

UNIVERSIDAD
ICESI

Economía de las Organizaciones Sesión 5

Julio César Alonso C
jcalonso@icesi.edu.co
www.icesi.edu.co/~jcalonso
 Departamento de Economía
 Universidad Icesi

Copyright © Julio César Alonso Cifuentes, 2004. All rights reserved.

UNIVERSIDAD
ICESI

En la clase pasada vimos....

- Competencia Perfecta si:
 - Muchos compradores y vendedores
 - bienes + o – homogéneos
 - Libre entrada y salida del mdo
 - Firma produce una pequeñísima proporción del total de pn del mdo
 - Firma tomadora de precio

$P = CMg$

Regla para Max Utilidades

UNIVERSIDAD
ICESI

Decisión de Cierre a Corto Plazo

Costo

Q

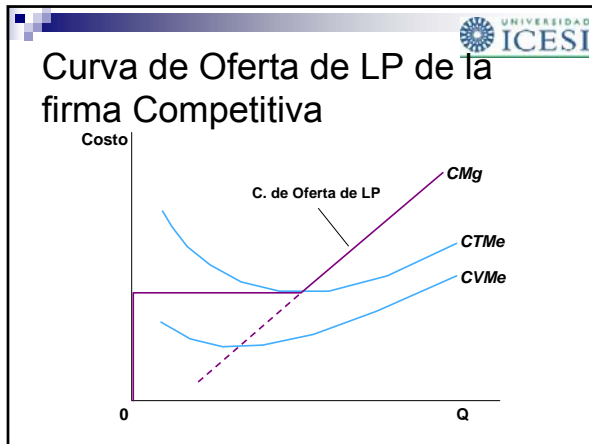
Oferta de CP

CMg

CTMe

CVMe

0



Además...

- En el largo plazo las Utilidades Econ. serán ...
-cero!!!

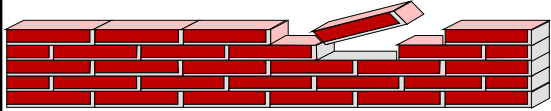
El Monopolio

- Una firma es considerada como monopolio si...
 1. Es la única vendedora en el mdo.
 2. El bien transado no tiene sustitutos cercanos
 3. La firma tiene "alguna" posibilidad de afectar los precios (Hacedora de precios)

UNIVERSIDAD
ICESI

¿Por qué aparece un Monopolio?

- La causa fundamental es la existencia de barreras a la entrada de nuevas firmas al mdo.



UNIVERSIDAD
ICESI

¿Por qué aparece un Monopolio?

- La barreras tienen 3 fuentes:
 - Propiedad de recursos importantes
 - Barreras Legales
 - Gran Economías de Escala (Monopolio Natural)



UNIVERSIDAD
ICESI

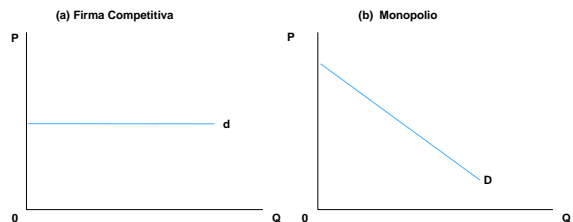
Monopolio vs Competencia Perfecta

- Monopolio
 - Único Productor
 - Demanda con pendiente ()
 - hacedora de precios
 - reduce el precio para aumentar ventas

Monopolio vs Competencia Perfecta

- Firma Competitiva
 - Una de muchos otros productores
 - Demanda horizontal (totalmente elástica)
 - Tomadora de Precio
 - Vende a un mismo precio

Monopolio vs Competencia Perfecta



Ingreso de una firma monopolista

- Ingreso Totales (IT) $IT = P \cdot Q$
- Ingreso Promedio (IMe) $IMe = \frac{IT}{Q} = \frac{P \cdot Q}{Q} = P$
- Ingreso Marginal (IMg) $IMg = \frac{\Delta IT}{\Delta Q} \neq P$

