0(RELEER MERCADOS COMPETITIVOS)

En un mercado de competencia perfecta, el ingreso promedio (ingresos totales divididos por la cantidad producida) es equivalente al precio, que a su vez es igual al ingreso marginal (cambio en los ingresos totales ocasionados por vender una unidad adicional).

**P = IP = IMg**

Las empresas competitivas, para lograr maximizar sus beneficios, deben tener en cuenta dos medidas de calculo de gran importancia en los mercados competitivos: Ingreso marginal (IMg) y Costo marginal (CMg)

Si el ingreso marginal es mayor que el costo marginal, entonces la empresa debe aumentar la producción, ya que producir una mayor cantidad de unidades causara un aumento relativamente mayor en los ingresos que en los costos.

Si el ingreso marginal es igual al costo marginal, la empresa debe producir la cantidad de bienes que igualan estas dos medidas para lograr maximizar los beneficios.

Si el ingreso marginal es menor al costo marginal, la empresa debe disminuir la producción del bien ya que en esa cantidad ofrecida los costos de producción aumentan relativamente en mayor cantidad que los ingresos.

Ya que el precio es igual que el IMg de la empresa, la cantidad que maximiza los beneficios de la compañía dentro del mercado competitivo se encuentra en la intersección del precio con la curva de costo marginal. En esencia, debido a que la curva de costo marginal determina la cantidad del bien que la empresa está dispuesta a ofrecer a cualquier precio, la curva de costo marginal es también la curva de la oferta de la empresa competitiva.

**Costos**

**CVP**

**CFP**

**CMe**

**CMg**

**P = IMg**

**QMAX**

**Cantidad**

DIFERENCIA ENTRE MEDIDAS A CORTO PLAZO Y A LARGO PLAZO

A corto plazo, hay presencia de al menos un factor físico no modificable, tales como maquinarias o las tierras de las que dispone una empresa. En caso que la empresa decida aumentar su producción, el único remedio que tiene es modificar algún costo variable tal como la cantidad de mano de obra o la cantidad de horas extras que le paga a su personal.

En cambio, a largo plazo, todos los factores son variables, ya que las empresas pueden montar nuevas plantas, comprar nuevas maquinarias, etc. Además, a largo plazo pueden entrar y/o salir empresas del mercado.

En caso que a corto plazo el precio (P) sea menor al costo variable promedio (CVP), la empresa estará mejor si deja de producir por completo durante un tiempo determinado, hasta que la situación mejore. Esta acción se la conoce como cierre. Esto de alguna manera maximizaría los beneficios de la empresa (mejor perder poco que perder mucho) ya que, si la empresa continuase produciendo, los costos de producir el bien serian superiores a los ingresos percibidos.

**Costos**

**CVP**

**CFP**

**CMe**

**CMg**

**CMg**

**Precio de cierre**

**Cantidad**

En caso que a largo plazo el precio (P) sea menor al costo total promedio (CTP), la empresa saldrá del mercado ya que el ingreso que obtendría por producir es menor que sus costos totales.

En caso que la empresa aun no se encuentre dentro del mercado, siempre que P sea mayor que CTP, la empresa decidirá no entrar.

En caso que el P sea mayor al CTP, nuevas empresas estarán interesadas en entrar al mercado.

MEDICION DE LOS BENEFICIOS EN EL GRAFICO

**BENEFICIOS = IT – CT**

**BENEFICIOS = (IT/Q – CT/Q) \* Q**

**BENEFICIOS = (P – CTP) \* Q**

Esta última forma de igualar el beneficio permite medirlo en las graficas de la siguiente manera:

Habrá beneficio positivo (ganancia) cuando el CTP sea menor a la intersección del CMg y el P **(1)**

Habrá beneficio negativo (perdida) cuando el CTP sea mayor a la intersección del CMg y el P **(2)**

**CMg**

**CMg**

**CTP**

**CTP**

**P**

**(2)**

**(1)**

**P**

OFERTA DE MERCADO

* **A corto plazo:** el numero de empresas no sufre modificaciones; por lo tanto, para cualquier precio dado, cada empresa ofrece una cantidad de producción tal que su costo marginal sea igual al precio. Es decir, siempre que el precio se encuentre por encima del costo variable promedio, la curva de costo marginal de una empresa es su curva de oferta. Para obtener una curva de oferta del mercado en general, se suma la cantidad ofrecida de cada empresa a cada nivel de precio.
* **A largo plazo:** el numero de empresas puede variar constantemente. El hecho de que entren o salgan empresas del mercado depende de los incentivos que reciban los propietarios de las empresas ya existentes y de los emprendedores que podrían fundar nuevas empresas. Si nuevas empresas entran al mercado, el numero total de empresas aumentará, lo que acrecentará la cantidad ofrecida del bien, reduciendo los precios y así también sus beneficios. Por el contrario, si salen empresas del mercado, disminuirá el numero de empresas al igual que la cantidad ofrecida, por lo que incrementaran los precios y también los beneficios. Al final de este proceso, las empresas que sigan operando tendrán cero beneficios económicos.

En un mercado con libre entrada y salida, solo hay un precio compatible con cero beneficios: el mínimo del costo total promedio. Como resultado, la curva de oferta a largo plazo del mercado debe ser horizontal en este precio. Cualquier precio por encima de este nivel causaría ingreso de nuevas empresas, y un precio por debajo, la salida de las mismas.

Cabe destacar que el hecho que una empresa tenga cero beneficios no significa que no tenga ganancias, ya que dentro de los beneficios se encuentran incluidos los costos de oportunidad. Por lo tanto, la utilidad económica de la empresa es positiva.

Si las empresas son competitivas y maximizan sus beneficios, el precio de un bien será igual al costo marginal de producirlo. Además, si las empresas pueden entrar y salir libremente del mercado, el precio es también igual al menor costo total promedio posible de la producción.