

MZ REVOLUTION

FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INGENIERÍA

TIPOS DE MERCADO

MZ REVOLUTION

CONCEPTOS GENERALES

TIPOS DE MERCADO

Generalidades

- ▶ La Economía basa su método de estudio en la utilización de modelos.
- ▶ Los modelos son simplificaciones de la realidad que corresponden a casos ideales en los que se cumplen unos supuestos perfectamente definidos que caracterizan el modelo.



Generalidades

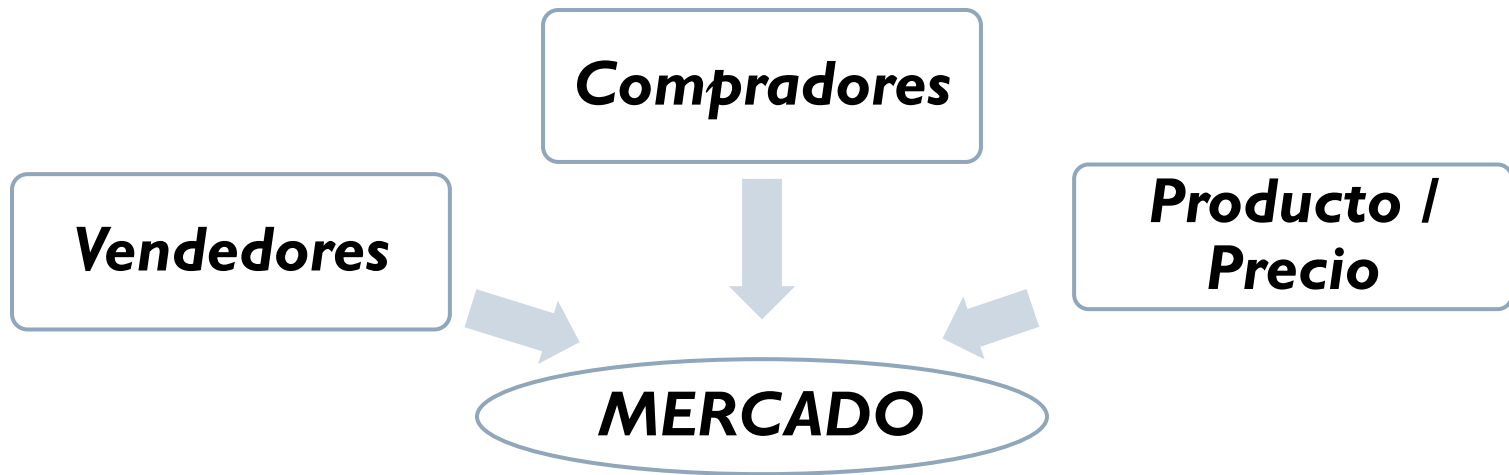
- ▶ Analizaremos las características de varios modelos que explican el comportamiento de varios tipos de mercados: la competencia perfecta, el monopolio, la competencia monopolista y el oligopolio.
- ▶ Los supuestos de estos modelos raramente se cumplen estrictamente y de forma absoluta en la realidad.



El mercado y sus clases

Concepto de mercado

- ▶ Un mercado está constituido por un conjunto de:



- ▶ Un mercado es el conjunto de actividades de compraventa de un producto llevadas a cabo por oferentes y demandantes.
-



Clases de mercados

Influye en los mercados:

- La existencia o no de barreras de entrada al mercado (titulación, permisos, necesidad de alta inversión,...)
- La existencia o no de barreras de salida del mercado (stocks durante un periodo de tiempo,...)
- El grado de concentración de compradores y vendedores en el mismo
- Diferencias en el producto
- La información que circule en el mercado



Clases de mercados

Según la diferenciación del producto:

- Mercado homogéneo (producto idéntico)
- Mercado heterogéneo

Si existe o no algún agente externo:

- Mercado libre
- Mercado intervenido

Si existe información perfecta:

- Mercado transparente
 - Mercado no transparente
-



Clases de mercados

Según la clasificación de **STACKELBERG** por el número de competidores:

- Competencia perfecta
- Monopolio
- Oligopolio
- Competencia monopolística
- Oligopsonio



**HEINRICH FREIHERR
VON STACKELBERG**



Clases de mercados

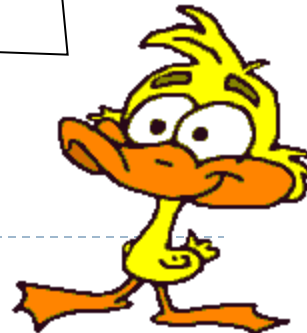
Clasificación de STACKELBERG de los mercados

		N.º de demandantes		
		Uno	Pocos	Muchos
N.º de oferentes	Uno	Monopolio bilateral	Monopolio parcial	Monopolio
	Pocos	Monopsonio parcial	Oligopolio bilateral	Oligopolio
	Muchos	Monopsonio	Oligopsonio	Competencia perfecta



UNA CURIOSIDAD DEL SR. STACKELBERG.

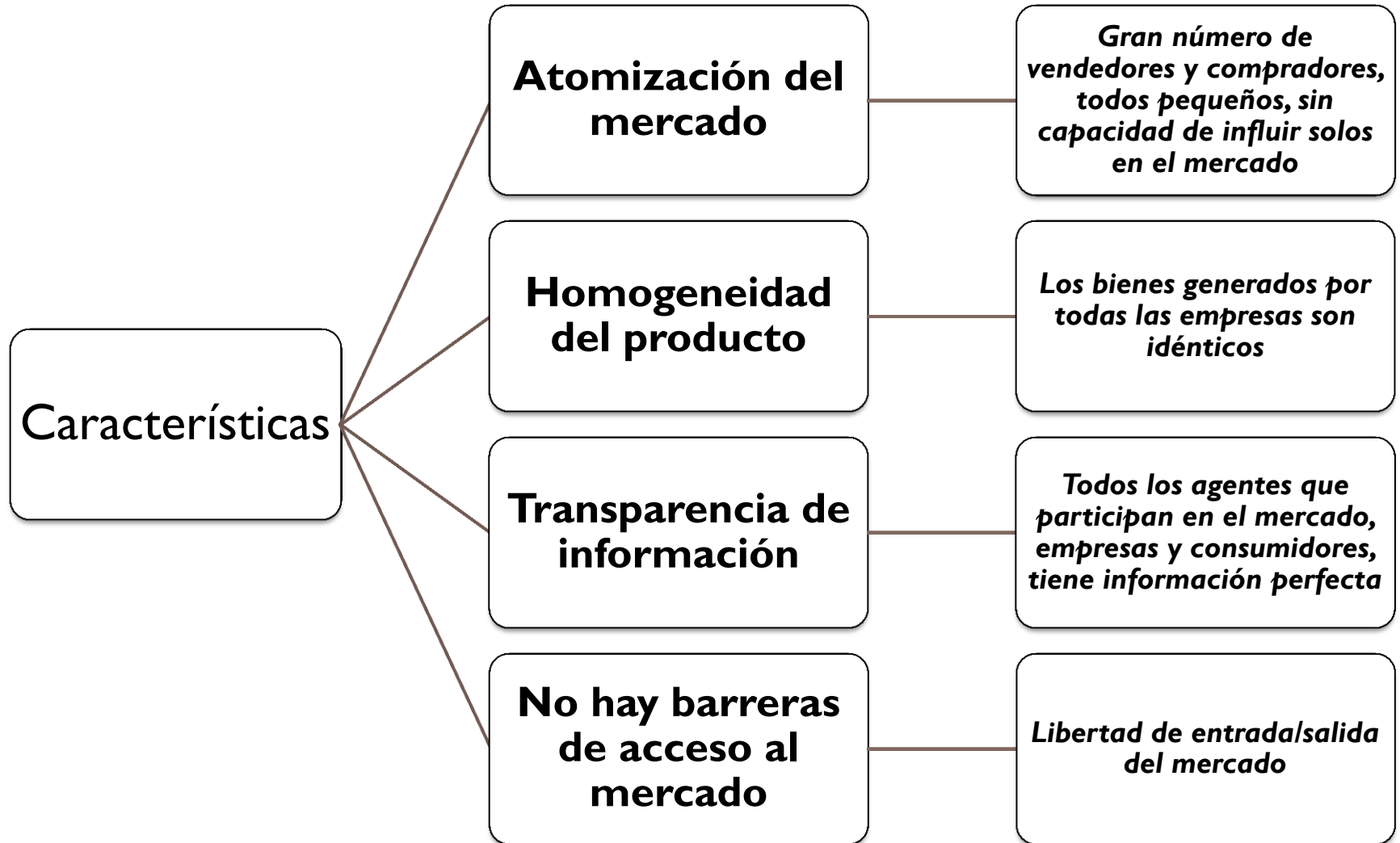
- Fue miembro de las SS y partidario del partido nacionalsocialista de Hitler.
 - Fue militar y economista.
- Vivió sus tres últimos años de vida en Madrid y contribuyó a levantar la Facultad de Economía de España.
- Este tema se basa principalmente en sus teorías sobre oligopolios, equilibrio y formas de mercado.
 - Curioso: alguien tan inteligente con ideologías tan brutales.



