

1. LAS ESTRUCTURAS DEL MERCADO

Los mercados de los diferentes productos son muy diferentes entre sí porque tienen diferentes características. Algunas de estas características son:

1. Número de vendedores

Hay mercados con muchos vendedores...



... y otros con pocos vendedores



2. Diferenciación de producto

Hay mercados con productos muy diferentes...



... y otros con productos muy parecidos.



3. Existencia de barreras de entrada

Hay mercados donde hay barreras para entrar...



... y otros donde es fácil entrar a vender.



4. Existencia de información perfecta

Hay mercados donde hay mucha información...



... y otros donde hay poca información.



YouTube [Vídeo explicativo. Estructuras de mercado](#)

3

1. LAS ESTRUCTURAS DEL MERCADO

MERCADOS COMPETITIVOS
(Competencia perfecta)



Las empresas **NO** pueden influir en los precios



Según la combinación de las 4 características:

1. Número de vendedores
2. Diferenciación de producto
3. Barreras de entrada
4. Información

MERCADOS NO COMPETITIVOS
(Competencia imperfecta)



Las empresas **SÍ** pueden influir en los precios

YouTube [Vídeo explicativo. Estructuras de mercado](#)

4

2. LA COMPETENCIA PERFECTA

COMPETENCIA PERFECTA: Estructura de mercado en la que todas las empresas son precio-aceptantes y por tanto ninguna de ellas podrá influir en el precio. Como veremos, esto lleva a un uso EFICIENTE de los recursos.

Para que un mercado se encuentre en competencia perfecta se deben dar 4 supuestos:



1. Hay muchos compradores y vendedores, por lo que las empresas son precio-aceptantes.



2. Los productos son homogéneos, es decir son idénticos o muy parecidos.



3. Hay libertad de entrada y salida. Cualquiera puede empezar o dejar de producir sin grandes costes.



4. Existe información perfecta. Se conocen los precios y cantidades vendidos en el mercado.

YouTube [Vídeo explicativo. Competencia perfecta](#)

5

El funcionamiento del mercado de competencia perfecta.

¿Por qué las empresas no pueden cambiar el precio de mercado?



En competencia perfecta las empresas aceptan el precio del mercado, ya que no tienen manera de influir en él.

Si una empresa tratase de subir el precio...

- ..dejaría de vender, debido a que sus productos son iguales a los de las otras empresas, y los consumidores acudirán a otra empresa a comprarlo.

Si tratase de bajar el precio....

- ...los competidores reaccionarían bajando también el precio para no perder clientes. Al final todos venderían lo mismo pero a menos precio y ganando menos dinero.

En definitiva, si las empresas tratan de subir o bajar el precio de mercado ganarán menos dinero. Por ello, aceptan el precio de mercado.



YouTube [Vídeo explicativo. Competencia perfecta](#)

6

Ejercicio de clase 1.

Indica cuáles de los supuestos de competencia perfecta, podrían cumplir los siguientes mercados:

Trigo



Gasolina



Restaurantes



Refrescos de cola



7

Ejercicio de clase 1.

SOLUCIÓN.

Indica cuáles de los supuestos de competencia perfecta, podrían cumplir los siguientes mercados:

Trigo

- Muchos vendedores.
- Producto homogéneo.
- No hay barreras.

Gasolina.

- Producto homogéneo.

Restaurantes.

- Muchos vendedores.
- No hay barreras.

Refrescos de cola.

- No hay barreras.

8

3. LA COMPETENCIA IMPERFECTA

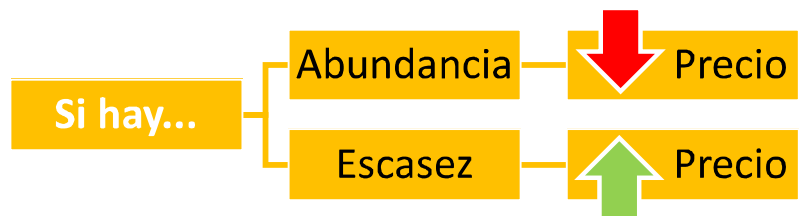
LOS MERCADOS NO COMPETITIVOS son aquellos que NO cumplen todas las condiciones necesarias que vimos en competencia perfecta. Ahora las empresas si podrán influir en el precio.

