



# COMPETENCIA PERFECTA E IMPERFECTA

---

LIC. FRANCISCO GRIJALVA

FEBRERO 2020

# COMPETENCIA PERFECTA

---

En la teoría económica, la competencia perfecta describe los mercados de tal manera que los participantes no son lo suficientemente grandes como para tener el poder de mercado para fijar el precio de un producto homogéneo. Debido a que las condiciones de competencia perfecta son estrictas, hay muy pocos mercados perfectamente competitivos. Sin embargo, los compradores y vendedores en algunos mercados tipo subasta, por ejemplo para las materias primas o algunos activos financieros, puede aproximarse el concepto.

La competencia perfecta sirve como punto de referencia para medir la vida real y los mercados de competencia imperfecta.



# CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO DE COMPETENCIA PERFECTA

---

Por lo general, un mercado de competencia perfecta existe cuando todos los participantes es un "tomador de precios", y ninguno de los participantes influye en el precio del producto que compra o vende. Las características específicas pueden incluir:

- Los compradores y vendedores son infinitos - los consumidores son infinitos con la voluntad y la capacidad de comprar el producto a un precio determinado, los productores/vendedores son infinitos con la voluntad y la capacidad de suministrar el producto a un precio determinado.
- Cero barreras de entrada/salida - Es relativamente fácil para un negocio para entrar o salir en un mercado perfectamente competitivo.
- Perfecta movilidad de los factores - Los factores a largo plazo de la producción son perfectamente móviles y permiten el ajuste a largo plazo de las condiciones cambiantes del mercado.



# CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO DE COMPETENCIA PERFECTA

---

- Perfecta información - Los precios y la calidad de los productos se supone que se conocen igual por todos los consumidores y los productores.
- Cero costos de transacción - Los compradores y los vendedores no incurren en costes de transacción.
- Maximización de los beneficios - Las empresas tienen el objetivo de alcanzar el nivel de ventas que maximiza el beneficio.
- Homogeneización de productos - Las características del bien o servicio no varía entre los diferentes proveedores.
- Rendimientos constantes a escala - Rendimientos constantes a escala asegura que hay suficientes empresas en la industria.



# **COMPETENCIA IMPERFECTA**

---



# COMPETENCIA IMPERFECTA

---

La competencia imperfecta es aquella situación, de falta de competencia en cualquier mercado en que las condiciones necesarias para una competencia perfecta no se cumplen. Los motivos para el incumplimiento pueden ser diversos, pero fundamentalmente debidos a la falta de un número suficiente de oferentes y/o demandantes que haga que ninguno de ellos tenga poder para influir en los precios.

# FORMAS DE COMPETENCIA IMPERFECTA

---

- **Monopolio**, en el que sólo hay un vendedor de un bien.
- **Oligopolio**, en el que hay pocos vendedores de un bien.
- **Competencia monopolística**, en el que hay muchos vendedores que producen bienes altamente diferenciados.
- **Monopsonio**, en el que sólo hay un comprador de un bien.
- **Oligopsonio**, en la que hay pocos compradores de un bien, oligopolio de demanda.

# MONOPOLIO

---





# DEFINICIÓN

---

En economía, un monopolio (del griego monos / μονος (solo o sola) polein / πωλειν (vender)) existe cuando una persona en particular o una empresa tiene suficiente control sobre un producto o servicio en particular para determinar de manera significativa las condiciones en que otras personas tendrán acceso a ella. (Esto está en contraste con un monopsonio que se refiere al control de una sola entidad a lo largo de un mercado para comprar un bien o servicio. Y en contraste con el oligopolio, donde unas pocas entidades ejercen una influencia considerable sobre una industria).

Los monopolios son así caracterizado por la falta de competencia económica para el bien o servicio que prestan y la falta de bienes sustitutos viables. El verbo "monopolizar" se refiere al proceso mediante el cual una empresa obtiene una mayor cuota de mercado que constantemente lo que se espera en perfectas la competencia.



# MONOPOLIO

## CARACTERÍSTICAS

1. Vendedor único
2. Ofertante único
3. Barreras de entrada
4. Capacidad de fijación de precios.

## CAUSAS

1. Naturales
2. Patentes
3. Licencias del gobierno
4. Inexistencia de productos sustitutos

## CONDICIÓN DE EQUILIBRIO

$$IMa = CMa$$

## MONOPOLIO VS COMP. PERFECTA

En monopolio el vendedor sale ganando y el consumidor perdiendo

# MONOPOLIO

---

En monopolio debe distinguirse de monopsonio, en la que sólo hay un comprador de un producto o servicio, un monopolio puede también tener el control de monopsonio de un sector de un mercado. Del mismo modo, un monopolio debe distinguirse de un cartel (una forma de oligopolio), en el que varios proveedores de actuar en conjunto para coordinar los servicios, los precios o la venta de bienes.

Monopolios, monopsonios y oligopolios son todas las situaciones en que una o unas pocas entidades tienen poder de mercado y por lo tanto deben interactuar con sus clientes (monopolio), proveedores (monopsonio) y las otras empresas (oligopolio) de una forma de teoría de juegos - lo que significa que las expectativas acerca de su comportamiento influye en la elección de otros jugadores de la estrategia y viceversa. Esto se contrasta con el modelo de competencia perfecta, donde las empresas son tomadores de precios y no tienen poder de mercado.