MERCADO DE COMPETENCIA PERFECTA

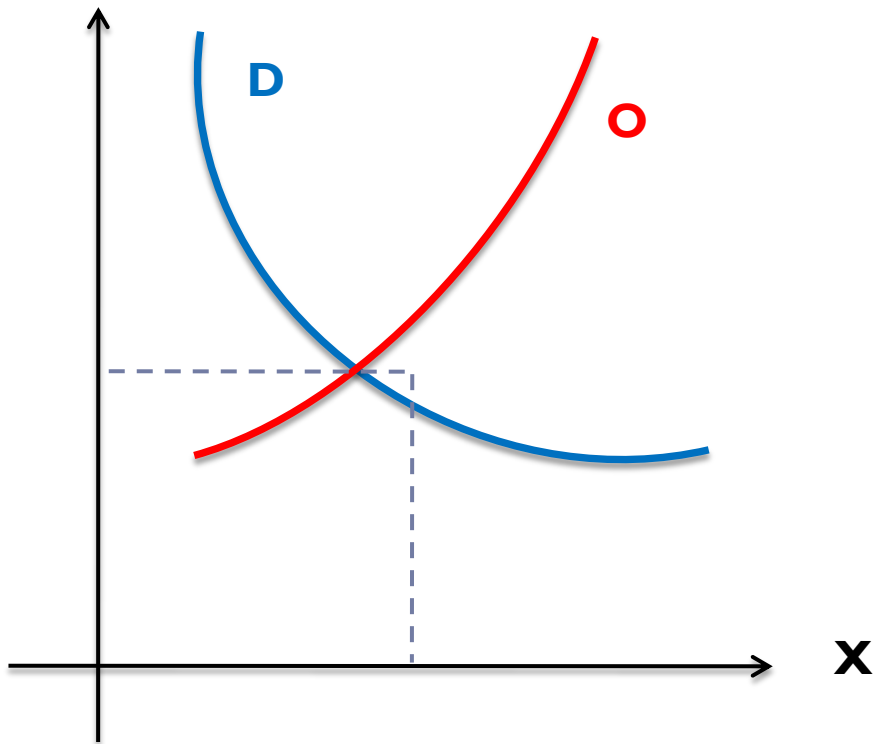
TIPOS DE MERCADO

Mercado de competencia perfecta



Mercado de competencia perfecta

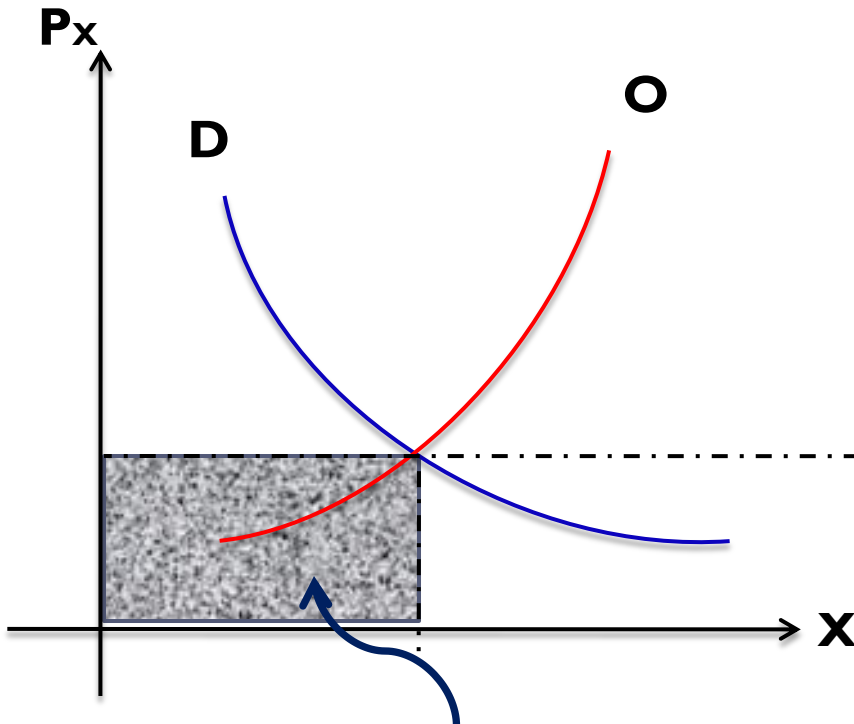
P_x



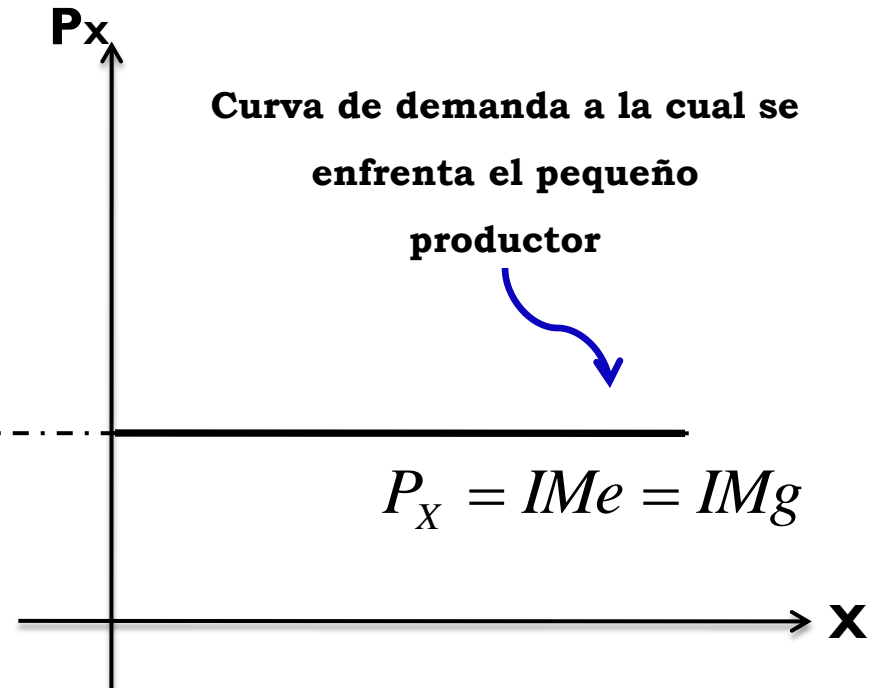
Estas características inducen al mercado a la existencia de un solo precio, que resulta de la interacción entre la demanda y la oferta de muchísimos comparadores y vendedores.



Mercado de competencia perfecta



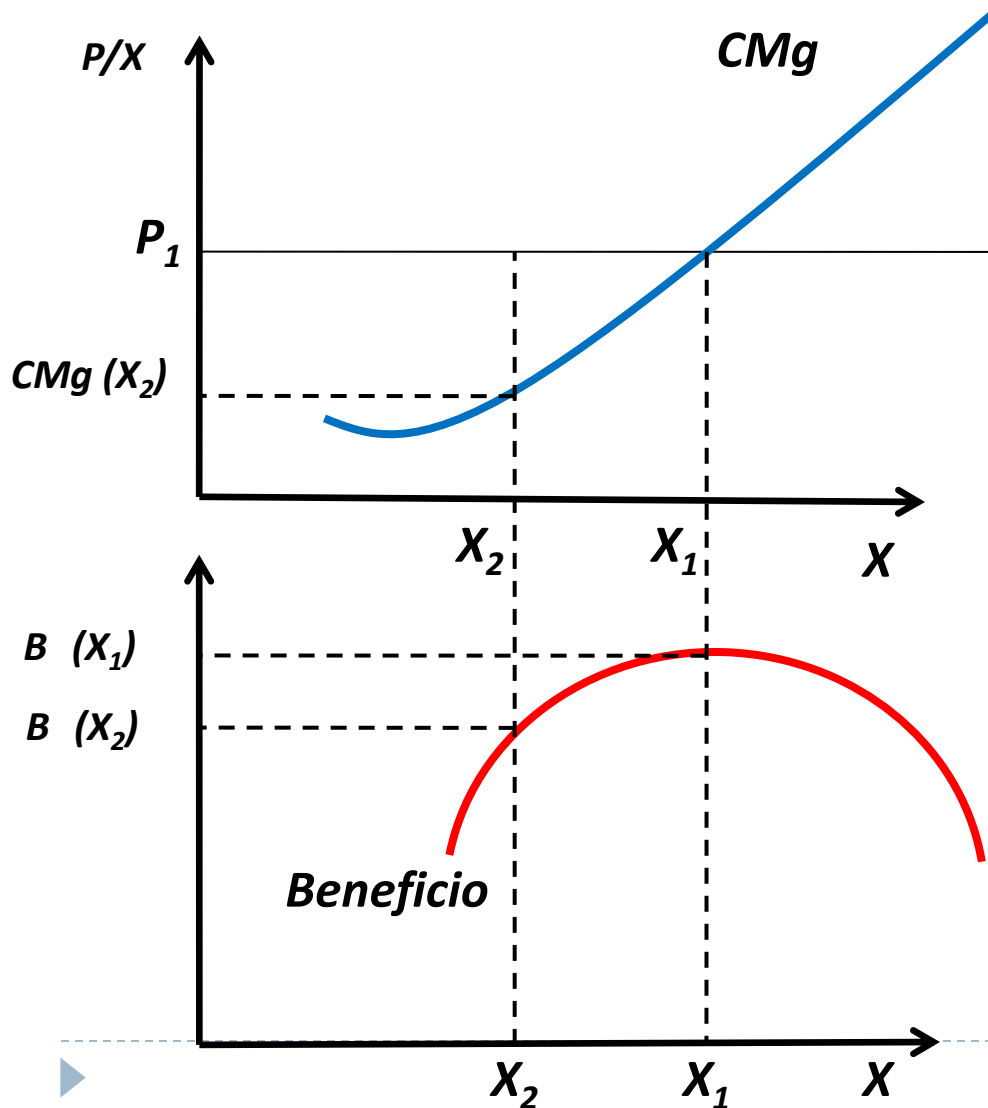
Nivel de ventas del producto (Gasto de consumidor – ingreso del vendedor)



Curva de demanda a la cual se enfrenta el pequeño productor

$$P_x = IMe = IMg$$

Mercado de competencia perfecta



- ▶ Para hacer máximo el beneficio, la empresa fijará un nivel de producción que iguale el precio (o ingreso marginal) al costo marginal.
- ▶ Según el gráfico, si el productor está en un nivel de producción de X_2 , podría aumentar su beneficio incrementando su producción hasta el nivel X_1 .
- ▶ Producir sobre X_1 disminuiría el beneficio al incrementarse los costos.