¿Por qué las empresas ahora sí pueden cambiar el precio de mercado?



Ahora tenemos un **número más pequeño de empresas** en el mercado, por lo que cualquier variación en su oferta es importante.

Como hay pocas empresas, estas pueden crear **abundancia** si deciden producir más, o **escasez** si deciden producir menos, y por tanto **influir en los precios**.



YouTube [Vídeo explicativo. Competencia imperfecta](#)

9

Razones que hacen que haya menos empresas e imperfección en el mercado.

1. BARRERAS DE ENTRADA



a) Restricciones legales



b) Diferenciación y publicidad

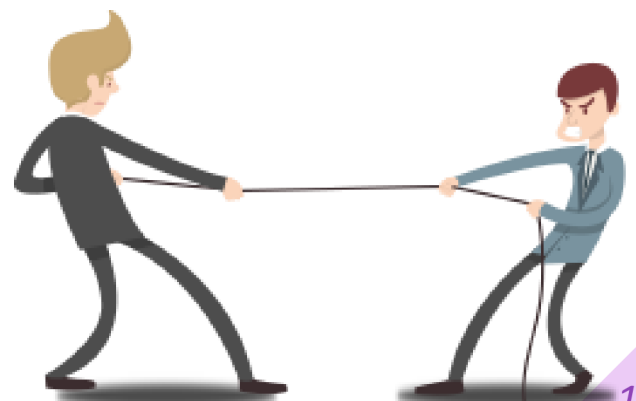


c) Elevados costes para iniciar una empresa

2. DIFERENCIAS EN COSTES



Menores costes al producir en gran escala



10

YouTube [Vídeo explicativo. Competencia imperfecta](#)

Ejercicio de clase 2.

En los siguientes ejemplos hay pocas empresas que dominan el mercado. Indica si se debe a restricciones legales, diferenciación/publicidad, elevados costes para iniciar la empresa o porque producen a menores costes al producir a gran escala:

Mercado de ropa



Mercado de taxi



Mercado de teléfonos móviles



Mercado de crema de cacao

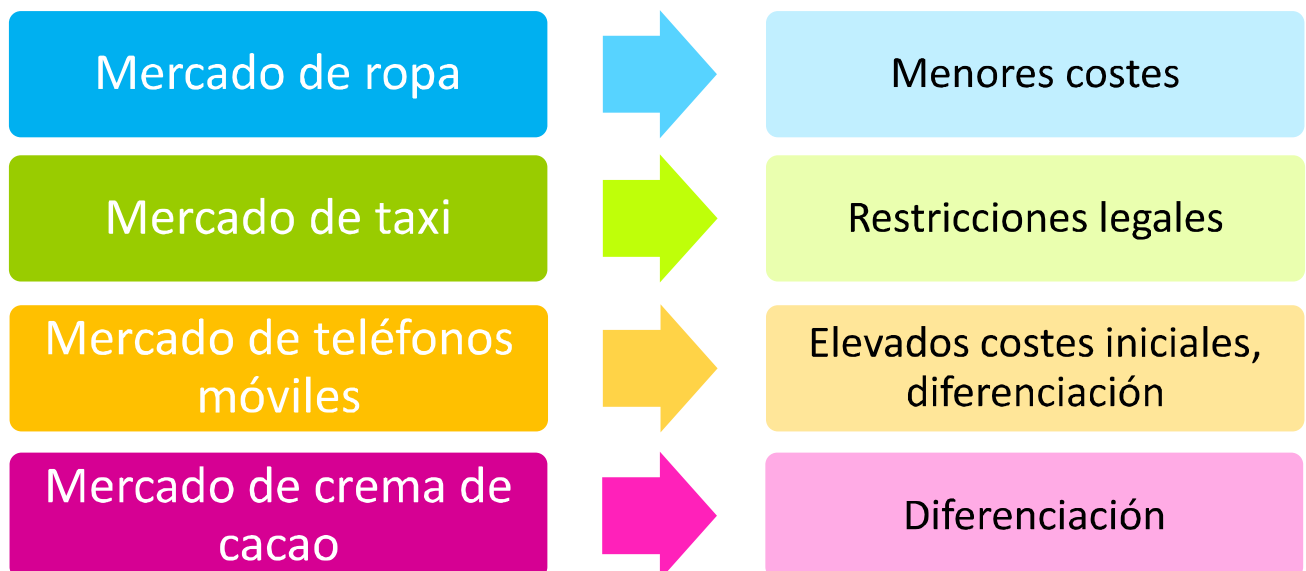


11

Ejercicio de clase 2.