# CARACTERÍSTICAS DE UN MONOPOLIO

---

- **Vendedor individual:** En un monopolio es un vendedor el único que produce toda la producción para atender a la demanda. Por lo tanto, está todo el mercado atendido por una sola empresa, y para fines prácticos, la firma es lo mismo que la industria.
- **Poder de mercado:** El poder de mercado es la capacidad de afectar a los términos y condiciones de intercambio para que el precio del producto sea fijado por la empresa (el precio no es impuesto por el mercado como en competencia perfecta).



# CARACTERÍSTICAS DE UN MONOPOLIO

---

Los monopolios derivan su poder sobre el mercado de las barreras a la entrada de nuevos competidores - Circunstancias que impiden o dificultan en gran medida la entrada de un competidor potencial en el mercado o la capacidad de competir en el mercado.

Fuente: <http://www.encyclopediafinanciera.com/mercados-financieros/estructura/monopolio.htm>





# EQUILIBRIO EN MONOPOLIO

---

- Un mercado está monopolizado si existe sólo un oferente del producto y no hay bienes sustitutos lo suficientemente cercanos, de manera que el monopolista tiene algún poder para afectar el precio con sus decisiones de producción. Existen pocos mercados que estén asociados con monopolios puros. Probablemente la excepción sean los monopolios naturales como los que originan algunos servicios de utilidad pública (por ejemplo, la distribución de electricidad y agua en algunas zonas geográficas delimitadas). A pesar de que no son muy frecuentes, es útil analizar la determinación del equilibrio de un monopolista, ya que nos ilustra sobre las consecuencias del monopolio y de las estructuras de mercado que se asocian con ellos.

# OLIGOPOLIO

---



# OLIGOPOLIO

---

En Economía, un oligopolio es una forma de mercado en el que el mercado o industria está dominado por un pequeño número de vendedores (oligopolio). La palabra se deriva, por analogía con el "monopolio", de la ὀλίγοι griego (oligoi) "pocos" + πωλειν (polein) "para vender". Debido a que hay pocos vendedores, cada oligopolista es probable que sea consciente de las acciones de los demás.

# TIPO DE OLIGOPOLIO

---

- **Diferenciado:** Este tipo de mercado ha sido desarrollado por los teóricos que han entrado en la competencia **monopolística** o **imperfecta**. Dentro de sus características está que incluye una gran variedad de productos manufacturados tales como automóviles, detergentes y las compañías aéreas entran en este grupo.
- **Concentrado:** Esta es una manera en que el mercado logra la **concentración industrial**. Tiende a aparecer cuando existen pocos productores de una materia prima determinada.
- **Diferenciado concentrado:** Se da como resultado de la combinación de algunos elementos que se encuentran presentes en los tipos anteriormente citados. Su principal característica es la **diferenciación** de productos.
- **Competitivo:** Está caracterizado por la alta concentración en su producción. Tienden a realizar competencia por medio de sus precios.



# CARACTERÍSTICAS OLIGOPOLIO

---

- Para los participantes del **oligopolio** la competencia no existe, ya que tienen control absoluto y **dominio** del mercado.
- Frecuentemente tiene acceso a sus propios recursos en cuanto a la **publicidad** y al **marketing** de la empresa.
- Utilizan frecuentemente el **dumpling**, que quiere decir, bajar los precios incluso por debajo del costo de producción y fabricación para lograr obtener beneficios y por esta razón es que los oligopolios no tienen competencia alguna.
- Entre ellos mismos se dificultan y algunas veces impiden el ingreso de nuevas empresas a su círculo.
- Poseen dos tipos de bienes: los **diferenciados** que son productos procesados y los **homogéneos** que se refiere a las materias primas para la fabricación de productos.



# EJEMPLO DE OLIGOPOLIO

---

- En 2008, Verizon, AT & T, Sprint Nextel y T-Mobile en conjunto controlaban el 89% del mercado de la telefonía móvil en EE.UU.
- **Chile:** Un claro ejemplo de **oligopolio** en Chile se puede observar en las empresas de telecomunicaciones. Años atrás, el mercado estaba formado por **Claro, Entel y Movistar**, que eran las empresas que dominaban el mercado, imponían los precios de los productos y además ganaban grandes utilidades en sus ventas. Pero con el tiempo, entró al mercado la compañía WOM, quien incorporó una variedad de precios muy bajos en sus planes que desmarcó a toda la industria.
- **Argentina:** La empresa **Arcor** se ha vuelto la compañía oligopólica que lidera el puesto de alimentos enlatados. Es la mayor firma en mermeladas tradicionales y maneja muy fácilmente el mercado de las golosinas.
- **México:** En muchos sectores que son **clave** para la economía del país tales como la **telecomunicaciones y transporte**, se observan empresas que tienen altos niveles de ganancia como consecuencia directa de ejercer poder absoluto dentro del mercado.

