**La competencia: perfecta y de otros tipos**

**Cuando en el mercado existen muchos compradores y vendedores, o cuando existen los suficientes para que ninguno tenga poder sobre la cantidad y el precio del mercado, se dice que nos encontramos ante un mercado de competencia perfecta.**  Es el caso más extremo de la competencia y tiene las siguientes características:

1. Las **empresas son precio - aceptantes**.  Esto quiere decir que las empresas tienen que aceptar el precio que se determina en el mercado.
2. El **producto** que se intercambia en el mercado **es un bien homogéneo.**
3. Cada vendedor y comprador tienen **perfecta información** sobre los precios y los productos, de tal manera que el consumidor conoce en todo momento a qué precio se está vendiendo en el mercado.
4. Existe **libertad de entrada y salida de empresas** en la industria.

Sin embargo, los mercados de muchos bienes y servicios no son perfectamente competitivos, ya que **algunos tienen un vendedor y éste fija el precio.** Este tipo de vendedor se denomina **monopolio**.  Por ejemplo, las llamadas telefónicas por un tiempo fueron monopolio.

Para que pueda existir un monopolio han de darse tres condiciones:

1. La oferta está compuesta por **un solo vendedor** de un bien
2. **No deben existir sustitutivos** de dicho bien
3. **Hay barreras efectivas a la entrada** de nuevas empresas a la industria.  Dichas barreras pueden ser naturales y artificiales.

Podemos **comparar la competencia perfecta y el monopolio** a través de las siguientes diferencias:

a) **En el monopolio se produce una cantidad menor** y a un precio mayor que los que se establecerían en competencia perfecta.

b) **En competencia perfecta a largo plazo se tiende a producir aquel nivel de producto para el cual el costo medio total a largo plazo sea mínimo.**  El monopolista puede que nunca alcance o que nunca le interese alcanzar el punto más bajo de su costo medio a largo plazo, por lo que probablemente nunca se produzca el bien al costo más bajo posible.

c) **En monopolio los beneficios de la empresa suelen ser más elevados** que en competencia perfecta y además pueden persistir a largo plazo.

Los monopolios son económicamente y socialmente menos deseables que las empresas que actúan en mercados donde se da la competencia.  ¿Cuál es la razón que hace posible la existencia de empresas monopolísticas en numerosos sectores de la economía?  Recordemos que la existencia de barreras naturales es importante y así numerosos servicios como el agua, gas, teléfono, etc, una sola empresa es la que realiza la producción.  También la existencia de monopolios fiscales (como el del tabaco) y monopolios legales otorgados por los organismos públicos, estatales, regionales o municipales.

Los Gobiernos pueden regular leyes antimonopolio que impidan que se formen monopolios de nueva creación o que los ya existentes se dividan en dos o más empresas.  Recordamos el caso de Microsoft y Netscape que tantas discrepancias ha originado.

Algunos mercados sólo tienen **unos cuantos vendedores y éstos no siempre compiten ferozmente**.  Este tipo de mercado se llama **oligopolio.**  Este mercado se encuentra entre la competencia perfecta y el monopolio.  Al ser unos pocos oferentes los que controlan el mercado, el oligopolista tiene un cierto grado de poder sobre los precios.  Ejemplos de este mercado son los bancos, las cadenas de televisión digitales, las compañías de telefonía móvil,...

La **característica básica del oligopolio es la interdependencia** de las acciones de los participantes, que significa que cualquier decisión de una de las empresas participantes va a provocar inmediatamente una reacción o respuesta de sus rivales o competidores.  Por ejemplo, si Movistar lanza una campaña publicitaria en la que establece unos planes de ahorro para sus abonados, posiblemente en un corto espacio de tiempo Airtel y Amena reaccionen con una política muy similar.

Se genera una gran incertidumbre en el mercado ya que uno de los objetivos de las empresas es predecir el comportamiento de los demás competidores.  **Para disimular esta incertidumbre**en el mercado caben varias posibilidades:

1. Que las empresas traten de adivinar las reacciones de sus rivales y adelantarse a ellas.  Esto suele degenerar en las llamadas **guerras de precios.**
2. Que las empresas establezcan **acuerdos oligopolísticos.**  La realidad ha demostrado que las guerras de precios no son buenas y esto motiva a las empresas a establecer acuerdos tácitos o expresos entre ellas.  Estos acuerdos de denominan **cártel** y el ejemplo más importante es la OPEP (Organización de Países Exportadores de Petróleo).

Y el último caso de mercado que existe habitualmente en la economía es la competencia monopolística, en que numerosas empresas ofertan productos parecidos pero con diferencias suficientes para que se establezca la competencia entre ellas.  Esta diferenciación del producto se apoya generalmente sobre la imagen de "marca" y cada empresa tiene un cierto poder para subir o bajar los precios, porque en la parte del mercado de los clientes que le son "fieles" a la marca la empresa actúa como si de un pequeño monopolio se tratara.

Las características de estos mercados se pueden resumir en;

1. Numerosos participantes
2. Diferenciación del producto
3. Libertad de entrada y salida de empresas en la industria
4. Información perfecta.

La única característica diferente con el mercado de competencia perfecta es la diferenciación del producto.