SOLUCIÓN.

En los siguientes ejemplos hay pocas empresas que dominan el mercado. Indica si se debe a restricciones legales, diferenciación/publicidad, elevados costes para iniciar la empresa o porque producen a menores costes al producir a gran escala:



12

Tipos de competencia imperfecta.

MONOPOLIO



- Una única empresa produce el total de lo que se vende en dicho mercado, es decir, posee una cuota de mercado del 100% y tiene una capacidad alta para influir en el precio.

OLIGOPOLIO



- Hay unas pocas empresas que se reparten todo el mercado y en dónde veremos como, en ocasiones, llegan a guerras de precios y en otras cooperan para obtener más beneficios.

COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA



- Hay muchas empresas en el mercado que nos ofrecen productos diferentes. Como veremos, cuánto más diferentes consigan ser, más podrán influir en el precio y ganar más beneficios.

YouTube [Video explicativo. Competencia imperfecta](#)

Comparación competencia perfecta vs competencia imperfecta.



Ejercicio de clase 3.

Indica si las siguientes operaciones son monopolios, oligopolios o competencia monopolística.



El sistema operativo Windows está presente en el 90% de los ordenadores personales.



Los sistemas iOS y Android están presentes en el 99% de los teléfonos móviles



En tu ciudad, solo hay una empresa que se encarga del transporte de autobús



Hay muchos fabricantes de auriculares o cascos

Ejercicio de clase 3.

SOLUCIÓN.

Indica si las siguientes operaciones son monopolios, oligopolios o competencia monopolística.



MONOPOLIO



OLIGOPOLIO



MONOPOLIO



COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA

4. EL MONOPOLIO

Características del monopolio.

EL MONOPOLIO es el caso extremo de competencia imperfecta, una única empresa abastece todo el mercado de un producto. Además, no tiene sustitutos cercanos, es decir, es complicado encontrar un producto que satisfaga esa misma necesidad.

Como solo hay una empresa, el monopolista va a poder influir en el precio. Pero, ¿de qué depende que pueda subir más o menos el precio?



Si hay muchos sustitutos, el poder de influir en el precio es menor.



Empresa Municipal
Aguas de Málaga

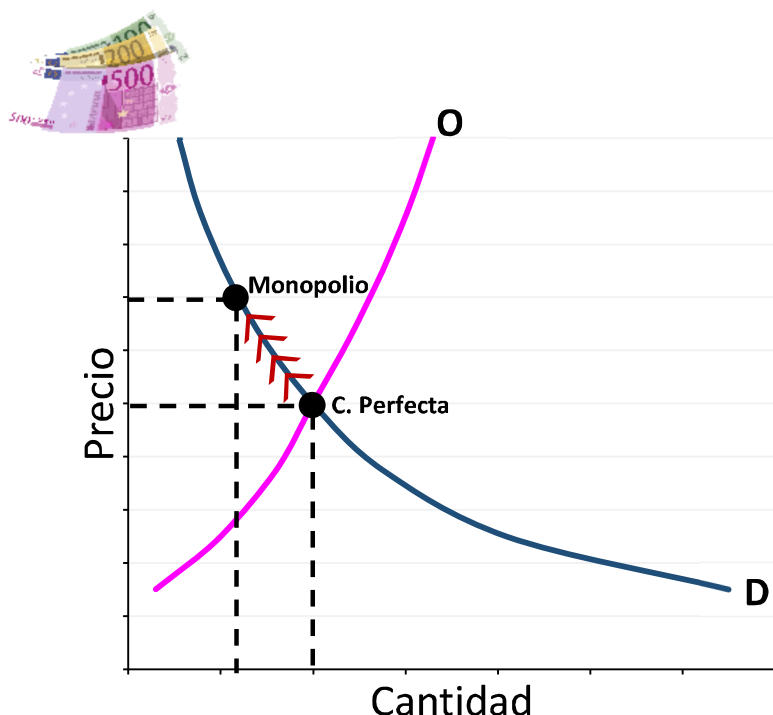
Si hay pocos sustitutos, el poder de influir en el precio es mayor.