Por ejemplo

Cantidad	Precio	Ingreso Total	Ingreso Medio	Ingreso Marginal
Q	P	$IT=P \times Q$	$IME=TR/Q$	$IMg=\Delta IT/\Delta Q$
0	\$11	\$ 0	—	—
1	10	10	\$10	\$10
2	9	18	9	8
3	8	24	8	6
4	7	28	7	4
5	6	30	6	2
6	5	30	5	0
7	4	28	4	-2
8	3	24	3	-4

El Ingreso Marginal de un Monopolista

- Para un monopolista, el IMg siempre es menor que el precio.
 - La curva de demanda tiene pendiente ()
 - Cuando un Monopolio baja el P para vender una unidad más, ...
 - ...el Ingreso recibido de las unidades previas también cae.

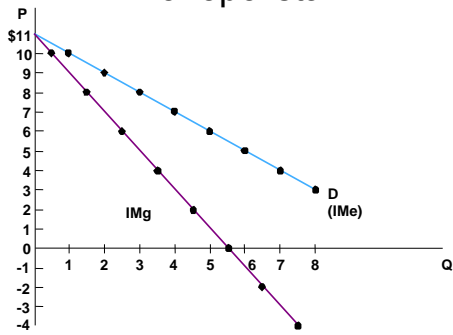
El Ingreso Marginal de un Monopolista

- Cuando un monopolista aumenta sus ventas ...
- ...existen 2 efectos sobre los IT ($P \times Q$).
 - El efecto producto — más producto es vendido (Q es mayor)
 - El efecto Precio — P cae, para vender la mayor cantidad.

El Ingreso Marginal de un Monopolista

Gráficamente....

El Ingreso Marginal de un Monopolista



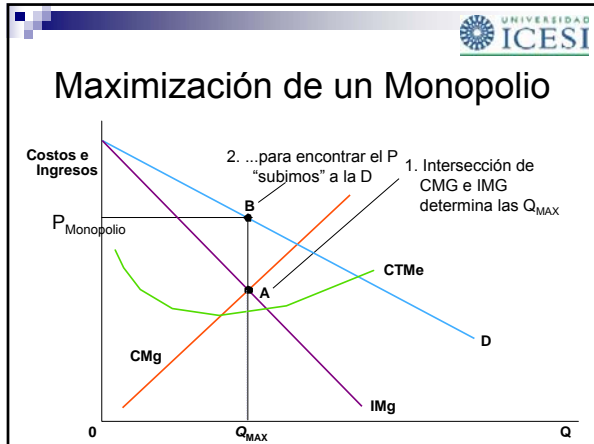
Regla de Max de Utilidades para un Monopolista

- Producir Q tal que:

$$IMg = CMg$$

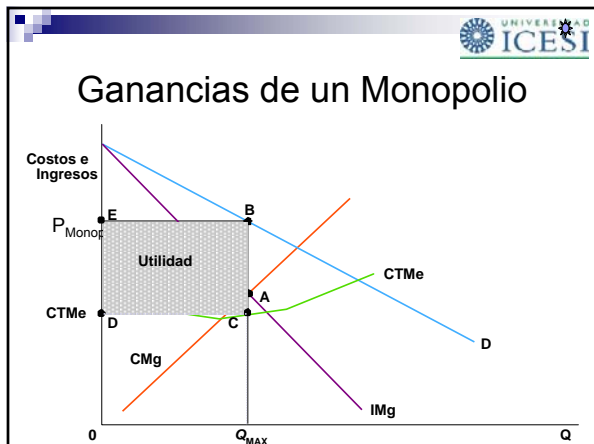
Regla para Max Utilidades

- Y usar la función de demanda para encontrar el precio al cual puede vender esa cantidad.



