ESCUELA DE INGENIERÍA
FACULTAD DE INGENIERÍA

Tema 19: Competencia Monopolística

ICS1513 – Introducción a la Economía

Objetivos

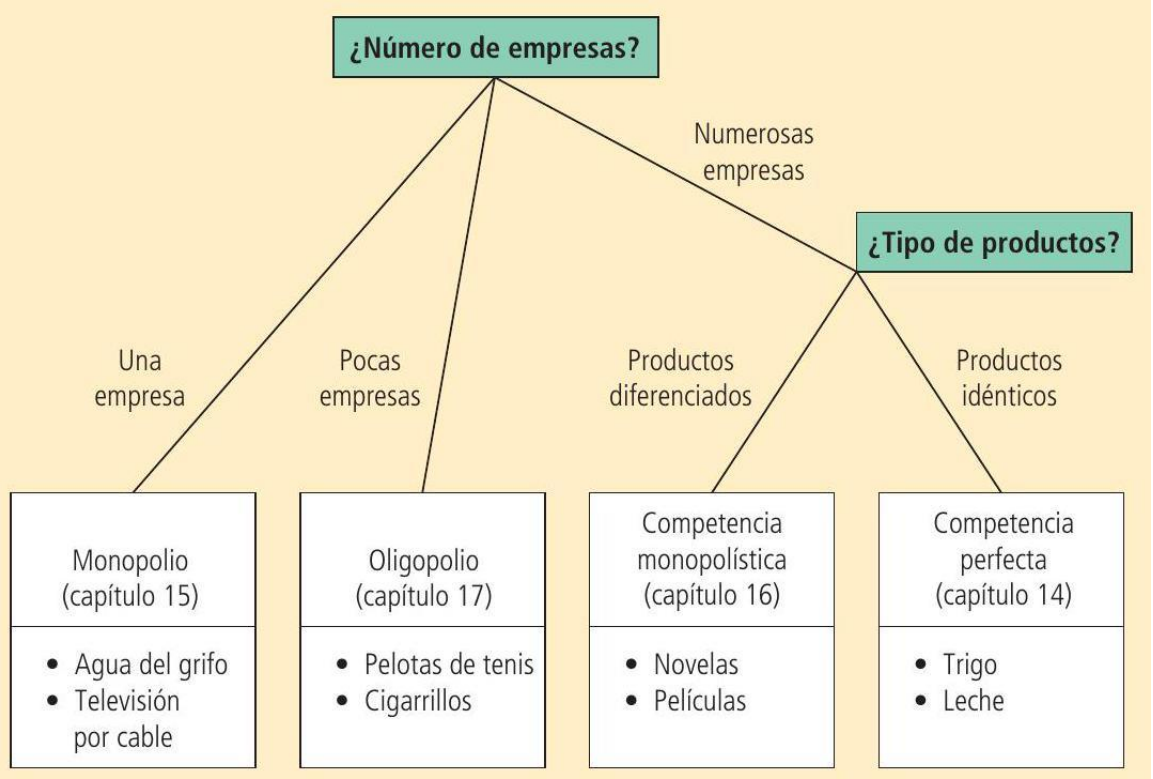
1. **Comprender la diferenciación de productos y el poder de mercado**: Analizar cómo las empresas en competencia monopolística diferencian sus productos para obtener cierto poder de monopolio y cómo esto afecta la elasticidad de su curva de demanda.
2. **Estudiar la dinámica de entrada y salida de empresas en el mercado**: Examinar cómo la entrada de nuevas empresas afecta la demanda y los beneficios de las empresas incumbentes, y cómo se alcanza un equilibrio a largo plazo en el que el precio se iguala al costo total promedio, eliminando beneficios económicos netos.
3. **Comparar la competencia monopolística con la competencia perfecta**: Evaluar las diferencias en términos de capacidad productiva, precios y costos marginales, y las implicaciones de estas diferencias para el bienestar social y la eficiencia económica, incluyendo las externalidades positivas y negativas que surgen con la entrada de nuevas empresas.