YouTube [Video explicativo. El monopolio](#)

17

Funcionamiento del monopolio.

Aunque el monopolista tiene poder si sube mucho el precio, perderá clientes. ¿Qué precio decidirá poner?



El monopolista estudiará la demanda y elegirá aquel precio con el que piense que va a ganar más dinero. Sin duda, que este precio será bastante más alto que el que llegamos cuando estamos en competencia perfecta.



YouTube [Video explicativo. El monopolio](#)

18

Causas del origen del monopolio.

1. Control de un factor de producción.



Si una empresa controla un factor productivo necesario para producir, consigue el monopolio, ya que nadie más podrá producir ese bien.

2. Patentes.



Una patente da derecho a explotar un invento 20 años. Su creador tendrá monopolio de ese producto ese periodo

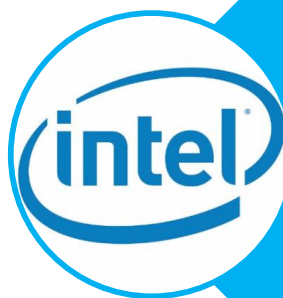
3. Monopolios naturales.



Empresa
Pública
del Agua

Cuando la existencia de una única empresa reduce los costes del suministro, es más eficiente que exista una sola empresa, surgiendo monopolio natural

4. Superioridad tecnológica.



Si una empresa tiene una tecnología mucho mejor que la de sus rivales, podrá producir a un coste inferior, y por tanto dominará el mercado.

YouTube [Vídeo explicativo. El origen del monopolio](#)

19

Ejercicio de clase 4.

DEBATE

Las patentes son un incentivo a la innovación ya que permiten a las empresas que hacen un invento obtener un monopolio temporal y que no puedan tener competidores. ¿Crees que es positivo que existan estas patentes para los consumidores?

Gracias a las patentes, las personas investigan para crear nuevos productos y eso beneficia a todos los consumidores...



...pero las patentes crean un monopolio y evitan que haya competencia, con lo que los precios aumentan y se perjudican los consumidores.



20

La regulación del monopolio.

Los monopolios son ineficientes en relación a la competencia perfecta y los consumidores salen perjudicados al tener que pagar mayores precios. Por ese motivo los gobiernos los regulan.

1

- Con leyes antimonopolio que fomenten la competencia para que no se lleguen a producir monopolios. Y sancionando a aquellas empresas que abusan de su poder.



2

- Regulando los precios de los monopolios (habitual en monopolios naturales en donde es más eficiente que haya una sola empresa).



3

- Adquiriendo la propiedad del monopolio (monopolio público).



YouTube [Vídeo explicativo. Regulación del monopolio](#)

21

5. EL OLIGOPOLIO

1. Pocos vendedores



Unas pocas empresas dominan el mercado



2. Productos diferenciados u homogéneos



Hay oligopolios con productos idénticos y otros con diferenciados



3. Hay barreras de entrada



Hay dificultades para que entre nuevas empresas



4. Hay interdependencia de decisiones



Las decisiones de una empresa afecta a las demás



5. Hay influencia en los precios



Al haber pocas empresas, tienen capacidad para subir los precios



YouTube [Vídeo explicativo. EL oligopolio](#)

El funcionamiento del oligopolio.

Vamos a suponer que sólo existen 2 compañías aéreas, Iberia y Vueling que ofrecen el viaje Madrid-Roma. Los precios y billetes totales vendidos del vuelo son los siguientes.

