



ESTRUCTURA DE MERCADO EN COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA Y DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO* Caso empresa N°1. Espíritu Urbano E.U

MARKET STRUCTURE IN MONOPOLISTIC COMPETITION AND DETERMINATION OF THE BALANCING POINT * - Case No. 1 company. Urban Spirit E.U

*Gloria Stella Salazar Yepes***

*Luisa Fernanda Silva Restrepo, Shadday Henao Duque, Valentina López Llanos****

* Artículo producto del colectivo de docentes y estudiantes de tercer semestre, 2016-II; con la colaboración de los docentes Marlen Isabel Redondo Ramírez y Mauricio Trejos Trejos y la articulación de las asignaturas de Microeconomía y Contabilidad Financiera. Contactos: marlen.redondo@ucp.edu.co, mauricio.trejos@ucp.edu.co

** Docente Asociada I, Coordinadora del Colectivo. Contacto: gloria.salazar@ucp.edu.co

*** Estudiantes de tercer semestre de Negocios Internacionales, 2016-II. Contactos: luisa.silva@ucp.edu.co, shadday.henao@ucp.edu.co, valentina.lopez@ucp.edu.co

RESUMEN:

Este artículo es producto de un estudio colectivo realizado en el primer semestre lectivo del 2016, cuyo principal propósito fue describir la forma en que la estructura de mercado bajo competencia monopolística, incide en la determinación del punto de equilibrio de la empresa Espíritu Urbano. Lo anterior se logra a partir de una investigación descriptiva y una aproximación al estudio de caso. Se concluye que los aspectos que componen la estructura de mercado en competencia monopolística influyen directamente en la determinación del punto de equilibrio de la empresa, tanto en términos económicos como contables, toda vez que intervienen directamente en la determinación de los costos, ya sea de producción o de comercialización del producto final.

PALABRAS CLAVES:

Costos variables, equilibrio, empresas pereiranas, sector textil.

ABSTRACT:

This article is a product of the collective performed at the first academic semester of 2016. Whose main purpose is to describe the way in which the market structure under monopolistic competition, affects the determination of the equilibrium balance point of the company Espíritu Urbano. What was mentioned before can be achieved by a descriptive investigation and an approximation to the case, this permitted a contrastation between the theoretical approach realized, about the elements that constitute the market structure, equilibrium balance point and business reality. It can be concluded that the aspect that constitute the market structure under monopolistic competition, influence directly on the equilibrium balance point determination of the company on economic terms and accounting as well, all those aspects affect directly on the determination of costs either on production or commercializations.

KEYWORDS:

structure of market, monopolistic competition, variable costs, equilibrium point.

Clasificación JEL: D42

La dinámica del mercado cada vez impone más retos a las empresas que buscan permanecer de manera eficiente en él. Esta situación se manifiesta en las fuerzas de oferta y demanda y su influencia en los resultados económicos y financieros de dichas organizaciones. En esta misma línea, una de las estructuras de mercado que más demanda procesos de innovación por parte de las empresas es la competencia monopolística, que se constituye en un tipo de competencia imperfecta (Mankiw, 2012; Samuelson y Nordhaus, 2010). En esta estructura de mercado existe un solo vendedor, con control importante sobre numerosas empresas que venden productos similares, pero no idénticos.

La competencia monopolística exige que las empresas logren una diferenciación entre los productos o servicios que se ofertan en el mercado, a partir de elementos tales como la determinación de los precios. Sin embargo, permanecer en el mercado hace que en determinadas ocasiones el control que puede ejercer la empresa sobre esta variable sea limitado y que el mejoramiento del precio se logre en la medida en que la empresa desarrolle procesos de innovación (Fair, 1992[1989]).

Derivado de lo anterior, surge la pregunta que direcciona la realización de este estudio es: ¿Cómo la estructura de mercado desde una competencia monopolística, incide en la determinación del punto de equilibrio de la empresa? Este problema de investigación involucra elementos de microeconomía y contabilidad, lo que contribuye en la formación del futuro negociador internacional, para que sea competente en el mercado y en su ejercicio profesional.