Mercado de competencia perfecta

Aunque el precio de equilibrio es el mismo para todas las empresas, **LOS BENEFICIOS** no lo serán, debido a que los **COSTOS** de las distintas empresas son también **DIFERENTES**.

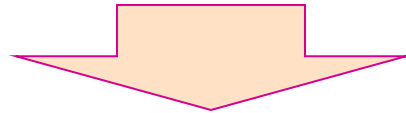
En los mercados de competencia perfecta hay una tendencia a que los **BENEFICIOS EXTRAS DESAPAREZCAN** puesto que cuando estos se produzcan entrarán nuevas empresas en el mercado incrementando la oferta total y por tanto el precio de mercado bajará eliminando los beneficios extraordinarios.

Por el contrario, si se producen **PÉRDIDAS** habrá empresas que abandonarán el mercado reduciendo la oferta total y presionando al alza el precio del producto por lo que finalmente desaparecerán las pérdidas.



Mercado de competencia perfecta

En un mercado de competencia perfecta, si el precio de equilibrio entre la oferta y la demanda fuera tan bajo como para hacer que las empresas tuvieran pérdidas, las menos eficientes tendrían que cerrar.



SE REDUCIRÍA LA OFERTA TOTAL DEL MERCADO Y SUBIRÍAN LOS PRECIOS.