PRECIO	BILLETES VENDIDOS	INGRESO TOTAL
100	1000	100.000
90	1300	117.000
80	1600	128.000
70	2000	140.000
60	2200	132.000
50	2500	125.000
40	2800	112.000
30	3100	93.000
20	3400	68.000



Teniendo en cuenta estos datos, ¿qué precio ofrecerá cada empresa?

En un oligopolio, las empresas tienen dos opciones. Competir o cooperar.

YouTube [Vídeo explicativo. El funcionamiento del oligopolio](#)

23

A) OLIGOPOLIO CON COOPERACIÓN (EL CÁRTEL)

UN CÁRTEL es un acuerdo entre empresas en dónde ambas fijan el mismo precio y se reparten así los beneficios. Otra posibilidad es limitar la producción para provocar escasez y que suban los precios o bien repartirse el mercado por zonas.

PRECIO	BILLETES VENDIDOS	INGRESO TOTAL
100	1000	100.000
90	1300	117.000
80	1600	128.000
70	2000	140.000
60	2200	132.000
50	2500	125.000
40	2800	112.000
30	3100	93.000
20	3400	68.000

Iberia y Vueling pondrán un precio de 70 euros y venderán 1.000 billetes cada uno. Con ese precio es con el que consiguen más ingresos (140.000), que se repartirán 70.000 cada uno.



YouTube [Vídeo explicativo. El funcionamiento del oligopolio](#)

24

B) OLIGOPOLIO CON COMPETENCIA (LAS GUERRAS DE PRECIOS)

EN EL OLIGOPOLIO CON COMPETENCIA, las empresas no llegan a acuerdos entre ellas, sino que compiten para vender lo más posible.

PRECIO	BILLETES VENDIDOS	INGRESO TOTAL
100	1000	100.000
90	1300	117.000
80	1600	128.000
70	2000	140.000
60	2200	132.000
50	2500	125.000
40	2800	112.000
30	3100	93.000
20	3400	68.000



VS



Vueling puede pensar que bajando el precio a 60 €, la gente solo les comprará a ellos y ganarán 132.000 en lugar de los 70.000 de antes.



Pero Iberia, al quedarse sin clientes, reaccionará bajando el precio a 60€



Si la guerra continúa el precio bajará hasta 20 €, donde las empresas solo ingresan 68.000 €, 34.000 cada una y ambas pierden.

YouTube [Vídeo explicativo. El funcionamiento del oligopolio](#)

25

El oligopolio en la vida real.

En la vida real es complicado que surjan cárteles por dos motivos principales:

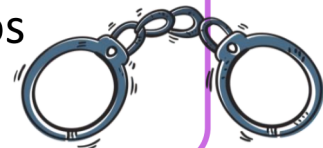
1

- Es difícil mantener el cártel mucho tiempo, porque las empresas intentan robar clientes a la competencia bajando precios.



2

- Los cárteles son ilegales y están perseguidos por los organismos de competencia.



En la práctica las empresas suelen llegar a una cooperación tácita, es decir, fijan un precio parecido al de la competencia sin necesidad de llegar a un acuerdo.

YouTube [Vídeo explicativo. El oligopolio en el mundo real](#)

26

La teoría de juegos y el oligopolio.

El dilema del prisionero muestra como, aunque para los oligopolios es más interesante actuar como monopolios y cooperar, en muchas ocasiones la búsqueda del propio beneficio puede dificultar llegar a un acuerdo.

		ANA CONFIESA	ANA NO CONFIESA
JOSÉ CONFIESA	José: 3	José: 8	
	Ana: 3	Ana: 0	
JOSÉ NO CONFIESA	José: 0	José: 5	
	Ana: 8	Ana: 5	

José pensó: si Ana confiesa y yo no confieso tendré un 0, pero si confieso tendré un 3. Por tanto, si Ana confiesa me conviene confesar para rascar un 3.

