

# LOS MERCADOS NO COMPETITIVOS

1. Los mercados de Competencia Imperfecta
2. Concepto y caracteres del Monopolio
3. Equilibrio en el mercado monopolístico
4. Efectos económicos del monopolio y la regulación
5. El oligopolio: concepto y caracteres
6. Algunos modelos oligopolísticos
7. La competencia monopolística

# 6.1

## LOS MERCADOS DE COMPETENCIA IMPERFECTA

- ◇ Cuando las empresas oferentes influyen individualmente en el precio del producto de la empresa (*precio-oferentes*)
- ◆ Características básicas:
  - ◇ No implica control absoluto de una empresa. Basta poder discrecional a la hora de fijar el precio
  - ◆ Las diferencias pueden expresarse en términos de elasticidad de la demanda
    - ◇ Empresa competitiva:  $E_p = \infty$
    - ◇ Empresa de mercado imperfecto:  $E_p$  finita
    - ◇ En la competencia imperfecta, las variables de ajuste pueden ser los precios o las cantidades
  - ◆ Hay limitaciones a la entrada de nuevas empresas en la industria. Menos empresas:
    - ◇ Rivalidad entre empresas en publicidad, nuevas marcas, etc.
  - ◇ No existe movilidad plena de los factores de producción

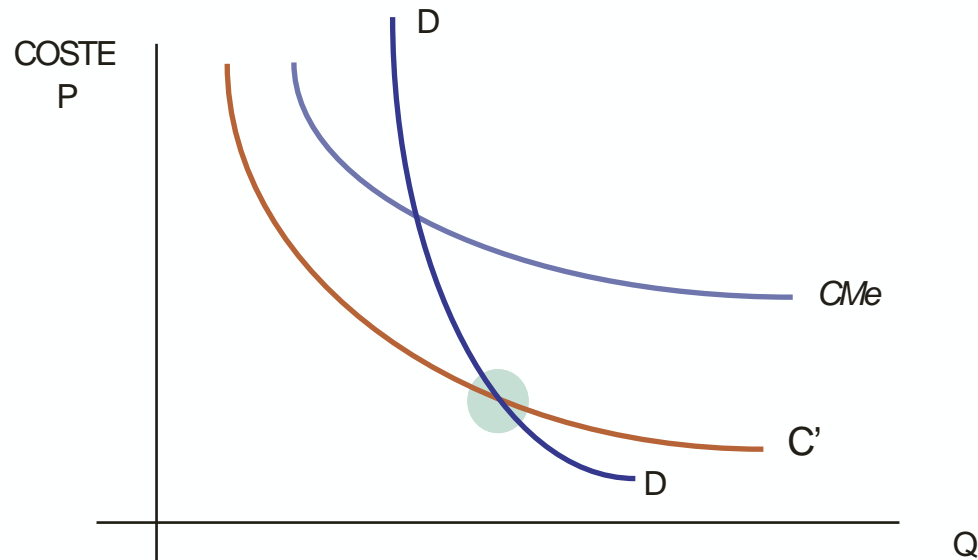
# 6.1

## LOS MERCADOS DE COMPETENCIA IMPERFECTA

### ◆ Causas de imperfección en los mercados:

#### ◆ Costes de producción

- ◇ Cuando hay economías de escala y costes decrecientes (monopolio natural)



#### ◆ Barreras de entrada

##### ◆ Restricciones legales o diferenciación

- ◇ Patentes
- ◇ Restricciones legales ligadas a provisión de servicios públicos y cuotas al Com. Int.