Capítulos

Texto	Capítulos
Mankiw	16
CORE	7.11
Pindyck	12.1
Varian	-

Motivación

- Una **industria** se define como el **conjunto de empresas** que producen **bienes sustitutivos cercanos** para los consumidores.
- Por ejemplo, aunque Coca-Cola es la única productora de su marca, compite con otros fabricantes de bebidas refrescantes.
- Una empresa se considera monopolística si enfrenta poca competencia directa en su sector.



(Mankiw, 2017)

Motivación

- **Objetivo de las Empresas:**
  - **Producto Atractivo y Diferenciado:** En un mundo ideal, las empresas buscan producir bienes que sean atractivos para los consumidores y tengan características únicas comparadas con otros productos en el mercado.
  - **Alta Demanda y Baja Elasticidad:** Un producto ideal tendría una alta demanda y baja elasticidad, significando que muchos consumidores desearían comprarlo a cada precio.
- **Desafíos y Oportunidades:**
  - **Competencia Existente:** Es difícil encontrar productos sin competencia, como en los mercados de cereales o automóviles, donde ya existen muchas marcas.
  - **Innovación Tecnológica:** La innovación puede crear oportunidades para liderar el mercado.
- **Caso Toyota Prius:**
  - **Monopolio Temporal:** Toyota lanzó el primer auto híbrido producido en masa, el Prius, en 1997, monopolizando el mercado de híbridos por algunos años.
  - **Liderazgo de Mercado:** Para 2013, aunque surgieron varios competidores, el Prius mantenía más del 50% de las ventas de híbridos, consolidando su posición como líder del mercado.

Diferenciación de Producto y Poder de Mercado

- La **diferenciación** de producto, donde cada empresa busca distinguir su producto, le otorga cierto poder de monopolio, haciendo menos elástica su curva de demanda.
- **Protección Legal:**
  - **Derechos Exclusivos:** Una empresa que inventa un producto nuevo puede evitar la competencia mediante derechos exclusivos, patentes o leyes de derechos de autor.
  - **Caso Parker Brothers:** En la década de 1970, Parker Brothers protegió su monopolio sobre el juego de mesa Monopoly a través de una batalla legal prolongada.
  - **Incentivos y Limitaciones:** La protección legal incentiva la investigación y desarrollo, pero también limita las ganancias derivadas del comercio.
- **Publicidad:**
  - **Influencia en la Demanda:** Las empresas utilizan la publicidad para influir en la demanda, especialmente cuando los productos están diferenciados.
  - **Informar y Atraer:** La publicidad informa a los consumidores sobre las características únicas de los productos, atrae a nuevos clientes y fomenta la fidelidad a la marca.
  - **Ejemplos:** Esta estrategia es común entre fabricantes de automóviles y productores de cereales de desayuno.

Motivación

- Incluso con un monopolio legal sobre una marca, las empresas suelen **competir con productos similares**.
- La **competencia influye en las decisiones de producción y precios**.
- La **demanda** enfrentada por una empresa depende de las **decisiones de sus competidores** y de la **similitud percibida** entre productos.
- **Una curva de demanda más horizontal indica mayor competencia; una más vertical, menor competencia**.

