

**UNIVERSIDAD
MAYOR DE SAN SIMÓN**
Ciencia y Conocimiento desde 1832

DUOPOLIO



- **ESTUDIANTE:** CORIA TORIBIO RAMIRO
- **MATERIA:** ECONOMÍA DE EMPRESAS II
- **DOCENTE:** LIC. JALDIN QUIROZ RENE
- **CARRERA:** ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

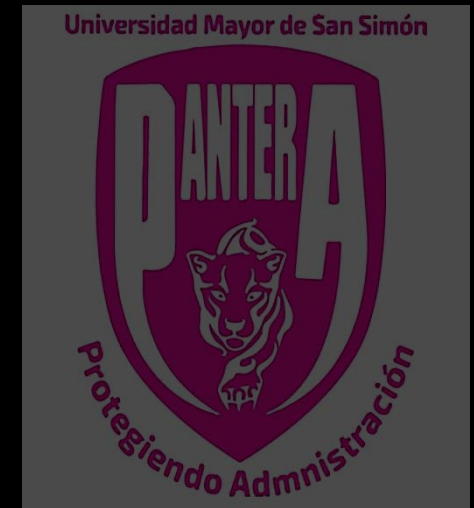
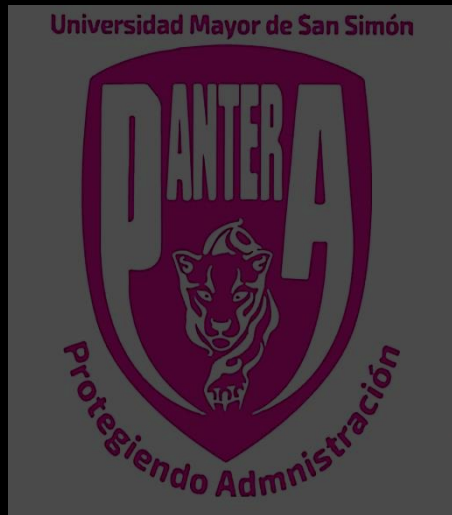


Universidad Mayor de San Simón



¿CÓMO SE CREA EL DUOPOLIO?

- Bueno un **DUOPOLIO** se produce cuando en un mercado, el desarrollo de una **ACTIVIDAD** o la oferta de un **BIEN** se **distribuye ENTRE SOLO DOS EMPRESAS**. Dicho de otra **forma**, en un **duopolio** hay **únicamente dos vendedores**.
- El **duopolio** es un tipo específico de **oligopolio** (característico, formula, propio).
 - Termino griego "DOU" dos "POLIO" vendedor



¿QUÉ ES EL DUOPOLIO?

- Es una forma de competir, que se produce dentro de un **mercado** y que se caracteriza principalmente **por la existencia de dos empresas diferentes que producen un mismo artículo o producto** que además controlan todo el mercado.
- Donde las empresas en **duopolio** utilizan el **precio** como **herramienta** principal para controlar el mercado y defender las posiciones que ejercen las empresas en la labor **duopolista**.
- Otra cosa que se podría **DESTACAR** es que..... Los productos puestos en el mercado por estas dos empresas, suelen ser normalmente **muy similares en términos de uso, valor, percepción del consumidor**, etc. En otras palabras, este tipo de fenómeno suele aparecer en mercados de productos muy homogéneos (**Planta CBN Taquiña**) que fabrican un solo producto (especialmente en el ámbito industrial).



CARACTERÍSTICAS DEL DUOPOLIO



- Solo hay **DOS PRODUCTORES** en oferta.
- Los productores generan **BIENES IDÉNTICOS**.
- Cada uno de los productores debe estar al **TANTO DE SUS RIVALES**.
- En el Duopolio **no se busca un resultado individual** si no... un resultado eficaz que cubra ambas partes o empresas sin afectación de alguna de ellas.
- Son capaces de sentarse a fijar precios.. Para tener **BENEFICIO IGUALITARIO**.
- Los DUOPOLISTAS tienen la capacidad de **fijar los precios** y también tienen el **PODER** dentro del mercado, para calcular y fijar estos precios por encima del **coste marginal....Costo Total**.
- Producen pérdida de eficiencia (competencia), característica propia de los **monopolios (es el único en una industria dada que posee un producto.... Microsoft)**.
- Evitan por todos los medios la introducción de nuevas competencias.
- Los productores conocen exactamente la demanda.
- Los dos industrias tienen la capacidad de fijar los precios.
- En el Duopolio no se busca **un resultado individual** si no un **resultado eficaz** (capacidad de alcanzar un objetivo) que cubra ambas partes o empresas sin afectación de alguna de ellas.