##### ◆ Diferenciación

- ◇ Publicidad, creación de marcas
- ◇ LOCALIZACIÓN

# CONCEPTO Y CARACTERES DEL MONOPOLIO

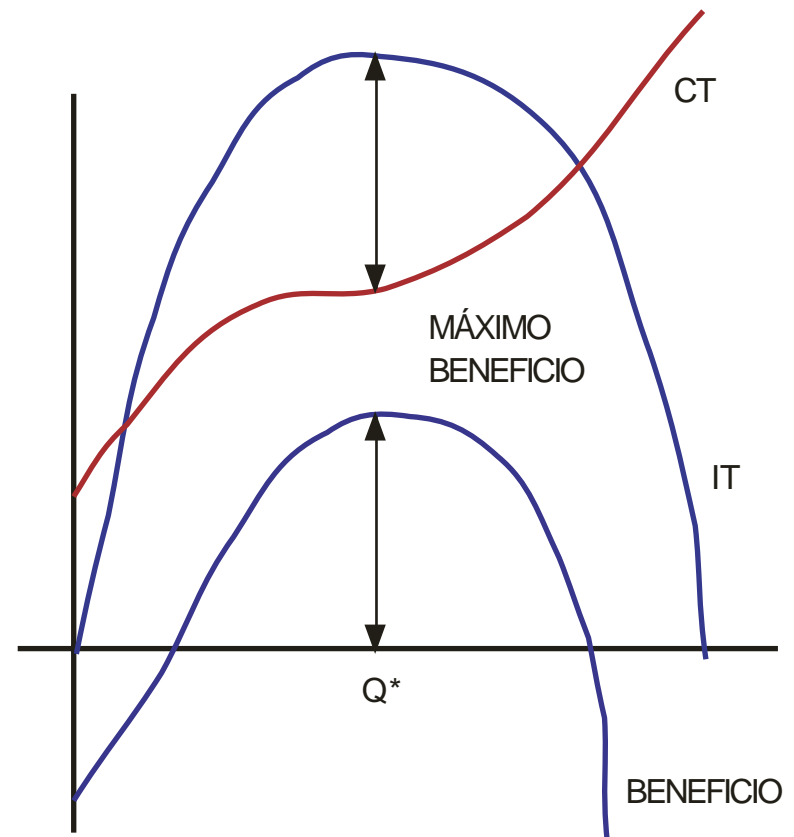
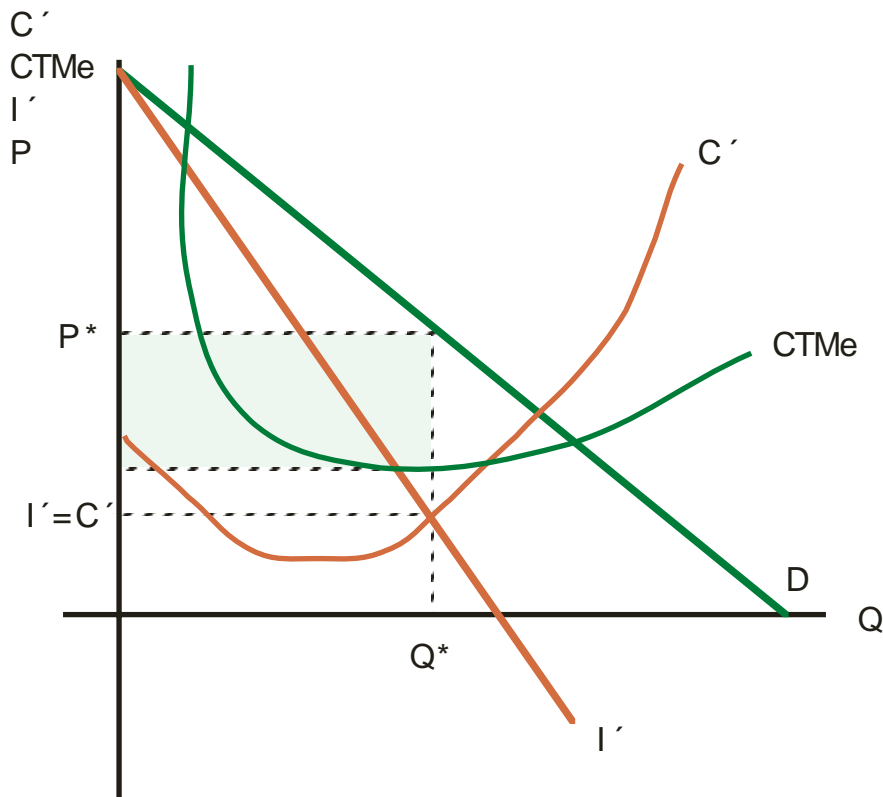
- ◆ **Papel determinante en la fijación del precio**
  - ◇ Su curva de demanda es la curva de demanda del mercado
- ◆ **Causas de un monopolio**
  - ◇ Control de un factor productivo
  - ◇ Patentes (no impide la fabricación de sustitutivos)
  - ◆ **Franquicia legal (monopolio legal)**
    - ◇ Estatales
    - ◆ **Regulados**
      - ◇ MONOPOLIOS FISCALES
  - ◆ **Costes decrecientes o economías de escala (monopolio natural)**