# DUOPOLIO

---

Un duopolio (de dyo griega / δυο (dos) + polein / πωλειν (vender)) es un tipo específico de oligopolio en el que sólo existen dos productores en un mercado. En realidad, este término se utiliza cuando dos empresas tienen un control dominante en un mercado. En el ámbito de la organización industrial, es en el que más han existido los duopolios.

# DUOPOLIO

---

Un duopolio puede tener el mismo impacto en el mercado que un monopolio si los dos jugadores acuerdan los precios o la producción. Los resultados de esta colusión en los consumidores será que terminarán pagando precios más altos que lo harían en un mercado verdaderamente competitivo.



# MODELOS DE DUOPOLIO

---

Hay dos modelos principales de duopolio el de Cournot y el de Bertrand:

- El modelo de Cournot, en el que cada empresa asume el nivel de producción de la otra, y produciendo en función de este dato.
- El modelo de Bertrand, en la que, dos empresas cada una de ellas asumirá que el otro no va a cambiar los precios en respuesta a los recortes de su precio. Cuando ambas empresas utilizan esta lógica, se llegará a un equilibrio de Nash.



# EJEMPLOS DE DUOPOLIO

---

- El Partido Republicano y el Demócrata en EE.UU.
- Pepsi vs Coca-Cola en el mercado de refrescos
- Gillette vs Wilkinson en el mercado de hojas de afeitar



# COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA

---

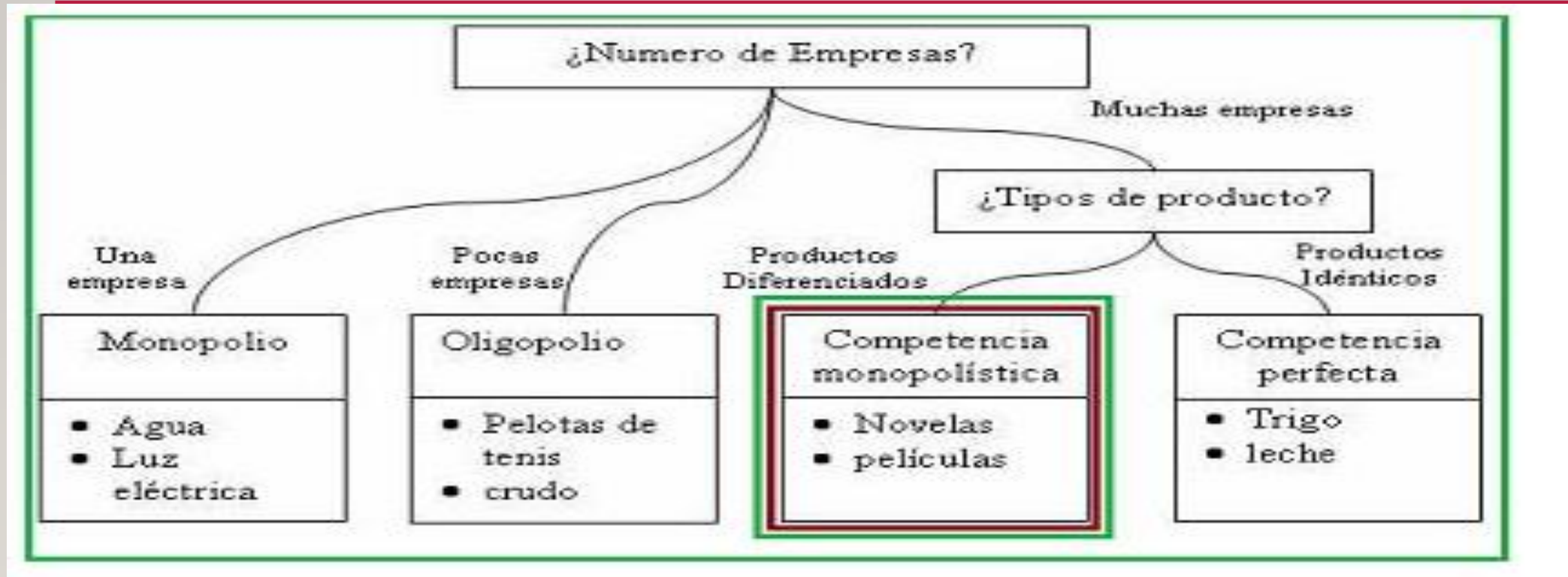


# COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA

---

La competencia monopolística es un tipo de competencia imperfecta tal que muchos productores venden productos en un mercado pero los productos no son idénticos (productos heterogéneos), sino que se diferencian entre sí por la marca, la calidad o la ubicación. En la competencia monopolística, una firma toma los precios de sus rivales como dato y pasa por alto el impacto de sus propios precios en los precios de otras empresas.

# COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA



# CARACTERÍSTICAS DE LOS MERCADOS DE COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA

---

Los mercados de competencia monopolística tienen las siguientes características:

- Hay muchos productores y muchos consumidores en el mercado, y ninguna empresa tiene el control total sobre el precio de mercado.
- Los consumidores perciben que no solo hay diferencias de precios entre los productos de los competidores.
- Hay pocas barreras a la entrada y salida.
- Los productores tienen algún grado de control sobre el precio.





