

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

---

<sup>1</sup>Costos de buscar info, tecnología de producción, R&D, etc



## En resumen. . .

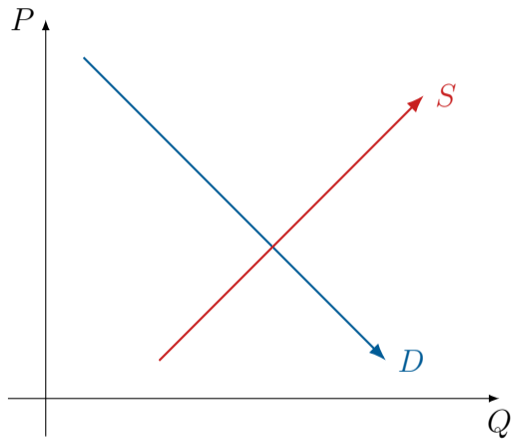
- Consumidoras y Productores toman el precio como algo que está dado
- O sea, nadie puede influir el precio . . .
  - Ni comprando más/menos
  - Ni produciendo más/menos
- si una empresa entra o sale siempre puedo encontrar otra que venda lo mismo y . . .
- todos saben precios, tecnología y cualquier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

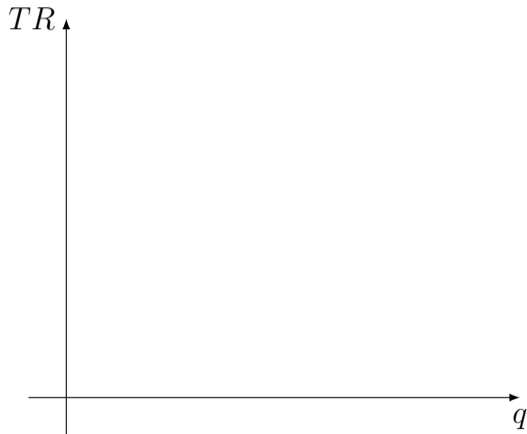
La empresa **no puede elegir el precio**, pero sí puede **elegir cuánto  $q$  producir**.

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?



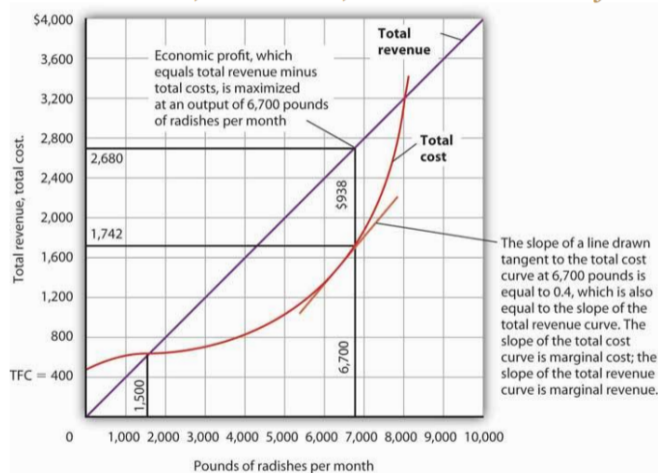
# Ingreso Marginal e Ingreso Promedio

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

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

# Ganancias de la empresa

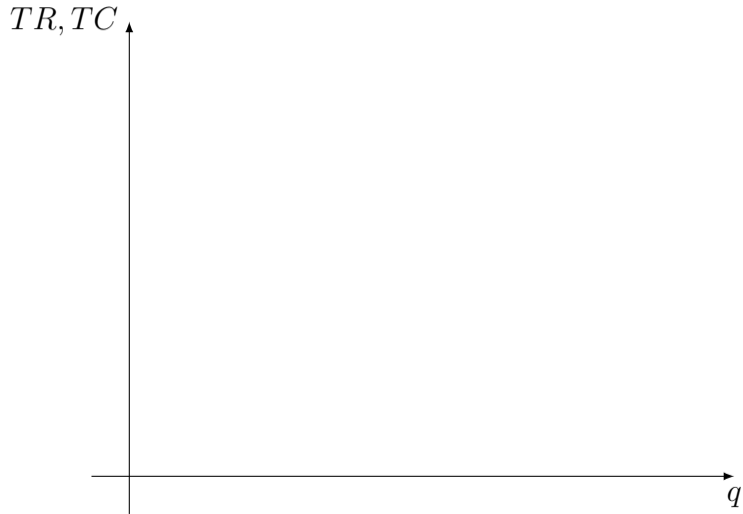
Figure 9.6 *Total Revenue, Total Cost, and Economic Profit*