# 6.3

# EQUILIBRIO EN EL MERCADO MONOPOLÍSTICO

## ◆ Equilibrio

- ◇ Cuando al incrementar la producción en una unidad, ingreso y coste marginales se igualen



## 6.3

# EQUILIBRIO EN EL MERCADO MONOPOLÍSTICO

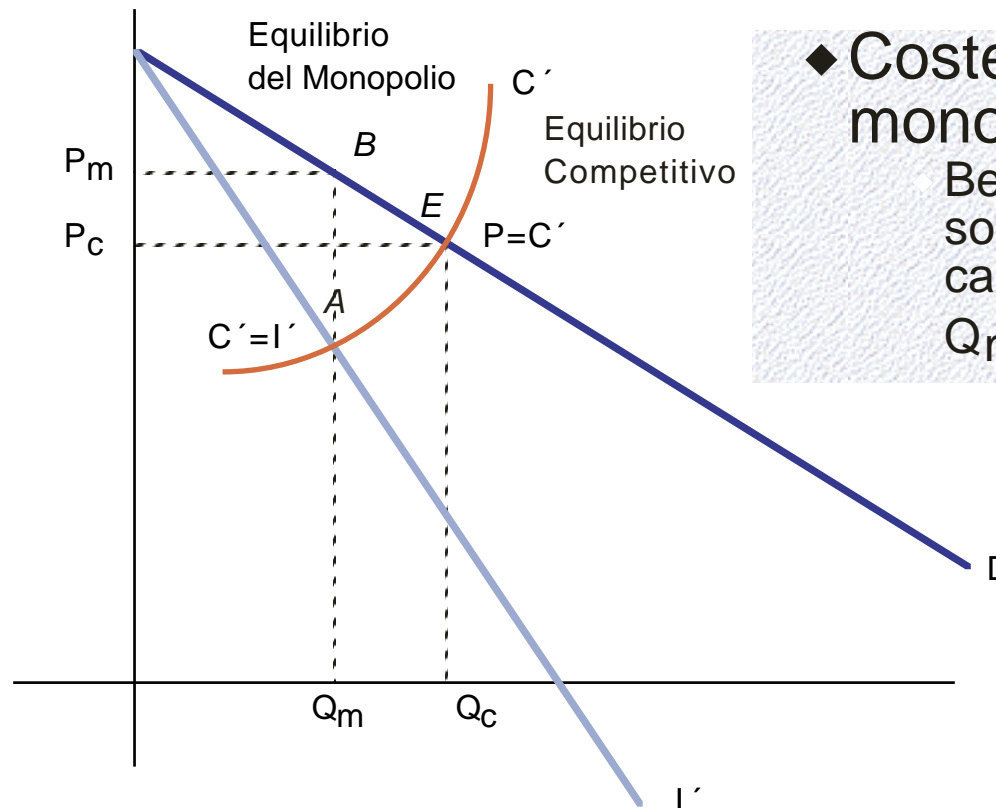
- ◆ ¿El equilibrio monopolístico garantiza beneficios?
  - ◇ Sólo si al nivel de producción de equilibrio, la curva de demanda está por encima de su curva de coste total medio
  - ◇ Los beneficios extraordinarios se justifican si hay barreras de entrada naturales o artificiales
- ◆ La discriminación de precios (distintos consumidores están dispuestos a pagar distintos precios)
  - ◇ Que el mercado pueda fraccionarse y el monopolista sea capaz de identificar las fracciones
  - ◇ Que no exista reventa

