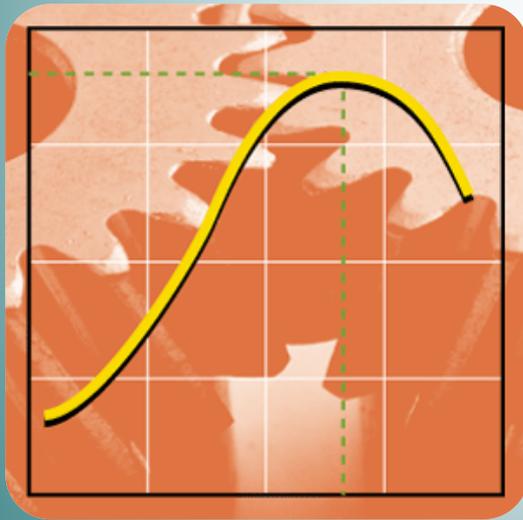


Economía y Administración de Empresas para Ingenieros

Tema 3. El entorno sectorial y microeconómico



Ainoa Quiñones Montellano

DPTO. DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Este tema se publica bajo Licencia:

[Creative Commons BY-NC-SA 3.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/)

CONCEPTO PRINCIPAL

LECCIÓN 3ª: EL ENTORNO SECTORIAL Y MICROECONÓMICO

3.1. ENTORNO SECTORIAL Y MERCADO

- A. El entorno sectorial de la empresa
- B. El mercado

3.2. POLÍTICA SECTORIAL

3.3. ENTORNO MICROECONÓMICO

3.1. ENTORNO SECTORIAL Y MERCADO

A. EL ENTORNO SECTORIAL DE LA EMPRESA

ENTORNO GENERAL:

FACTORES ECONOMICOS

FACTORES POLITICO LEGALES

FACTORES SOCIOCULTURALES

FACTORES TECNOLOGICOS

ENTORNO ESPECIFICO



EL ENTORNO SECTORIAL :LA EMPRESA Y EL MERCADO

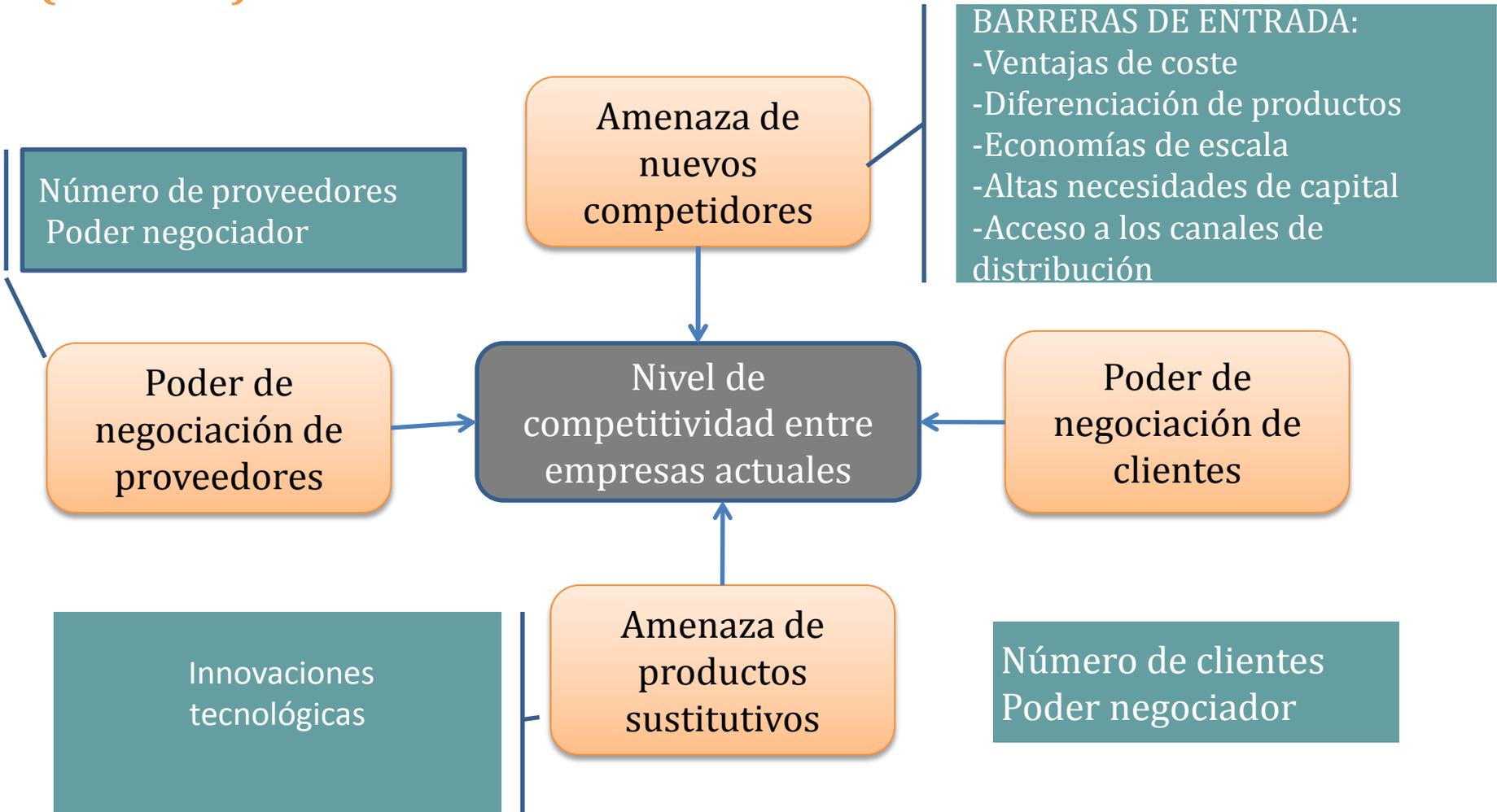
- **SECTOR:** conjunto de empresas que ofrecen productos similares mas ó menos diferenciados y que pretenden satisfacer el mismo tipo de necesidades.
- **VOLUMEN DEL SECTOR Ó VOLUMEN DE NEGOCIO:** Cantidad de ventas del sector en un periodo de tiempo.
- **CUOTA DE MERCADO :** Parte del mercado que corresponde a una empresa concreta.

