

OLIGOPOLIO

María Paula Uribe y Juliana Tejada

- En los mercados oligopolísticos, el producto puede o no estar diferenciado.
- Lo que importa es que solo unas cuantas empresas producen la mayor parte de toda la producción total.
- En algunos mercados de este tipo, algunas o todas las empresas obtienen beneficios a largo plazo por que las barreras de entrada dificultan o impiden la entrada de otras.

Decisiones en un Oligopolio

- Decisiones como precio, producción, publicidad e inversión intervienen importantes consideraciones estratégicas.
- Como solo compiten muy pocas entre ellas mismas, deben preguntarse como afectan sus decisiones a sus rivales y como reaccionan.
- **CONCEPTO DE INTERDEPENDENCIA**

El equilibrio en un mercado Oligopolístico

- Cada empresa fija el precio o el nivel de producción basándose, en parte, en consideraciones estratégicas sobre la conducta de la otra empresa.
- **EQUILIBRIO DE NASH:** *“Cada empresa obtiene el mejor resultado posible dado el resultado de sus competidores”*

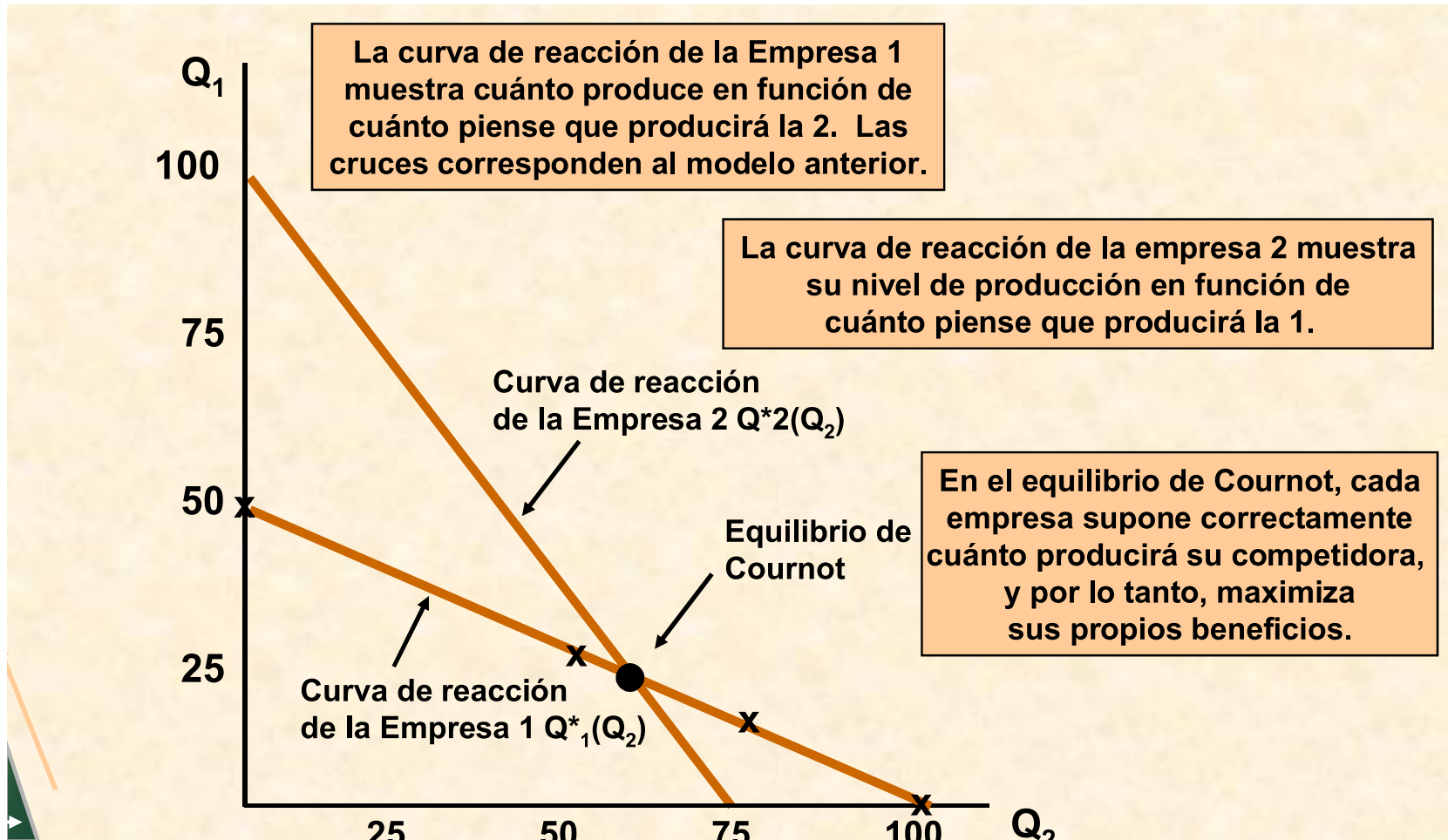
El modelo de Cournot

- El duopolio: dos empresas que compiten entre sí.
- Bien homogéneo.
- Las empresas consideran fijo el nivel de producción de su competidora cuando decide la cantidad que va a producir.