# 6.4

## EFECTOS ECONOMICOS DEL MONOPOLIO Y LA REGULACION

### ◆ Peor asignación

- ◇ Menos producto a mayor precio



### ◆ Coste social del monopolio:

- ◇ Beneficio al que renuncia la sociedad, al reducirse la cantidad producida de  $Q_c$  a  $Q_m$

# 6.4

## EFECTOS ECONOMICOS DEL MONOPOLIO Y LA REGULACION

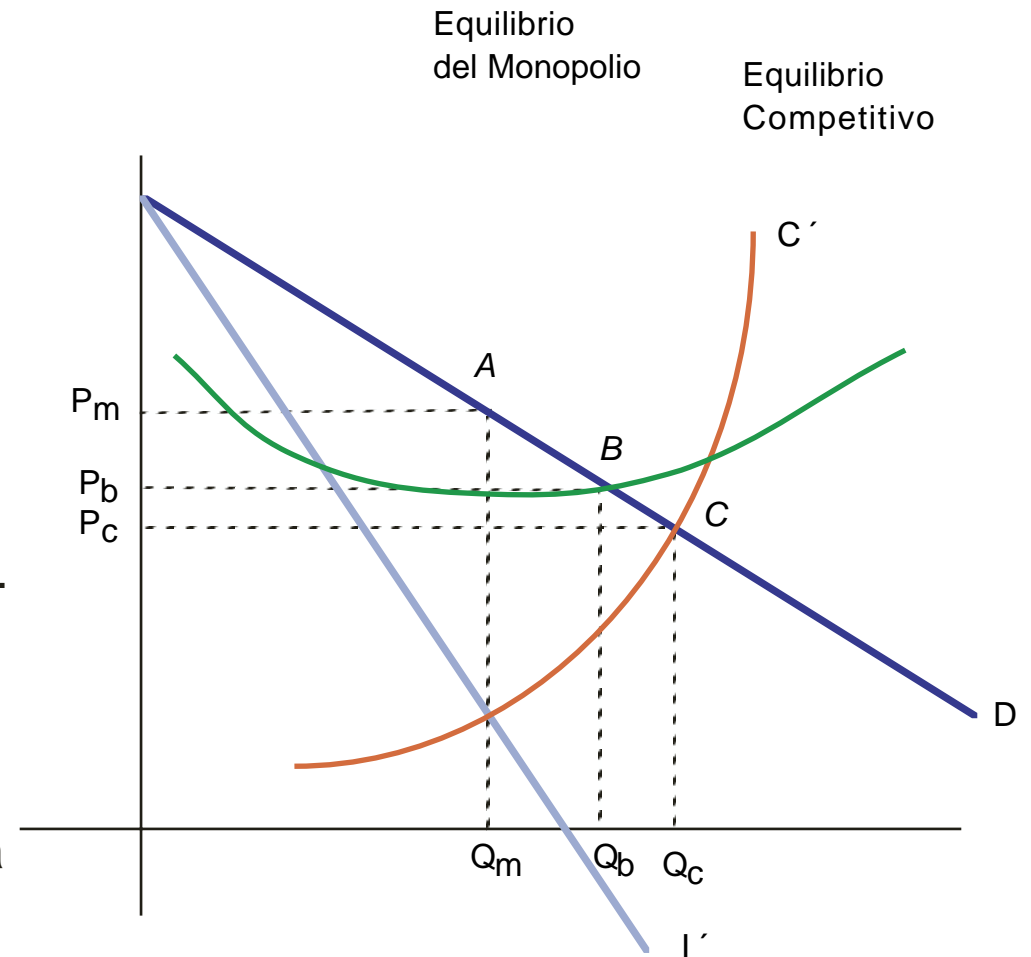
### ◆ El Gobierno ante los Monopolios

#### ◆ Leyes antimonopolio

- ◇ División de empresas monopolísticas
- ◇ Evitación nuevos monopolios

#### ◆ Regulación del Monopolio

- ◇ Regulación mínima: Fija  $P_m$  y luego se le grava con un impuesto tendente a reducir beneficios extra. En este caso  $Q_m < Q_c$
- ◆ Fijación de precios según la regla del coste medio (B)
  - ◇ Desincentiva la inversión en reducción de costes de producción.
- ◆ Fijación de precios según la norma del coste marginal (C)
  - ◇ Inconveniente del monopolio natural, que opera en la parte decreciente del  $C'$ . Pérdidas... ¡¡¡ Subsidio!!!





# EL OLIGOPOLIO: CONCEPTO Y CARACTERES

## ◆ Concepto

- ◇ Aquel mercado en el que la mayor parte de las ventas las realizan unas pocas empresas, cada una de las cuales es capaz de influir en el precio del mercado con sus propias actividades.

### ◆ Competencia monopolística

- ◇ Cuando hay muchos oferentes, pero cada uno es monopolista de su marca
- ◇ Pocos oferentes, bien sean productores de un bien homogéneo o diferenciado por marcas
- ◇ Caso extremo: Duopolio

## ◆ Características

- ◆ Capacidad de influir y de ser influenciado
  - ◇ Caso de las guerras de precios

# EL OLIGOPOLIO: CONCEPTO Y CARACTERES

## ◆ Concentración

### ◆ *Grado de concentración*

- ◇ Cuanto mayor sea, más se parecerá al mercado a un monopolio
- ◇ Coeficiente de concentración de unas pocas empresas