Monopolio vs Competencia Perfecta

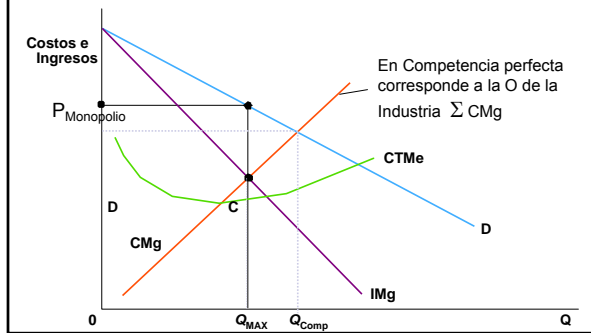
- Para una firma *competitiva*,
 $P = IMg = MC$
- Para un *monopolio*, el precio excede el CMg.
 $P > IMg = MC$



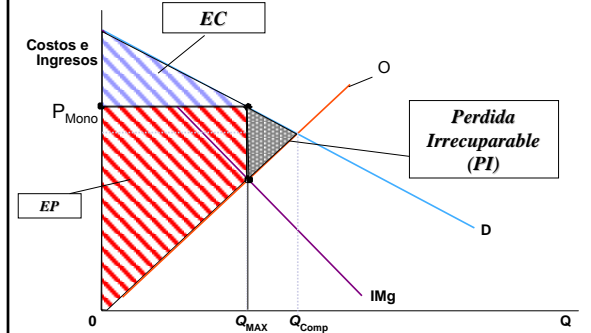
Costos Sociales de los Monopolios

- Un monopolio lleva a una distribución ineficiente de recursos, pues...
- Produce menos Q que la industria competitiva.

Costos Sociales



Costos Sociales



Políticas Públicas Respecto a los Monopolios

- El Gob. Puede responder al problema del monopolio de 4 formas:
 - Hacer las industrias monopólicas más competitivas
 - Regular el monopolio (precios y/o cantidades)
 - Convertir en públicos los monopolios privados
 - No hacer nada



Discriminación de Precios

- **Discriminación de Precios** es la práctica de vender el mismo bien adiferentes precios a diferentes consumidores.
 - Imposible en un mdo competitivo
- Aumenta las ganancias del monopolio

Ej. de Discriminación de Precios

- Entradas a Cine
- Tiquetes Aéreos
- Cupones de descuento
- Descuentos por Cantidad



Monopolio - Conclusiones

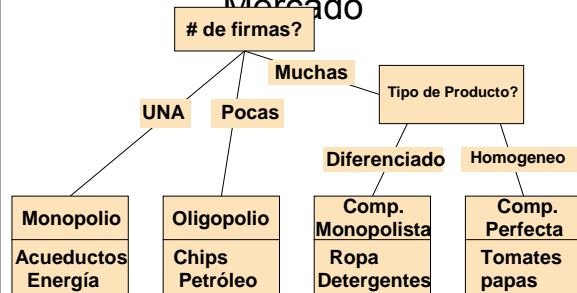
- Un monopolio max utilidades cuando $CMg=IMg$
- Para el Monopolio $IMg \neq P$, de hecho $IMg < P$

Monopolio - Conclusiones

- El monopolista produce menos unidades de pn que la industria bajo competencia perfecta (ceteris paribus)
- El monopolista puede aumentar sus Utilidades discriminando precios.


*

Diferentes estructuras de Mercado






Competencia Monopolística



Competencia Monopolística

- Mdo que tiene algunas características de la competencia perfecta y algunos del monopolio.



Características de la Comp. Monopolística

- Muchos vendedores
- Productos Diferenciados
- Libre entrada y salida al Mdo

Muchos vendedores

- Existen muchas firmas compitiendo por el mismo grupo de clientes.
➤ Ej: libros, CDs, juegos de PC, restaurantes, etc.

