
- Se habla de un **mercado de clientelas**, ya que en el se intercambian un conjunto de bienes que satisfacen la misma necesidad pero que tienen su propio grupo de consumidores diferenciado.(ej. libros,juegos pc,mobiliario, etc).

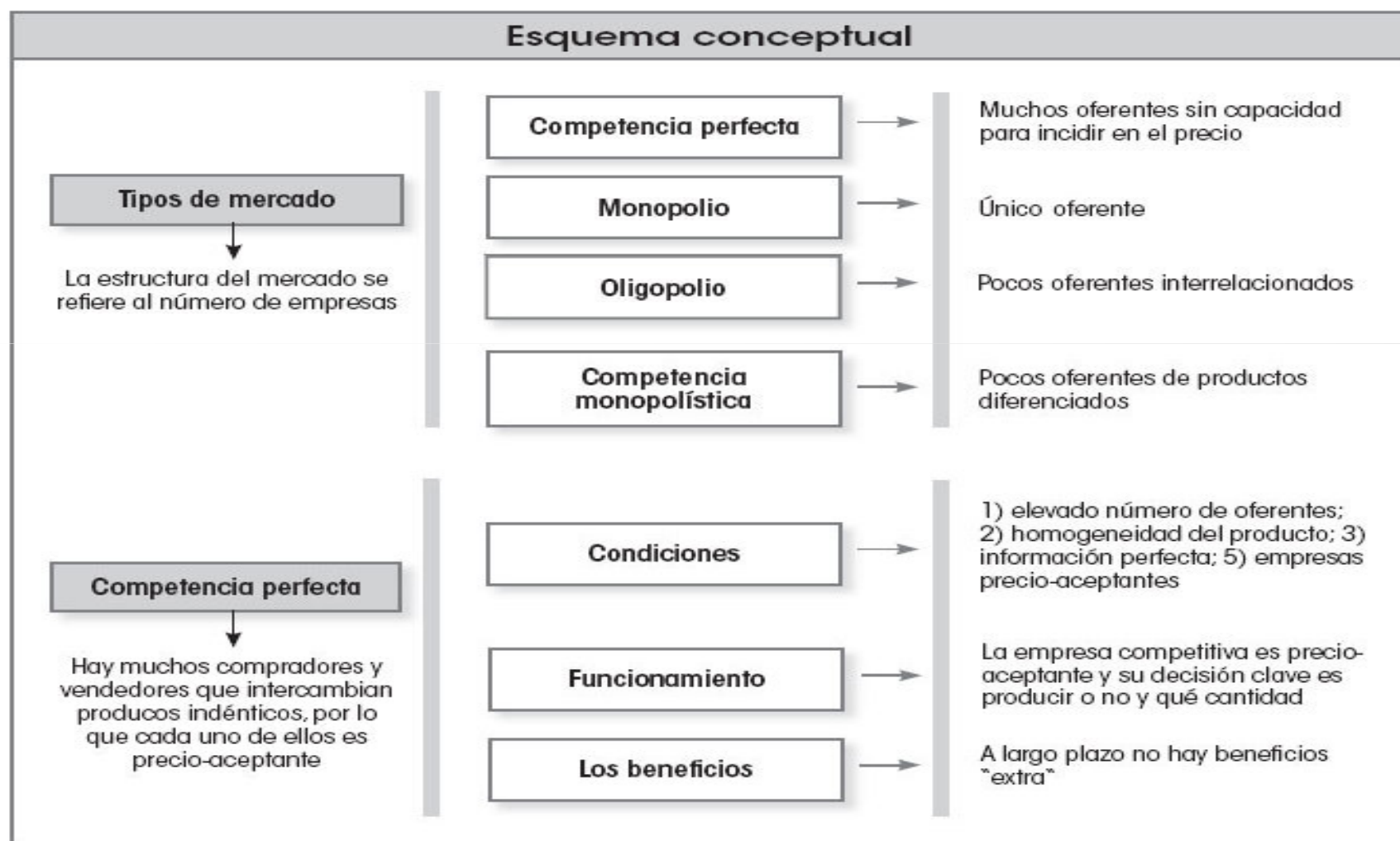


La competencia monopolística

- La diferenciación del producto hace que la empresa que lo consigue se enfrente a una función de demanda con pendiente negativa:
 - Esto permite la aparición de un grupo de clientes fieles a la empresa mientras esta no supere ciertos límites.
 - En ese contexto la empresa se comporta como un pequeño monopolista frente a ese grupo de clientes.
- A largo plazo debido a la libertad de entrada y salida de empresas los beneficios extraordinarios tienden a desaparecer:
 - Innovación en otras empresas.
 - Copia de productos o ideas.
 - Falsificación de los productos.



Resumen: Tipos de mercados



Fuente: Economía y Turismo. Francisco Mochón

Continúa



Resumen: Tipos de mercados

Esquema conceptual (cont.)	
Competencia imperfecta	La curva de demanda de la empresa competitiva es horizontal mientras que en competencia imperfecta es decreciente
Monopolio	Plena capacidad para determinar el precio Causas explicativas: 1) control exclusivo de un recurso, 2) concesión de una patente o de una licencia administrativa, 3) costes decrecientes
Oligopolio	Existe un número reducido de oferentes con un cierto control sobre el precio que son interdependientes Fijan los precios mediante acuerdos (cártel) o entran en guerras de precios
Competencia monopolística	Muchos oferentes de un producto diferenciado y la publicidad desempeña un papel relevante

Fuente: Economía y Turismo. Francisco Mochón



Resumen de objetivos:

- Competencia imperfecta.- Productos no homogéneos, Barreras a la entrada, Empresas con poder de influir en el mercado, Información imperfecta.
- Definición y características del monopolio.
- Definición y características del oligopolio.
- Definición y características de la Competencia monopolística.



Bibliografía

- Mochón, F. (2009) Economía y turismo. McGraw-Hill. Segunda Edición. Capítulo 5.
- Castejón Montijano, R. (2002) *Introducción a la economía para turismo*. Prentice Hall. Capítulo 6.
- Mochón, F. (2006) Principios de Economía. McGraw-Hill. Tercera Edición. Capítulo 6.
- Lipsey, R. G. (1977) Introducción a la Economía Positiva. Capítulos 21, 22. Editorial Vicens Vives.
- Bort, Antonio (1986). Teoría económica (Introducción). Capítulos 15, 16. UNED.
- Gregory Mankiw, N. (2002). Principios de Economía. McGraw-Hill. Capítulos 15-17.



Ejercicio práctico

- Cálculo del precio al que vende un monopolista que maximiza su beneficio.