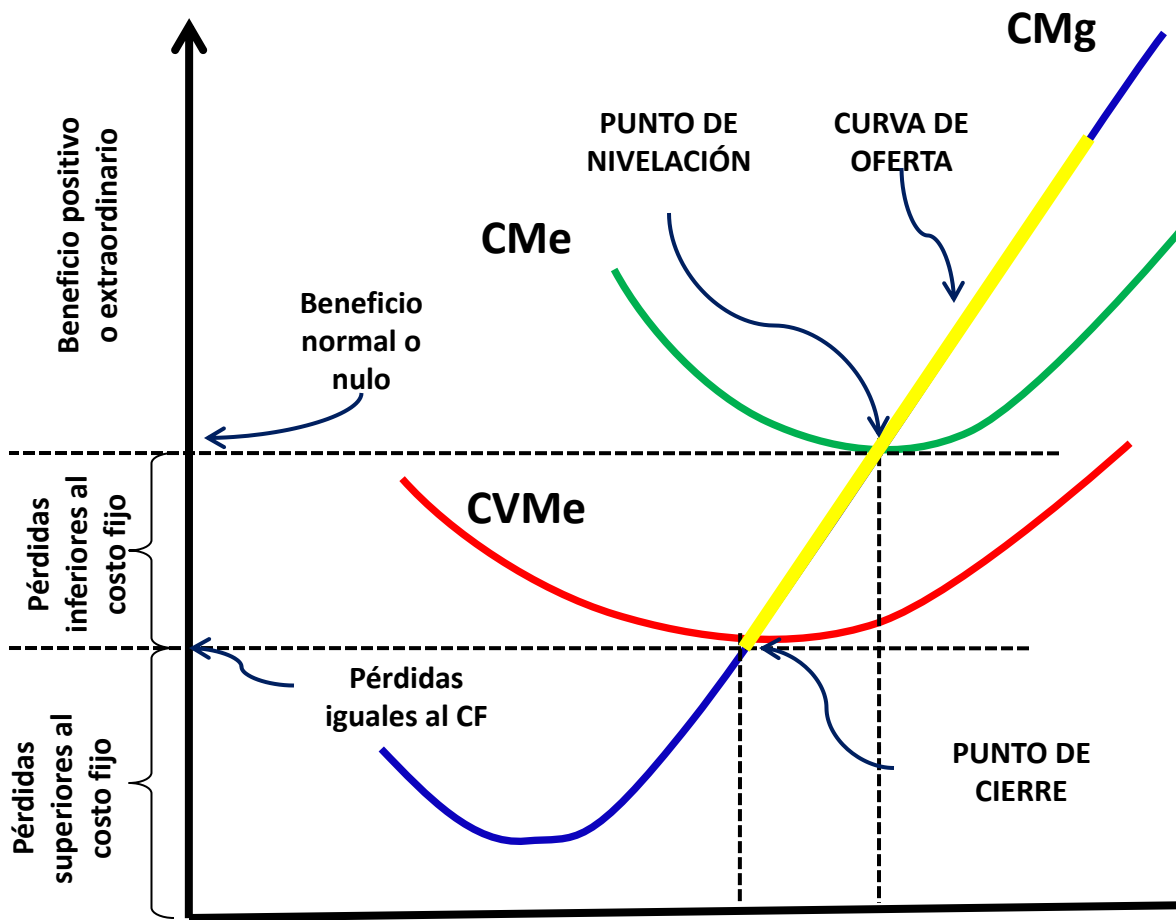
Por el contrario, si el precio de equilibrio fuera muy superior a los costes, provocaría la entrada de nuevas empresas en el mercado.



AUMENTARÍA LA OFERTA TOTAL DEL MERCADO Y BAJARÍA EL PRECIO DEL PRODUCTO Y, CON ÉL, LOS BENEFICIOS.



