# Duopolio, monopsonio y competencia monopolística

Aunque todas las personas forman parte de la economía, muchas no conocen de ella, un ejemplo común son los tipos de mercados según su competencia establecida, en general, la gente responde a los monopolios, pero existen muchos más, como el oligopolio, la competencia perfecta, el duopolio, monopsonio y la competencia monopolística, este últimos serán estudiados aquí.

## Duopolio

El **duopolio** consiste en un mercado *oligopólico* con dos empresas, es decir, varias empresas pertenecen a él (en este caso dos), donde todas fabrican un producto idéntico y compiten sólo con el precio o fabricar **productos** **diferenciados** y **competir** en precio, calidad y marketing. Una característica remarcable es que existen **barreras naturales** o **legales** que **impiden** la entrada a nuevas empresas. Un **ejemplo nacional** es el Televisa y Tv Azteca, y uno **global** son las calificadoras Moody’s contra Standard & Poor’s.

## Monopsonio

El **monopsonio** es una estructura del mercado, donde hay varios **oferentes** y **un solo comprador**, lo que hace que el demandante tenga un control de los precios. Debido a esto, los oferentes deben de adaptar las exigencias del demandante, como en precio y cantidades. Esto se considera **competencia imperfecta**, ya que no hay equilibrio entre oferta y demanda. Un **ejemplo global** es la fabricación de armamento, donde el Estado lo compra, o los vagones de metro y uno **nacional** es la industria de la obra pública. Entrar al monopsonio no es complicado, pero generalmente los productos son bastante especiales o laboriosos.

## Competencia monopolística

La **competencia monopolística** consta de **muchas empresas**, que, a diferencia de la competencia perfecta, no tratan de obtener el precio más bajo posible, por el contrario, su objetivo es **conseguir el más alto** (conocido como *colusión*), de tal manera que tengan altas utilidades. Sin embargo, el hecho de que existan tantas empresas (afortunadamente) hace imposible coordinarse para realizarlo, de hecho, una característica fundamental es **ignorar a las demás empresas**, es decir, el precio de un producto (o servicio) es independiente de las acciones externas a la empresa.

Generalmente, estas empresas practican la **diferenciación del producto**, que es un producto sustituto *cercano, pero no perfecto*, un **ejemplo nacional** de ello son los lácteos, como la lecha *suprema* o *selecta* de Lala y Alpura respectivamente y uno **global** serían las computadoras. Gracias a esto, las empresas deben competir en tres áreas: calidad, precio y marketing. Desafortunadamente (para las empresas) **no hay barreras** para que una nueva empresa **entre o salga** de la competencia monopolística.

Obtenido de:

Parkin, M., Loría Díaz, E., Sánchez Carrión, M. y García de la Parra Motta, A. (2010). *Microeconomía*. 9th ed. México: Pearson/Educación, pp.323-325, 342.