El estudio busca contrastar los conceptos de estructura de mercado, competencia monopolística y determinación del punto de equilibrio en el contexto empresarial, específicamente en la organización *Espíritu Urbano*. Se opta por un tipo de investigación descriptiva, aplicada y una aproximación al estudio de caso, por medio de la participación de las asignaturas de microeconomía y contabilidad financiera.

Para responder a la pregunta central de investigación, se abordaron otros interrogantes que indagaban concretamente sobre aspectos relevantes de la organización elegida: ¿a qué sector pertenece?, ¿qué actividad desarrolla?, ¿a quién le produce o maquila?, ¿cuántas prendas produce?, ¿a qué estructura de mercado pertenece?

La técnica utilizada para la recolección de la información fue la entrevista y la contrastación con el referente teórico. Se logró constatar que la empresa pertenece a la estructura de mercado de competencia monopolista, dada la actividad específica que desarrolla.

APROXIMACIÓN TEÓRICA

La microeconomía se entenderá como:

el estudio de las elecciones que hacen los individuos y las empresas, la manera en que dichas elecciones interactúan en los mercados y la influencia que los gobiernos ejercen sobre ellas (Fair, 1992[1989] p. 11).

Trata el comportamiento de las unidades económicas individuales y cómo funcionan las industrias individuales que toman las decisiones: las familias y las empresas

independientes. También explora las decisiones que toman las empresas individuales y los consumidores; sus decisiones en cuanto a qué producir y cuánto cobrar, y la decisión de las familias en cuanto a compras (Fair, 1992[1989] p. 11).

En la economía existen distintos sectores productivos que conforman las divisiones de la actividad económica, que a su vez están relacionadas con el tipo de proceso de producción que desarrollan las organizaciones. Estos sectores son el primario, el secundario y el terciario; este trabajo concentró la atención en el sector secundario, puesto que es el sector al que pertenece la empresa, dedicada a la fabricación de textiles por pedido:

El sector secundario está vinculado a actividades artesanales y de industria manufacturera. A través de estas actividades se transforman productos del sector primario en nuevos productos. Asimismo, está relacionado con la industria de bienes de producción, los bienes de consumo y la prestación de servicios a la comunidad (IPE, 2012).

En relación con el mercado, se refiere al lugar en donde las personas compran y venden bienes y servicios. En términos económicos, se asume como “(...) cualquier acuerdo que permite a compradores y vendedores obtener información y hacer negocios entre sí” (Parkin, 2008). En el mercado intervienen la oferta y la demanda: la primera se relaciona con los bienes y servicios que pueden ser deseados, se pueden pagar y se ha hecho un plan definido para comprarlo: “se refiere a la relación completa entre el precio de un bien y la cantidad demandada” (Parkin, 2008, p. 61).

Respecto a la demanda, corresponde a la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofertar. Esto significa que la empresa cuenta con los recursos y tecnología para producirlo, puede obtener un beneficio al hacerlo y ha elaborado un plan definido para desarrollar dicho proceso:

El termino oferta se refiere a la relación completa entre el precio de un bien y la cantidad ofrecida del mismo. La cantidad ofrecida de un bien o servicio es la suma que los productores planean vender durante un periodo determinado de tiempo (Parkin, 2008, p. 66).

En el juego de oferta y demanda se pueden producir situaciones de equilibrio de mercado, entendidas como momentos en que las fuerzas opuestas se compensan entre sí, es decir, en los mercados el equilibrio ocurre cuando el precio hace que los planes de compradores y vendedores concuerden entre sí. El precio de equilibrio es el precio en el cual la cantidad demandada es igual a la cantidad ofrecida; esto lleva a que “la cantidad de equilibrio corresponda a la cantidad comprada y vendida al precio de equilibrio”. (Fair, 1992 [1989]).

De igual forma, esta dinámica de oferta y demanda da origen a la estructura de mercado, comprendida como la forma de organización del mercado, según el grado de competencia existente, que depende no solo del número de empresas y su tamaño, sino también de cómo se comporta. Dicha estructura, se clasifican básicamente en dos: competencia perfecta y competencia imperfecta (Financiera, 2016; Juárez, 2016).

