

MERCADO COMPETITIVO
Y
MAXIMIZACIÓN DE BENEFICIOS

Roberto González
ITAM

Mercado Competitivo

¿Qué entendemos por mercado competitivo?

De manera informal —y quizá no tan precisa—:

- **Mercado:** El “lugar” donde se da la interacción entre consumidores y productores
- **Competitivo:** Muchas empresas y muchos consumidores
 - ¿Por qué queremos esto?

Supuestos del modelo de Mercado Competitivo

- Hay *muchas empresas* en el mercado
- Hay *muchas consumidoras* en el mercado
- Las empresas producen bienes *exactamente iguales*
- Empresas pueden entrar o salir del mercado *muy fácil*
- *Consumidoras y Productores tienen información completa del mercado*

Muchas Empresas/Consumidoras

Bienes homogéneos

Entrada y Salida del mercado

Información completa

1

¹Costos de buscar info, tecnología de producción, R&D, etc

En resumen. . .

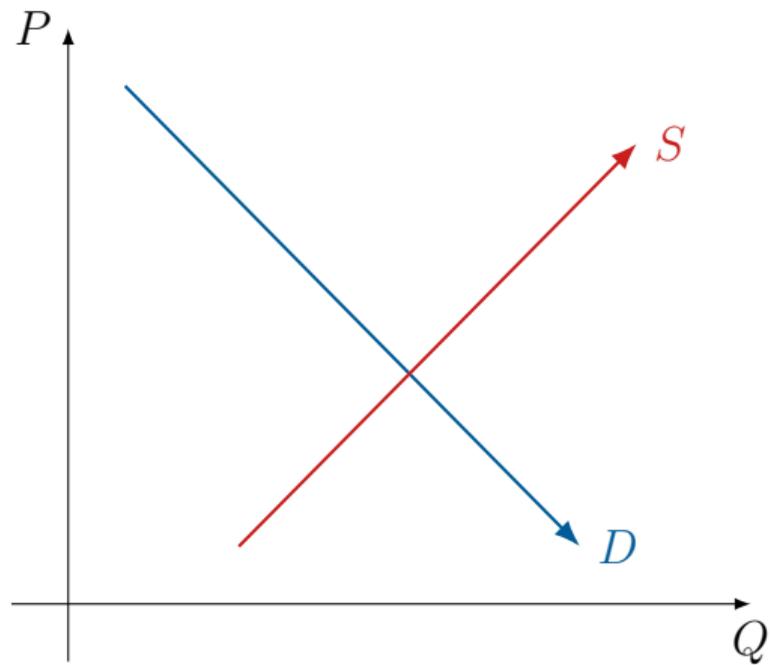
- Consumidoras y Productores toman el precio como algo que está dado
- O sea, nadie puede influir el precio . . .
 - Ni comprando más/menos
 - Ni produciendo más/menos
- si una empresa entra o sale siempre puedo encontrar otra que venda lo mismo y . . .
- todos saben precios, tecnología y cualquier factor relevante del mercado

Mercado

En el mercado interactúan las demandas de *TODAS* las consumidoras con las ofertas de *TODAS* las empresas.

¿Cuánto producir?

Empresas precio-aceptantes



Ingreso Total

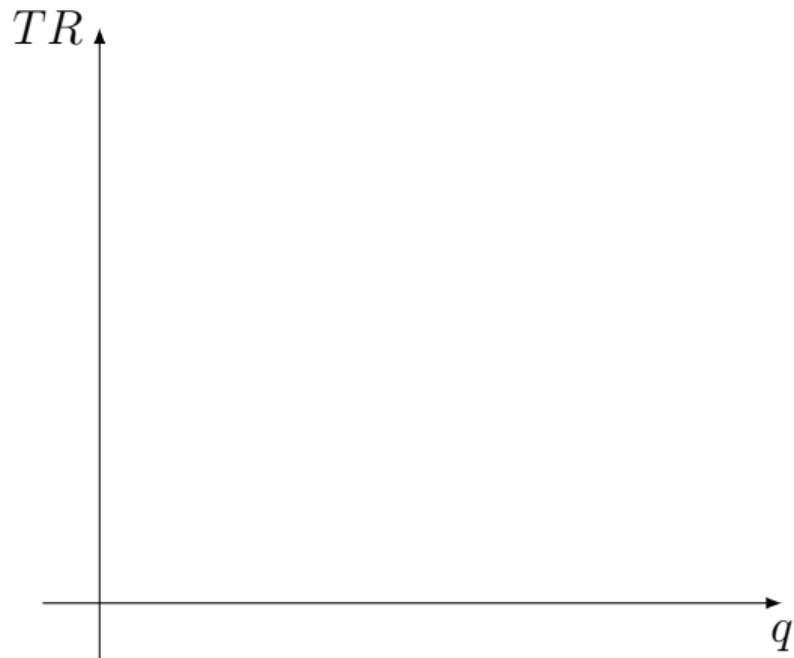
La empresa **no puede elegir el precio**, pero sí puede **elegir cuánto q producir**.

