



Producción y mercados: Tipos de mercado



La competencia

- ☑ La **competencia** es la situación en la que varias empresas rivalizan en un mercado, ofreciendo o demandando un mismo producto o servicio.

- ☑ El comportamiento de los mercados depende de muchas variables como:
 - Cantidad y tamaño de las empresas del sector
 - Características del bien o servicio
 - Otros aspectos como las leyes, moda, tecnología...

- ☑ Para saber cómo funcionan las empresas en los mercados es fundamental conocer:
 - La estructura del mercado: es el número de empresas que hay en un sector y su tamaño relativo.

 - La cuota de mercado de cada empresa: son las ventas de la empresa en relación a las ventas totales del sector.



Tipos de mercado según el nivel de competencia



Mercados de **competencia perfecta**: Modelo teórico/ideal. Las empresas no pueden influir en los precios (precio-aceptantes)



Mercados de **competencia imperfecta**: Modelo real. Las empresas en mayor o menor medida pueden influir en los precios

- Monopolio
- Oligopolio
- Competencia monopolística



Competencia perfecta

- ☑ Mercados en los que existen **muchos compradores y muchos vendedores**, es decir, multitud de pequeñas empresas.
- ☑ Ninguna empresa puede modificar los precios que se determinan en el mercado por la ley de la oferta y la demanda, por eso se considera a las empresas **precio-aceptantes**.
- ☑ El producto ofrecido es **homogéneo**, es decir, no existen grandes diferencias.
- ☑ Son mercados **transparentes**, es decir, existe plena información tanto para las empresas como para los consumidores.
- ☑ **No existen barreras de entrada y de salida**, es decir, cualquier agricultor puede producir tomates.
- ☑ Hay independencia en la toma de decisiones, es decir, **no existen acuerdos ni controles** entre las empresas.



Monopolio

- ☑ Caso extremo de competencia imperfecta en el que sólo existe una única empresa que controla toda o casi toda la oferta del producto o servicio, frente a muchos compradores.

- ☑ Existen diferentes causas que generan la aparición de monopolios como:
 - Control exclusivo de un factor productivo

 - Existencia de fuertes barreras de entrada : patente para producir un bien, control tecnológico como Microsoft sobre el sistema operativo.

 - Monopolios naturales: son aquellos que se justifica la existencia de una sola empresa por los elevados costes fijos (suministro de gas)

 - Economías de escala: supone que las empresas al aumentar su tamaño pueden conseguir reducir sus costes unitarios.

 - Monopolios legales: cuando el Estado permite a una empresa solo ofrecer determinado bien o servicio.



Oligopolio

- ☑ Mercado en el que hay **pocos vendedores** y muchos compradores.
- ☑ Existen fuertes barreras de entrada
- ☑ Estos mercados presentan dos características básicas:
 - Interdependencia mutua o estratégica: las decisiones que toma una empresa influyen decisivamente en el resto, que suelen reaccionar, esto genera una gran
 - Incertidumbre: ya las empresas no saben las decisiones que adoptarán el resto de empresas. Las empresas pueden antes esta incertidumbre:
 - Tratar de adivinar las acciones rivales
 - Iniciar guerras de precios
 - Adoptar acuerdos para no competir



Competencia monopolística

- ☑ Mercado en el que existen muchos compradores y muchos vendedores, al igual que en la competencia perfecta, pero que se diferencia de ésta en las empresas intentan **diferenciar sus productos a través de técnicas de marketing** como la publicidad, el diseño de productos, calidad, marca...

- ☑ Hay pocas barreras de entrada y salida

- ☑ Las empresas tienen cierto poder para modificar los precios, pero siempre teniendo en cuenta que existen productos sustitutivos.



La defensa de la competencia

	Competencia perfecta	Monopolio	Oligopolio	Competencia monopolística
Número de oferentes	Muchos vendedores	Un único vendedor	Pocos vendedores	Muchos vendedores
Producto	Homogéneo	Único producto o servicio	Puede ser igual o diferenciado	Producto diferenciado a través marketing
Barreras	No hay barreras de entrada o salida	Fuertes barreras de entrada	Fuertes barreras de entrada	No hay barreras de entrada o salida
Grado de competencia	Competencia total	No existe competencia	Puede haber mucha competencia (rivalidad) o poca (acuerdos)	Fuerte competencia
Influencia sobre los precios	Las empresas no pueden influir en los precios (precio-aceptantes)	La empresa decidirá el precio de venta	Las empresas tienen poder para influir en los precios	Cierta influencia sobre los precios
Otras características	Transparencia de los mercados	Algunos monopolios son del Estado	Sectores que requieren fuertes inversiones	La diferenciación del producto a través del marketing es fundamental
Ejemplos de mercados	Una lonja de pescado	Gas, agua, transporte ferroviario	Banca, gasolineras, telefonía móvil	Restaurantes, electrodomésticos, librerías

Tipos de mercado