- ◇ Razón: **escala mínima eficiente**

## ◆ La interdependencia

### ◆ Comportamientos estratégicos

- ◇ Inexistente en otros tipos de mercado
- ◇ Complica el modelo, ya que dependiendo de los supuestos de comportamiento, caben varias soluciones.

# ALGUNOS MODELOS OLIGOPOLÍSTICOS

## ◆ La solución colusiva: el cártel

### ◆ Estrategia de acuerdos de actuación conjunta

- ◇ OPEP, Cártel de Medellín, de Cali, las hortalizas almerienses antes de 1986...

### ◇ Actúan como una sola empresa

### ◆ La cantidad producida total será la misma que con monopolio

- ◇ División: a partes iguales, según la distribución histórica, por áreas geográficas

### ◆ Inestabilidad:

- ◇ Para cada empresa, el  $\pi$  es superior al  $C$  (incentivo para romper el acuerdo)
- ◇ Guerras de precios
- ◇ Necesidad de un mecanismo de control y castigo

## ◆ Soluciones no colusivas

### ◆ No existen predicciones generales finales

- ◇ El precio puede situarse en cualquier punto entre el nivel competitivo y el monopolístico y puede variar notablemente en el tiempo
- ◇ Dependerá de los supuestos de cada participante sobre el comportamiento de los otros: estrategias similares, estabilidad

- ◆ Reflexiones sobre los mercados oligopolísticos
  - ◆ Problema de las “falsas” guerras de precios
    - ◆ Bajada temporal de precios para expulsar competidores
      - ◆ Elevados costes sociales
  - ◆ Bienestar, perspectiva estática
    - ◆ Situación no óptima: el precio se sitúa por encima de la curva de costes medios a L/P y al C'
  - ◆ Bienestar: perspectiva dinámica
    - ◆ Protagonismo de la investigación y la innovación
  - ◆ Publicidad
    - ◆ Despilfarro, o
    - ◆ Contribuye a elevar la calidad y el diseño del producto (al intentar diferenciarlo)