La competencia perfecta surge cuando la escala eficiente mínima de un solo productor es pequeña en relación con la demanda del bien o servicio. Esto corresponde a la cantidad de producción más pequeña en la que el costo promedio a largo plazo alcanza su nivel más bajo; cuando sucede que la escala eficiente mínima de una empresa es pequeña, en relación con la demanda de mercado, hay espacio para muchas empresas en una industria. De igual forma, la competencia perfecta surge si se percibe que cada empresa produce un bien o servicio que no tiene características únicas, de tal manera que a los consumidores no les importa a qué empresa comprarle (Parkin, 2008, p.240).

Por su parte, la competencia imperfecta se asume como “una industria donde las empresas aisladas tienen cierto control sobre los precios y la competencia; las industrias imperfectamente competitivas dan origen a la asignación ineficiente de los recursos”. (Fair, 1992 [1989], p.353).

En esta categoría se puede encontrar el oligopolio, que hace referencia a pocos vendedores y se entiende como “una industria dominada por unas cuantas empresas que, en virtud de su tamaño individual, son lo bastante grandes para influir en el precio del mercado” (Fair, 1992 [1989], p.409).

Otra estructura de mercado que se ubica en la competencia imperfecta es el duopolio, que corresponde “al mercado donde existen dos vendedores y muchos compradores y donde coexisten barreras que impiden a nuevas empresas entrar en el mercado”. (Parkin, 2008).

Una tercera estructura es el monopolio, palabra que surge de la palabra griega

mono, que significa *uno* y *polista*, asumido como *vendedor* (Samuelson y Nordhaus, 2010, p.175). Esto significa que “es una industria compuesta por una sola empresa que produce un producto para el cual no existen sustitutos cercanos y la cual cuenta con importantes barreras para evitar que empresas nuevas entren a la industria” (Fair, 1992 [1989], p.353).

De lo anterior surge la competencia monopolística, en la que existe un gran número de oferentes y demandantes, se presentan pocas barreras de entrada o salida y no existe un control total sobre el precio del bien o servicio. Sin embargo, el producto es diferenciado (a veces debido a las marcas o la publicidad), por lo que se produce un cierto grado de control sobre el precio por parte del oferente (...) las empresas compiten con base en la calidad del producto, el precio y las actividades de marketing” (Parkin, 2008, p.286).

Lo anterior invita a dirigir la atención a la empresa, que se comprende como todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes o servicios que, al ser vendidos, producirán una renta que beneficia al empresario, a los estados y a la sociedad en general.

Uno de los componentes disciplinares necesarios para el buen funcionamiento de las Pymes lo constituye la contabilidad:

La Contabilidad es una ciencia de naturaleza económica cuyo objeto es el conocimiento pasado, presente y futuro de la realidad económica en términos cuantitativos a todos los niveles organizativos, mediante métodos específicos apoyados en bases suficientemente contrastadas a fin de elaborar

una información que cubra las necesidades financieras externas y las de planificación y control internas (Cañibano, 1975).

La Contabilidad identifica, evalúa, registra y produce cuadros-síntesis de información. La contabilidad tiene como principal misión el proporcionar una información adecuada y sistemática del acontecer económico y financiero de las empresas”; “(...) Es la ciencia que estudia el patrimonio en sus aspectos estático y dinámico, cualitativo y cuantitativo, empleando diversas técnicas para registrar los hechos económico-financieros (Sánchez, 2008).

La contabilidad se divide de diferentes maneras, dependiendo de sus objetos de estudio. De manera clásica, se clasifica en contabilidad financiera y contabilidad analítica: la primera se encarga de los procesos de aprovisionamiento, comercialización y cobro; la segunda se centra en el proceso de producción de una empresa (Carrasco, 2010, p.22).

Otra clase de contabilidad que reviste gran importancia para la empresa es la contabilidad de costos. Pertenece a una rama de la contabilidad de gestión; se relaciona fundamentalmente con la acumulación y el análisis de la información de costos para uso interno por parte de los gerentes, en la valuación de inventarios, la planeación, el control y la toma de decisiones. Es además la que sintetiza y registra los costos de los centros fabriles, de servicios y comerciales de una empresa, con el fin de que puedan medirse, controlarse e interpretarse los resultados de cada uno de ellos a través de la obtención de costos unitarios y totales en progresivos grados de análisis y correlación.