Competencia Monopolística

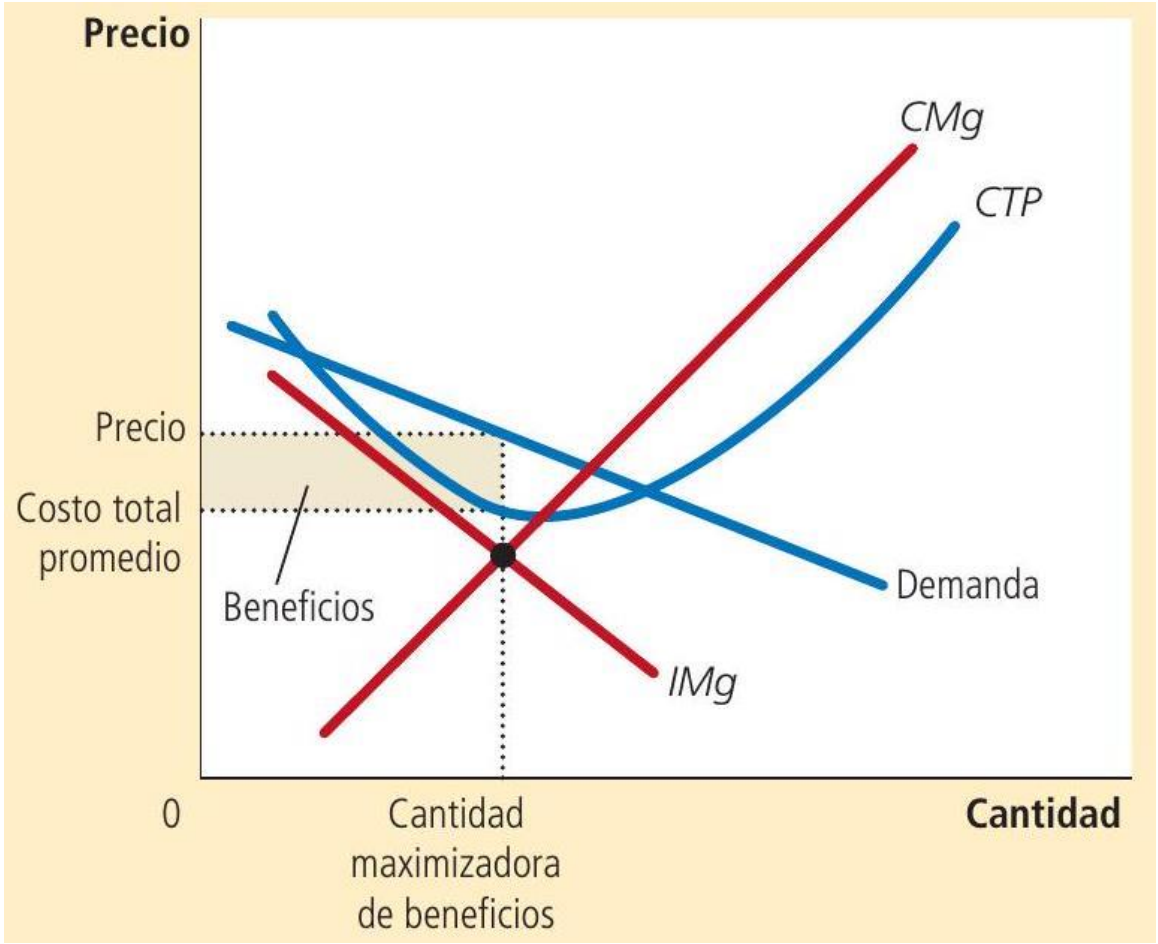
- La **competencia monopolística** combina elementos de monopolio y competencia pura.
- Las empresas **tienen poder de mercado** y pueden fijar sus precios, pero también deben **competir en precio y variedad de productos**.
- **No hay barreras significativas** para la entrada de nuevas empresas, lo que mantiene un equilibrio dinámico en el mercado.

Corto Plazo

- En un mercado de **competencia monopolística**, cada empresa actúa de manera similar a un **monopolio** debido a que su producto es único, lo que le confiere una curva de demanda con pendiente negativa.
- Esto contrasta con la competencia perfecta, donde las empresas enfrentan una curva de demanda horizontal al precio de mercado.
- Las empresas en competencia monopolística siguen la regla de maximización de beneficios de un monopolio:
  - **Cantidad Óptima:** Producen la cantidad donde el ingreso marginal (IM) es igual al costo marginal (CM).
  - **Determinación del Precio:** Utilizan la curva de demanda para fijar el precio de venta de dicha cantidad.