¿Y si Ana no confiesa? Entonces si yo confieso tendré un 8 y si NO confieso tendré un 5. Si Ana NO confiesa también salgo ganando si confieso

Como resultado: ambos confiesan y al final ambos sacan

Dos alumnos han sacado, cada uno, un 8 en un examen, y está bastante claro que han copiado en una pregunta que valía 3 puntos (ambas respuestas eran idénticas, palabra por palabra). Sin pruebas de qué había ocurrido, los alumnos pensaban que a lo máximo que se les podía castigar era a ponerles un 5 a cada uno, pero ambos necesitan nota para la universidad. El profesor les propone el siguiente trato. Si uno de los dos reconoce que han copiado, le mantendrá la nota (un 8) y suspenderá al otro con un 0 por copiota. Si ambos confiesan, tendrán un 3. El análisis que ambos hicieron fue el siguiente:

27

Ejercicio de clase 5.

Teoría de juegos.

¿Te creerías la palabra de un desconocido si hay dinero de por medio?



28

La importancia de la competencia.



1. Los precios bajan.

- Las empresas competirán bajando sus precios para ganar clientes.

2. Más calidad de productos.



- Las empresas buscan mejorar sus productos para quitar clientes a sus competidores.

3. Fomenta la innovación.



- La competencia hace que las empresas busquen productos más innovadores, lo que genera desarrollo.

4. Se genera empleo.

- Al haber más empresas y los precios ser menores, se venden más productos, por lo que se necesitan más trabajadores.

YouTube [La importancia de la competencia.](#)

29

¿Y qué hace la CNMC para fomentar la competencia?



1. Evitar los acuerdos entre empresas



2. Impide el abuso dominante de empresas



3. Vigilar las uniones entre empresas



4. Trata de liberalizar mercados

YouTube [La importancia de la competencia.](#)

30

6. LA COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA

EN LA COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA hay muchas empresas que venden un producto diferenciado.

1. Muchos vendedores

Cada empresa tiene muchos competidores



2. Productos diferenciados

Podemos diferenciar los productos por marcas comerciales



3. Hay libertad de entrada y salida

Cualquier empresa puede entrar a vender en el mercado



4. Hay capacidad para influir en el precio

Cuanto más diferente es un producto, más pueden subir el precio



YouTube [Video explicativo. La competencia monopolística](#)

31

La diferenciación y competencia monopolística.

LA DIFERENCIACIÓN DE UN PRODUCTO es el intento de una empresa de que su producto sea visto de manera distinta por los consumidores. Esta diferenciación puede ser aparente (está solo en la mente de los consumidores) o por diferencias

Podemos distinguir 3 tipos de diferenciación:

1

• DIFERENCIACIÓN DE ESTILO O TIPO

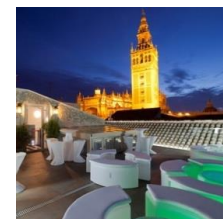
Las empresas se diferencian a través de estilos distintos para ajustarse a las preferencias de los consumidores.



2

• DIFERENCIACIÓN POR LOCALIZACIÓN

Algunas empresas están mejor localizadas, lo que les permite tener mayores precios.



3

• DIFERENCIACIÓN DE CALIDAD

Algunas empresas producen productos de más calidad por lo que les pueden subir el precio.



YouTube [Video explicativo. Diferenciación y competencia monopolística](#)