Entre los objetivos de la contabilidad de costos se distinguen los siguientes: evaluar la eficiencia en cuanto al uso de los recursos materiales, financieros y de la fuerza de trabajo que se emplean en la actividad; servir de base para la determinación de los precios de los productos o servicios; facilitar la valoración de posibles decisiones a tomar que permitan la selección de aquella variante que brinde el mayor beneficio con el mínimo de gastos; y analizar los costos de cada subdivisión estructural de la empresa a partir de presupuestos de gastos que se elaboren para ello, entre otros. (González, 2008).

Entre los principales aportes del costo, en especial bajo el costeo variable, se distingue el punto de equilibrio, esto es, el volumen de ventas que debe realizar una empresa para sostener el negocio sin ganar ni perder. Es cuando la utilidad de la empresa es cero, es decir, que los costos y gastos fijos son iguales al margen de contribución. En resumen, el punto de equilibrio “es el mínimo de ventas que debe realizar la empresa para no perder dinero, o el nivel de actividad donde los ingresos igualan a los costos” (García, 2009).

Su fórmula es:

$$PE \$ = \text{Costos fijos} / [1 - (\text{Costos variables} / \text{Ventas totales})]$$

El punto de equilibrio es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentaje y unidades; además, muestra la magnitud de las utilidades o pérdidas de la empresa cuando las ventas exceden o caen por debajo de este punto, de tal forma que es un punto de referencia a partir

del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decrecimiento ocasionará pérdidas.

Para la determinación del punto de equilibrio se debe, en primer lugar, conocer los costos fijos y variables de la empresa. Estos últimos son aquellos que cambian en proporción directa con los volúmenes de producción y ventas; por ejemplo: materias primas, mano de obra a destajo, comisiones, etc. El resultado obtenido se interpreta como las ventas necesarias para que la empresa opere sin pérdidas ni ganancias. Si las ventas del negocio están por debajo de esta cantidad, la empresa pierde; y por arriba de la cifra mencionada, son utilidades para la empresa.

METODOLOGÍA

Para el desarrollo del presente trabajo y con el fin de dar respuesta al problema y objetivo planteados se diseñó una investigación de corte cualitativo, con un alcance de investigación descriptiva y aplicada. La técnica para recolectar la información fue la entrevista semiestructurada (Tamayo, 1999, p. 44). El estudio tiene un enfoque deductivo, porque busca "(...) analizar de lo particular a partir de lo general; en leer una situación concreta específica con la ayuda de una matriz teórica general preestablecida." (Aktouf, 2001, p. 35).

La unidad de análisis de esta investigación es la empresa Espíritu Urbano, una empresa dedicada al sector textil ubicada en el departamento de Risaralda, Dosquebradas. Es una empresa unipersonal activa con NIT 9002238244 y se constituyó el 21 de mayo de 2008.

Se han utilizado fuentes secundarias; se pretende usar fuentes primarias por medio de las visitas realizadas a la empresa, las entrevistas y las fuentes de información directa que concede la empresa.

RESULTADOS

Espíritu Urbano E.U. está ubicada en la Calle 8 19-140 Barrio Japón, Dosquebradas, Risaralda. Su misión es Generar trabajo digno, impactando en forma positiva y sostenible la vida de los empleados y la productividad de la organización.

En virtud de lo anterior, la empresa está dedicada a la elaboración de prendas de vestir de dama, caballero y adolescentes. En sus diseños, procura impregnar las nuevas tendencias del mundo de la moda, satisfaciendo así a sus clientes en calidad, precio y moda.

Su visión es ser reconocidos para el 2016 por su calidad, desarrollo e innovación de sus productos, así como la satisfacción por su impacto social en el cliente interno y externo, proveedores y accionistas.

Los principios y valores que distingue a la empresa son: elaborar prendas de vestir con eficiencia y productividad, tener niveles estándares de calidad, ofrecer desde productos básicos hasta productos de moda, investigar acerca de los sistemas de producción del sector y desarrollar mejoras continuas en la empresa.