Mercado de competencia perfecta



$$B = IT - CT$$

$$Si IT > CT \Rightarrow B > 0$$

$$P_x > CTMe$$

$$Si IT = CT \Rightarrow B = 0$$

$$IT < CT \Rightarrow B < 0$$

$$Perd = CT - IT$$

$$Perd = CF + CV - IT$$

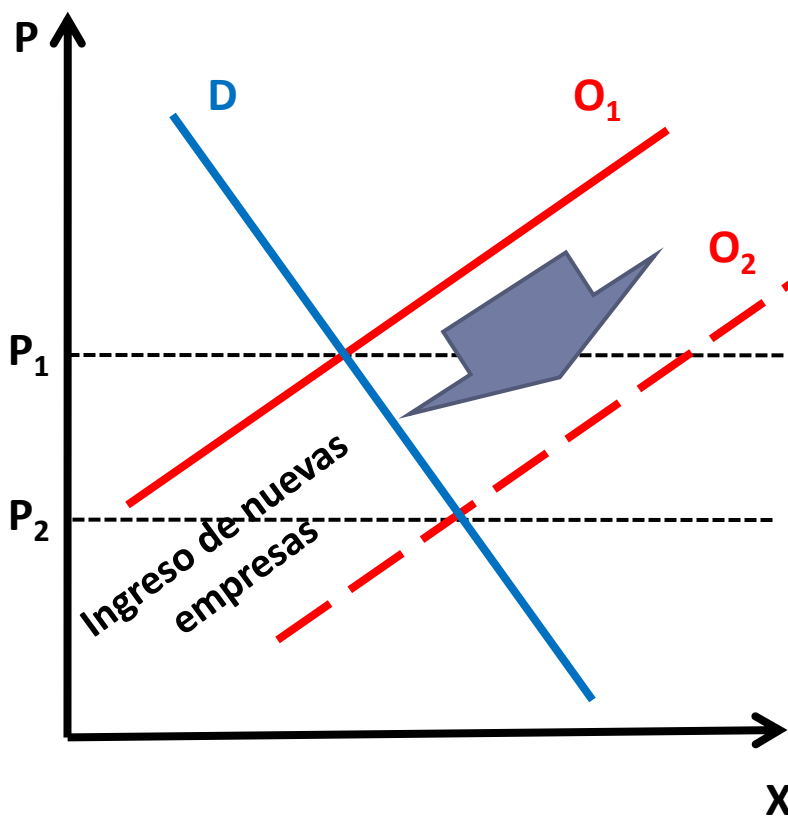
$$Si IT > CV \Rightarrow P_x > CVMe$$

$$Si IT = CV \Rightarrow P_x = CVMe$$

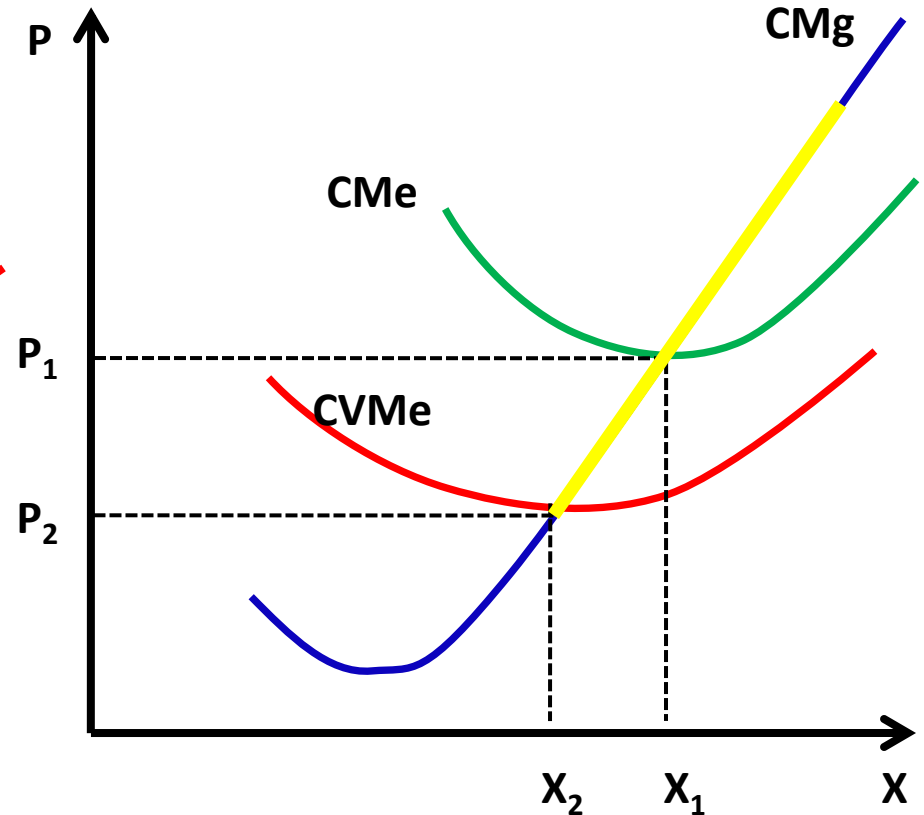
$$Si IT < CV \Rightarrow P_x < CVMe$$

Mercado de competencia perfecta

Los beneficios extraordinarios significan que la tasa de beneficio que se obtiene es superior a la que se logra en otros sectores o actividades. Por ello, existirá un incentivo para que otras empresas entren en el mercado, desplazando la curva de oferta a la derecha.



Mercado



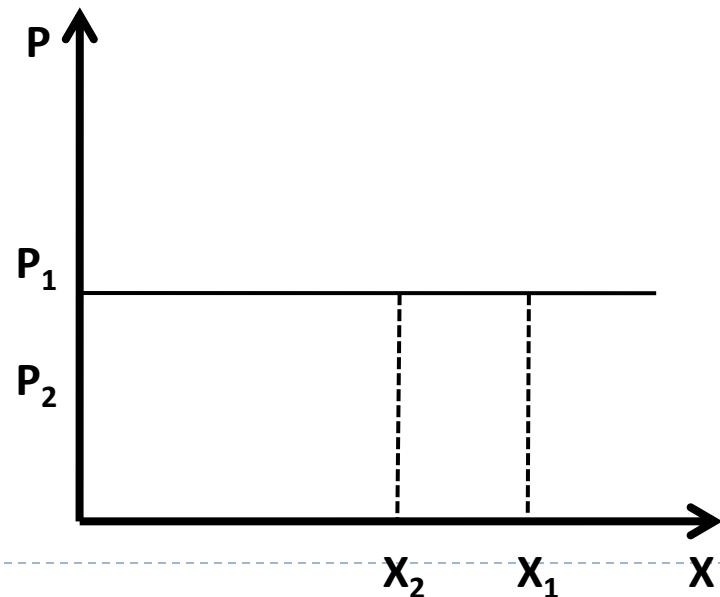
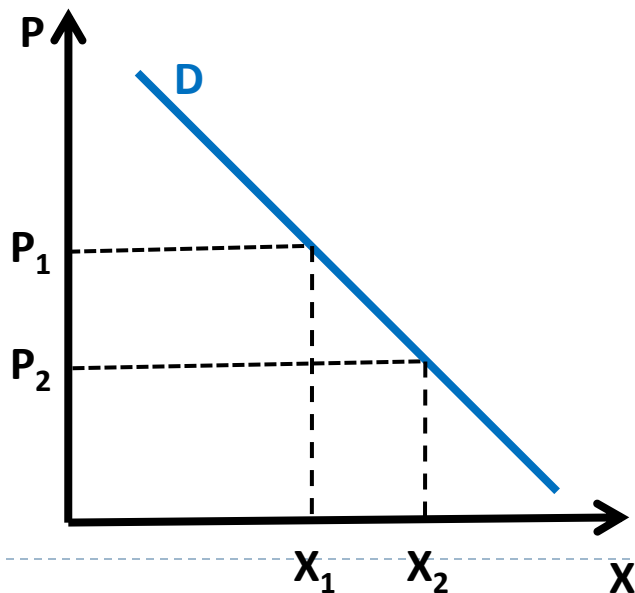
Empresa i

MERCADOS DE COMPETENCIA IMPERFECTA

TIPOS DE MERCADO

Mercado de competencia imperfecta

- ▶ Los mercados de competencia imperfecta se caracterizan por la existencia de algún agente económico que tiene la capacidad de afectar al precio del mercado actuando individualmente.
- ▶ Los principales tipos de mercados no competitivos son: el monopolio, la competencia monopolista y el oligopolio