32

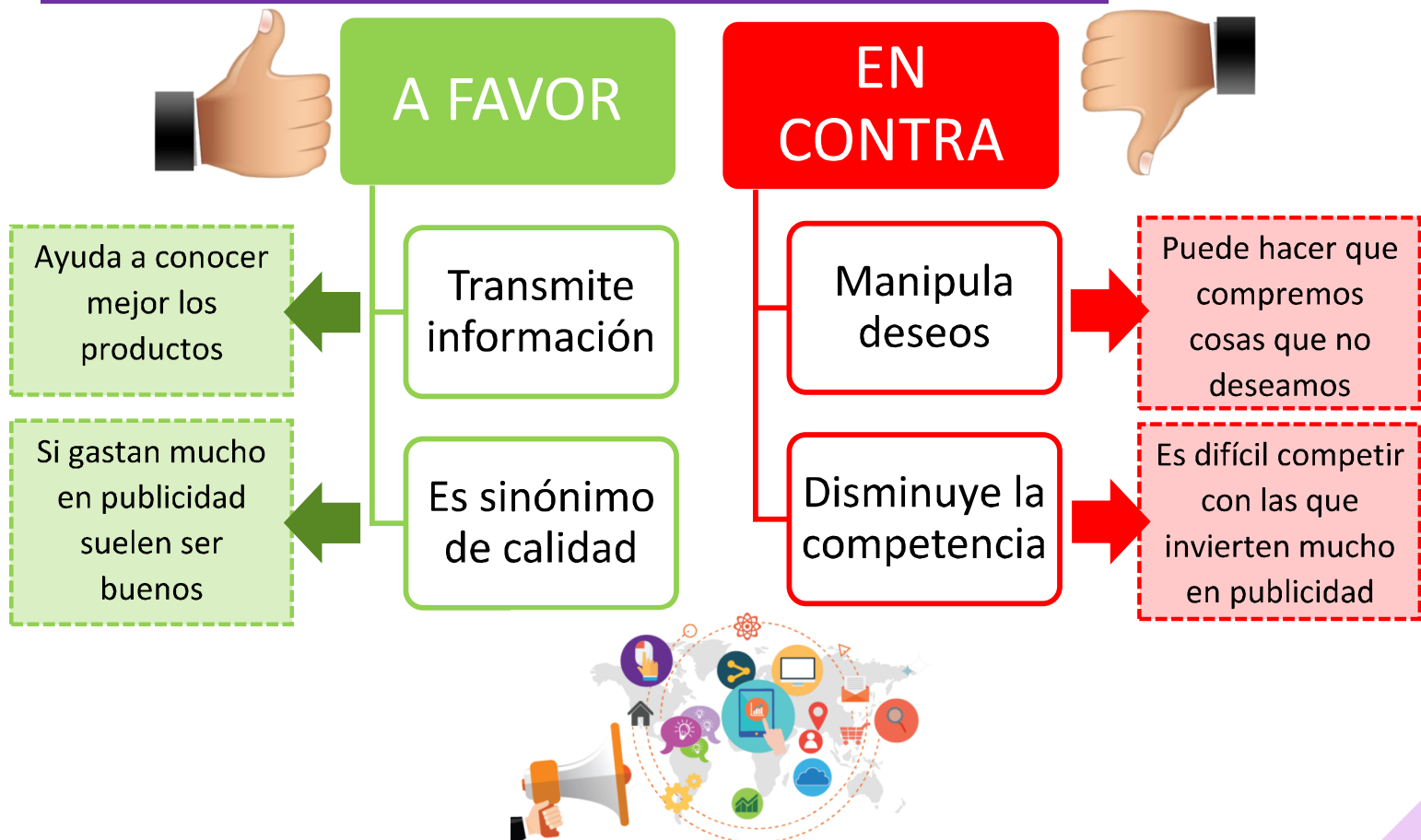
¿Por qué la diferenciación es tan importante?

La razón es que cuando los consumidores perciben el producto como diferente se aumenta su fidelidad como clientes. **Tener consumidores fieles permite aumentar el precio sabiendo que seguirán comprando nuestro producto.**



YouTube [Vídeo explicativo. Diferenciación y competencia monopolística](#)








El debate de la publicidad.



¿Te influye la publicidad?



Comparación tipos de mercado

		COMPETENCIA IMPERFECTA			
		COMPETENCIA PERFECTA	MONOPOLIO	OLIGOPOLIO	COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA
	Influencia en los precios:	No hay: Empresas precio-aceptantes. 	Mucha: mayor cuanta menos posibilidad de sustitutos cercanos.	Mayor cuanta más cooperación hay entre empresas.	Poca: mayor cuanta más diferenciación. 
	Número de empresas:	Muchas.	Una. 	Pocas. 	Muchas. 
	Homogeneidad del producto:	Bienes homogéneos. 	Solo un bien.	Homogéneos o diferenciados.	Diferenciados.
	Barreras de entrada:	No hay	- Control de un factor productivo. - Patentes. - Monopolio natural. - Superioridad tecnológica.	- Restricciones. - Necesidad de inversiones. - Ventajas en costes.	No hay (excepto por la diferenciación).
	Información:	Perfecta 	Imperfecta. 	Imperfecta.	Imperfecta.