CUOTA MERCADO= CIFRA VENTAS EMPRESA / VENTAS SECTOR

ENTORNO ESPECÍFICO: LAS FUERZAS COMPETITIVAS DEL SECTOR (PORTER)

- GRADO DE RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES
 - Tipo de mercado
 - Grado de concentración del sector
 - Madurez del sector
- AMENAZA DE ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES
- AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTIVOS
- PODER NEGOCIADOR DE PROVEEDORES Y CLIENTES

ENTORNO ESPECÍFICO: LAS FUERZAS COMPETITIVAS DEL SECTOR (PORTER)



M. Porter establece las siguientes cinco fuerzas competitivas que determinan el grado de rivalidad entre las empresas de un sector:

- 1) Grado de rivalidad existente entre los competidores actuales.
- 2) Amenaza de entrada de nuevos competidores.
- 3) Amenaza de productos sustitutivos.
- 4) Poder negociador de los proveedores.
- 5) Poder negociador de los clientes.

1) Grado de rivalidad existente entre los competidores actuales.

- ✓ El número de competidores en el sector.
- ✓ Las posibilidades de crecimiento del sector.
- ✓ La existencia de costes fijos elevados.
- ✓ La diferenciación del producto.
- ✓ El exceso de capacidad productiva.
- ✓ Existencia de intereses estratégicos de las empresas.
- ✓ La existencia de fuertes barreras de salida de un sector.

2) Amenaza de entrada de nuevos competidores.

- ✓ Barreras para la entrada.
- ✓ La dificultad de acceso a canales de distribución
- ✓ Reacción esperada.

3) Amenaza de productos sustitutivos.

La entrada de productos sustitutivos en el mercado hará que los precios bajen para hacer frente a la competencia efectuada y por lo tanto baje también la rentabilidad del sector.

4) Poder de negociación de los proveedores.

- ✓ El grado de concentración del sector de los proveedores.
- ✓ Que no existan productos sustitutivos para la venta en su sector.
- ✓ Que la empresa no sea un cliente importante del proveedor.
- ✓ Que los proveedores vendan un producto que sea un *input* importante para el negocio del comprador.
- ✓ Que los productos del grupo proveedor están diferenciados o requieren costes elevados por cambio de proveedor.
- ✓ Que el proveedor represente para el cliente una amenaza real de integración vertical hacia delante

5) Poder negociador de los clientes

- ✓ El grado de concentración de los compradores y el volumen de sus compras en relación con las ventas totales del proveedor.
- ✓ La importancia de los productos comprados en la estructura de costes del comprador.
- ✓ La importancia que el producto comprado tenga para la calidad de los productos o servicios del comprador.
- ✓ La rentabilidad y margen del cliente.
- ✓ La diferenciación de los productos.
- ✓ La existencia de bajos costes de cambio de proveedor.
- ✓ La posibilidad de integración vertical hacia atrás.
- ✓ La información que el cliente tenga sobre el mercado.