MERCADO MONOPOLIO

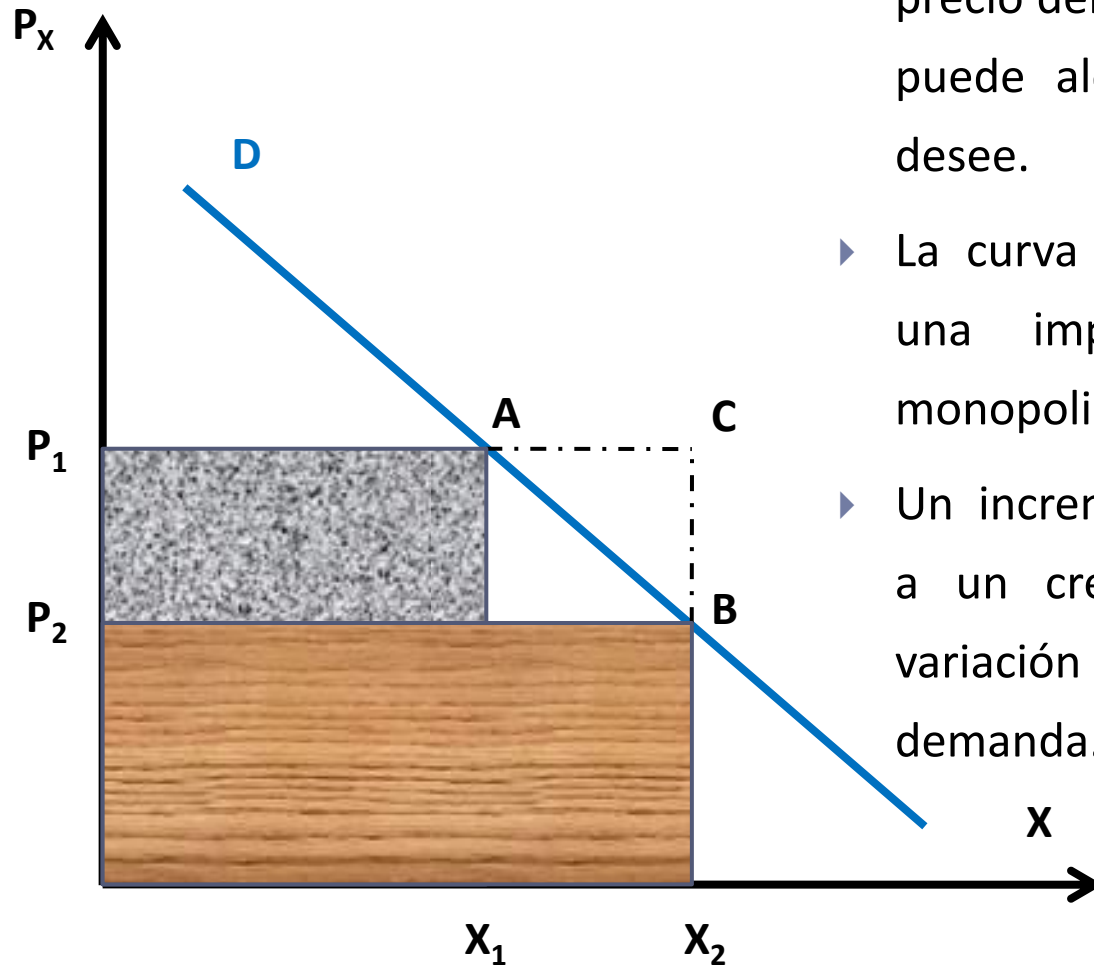
TIPOS DE MERCADO

Mercado monopolístico

- ▶ En este tipo de mercado hay ***un solo vendedor*** de una ***mercancía que no tiene sustitutos cercanos*** , pero pueden haber sustitutos lejanos. Esto implica que ***los consumidores***, si desean adquirir este producto, se ven obligados a comprar lo que vende el monopolista ***sin posibilidad de elección***.
- ▶ El ***monopolista se enfrenta a la curva de demanda de todo el mercado***, porque es el único abastecedor del bien.
- ▶ ***Existen barreras de entrada***.

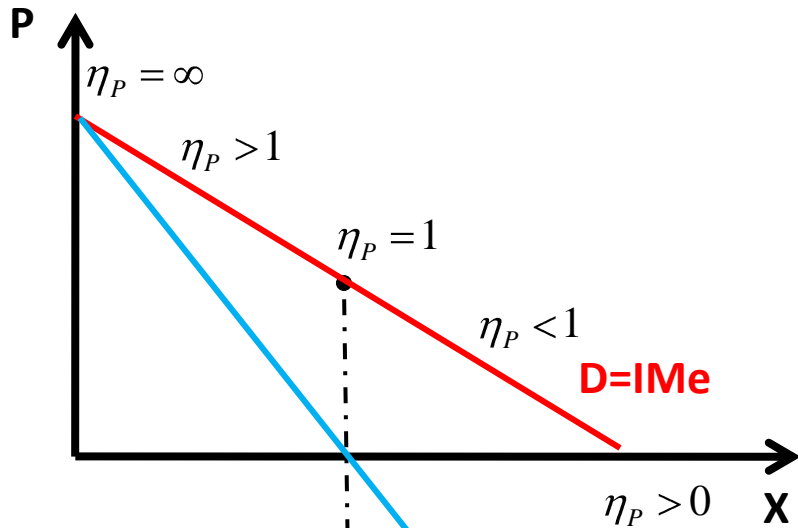


Mercado monopolístico



- ▶ El vendedor de este mercado puede fijar el precio del producto o fijar la cantidad pero no puede alcanzar cualquier combinación que desee.
- ▶ La curva de demanda del mercado supone una importante restricción para el monopolista.
- ▶ Un incremento de precio no conduce siempre a un crecimiento de los ingresos: esta variación depende de la elasticidad de la demanda.

Mercado monopolístico



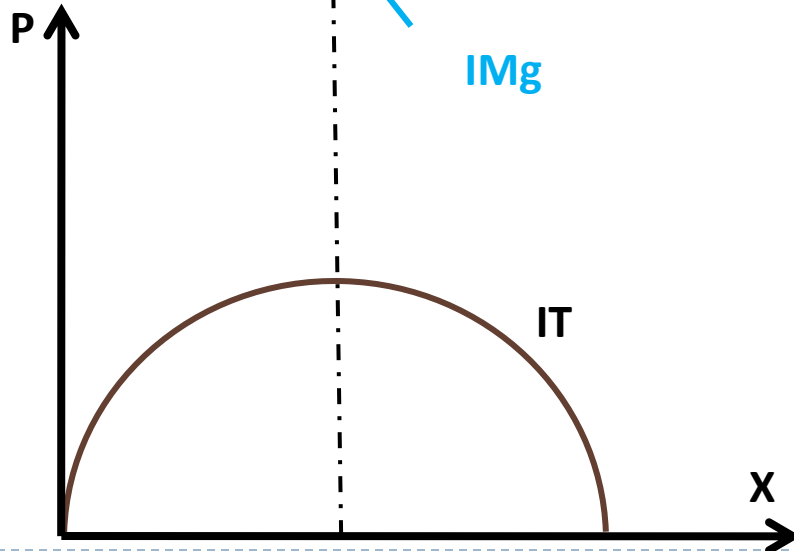
$$IMe = \frac{IT}{X} = \frac{P_X \cdot X}{X} = P_X$$