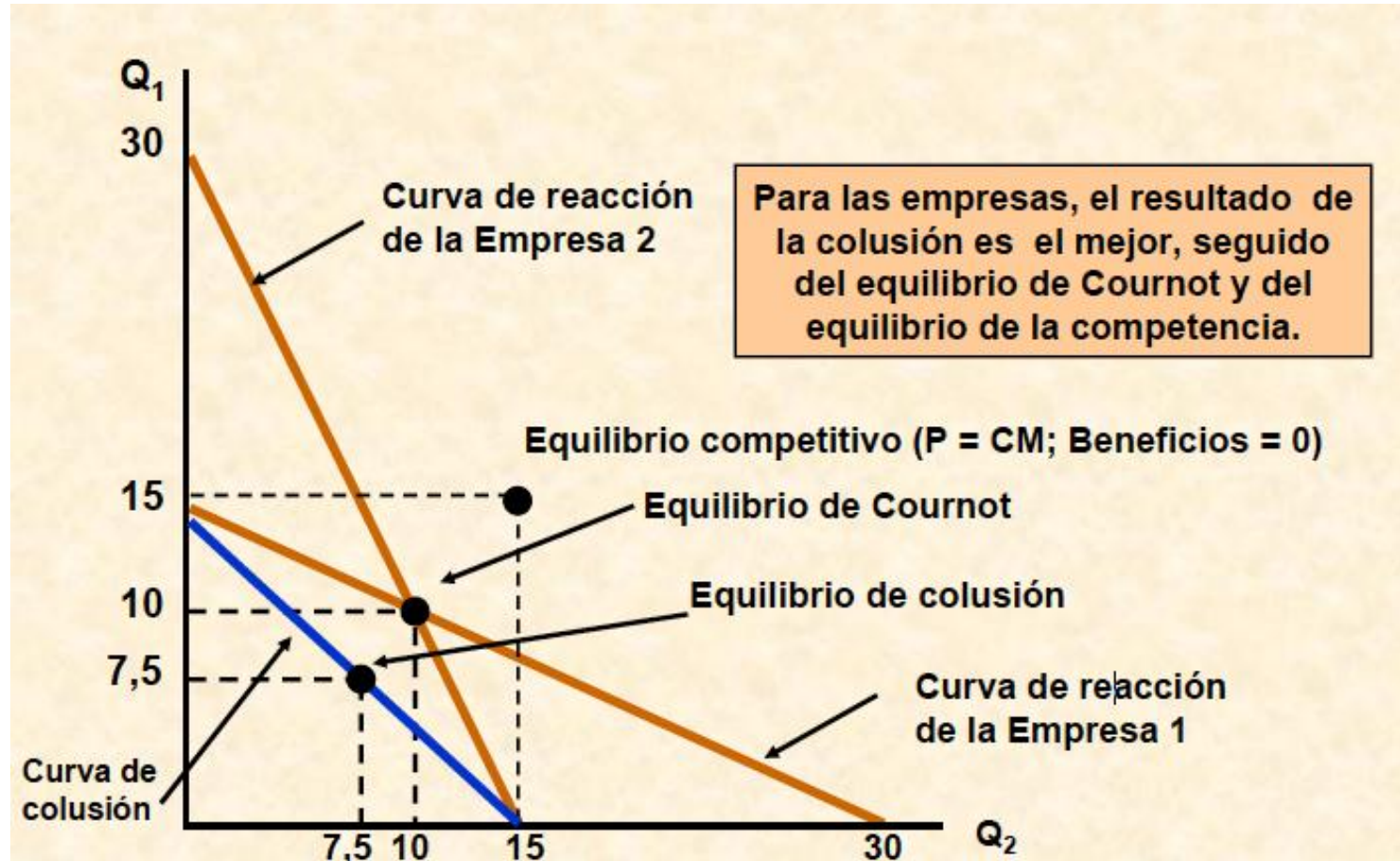
Las curvas de reacción

- El nivel de producción que maximiza los beneficios de una empresa es una función decreciente de la cantidad que piense que producirá la Empresa 2.
- El equilibrio de Cournot se alcanza cuando se cruzan las dos curvas de reacción de cada empresa.

Las curvas de reacción y el equilibrio de Cournot



Colusión



Modelo de Stackelberg

- En el modelo de Cournot, los duopolistas tomaban sus decisiones de producción al mismo tiempo.
- Stackelberg propone que una empresa fija el nivel de producción antes que la otra empresa.
 1. ¿Es ventajoso ser el primero en decidir?
 2. ¿cuánto produce cada empresa ahora?
- Ninguna empresa tiene opción de reaccionar.

La competencia basada en los precios

- En muchas industrias oligopolísticas, la competencia se basa en precio y no en cantidades.
- El modelo de Bertrand se utiliza para mostrar la competencia basada en los precios en una industria oligopolística que produce el mismo bien homogéneo.

Modelo de Bertrand

- Modelo en el cual cada empresa considera fijo el precio de su competidora y todas deciden simultáneamente el precio.
- Como el bien es homogéneo, los consumidores solo compran al vendedor cuyo precio sea más bajo.
- Debido a que hay un incentivo en bajar los precios, ambas empresas fijan **un precio igual al costo marginal**.