Corto Plazo

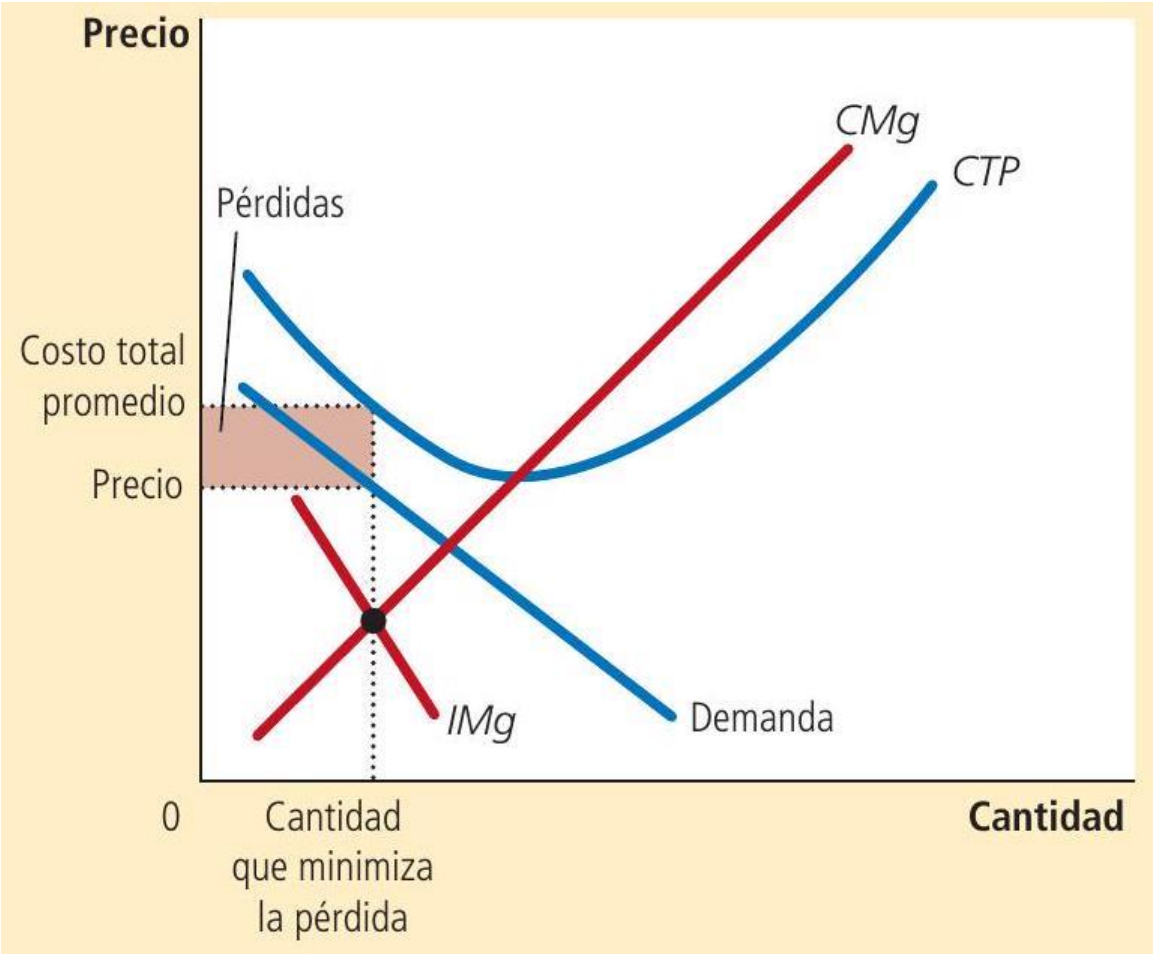
- Las empresas típicas en diferentes industrias de competencia monopolística:
  - El precio es superior al costo total promedio (CTP), resultando en **beneficios** para la empresa.



(Mankiw, 2017)

Corto Plazo

- Las empresas típicas en diferentes industrias de competencia monopolística:
  - El precio está por debajo del costo total promedio, lo que lleva a pérdidas. En este caso, la empresa busca **minimizar sus pérdidas**.



(Mankiw, 2017)

Largo Plazo

- **Dinámica de Entrada y Salida en Competencia Monopolística**
- **Beneficios:**
  - **Entrada de Nuevas Empresas:** Cuando una industria genera beneficios a corto plazo, nuevas empresas entran al mercado.
  - **Reducción de Demanda para Empresas Incumbentes:** La entrada de nuevas empresas disminuye la demanda de las empresas ya existentes.
- **Pérdidas a Corto Plazo:**
  - **Salida de Empresas:** Si la industria enfrenta pérdidas, algunas empresas salen del mercado.
  - **Aumento de Demanda para Empresas Incumbentes:** La salida de empresas incrementa la demanda para las que permanecen.
- **Equilibrio a Largo Plazo:**
  - **Ajuste de la Demanda:** Después de estos movimientos en la demanda, las empresas alcanzan un equilibrio.
  - **Precio Igual al Costo Medio (CMe):** En este punto, el precio se iguala al CMe, eliminando beneficios económicos netos.