$$IMg = \frac{dIT}{dX} = \frac{d(P_X \cdot X)}{dX}$$

$$IMg = P_X + \frac{dP_X}{dX} X = P_X + \frac{dP_X}{dX} \frac{X}{P_X} P_X$$

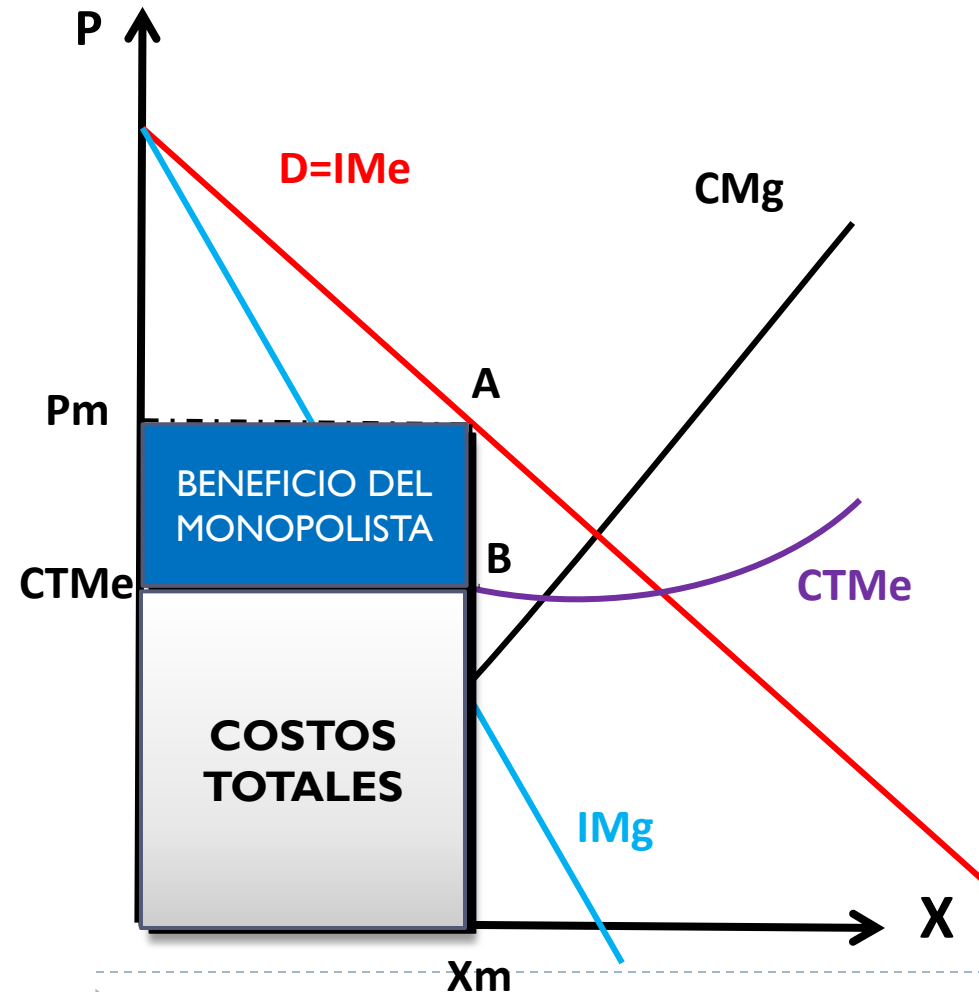
$$IMg = P_X + \frac{P_X}{\eta_P}$$

$$IMg = P_X \left(1 - \frac{1}{\eta_P} \right)$$



El ingreso total (IT) alcanza su máximo cuando el ingreso marginal (IMg) es cero. Se corresponde con el punto medio de la curva de la demanda.

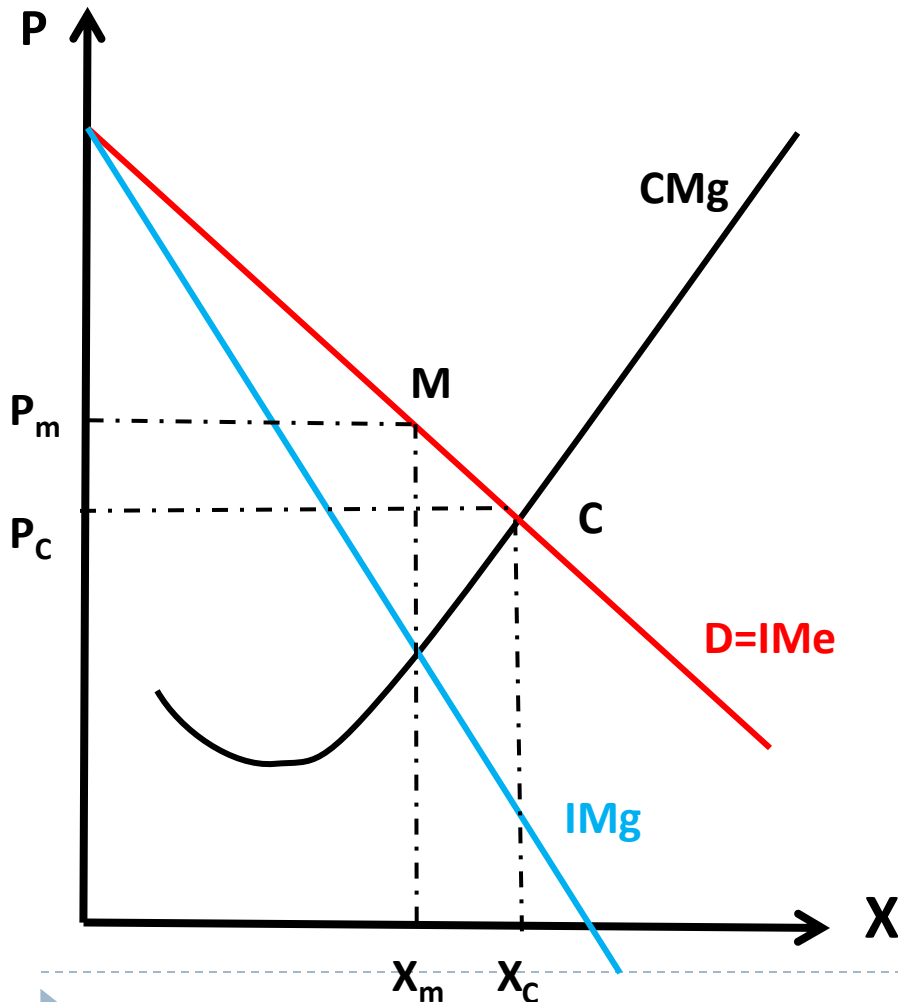
Mercado monopolístico



Si el $IMg \neq CMg$, el monopolista desearía alterar su nivel de producción:

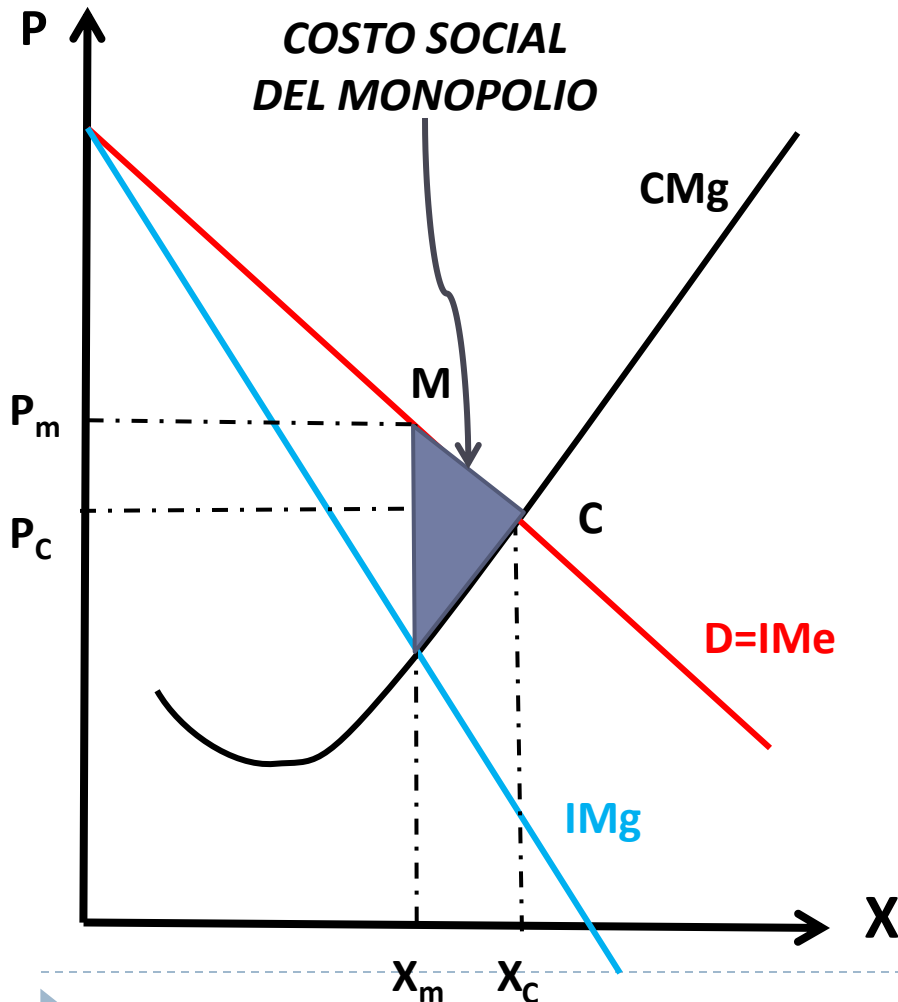
- ▶ Si el $IMg > CMg$ el empresario advierte que puede incrementar su beneficio al aumentar su producción.
- ▶ Si el $IMg < CMg$, el monopolista puede aumentar su beneficio disminuyendo la producción.
- ▶ Si el $IMg = CMg$ el beneficio es máximo