## 6.7

# LA COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA

- ◆ Incumplimiento del supuesto de homogeneidad
  - ◇ Diferencias objetivas
  - ◆ Diferencias subjetivas (publicidad)
    - ◇ Bajada temporal de precios para expulsar competidores
    - ◇ Elevados costes sociales
- ◆ Política de marca
  - ◆ Monopolista de una marca
    - ◇ Curva de demanda con pendiente negativa.
- ◆ Libertad de entrada y salida
  - ◆ El número impide los acuerdos para restringir la entrada
    - ◇ Sustitución de industria por “grupo de empresas”

# 6.7

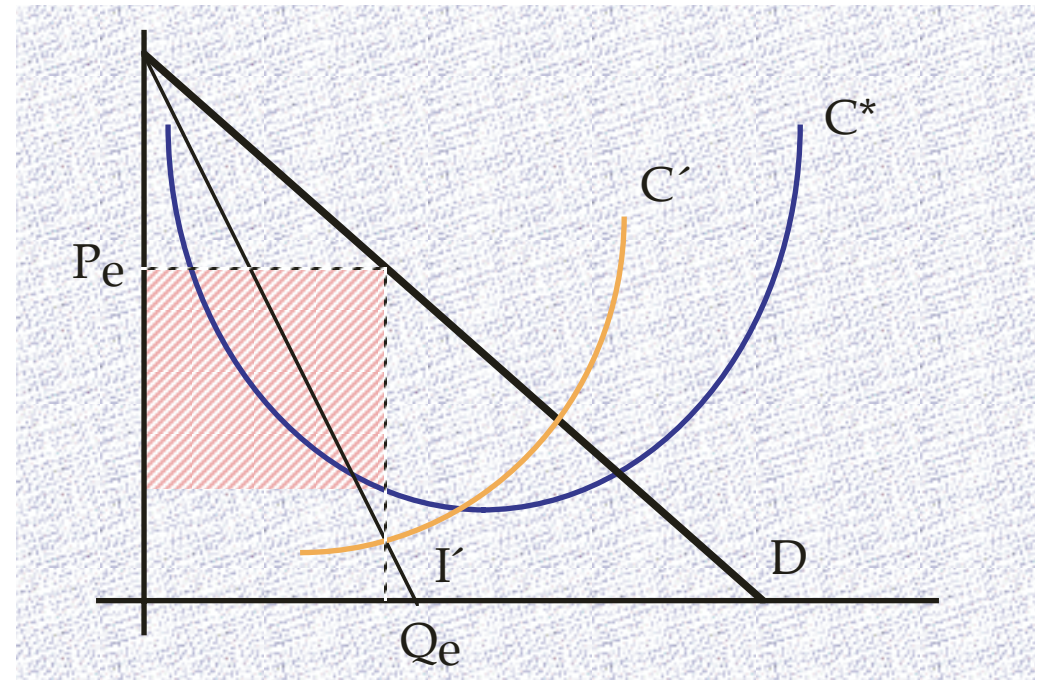
## LA COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA

### ◆ Equilibrio

- ◇ Comportamiento monopolístico
- ◆ Curva de demanda dependiente de los otros oferentes y de sus actuaciones
  - ◇ Una reducción de precios sería respondida con reducciones similares por los competidores

### ◆ A C/P

- ◇ El beneficio extraordinario atrae a nuevos competidores
- ◆ Se contrae la curva de demanda.
  - ◇ Situación que cesa cuando se acaban los B<sup>o</sup> extraordinarios



# 6.7

## LA COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA

### ◆ A L/P

- ◇ Desaparece el  $B^0$  extra
- ◇ La cantidad es inferior a la que se corresponde con el óptimo técnico (**Teorema del exceso de capacidad**)