Universidad Mayor de San Simón

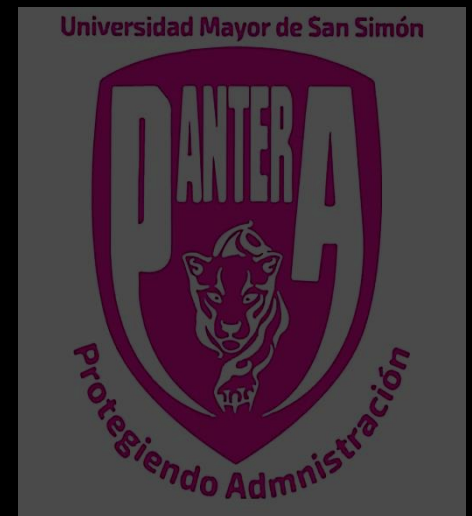


SE DICE QUE EL DUOPOLIO SE PARACE MUCHO AL AJEDREZ

- Pues cada jugador debe estar atento a las acciones de su rival, para ir adaptado su estrategia y estar en el mismo nivel en el mercado



MARAVILLOSA JUGADA





SITUACIONES QUE PUEDEN ACONTECER EN UN "DUOPOLIO"

- Supongamos que la empresa **PEPSI** y la empresa **COCA COLA** Firman un acuerdo para restringir el producto.....
- Para subir **el precio**
- **Aumentar** sus utilidades
- Ya que A ESTO SE LE DENOMINA CONTENIDO DE **COLUSIÓN**



En efecto, podemos considerar que **Coca Cola y Pepsi Cola es** un caso de **duopolio** puesto que son las **principales compañías** que comercializan **gaseosas** con sabor a **cola**.

Además tienen una política conjunta de **fijación de precios al consumidor** a través de la cual ejercen el **control total** del mercado de refrescos, de este tipo. De esta manera la participación de **nuevos competidores** queda eliminada de manera inmediata.

COLUSIÓN

- Este contenido es típico de los **OLOGOLPISTAS** (pocos productores) y mas típico aun de los **DOUPOLIOSTA**
- Generalmente se realiza en secreto
....**COMO**.....**ejemplo**
- subir los precios
- Ponerse de acuerdo en la producción o excluir a otro competidor
- PERO este tipo de convenio es **ILEGAL** en muchos países del mundo.....por que
- EN DEFINITIVA en el mercado puede afectar a los consumidores y así obligar a vivir engañados, en un sistema que nos roba y finalmente que nos vendan un producto mas caro de lo normal



EXISTEN 2 ESTRATEGIAS QUE PUEDEN SEGUIR AMBAS EMPRESAS

1 CUMPLIR EL ACUERDO.-

• Una empresa que cumple RESPETA EL ACUERDO

2 HACER TRAMPA.-

• Una empresa que hace trampa VIOLA EL ACUERDO en beneficio propio y a costa de otra empresa