Dado un precio, la empresa tiene como ganancia la cantidad que venda multiplicada por el precio al que la vende. Es decir:

$$\text{Ingreso} = P \cdot q$$

Ingreso en función de cantidad

¿Cómo se ve la función de ingreso total con diferentes precios?



Ingreso Marginal e Ingreso Promedio

$$\text{IngresoMarginal} = \frac{\Delta TR}{\Delta q} \quad (\text{MR})$$

$$\begin{aligned} \text{IngresoPromedio} &= \frac{TR}{q} \quad (\text{AR}) \\ &= \frac{P \cdot q}{q} = P \end{aligned}$$

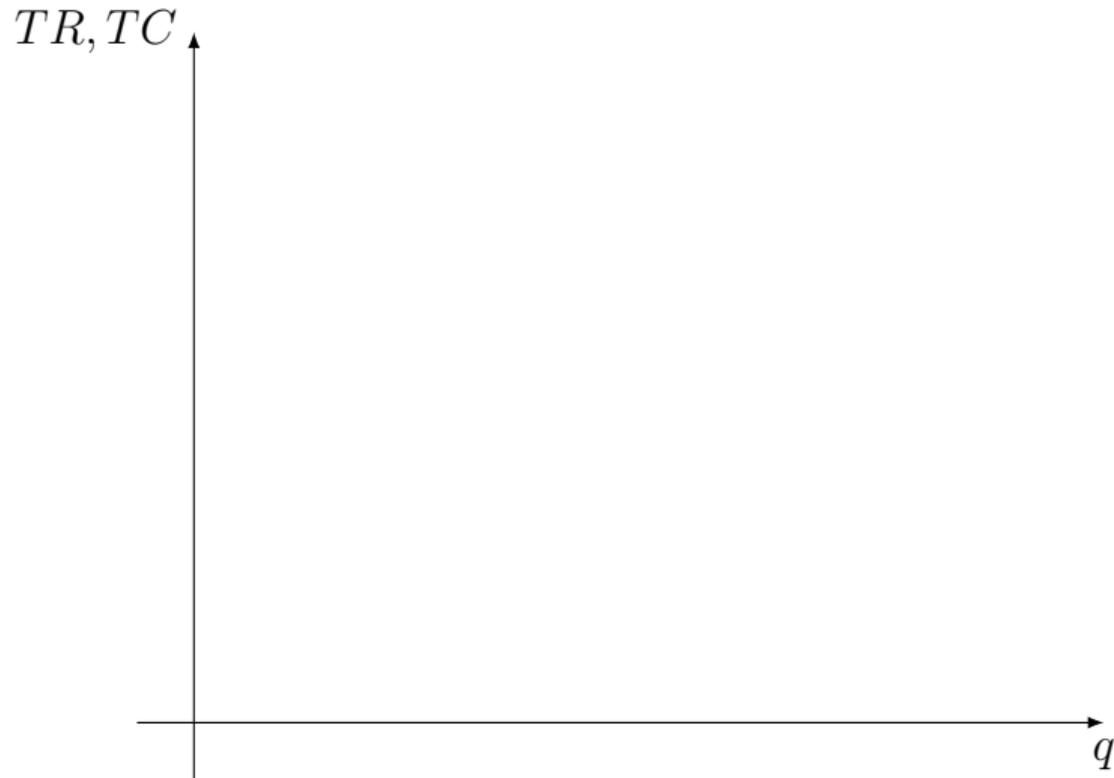
Ganancias de la empresa

Figure 9.6 *Total Revenue, Total Cost, and Economic Profit*



Source: Rittenberg et al., Principles of Microeconomics

Hagamos la gráfica de antes pero más limpia



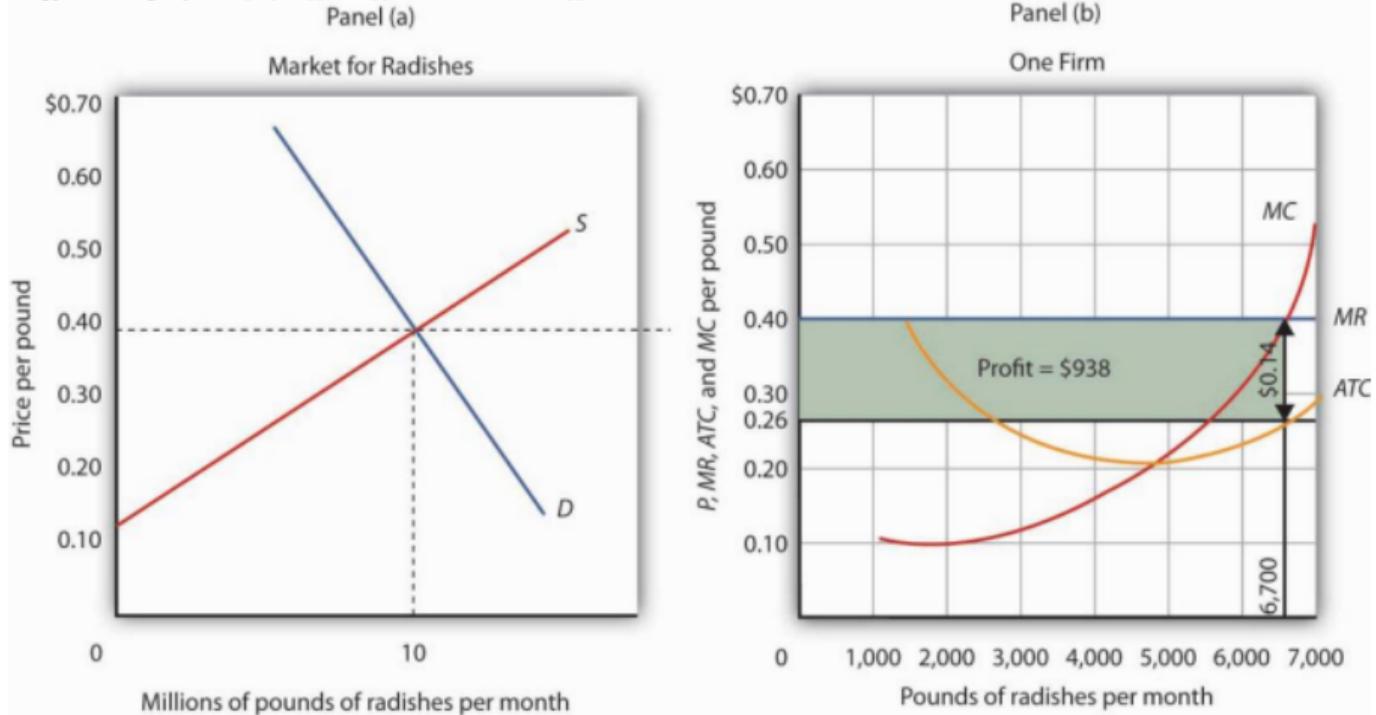
Maximización de Ganancias

Lo **óptimo** para la empresa es producir una cantidad q en donde su **ingreso marginal** es *exactamente igual* al **costo marginal**. Es decir:

$$MR = MC \iff \frac{\Delta TR}{\Delta Q} = \frac{\Delta TC}{\Delta Q}$$

La decisión marginal en acción

Figure 9.7 *Applying the Marginal Decision Rule*



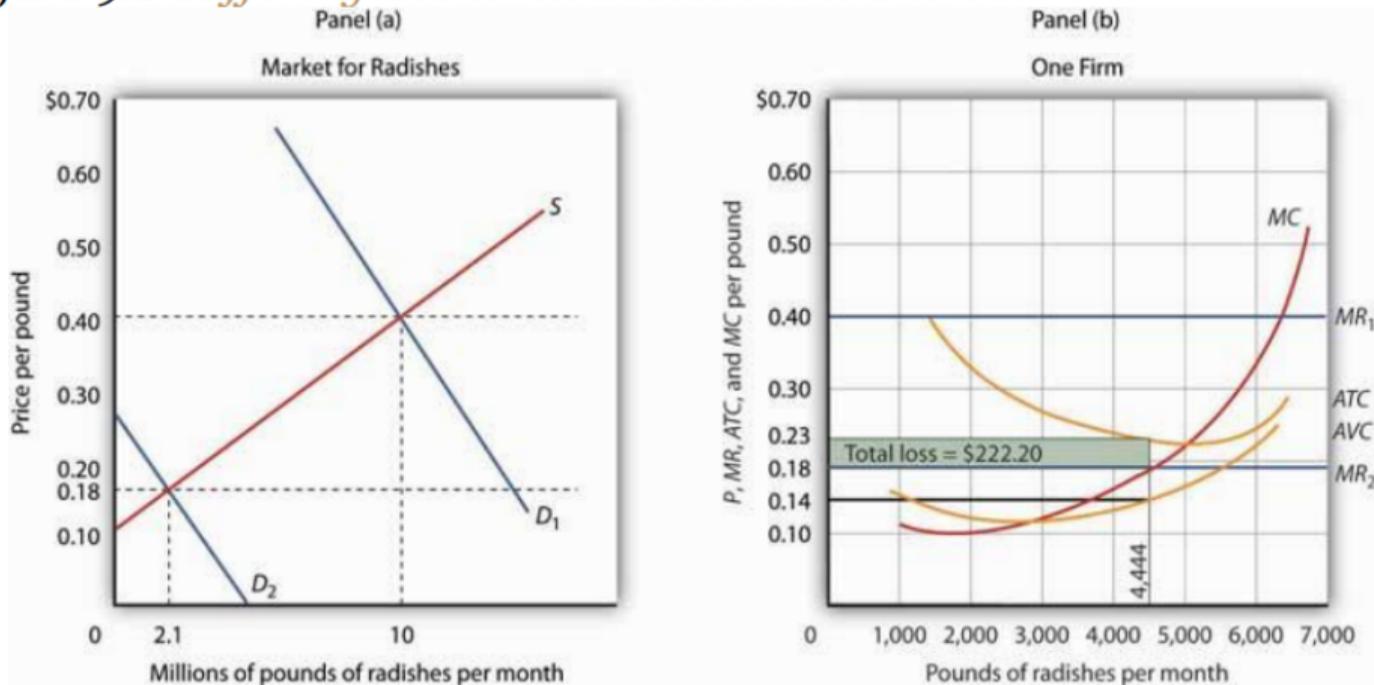
Source: Rittenberg et al., Principles of Microeconomics

Minimización de pérdidas

¿Qué pasa si, por ejemplo, la demanda baja inesperadamente?

Minimización de pérdidas

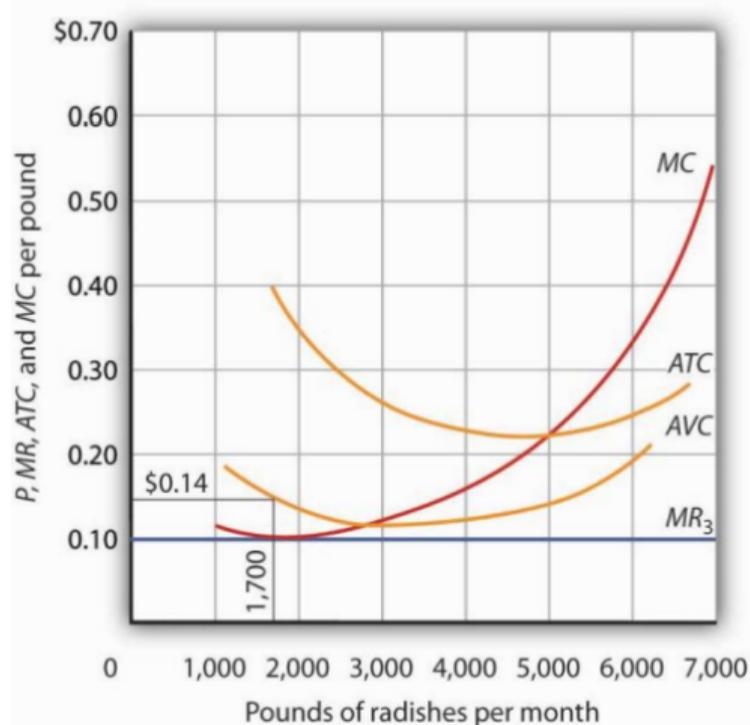
Figure 9.8 *Suffering Economic Losses in the Short Run*



