

## **Competencia monopolística**

### **Definición**

La competencia monopolística o monopólica es la situación de mercado en la que existen muchas empresas, cada una de las cuales produce un bien que se diferencia del de las demás. Por lo tanto, las diversas empresas tienen cierto poder para establecer los precios.

Esta diferenciación de productos hace que estas empresas gocen de cierto poder de mercado en relación con sus productos, tengan cierto margen de maniobra a la hora de fijar sus precios y no sean meramente «precio-aceptantes».

**Este tipo de mercado se parece a la competencia perfecta en tres aspectos:**

1. Hay muchas empresas vendedoras y compradores.
2. Las empresas consideran dados los precios de los demás. La diferencia se halla en que en la competencia perfecta los productos son idénticos, mientras que en la competencia monopolística están diferenciados.
3. Hay libertad de entrada y salida del mercado.

**La competencia monopolística es un tipo de competencia imperfecta:**

En donde las empresas no tienen el poder de mercado del monopolio pero sí tienen cierto poder de mercado. En los mercados de competencia imperfecta una o más empresas pueden influir sobre el precio en mayor o menor medida debido a que ofertan productos diferenciados y/o limitan el suministro, de tal forma que cuanto menor sea el número de empresas existentes, mayor será su capacidad para influir sobre el precio. Por este motivo, los distintos modelos de mercado de competencia imperfecta se clasifican en función del número de empresas que participan en él.

En síntesis, la competencia monopolística describe a un tipo de mercado en el que existen:

1. Muchos vendedores (empresas) que compiten ofreciendo productos similares pero no idénticos, y
2. Muchos compradores que perciben las diferencias existentes entre los productos (en cuanto a calidad, diseño, prestaciones, servicios) por lo que están dispuestos a pagar diferentes precios por ellos. En consecuencia, cada empresa influye en cierta medida en el precio de su producto o ejerce un cierto control sobre él, y hace uso de las herramientas de mercadotecnia (como la publicidad, la marca y la venta personal) para diferenciar sus ofertas.

### **Características que distinguen a la competencia monopolística:**

El mercado de competencia monopolística presenta las siguientes características que la distinguen de otros tipos de competencia o mercado:

- Existen muchos vendedores (empresas) que compiten por el mismo grupo de clientes y cuya cuota de mercado es relativamente pequeña.
- Existe diferenciación del producto. Es decir, que cada empresa ofrece un producto que es al menos algo diferente al de otras, pero sin ser un sustituto perfecto.
- Hay libertad de entrada y salida. Por tanto, las empresas pueden entrar en el mercado (o salir de él) sin restricción alguna. Por ello, el número de empresas que hay en el mercado se ajusta hasta que los beneficios económicos son cero.
- En la competencia monopolística también existen diferencias en los precios. La diferenciación del producto les da a las empresas una cierta libertad para subir o bajar los precios, más que en un mercado perfectamente competitivo.
- Los compradores (que son muchos) perciben las diferencias existentes en los productos, por tanto, están dispuestos a pagar precios diferentes por ellos.
- Existen actividades de mercadotecnia. Las empresas que participan en este mercado, dedican tiempo a planificar estrategias de mercadotecnia y a implementar sus diferentes actividades, como la investigación de mercados, el desarrollo de nuevos productos, la fijación de precios y la ejecución de programas de promoción (publicidad, venta personal).

- Cada empresa que participa en este tipo de mercado es, en muchos aspectos, como un monopolio. Como su producto es diferente del que ofrecen otros, se enfrenta a una curva de demanda de pendiente negativa. Por lo tanto, la empresa monopolísticamente competitiva sigue la regla del monopolista para maximizar los beneficios: Elige la cantidad con la que el ingreso marginal es igual al coste marginal y utiliza a continuación su curva de demanda para hallar el precio coherente con esa cantidad.