- Si una empresa sube el precio perderá todas sus ventas, si lo baja más las captará en su totalidad pero perdería dinero por cada unidad que produjera

Cournot VS Bertrand

- Las empresas: ¿compiten en precios o en cantidades?.
- Depende de los costes de ajuste de los precios y de las cantidades.
- Modelo de Cournot es apropiado si las empresas realizan planes de producción fijos. Resulta difícil ajustar cantidades, una vez que han sido planificadas (supermercados, plazas hoteleras, etc.). Competencia medio plazo.
- Modelo de Bertrand es adecuado si las empresas tienen rigideces en los precios (subastas, proveedores, etc.). Competencia corto plazo.

Precio VS Cantidad

- Utilizar como variable de elección estratégica el precio en lugar de la producción trae resultado muy diferentes.

Modelo	Precio	Cantidad	Beneficios
Cournot	\$12	9	\$108
Bertrand	\$3	27	Nulos

La competencia basada en los precios con productos diferenciados

- En los mercados oligopolísticos, a menudo las cuotas de mercado dependen no sólo de los precios, sino también de las diferencias de diseño, rendimiento y durabilidad del producto de cada empresa.
- En estos casos las empresas compiten eligiendo los precios en lugar de cantidades.

El equilibrio de Nash en cuanto los precios