DEBIDO A ESTO, SE DA 4 POSIBLES COMBINACIONES

- 1 AMBAS
- 2 LOS DOS
- 3 UNO
- 4 FINAL INVERSA

A

- CUMPLEN
- TRAMPA
- CUMPLE
- TRAMPA

B

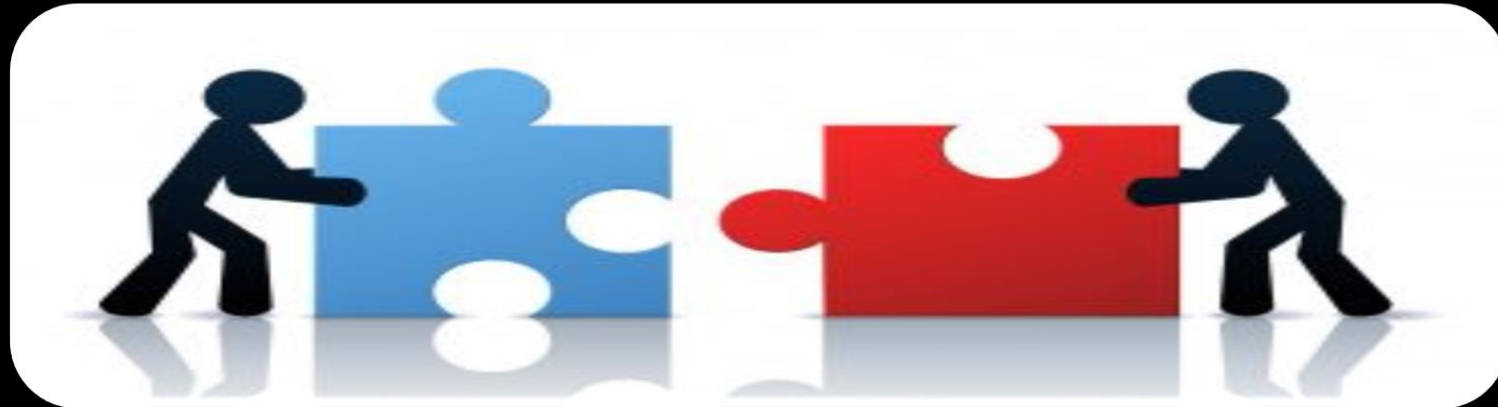
- CUMPLEN
- TRAMPA
- TRAMPA
- CUMPLE

Por ello la **característica esencial de la teoría DEL DUOPOLIO reside (vivir) en que ninguno de los vendedores puede ignorar las reacciones del otro....**AMBOS QUEDAN LIGADOS (Unidos) EN UNA SITUACION DE **INTERDEPENDENCIA** (es la acción de ser dependiente de una persona y de compartir un punto común de principios con otros)



IMPORTANCIA DEL DUOPOLIO

- Es importante destacar que, en un duopolio donde las empresas se encargan de comercializar **un producto determinado (Adidas y Nike** en las equipaciones de grandes ligas europeas y futbolistas profesionales **) que logran tener el dominio del mercado,** tienen la ventaja de poder ejercer un **mayor control** de esa actividad o servicio
- Un duopolio puede llegar a tener **tanto impacto** en la sociedad como lo puede tener un monopolio, siempre y cuando **las dos empresas participantes,** que proveen **un mismo producto o servicio,** acuerden los precios y la cantidad de producción.
- **Por que con el equilibrio se logra llegan a acuerdos** de manera indirecta, en cuanto a los precios, lo que permite determinar que cantidad se debe producir y de esa manera, poder satisfacer completamente la demanda de los consumidores.



EN ECONOMÍA SE SUELE ENTENDER AL “DUOPOLIO”

- Como una forma de **oligopolio PORQUE**
- Es dominado por un **PEQUEÑO NUMERO** de vendedores o prestadores de servicio
- Aprovechan su posición para generar **PRECIOS MUY ALTOS**
- Se colaboran entre si **A FIN DE MANTENER DICHO PODER Y EVITAR LA COMPETENCIA**



MODELOS DE DUOPOLIO

- El modelo de **Bertrand** implica a dos empresas idénticas denominadas **1 y 2**, **generan productos idénticos a un costo marginal O TOTAL CONSTANTE**, siempre cambia el valor..... Las empresas eligen el **precio P1 y P2** simultáneamente a un solo periodo de competencia.- A diferencia del modelo de **COURNOT** en donde se **afirma** que **las empresas compiten en producción**, en el modelo de **Bertrand** se dice que las empresas compiten **en el precio** no en la producción



MODELO DE ANTOINE-AUGUSTIN COURNOT (1801-1877)