Efectos de la Entrada de Nuevas Empresas

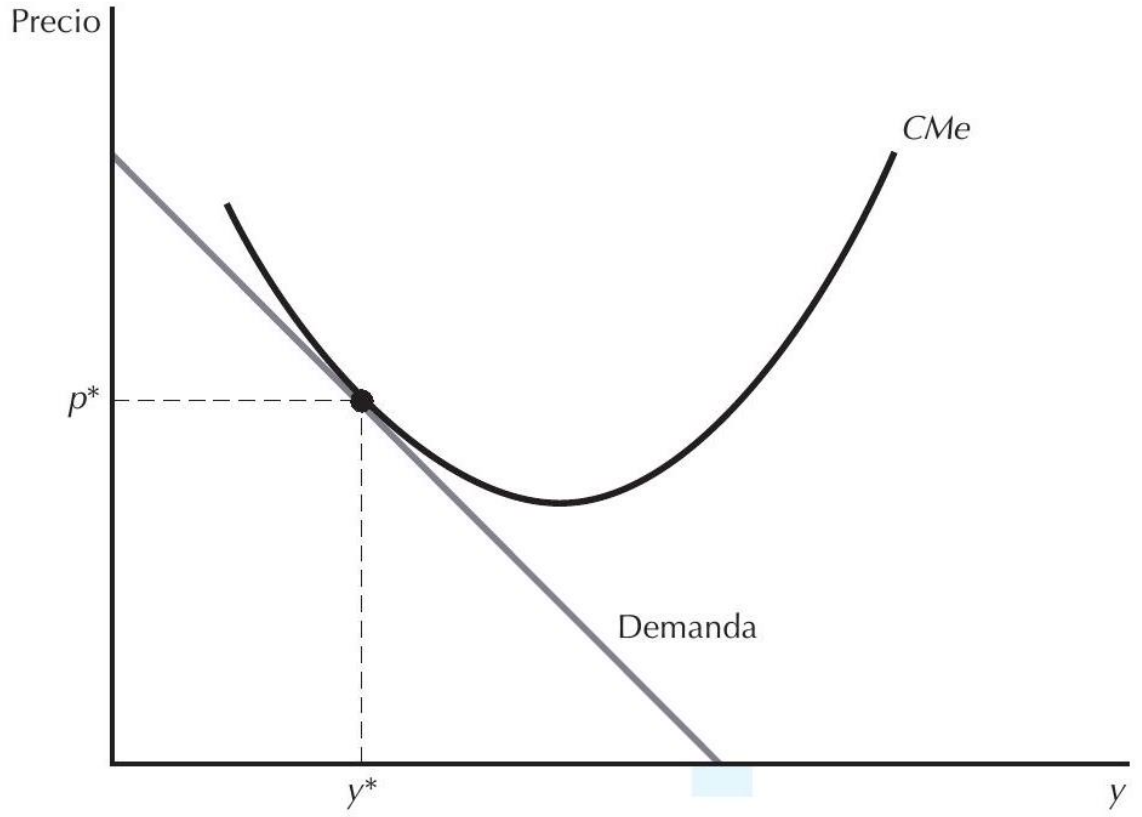
- La entrada de **nuevas empresas** desplaza la curva de **demanda** de las existentes hacia la **izquierda** y la hace más elástica, ya que la **oferta de bienes similares aumenta**. En equilibrio, tres condiciones se cumplen:
  1. Cada empresa elige su precio y nivel de producción en su curva de demanda.
  2. Cada empresa maximiza sus beneficios según su curva de demanda.
  3. La entrada de nuevas empresas reduce los beneficios a cero.
- Estos hechos implican la existencia de una relación geométrica muy especial entre la **curva de demanda** y la **curva de coste medio**: **ambas deben ser tangentes**.

Efectos de la Entrada de Nuevas Empresas

- En competencia monopolística, el equilibrio de una empresa se encuentra en el punto donde la curva de demanda y la curva de coste medio se intersectan. Este punto cumple tres condiciones:
  1. **Condición de Demanda:** La combinación de precio y cantidad debe estar en la curva de demanda.
  2. **Condición de Beneficio Máximo:** El punto de beneficio nulo es también el punto de beneficio máximo.
  3. **Condición de Coste Medio:** La combinación de precio y cantidad también debe estar en la curva de coste medio.