Source: Rittenberg et al., Principles of Microeconomics



Hagamos la gráfica de antes pero más limpia



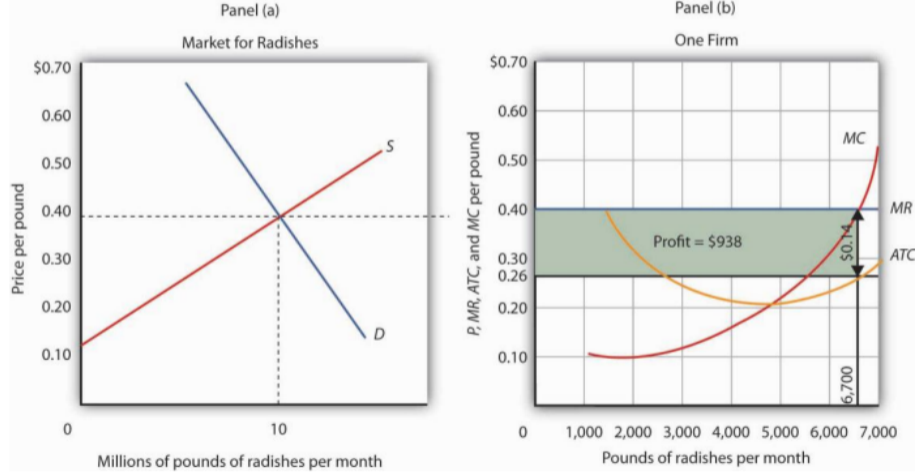
# Maximización de Ganancias

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



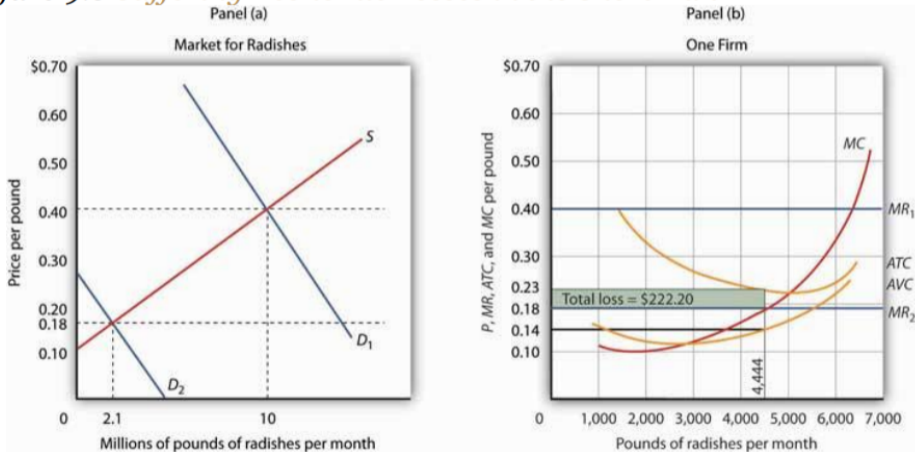
Source: Rittenberg et al., Principles of Microeconomics

# Minimización de pérdidas

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

# Minimización de pérdidas

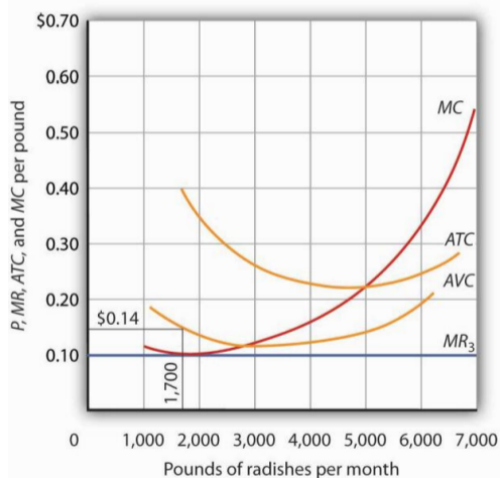
Figure 9.8 *Suffering Economic Losses in the Short Run*



Source: Rittenberg et al., Principles of Microeconomics

# Pero y si el precio baja “demasiado”?

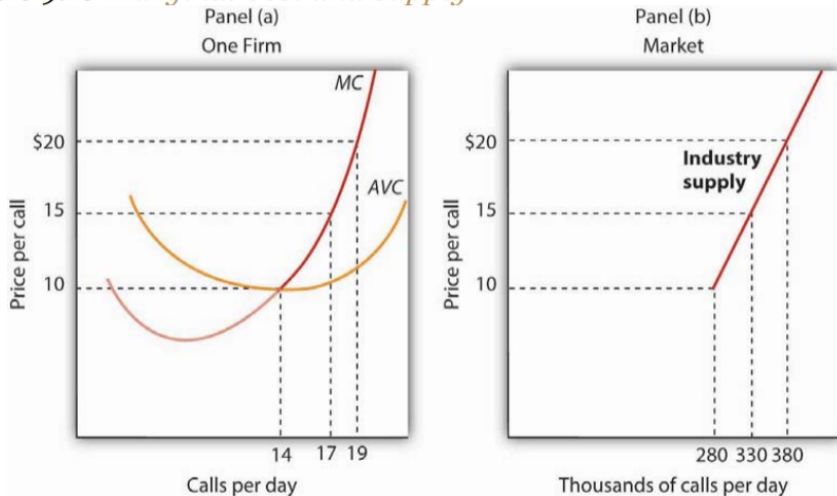
Figure 9.9 *Shutting Down*



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