Source: Rittenberg et al., Principles of Microeconomics

Pero y si el precio baja “demasiado”?

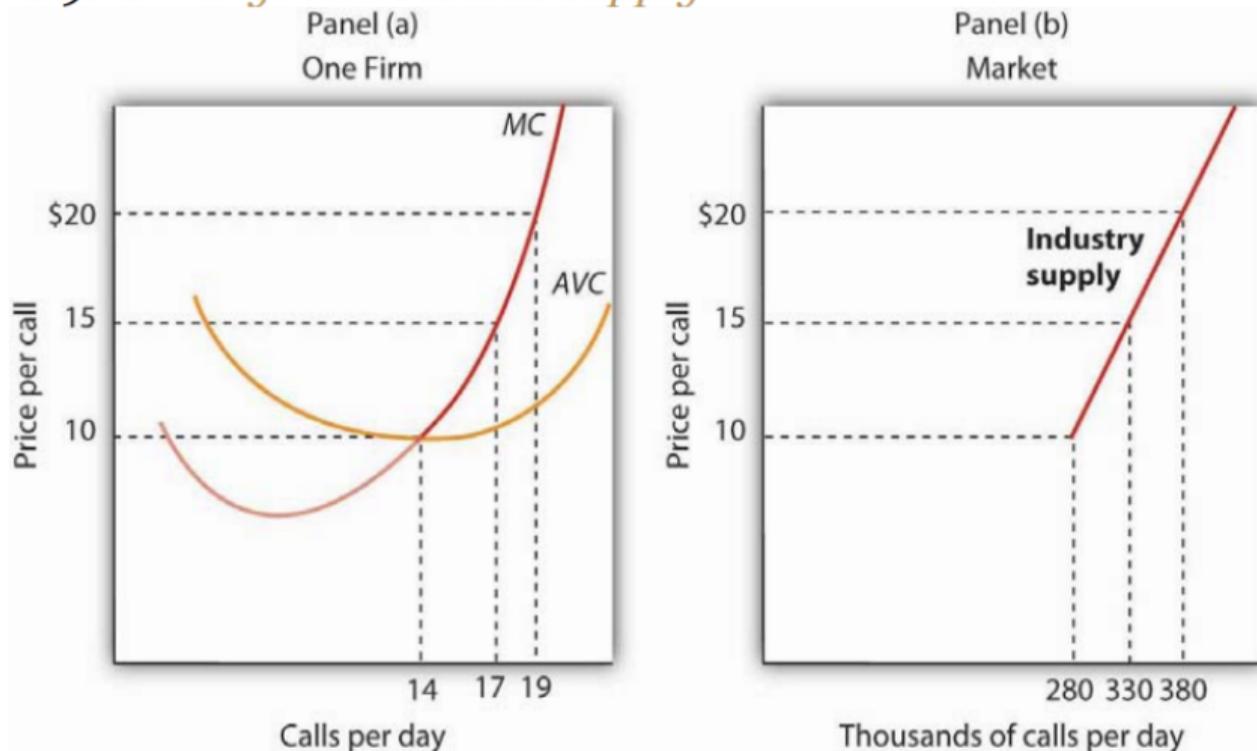
Figure 9.9 *Shutting Down*



Source: Rittenberg et al., Principles of Microeconomics

Costo Marginal y oferta

Figure 9.10 *Marginal Cost and Supply*



Source: Rittenberg et al., Principles of Microeconomics