Efectos de la Entrada de Nuevas Empresas

- Si la curva de demanda cortara la curva de coste medio en más de un punto, existirían puntos en la curva de demanda por encima de la curva de coste medio, **generando beneficios positivos**.
- Sin embargo, esto contradice la condición de beneficio nulo como máximo beneficio, ya que cualquier precio distinto del precio de equilibrio (ya sea mayor o menor) **resultaría en pérdidas para la empresa**.



(Varian, 2010)

Competencia Monopolística frente a Competencia Perfecta

- **Exceso de Capacidad**
- **Competencia Monopolística:**
  - **Tangencia de Curvas:** Las empresas alcanzan un punto de tangencia entre la curva de demanda y la de costo medio (CMe), produciendo menos de la cantidad que minimiza el CMe.
  - **Escala Ineficiente:** La producción se sitúa en la parte descendente de la curva de CMe, indicando exceso de capacidad. Las empresas podrían aumentar la producción y reducir el CMe, pero esto requeriría reducir los precios, **lo que no es rentable**.
- **Competencia Perfecta:**
  - **Producción a Escala Eficiente:** Las empresas producen en la cantidad que minimiza el CMe, alcanzando la **escala eficiente**.
  - **Curva Horizontal de Demanda:** La entrada libre de empresas lleva a que produzcan al mínimo CMe.

Competencia Monopolística frente a Competencia Perfecta

- **Margen sobre el Costo Marginal**
- **Competencia Monopolística:**
  - **Precio Mayor al Costo Marginal (CM):** Las empresas fijan precios por encima del CM debido a su poder de mercado.
  - **Beneficios Cero:** A largo plazo, el precio es igual al CMe, pero no al CM. Esto se debe a que operan en el segmento descendente de la curva de CMe, donde el CM es menor que el CTP.
- **Competencia Perfecta:**
  - **Precio Igual al CM:** El precio es igual al CM, y cualquier venta adicional genera beneficios nulos.

Competencia Monopolística frente a Competencia Perfecta

- **Comparación de Conductas Empresariales**
- **Competencia Perfecta:** Las empresas son indiferentes a atraer nuevos clientes, ya que el precio es igual al CM y no hay beneficios adicionales.
- **Competencia Monopolística:** Las empresas buscan activamente atraer nuevos clientes porque el precio es mayor que el CM, lo que aumenta los beneficios.

Competencia Monopolística y Bienestar Social

- En los mercados de competencia monopolística, los resultados **no son siempre deseables desde el punto de vista social**. La ineficiencia surge por :
- **Margen sobre el Costo Marginal:**
  1. **Ineficiencia de Asignación:** Algunos consumidores, que valoran el producto por encima del costo marginal, pero por debajo del precio, no lo compran, resultando en pérdida de eficiencia económica similar a la de un monopolio.
  2. **Dificultad de Regulación:** Regular los precios para igualarlos al costo marginal es impráctico debido a la alta carga administrativa y porque las empresas ya operan con beneficios nulos. Exigir precios iguales al costo marginal causaría pérdidas, y el gobierno tendría que subsidiarlas, lo que incrementaría los impuestos.

Competencia Monopolística y Bienestar Social

- **Externalidades de la Entrada de Nuevas Empresas**
- La entrada de nuevas empresas genera externalidades positivas y negativas:
  1. **Externalidad de la Variedad de Productos:**
     - **Positiva para Consumidores:** Los consumidores obtienen un excedente adicional con nuevos productos.
  2. **Externalidad de Robo de Negocios:**
     - **Negativa para Empresas Existentes:** Las empresas existentes pierden clientes y beneficios debido a nuevos competidores.
- En competencia perfecta, estas externalidades no existen porque:
  - Las empresas producen bienes idénticos.
  - Los precios se igualan al costo marginal, eliminando la motivación para atraer más clientes.

ESCUELA DE INGENIERÍA
FACULTAD DE INGENIERÍA

Tema 19: Competencia Monopolística

ICS1513 – Introducción a la Economía