Mercado monopolístico



- ▶ Es importante señalar que el monopolista no tiene curva de oferta.
- ▶ El equilibrio competitivo se caracteriza por la igualdad entre el precio y el costo marginal. Este equilibrio corresponde al punto C, en el que la curva de CMg corta a la curva de demanda.
- ▶ En régimen de monopolio se produce menos cantidad que en un mercado competitivo (X_m frente a X_c) y a un precio superior (P_m frente a P_c)

Mercado monopolístico



En una situación de monopolio, dado que el precio es superior al costo marginal, la sociedad soporta un costo: el **COSTO SOCIAL DEL MONOPOLIO**, derivado de la menor y menos eficiente producción que consigue el monopolista

MERCADOS DE COMPETENCIA MONOPOLISTA

TIPOS DE MERCADO

Mercado de competencia monopolista

- ▶ Este tipo de mercados se sitúan entre el monopolio y la competencia perfecta por poseer rasgos típicos de estos dos mercados.
- ▶ Se caracterizan por:
 - a) El sector está formado por muchas empresas y ninguna de ellas abarca una parte sustancial del mercado.
 - b) Los productos están diferenciados.
 - c) Hay libertad para la entrada de nuevas empresas por la inexistencia de barreras



MERCADO OLIGOPÓLICO

TIPOS DE MERCADO

Mercado oligopolio – Características

- ▶ Se caracteriza por estar abastecido por ***pocas empresas***. Cada una de ellas abarca una proporción importante del mercado por lo que ***tiene la capacidad de afectar individualmente al precio del producto***.
- ▶ ***Existen barreras de entrada*** que impiden la participación de nuevas empresas, situación básica para la estructura del mercado (patentes, marcas, tecnologías, economías de escala) pero, además los oligopolistas pueden tomar medidas estratégicas para disuadir a otras de entrar (ej. Inundar el mercado).



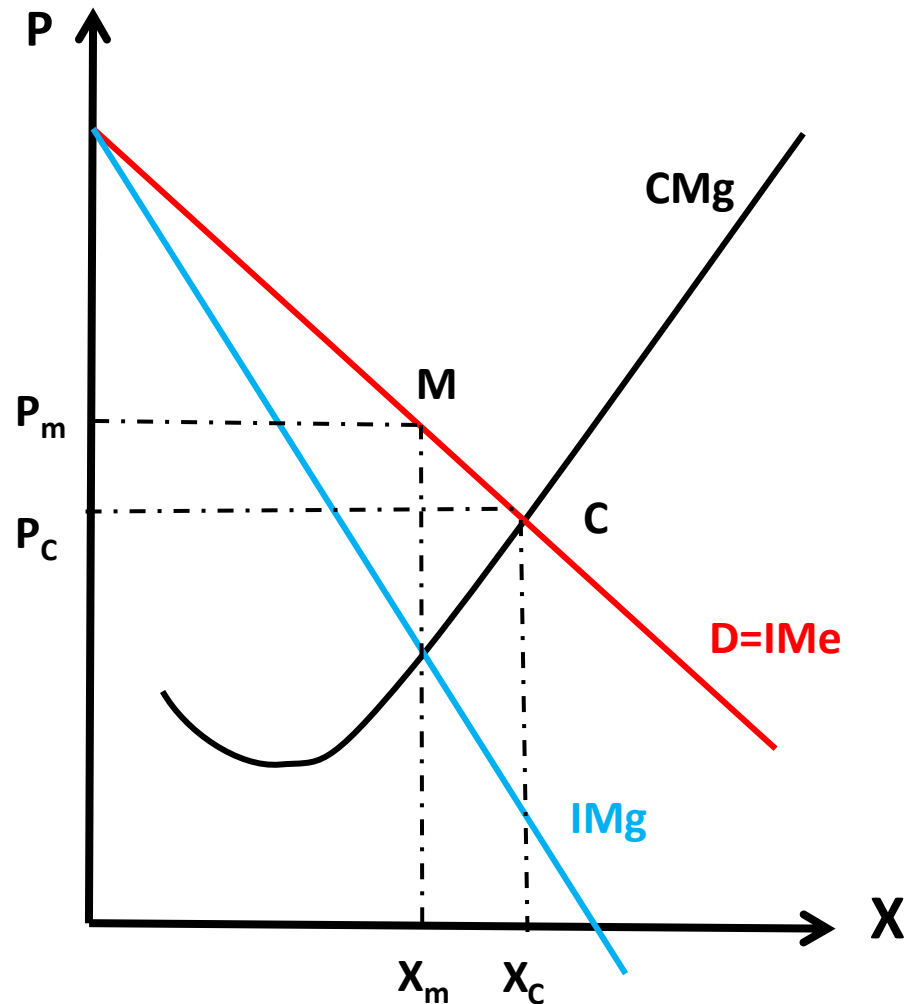
Mercado oligopolio – Características

- ▶ ***El producto puede estar diferenciado o no*** estarlo si bien la mayor parte de los modelos de oligopolio consideran la existencia de un producto homogéneo.
 - ▶ ***La principal característica*** que define a un oligopolio no es el número de empresas que lo forman. El rasgo fundamental es la ***interdependencia de las acciones de los participantes***. Cualquier decisión de una empresa, por ejemplo en incremento de la cantidad producida, afecta la situación de las demás (en este caso, se produciría una disminución del precio y una caída de los beneficios de las demás empresas).
-



Mercado oligopolio – Características

La actuación conjunta de un grupo de empresas con poder de mercado genera una actuación equivalente a la de un monopolio. Cuando este tipo de actuaciones se produce a nivel de mercado, entre empresas, los Gobiernos suelen actuar en defensa de la competencia.



Mercado oligopolio – Características

Un **CÁRTEL** es una combinación de empresas que trata de limitar la acción de las fuerzas de la competencia mediante el establecimiento de acuerdos explícitos sobre precios y niveles de producción.

Condiciones para que tenga éxito:

- ✓ Debe crearse una **organización estable** cuyos miembros acuerdan los niveles de P y Q y obedezcan el acuerdo.
 - ✓ Posibilidad de conseguir **poder de monopolio**, es decir, **la curva de demanda debe ser inelástica** (pese a que aumente P la demanda seguirá siendo alta).
-