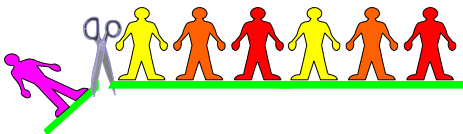


Diferenciación de Producto

- Cada firma produce un artículo que es “un poco” diferente de aquellos de la competencia.
- Cada firma enfrenta una curva con pendiente (-)

Libre Entrada y Salida

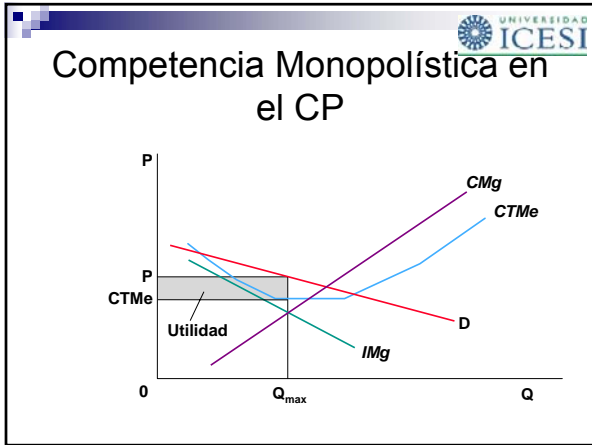
- Firmas pueden entrar o salir del mdo sin restricción...
- Así, el # de firmas en el mdo se ajustará hasta que las ganancias sean cero

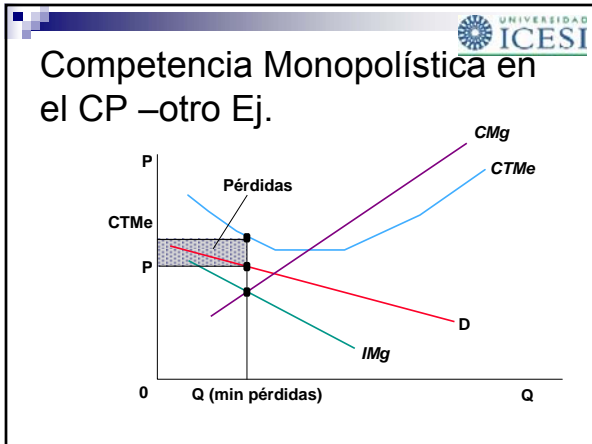



UNIVERSIDAD
ICESI

Competencia Monopolística en el CP

- Regla para max utilidades:
 - Producir la cantidad donde $IMg = CMg$.
 - Precio debe ser superior al CTMe









Competencia Monopolística en el CP

- Las utilidades de CP incentivan nuevas firmas a entrar al mdo.
- Entonces:
 - Aumenta # de productos ofrecidos.
 - Reduce la D de cada firma.



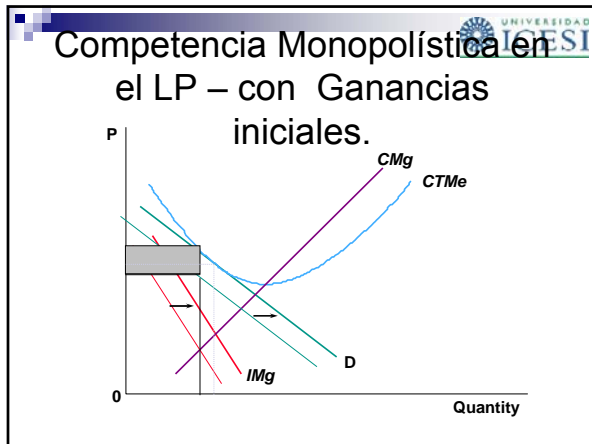
Competencia Monopolística en el CP

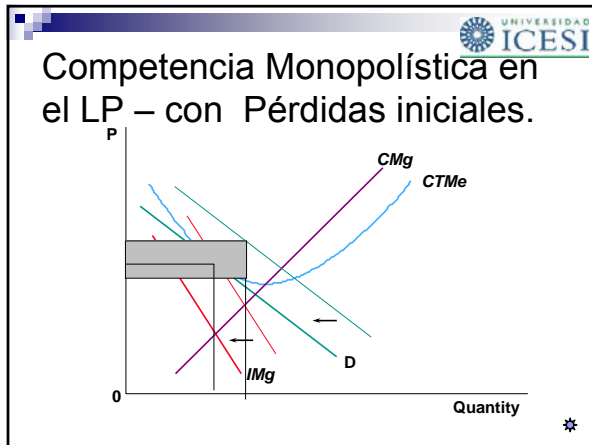
- Pérdidas de CP hará que firmas salgan del mdo (cuando puedan)
- Entonces:
 - Decrece el # de productos ofrecidos
 - Aumenta la D de cada firma