B. EL MERCADO

DADO QUE LOS MERCADOS NO POSEEN LAS MISMAS CARACTERÍSTICAS IDENTIFICAMOS CUATRO ESTRUCTURAS O TIPOS DE MERCADO:

COMPETENCIA PERFECTA

- MUCHOS COMPRADORES Y VENDEDORES (CADA UNO ES MUY PEQUEÑO)
- EL BIEN ES HOMOGÉNEO
- HAY GRAN FACILIDAD PARA ENTRAR Y SALIR DEL MERCADO
- CONOCIMIENTO PERFECTO DEL MERCADO

COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA

OLIGOPOLIO

MONOPOLIO

- SOLO EXISTE UN VENDEDOR
- EL PRODUCTO ES TOTALMENTE DIFERENCIADO
- HAY FUERTES BARRERAS PARA QUE UNA EMPRESA ENTRE AL MERCADO

CATEGORIAS DE MERCADO:

COMPETENCIA PERFECTA	COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA	OLIGOPILIO	MONOPOLIO
<ul style="list-style-type: none"> •Existe un gran número de vendedores y consumidores, ninguno tiene la posibilidad de influir sobre el precio de mercado. •El producto que se intercambia es homogéneo. Ante los ojos de los consumidores el servicio o producto que le venden los oferentes es idéntico. • Los agentes que intervienen en el mercado tienen perfecto conocimiento del mismo. •Existe perfecta movilidad de los factores. Las empresas que participan en este mercado pueden entrar y salir del mismo fácilmente. 	<ul style="list-style-type: none"> •Existe un gran número de vendedores y consumidores. •El producto que se intercambia es heterogéneo, es decir, los productos que se intercambian tienen ante los ojos del consumidor ciertas diferencias, pero se comportan como sustitutos cercanos. •La empresas al ofrecer un producto diferenciado tienen cierto poder para fijar el precio. •Los agentes que intervienen en el mercado tienen perfecto conocimiento del mismo. •Existe perfecta movilidad de los factores. Las empresas que participan en este mercado pueden entrar y salir del mismo fácilmente. . 	<ul style="list-style-type: none"> •Hay pocos vendedores en el mercado. El producto que ofrecen puede ser homogéneo o heterogéneo. •Existen barreras a la entrada en el mercado (Nuevas empresas tienen dificultades para entrar al mercado). •Las empresas tienen poder para fijar el precio de sus productos. 	<ul style="list-style-type: none"> •Hay un solo vendedor. •El producto que ofrece el monopolista no tiene ningún bien que se comporte como sustituto del mismo. •EL monopolista tiene total poder de fijación del precio de su mercancía.

	Competencia perfecta	Competencia monopolística	Oligopolio	Monopolio
Número de empresas	Muchas	Muchas	Pocas	Una
Producto	Idénticos	Diferenciados	Idénticos / diferenciados	Sin sustitutivos próximos
Barreras de entrada	Ninguna	Algunas (diferenciación)	De escala o de amplitud	Legales, de escala o de amplitud
Control de la empresa sobre el precio	Ninguno	Alguno	Considerable	Considerable o regulado

➤ Competencia perfecta:

Las principales características de un mercado competitivo son:

- ✓ Hay muchos compradores y muchos vendedores
- ✓ Los bienes ofrecidos por los vendedores son básicamente los mismos.

Adicionalmente, se puede añadir otra característica:

- ✓ Las empresas pueden entrar y salir libremente del mercado

➤ Monopolio:

- Una empresa se considera un monopolio si . .
 - ...Si es la única vendedora de un producto.
 - ...Si el producto no tiene sustitutivos cercanos.

¿Por qué hay monopolios?

La principal razón de la existencia de monopolios son las barreras de entrada.

Las barreras de entrada

Las barreras de entrada tienen tres orígenes:

- Un recurso clave es propiedad de una única empresa.
- Las autoridades conceden a una única empresa el derecho exclusivo de producir un bien.
- Los costes de producción hacen que un único productor sea mas eficiente que un elevado número de productores.

Los monopolios creados por los Gobiernos

Los monopolios surgen porque muchas veces los Gobiernos conceden a una persona o a una empresa el derecho exclusivo de vender un bien o un servicio.

Los monopolios creados por los Gobiernos

Las patentes y los derechos de autor son dos importantes ejemplos de como un Gobierno puede crear un monopolio para salvaguardar el interés público.

Monopolios naturales

Un **monopolio natural** surge cuando hay economías de escala en el intervalo relevante de la producción.

➤ Competencia monopolística:

Muchas empresas se encuentran en algún punto intermedio entre el monopolio y la competencia perfecta, en mercados de competencia imperfecta.

Uno de esos tipos de mercados, es el de competencia monopolística. Sus principales características son:

- ✓ Existen varias empresas compitiendo por el mismo grupo de clientes.
- ✓ Cada empresa produce un bien, que tiene por lo menos una leve diferencia con los demás bienes (diferenciación del producto).
- ✓ Hay libertad de entrada y salida en el mercado sin restricciones.

➤ Oligopolio:

Un oligopolio se caracteriza por ser una estructura de mercado en la que pocos vendedores ofrecen productos similares o idénticos.

- Colusión: acuerdo entre empresas en un mercado sobre las cantidades que producen o los precios que cobran.
- Cártel: Un grupo de empresas actuando como una sola.