La empresa Espíritu Urbano EU maquila para Eva Castillo, Laxo, entre otras marcas y distribuye sus productos por pedidos a la Compañía Comercial Universal S.A.,

Surtitodo, en sus 18 tiendas y Único Outlet, principalmente en Medellín.

En su sede administrativa cuenta con cien empleados, tiene siete sedes de confección con empleados indirectos; así mismo, tres plantas de corte y tres de presentación. Su nivel de producción depende de la temporada: oscila entre 57 mil y 60 mil prendas mensualmente.

Se logró determinar que la empresa Espíritu Urbano EU pertenece a la estructura de mercado de competencia monopolista, dada la actividad económica a la que se dedica, en competencia con otras de la región.

CONCLUSIONES

Estar en un mercado de competencia monopolística para una empresa es complicado, pues debe estar en constante innovación y mejoramiento de sus productos en calidad y precio. Para una empresa como Espíritu Urbano EU, mantenerse en esta estructura es difícil ya que debe presentarse atractiva a sus clientes de manera permanente, lo que significa que al ser una maquiladora debe mantener su producto en óptimas condiciones y en constante innovación para que la imagen de la distribuidora no se vea afectada, perdiendo así clientes y protagonismo en el mercado de la región.

El punto de equilibrio permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentaje o unidades. La contabilidad es de suma importancia para la determinación del punto de equilibrio y la estructura de mercado de la empresa. La economía es, al igual que la contabilidad, una herramienta indispensable en el mundo empresarial.

Caracterizar cómo la estructura de mercado de Espíritu Urbano incide en su punto de equilibrio no fue posible, puesto que la empresa no pudo facilitar esta información, dados sus protocolos internos de seguridad.

REFERENCIAS

Aktouf, O. (2001). *La metodología de las ciencias sociales y el enfoque cualitativo en las organizaciones*. Cali: Universidad del valle.

Baena, E., Zanchez, J. J. y Suárez., O. (octubre de 2003). *Universidad Tecnológica de Pereira*. Disponible en <http://revistas.utp.edu.co/index.php/revistaciencia/article/view/7429/4439>

Cañibano, L. (1975). *Teoría actual de la contabilidad*. Bogotá: Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas.

González, H. (12 de septiembre de 2008). *Gerencie.com*. Disponible en <http://www.gerencie.com/generalidades-de-la-contabilidad-y-sistemas-de-costos.html>

Carrasco, R. (2010). *Contabilidad Financiera. Teoría y ejercicios prácticos*. Valencia: Tirant lo Blanch.

Fair, K. (1992[1989]). *Fundamentos de Economía* (2ª Edición ed.). México: Prentice Hall.

Financiera, E. (2016). *Enciclopedia Financiera*. Disponible en <http://www.encyclopediainanciera.com/mercados-financieros/estructura-de-los-mercados.htm>

García S., O. (2009). *Administración Financiera Fundamentos y Aplicaciones*. Cali: Prensa Moderna Impresores S.A.

García, O. (1991). *Administración financiera-fundamentos y aplicaciones*. Oscar Leon Garcia .

IPE. (2012). *Instituto Peruano de Economía*. Disponible en <http://www.ipe.org.pe/content/sectores-productivos>

Juárez, L. A. (2016). *Eumed*. Disponible en <http://www.eumed.net/coursecon/libreria/2004/apj/1j.htm>

Mankiw, N. (2012). *Principios de Economía*. México: CENGAGE Learning.

Parkin, M. (2008). *Economía* (8ª ed.). Ontario: Pearson Education.

ProgramadeTransformaciónProductiva(s.f.). *ProgramadeTransformaciónProductiva*. Disponible en <https://www.ptp.com.co/contenido/contenido.aspx?catID=744&conID=908>

Samuelson, P. y Nordhaus, W. (2010). *Microeconomía con aplicaciones a Latinoamérica*. México: Mc. Graw Hill.

Sánchez, P. (2008). *Contabilidad general* (6ª ed.). México: Mc Graw Hill.

Tamayo, M. (1999). *Aprender a investigar*. Santa Fe de Bogotá D.C: ICFES.