El equilibrio de LP

- Firmas entrarán y saldrán del mercado hasta que las ganancias (econ) sean cero.





UNIVERSIDAD ICESI

Competencia Monopolística

- Competencia Monopolística
- Menor producción que una industria en competencia perfecta

*

Publicidad y Marcas (Brand Names)

- Diferenciación de producto implica la necesidad de publicidad y diferenciar marcas.

Conclusiones – Comp. Monop.

- Mdos de Comp. Mon. se caracterizan por:
- Muchos productores c/u produciendo bienes parecidos pero no iguales.
- No hay barreras a la entrada
- Regla para max Utilidades $CMg = IMg$
- En LP Utilidad = 0
- Diversificación de producto implicará publicidad

Conclusion

- In long-run equilibrium, monopolistically competitive markets produce with some excess capacity and each firm charges a price above marginal cost.



OLIGOPOLY

UNIVERSIDAD
ICESI

Oligopolio


- Pocos vendedores, c/u ofreciendo productos similares
- Dado que son pocos vendedores...
- Las acciones de un vendedor afectan a los demas vendedores de forma directa....

- Necesitamos herramientas diferentes para analizar este problema....
- Teoría de Juegos.


UNIVERSIDAD
ICESI


El Dilema de Prisionero

		Persona #1	
		C	NC
Persona # 2	C	5 años, 5 años	Libre, 10 años
	NC	10 años, Libre	2 años, 2 años


El Dilema de Prisionero 


		Persona #1	
		C	NC
Persona #2	C	5 años, 5 años	Libre, 10 años
	NC	10 años Libre	2 años, 2 años




El Dilema de Prisionero 

		Persona #1	
		C	NC
Persona #2	C	5 años, 5 años	Libre, 10 años
	NC	10 años Libre	2 años, 2 años



El Dilema de Prisionero 

		Persona #1	
		C	NC
Persona #2	C	5 años, 5 años	Libre, 10 años
	NC	10 años Libre	2 años, 2 años



UNIVERSIDAD
ICESI

El Dilema de Prisionero

		Persona #1	
		C	NC
Persona #2	C	5 años, 5 años	Libre, 10 años
	NC	10 años Libre	2 años, 2 años

UNIVERSIDAD
ICESI

Equilibrio de Nash

- **Equilibrio de Nash**
 - Situación en la que los actores económicos escogen su mejor estrategia dada la mejor estrategia de los demás.

UNIVERSIDAD
ICESI

Oligopolios como un Dilema del Prisionero

- La T. de juegos nos permite estudiar los comportamientos estratégicos de empresas... o países...

Un ejemplo

		Iraq	
		Producción Alta	Producción Baja
Iran	Producción Alta	\$40 B para c/u	Iraq \$30 B Iran \$60 B
	Producción Baja	Iraq \$60 billion Iran \$30 billion	\$50 B para c/u



Otro Ejemplo

		Marlboro	
		Hacer Publicidad	No Hacer
Camel	H Publ.	\$3 B c/u	Marlboro \$2 B Camel \$5 B
	No hacer	Marlboro \$5 B Camel \$2 B	\$4 B c/u

Resultados de los Duopolios

- Los Duopolistas pueden ponerse de acuerdo para actuar como un duopolista.
 - ↗ Colusión
 - ↓ Las 2 firmas acuerda las Q y el P
 - ↗ Cartel
 - ↓ Las 2 firmas se unen y actúan como si fueran una sola.