- también conocido como modelo de **competencia de Cournot**,
- Este modelo está basado en **la interacción** que se da **entre las dos** empresas que se encuentran en **competencia**, a las cuales les afectan de manera directa los cambios en la producción de la otra.
- Esto quiere decir, que las empresas van a funcionar **atendiendo y dependiendo de las decisiones de su competencia directa**. En otras palabras, LAS DOS FIRMAS VAN A REACCIONAR, cada una de ellas orientadas a los cambios que se den en la producción de la otra.
- Existen dos empresas operando en un mercado limitado



MODELO DE JOSEPH LOUIS FRANÇOIS BERTRAND (1822-1900)

- El modelo describe las interacciones entre vendedores (empresas) que fijan los precios..... y los compradores, que deciden cuanto comprar a **ese precio**
- El modelo de Bertrand “clásico” asume que las empresas **compiten exclusivamente en el precio**
- cuando se da la adecuada **interacción** entre las empresas, sus funciones se centran en el juego producido con los niveles de precios, lo cual las dos empresas puedan funcionar de manera **independiente** una de otra, asumiendo que la otra no cambiará sus precios ante las posibles **bajas de precios**.
- EL MODELO SE BASA EN LOS SIGUIENTES **SUPUESTOS**:
- Hay por lo menos dos empresas que producen productos homogéneos (no diferenciados, idénticos productos)
- Las empresas no cooperan;
- Las empresas **compiten** a través de **establecer precios simultáneamente**.
- Los **consumidores** compran todo de la empresa con el **precio más bajo**. Si todas las empresas cobran el mismo precio, los consumidores seleccionan al azar entre ellas.



VENTAJAS DEL DUOPOLIO

- Que las empresas se encargan de **cooperar entre ellas** para lograr maximizar sus **beneficios**.
- Se da un **equilibrio cooperativo** que es conocido con el nombre de equilibrio de **colusión**. (empresas cobran el mismo precio, los consumidores seleccionan al azar entre ellos.)
- Las empresas **compiten amigablemente** entre si para lograr generar mayores **ganancias**.
- Cada una de las empresas están **pendientes de las decisiones del otro** para estar de acuerdo en los **precios y producciones**. De esta manera logran llegar a un acuerdo para lograr **optimizar** sus utilidades.
- Como resultado de la competencia que se da entre los **empresarios duopolistas**, los consumidores son los que salen favorecidos porque de esta manera se ha eliminado el precio de monopolio



DESVENTAJAS DEL DUOPOLIO



- Afecta las posibilidades de **libre comercio** entre las empresas, pues estas están pendientes unas de otras.
- No se puede dar una **oferta diversificada** de los bienes y servicios cuya producción requiere una enorme cantidad de capitales.
- La teoría de que, la competencia favorezca los intereses de los **consumidores es muy difícil de lograr**, pues las dos empresas se encontrarán luchando para mejorar los precios e imponerlos.
- En muchas ocasiones **EL ESTADO** debe de intervenir para poder **controlar la calidad de los bienes o los servicios** que se ofrecen y la **fijación** de los **precios máximos** que se den para la venta al público.

EJEMPLOS DE DUOPOLIO

- Son **muchas las empresas** que han tomado como ejemplo el modelo financiero del Duopolio. Uno de los **mas destacados en el comercio** es el que distingue a **las tarjetas de crédito**, nos estamos refiriendo a **MasterCard y la Visa**, únicas en exclusividad y progreso.
- Por su parte, la **COCA-COLA Y LA PEPSI** no han logrado ser superadas, por otra marca a pesar de los distintos sabores y colores que han surgido. Esto es posible gracias a que **siguen el modelo de Duopolio** y juntas se potencializan impidiendo la entrada al mercado de una empresa mayor.
- Los ejemplos de Duopolio son innumerables puesto a que se ha vuelto viral inclusive en **la vida cotidiana**, abarcando así, asuntos **empresariales, económicos y financieros**. Por ejemplo, en el mundo de los **sistemas operativos de celulares y equipos de alta función y gama alta** **GOOGLE, ANDROID Y APPLE SON LIDERES** conjuntos. Asimismo **MICROSOFT, WINDOWS Y APPLE** como pioneros (guias) y generadores de los sistemas en **PC**. También **Moody's** como modelo de progreso y cuidado en el ajuste de riesgos financieros.

