

# Tema 4. Competencia

## Introducción



La competencia es un concepto inherente a la economía de mercado, ya que implica que esta es de carácter abierto y, por tanto, varias empresas contienden entre sí para colocar sus productos por encima de otros oferentes.

Teóricamente, la competencia otorga beneficios al consumidor y a las empresas; sin embargo, diversos obstáculos y vicios impiden que el intercambio fluya libremente. Esta situación obliga al sector gubernamental a intervenir y a fijar reglas en el interior de los mercados.

Los diferentes grados de competencia generan una clasificación de dos tipos: perfecta e imperfecta; cada una, a su vez, cuenta con diferentes subtipos. En esta experiencia educativa, conocerás qué tipo de competencia prevalece en México; asimismo, identificarás que esto puede variar en una región, estado o, incluso, en una delimitación tan pequeña como un mercado local.

## Explicación

### Características y tipos de competencia perfecta

En un mercado de competencia perfecta, participan muchos compradores y vendedores; los oferentes venden un producto idéntico y cualquier empresa que quiera intervenir puede hacerlo sin ninguna restricción; por otro lado, los compradores están bien informados de los precios y compran cualquier cantidad que se les oferte.

Ambos interactúan de forma pura, sin limitantes, pero también sin influencia en el precio. Esto puede representar un beneficio para el consumidor, ya que los precios son muy similares (de hecho, idénticos) entre los diferentes oferentes. No obstante, para el productor, este escenario representa menores incentivos de producción y pocas oportunidades de ganancia; al aceptar un determinado precio, el volumen es lo único que marca un beneficio entre los competidores de esta clase de mercados.

Este tipo de competencia funciona generalmente a nivel mundial, al menos en algunos casos; por ejemplo, en el del trigo, arroz y cereales.



### Características y tipos de competencia imperfecta

La competencia imperfecta, por su parte, se divide en otras tres clases de mercado:

- Competencia monopolística.
- Oligopolio.
- Monopolio.

Se denomina imperfecta por la influencia que tienen las empresas en el mercado, a través del control del precio de su producto. En estos escenarios, el número de vendedores será variable, ya que esta es una característica primordial de este tipo de competencia; además, existen restricciones para participar en algunos de ellos.

En el caso de la **competencia monopolística**, hay muchos compradores y vendedores, pero el producto que venden no es idéntico, sino similar o parecido; por tanto, existen diferencias mínimas, aunque el consumidor puede identificarlas. Por ejemplo, hay un mercado de audífonos inalámbricos, de ropa para mujeres que usan blusas de manga larga y de zapatos de vestir para hombre; como verás, los productos ofertados son muy abundantes en esta economía.



El **oligopolio** es un mercado con menos empresas que los anteriores; de hecho, se conforma solo de unas cuantas, bastan tres, cuatro o seis. Al ser tan pocas, tienen una enorme capacidad para definir la cantidad y el precio de los productos que ofertan, los cuales podrían ser casi idénticos; en este caso, marcas de refrescos como Coca-Cola, Pepsi-Cola, Big Cola y Red Cola forman un oligopolio. Parkin (2018) asegura que la esencia del oligopolio radica en que algunos mercados parecen verdaderos campos de batalla.

Finalmente, en el **monopolio**, hay ausencia de competencia; sin embargo, para fines económicos, se engloba en la competencia imperfecta. En este mercado, una empresa vende un producto sin sustitutos cercanos, ya que existen restricciones para competir; por tanto, determina los precios y la cantidad vendida, es decir, posee un control total del mercado. Según Mankiw (2020), los clientes de los monopolios no tienen más opción que pagar el precio que este establece; por tal motivo, se han establecido reglamentaciones para evitarlos.

En México, actualmente, están prohibidos los monopolios, sin embargo, hubo un momento en que existieron; por ejemplo, la compañía telefónica Telmex fue uno de ellos. Asimismo, la Comisión Federal de Electricidad (CFE) podría considerarse una suerte de monopolio, ya que es la única compañía a la que se le puede comprar energía eléctrica; no obstante, al ser una empresa de gobierno, no puede clasificarse del todo en este rubro.

Tecmilenio no guarda relación alguna con las marcas mencionadas como ejemplo. Las marcas son propiedad de sus titulares conforme a la legislación aplicable, se utilizan con fines académicos y didácticos, por lo que no existen fines de lucro, relación publicitaria o de patrocinio.

## Cierre

La competencia de mercado supone una libertad de elección para el consumidor, quien puede inclinarse por las mejores condiciones de compra; a su vez, el productor logra mejorar sus condiciones de producción si ofrece un bien o servicio que resulte más atractivo para los clientes que el de la competencia; estas reglas prevalecen en economías abiertas, es decir, en aquellas donde los factores extranjeros también intervienen.

Los grados de competencia generan dos tipos antagónicos de mercado: el de competencia perfecta y el monopolio; en el medio, se encuentran el oligopolio y la competencia monopolística. Estas cuatro clases de mercado existen, en diferentes niveles, dentro de las economías nacionales; sin embargo, uno puede dominar sobre los otros, ya sea de manera general o en un mercado más pequeño o local.

Conocer estas características te permitirá comprender los beneficios que percibe el consumidor en cada tipo de mercado.

## Checkpoint

Asegúrate de:

- Identificar las características de cada modelo de mercado, para tener oportunidad de observar la economía real del país y de tu localidad.
- Diferenciar los tipos de mercado que existen en la economía, para analizar el comportamiento de la oferta y la demanda en cada uno de ellos.

## Bibliografía

- Mankiw, N. (2020). *Principios de economía* (8ª ed.). México: Cengage Learning.
- Parkin, M. (2018). *Economía* (12ª ed.). México: Pearson Educación.

La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor.

El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.