

MERCADOS NO COMPETITIVOS

FALLAS DE MERCADO

Roberto González
ITAM

Monopolio

Supuestos

- Solo hay 1 empresa en ese mercado
- No hay sustitutos *cercanos* para el bien que vende esa empresa
- La entrada de empresas competidoras es *demasiado complicada* (imposible, pues)
- Empresa **conoce la demanda** y **elige el precio**

Fuentes de poder monopólico

Economías de Escala

Una empresa experimenta economías de escala cuando, en el largo plazo, el costo promedio de producción disminuye conforme aumenta la cantidad.

- Gas
- Agua
- Electricidad

Fuentes de poder monopólico

Costos hundidos altos - Monopolios Naturales

- Gas
- Agua
- Electricidad

Fuentes de poder monopólico

Localización de la Empresa (o el mercado)

- Comida en los estadios/conciertos
- Asiento de un vuelo en particular
- Abarrotes en pueblos pequeños

Fuentes de poder monopólico

Acceso exclusivo a materias primas

Hay empresas que poseen ciertos inputs particulares que son imposibles de replicar (patentes)

- Apple
- Tesla
- Motores de coches

Fuentes de poder monopólico

Restricciones del Gobierno

El gobierno puede decidir crear monopolios en ciertos mercados

- Telecomunicaciones
- Taxis en el aeropuerto de Mérida

Modelo de Monopolio

¿Cuánto decide producir la empresa?

- Antes:
 - Observa el precio de mercado
 - Iguala ingreso marginal a costo marginal para elegir q^s
 - Produce y vende q^s en el mercado
- Ahora:
 - Observa la demanda de mercado Q^d
 - Elige $q^s = Q^s$ igualando ingreso marginal a costo marginal
 - Una vez que eligió Q^s , observa la demanda y cobra el precio que corresponda a la cantidad Q^s

Ingreso total y Elasticidad

En los modelos de monopolio la **elasticidad** de la demanda es **muy** importante.

El monopolista conoce qué tanto las consumidoras quieren el bien que vende.

En el óptimo, el monopolista pone un precio que cubre sus costos marginales y le suma un **markup**, cuya magnitud depende de la elasticidad

Ingreso total y Elasticidad

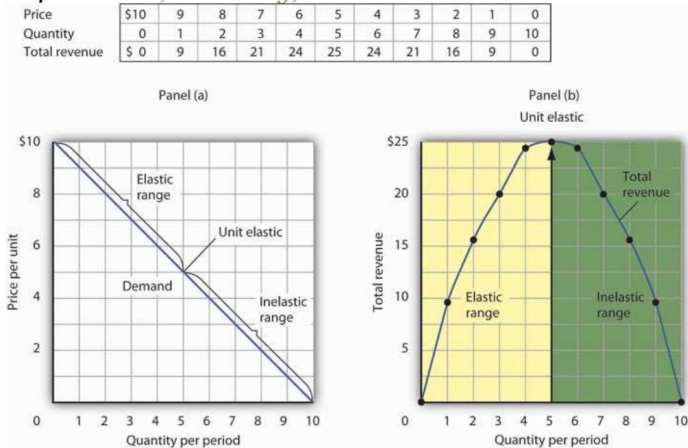
1

$$Q^d = 10 - P$$

¹En la siguiente slide hablar de precio y costos

Ingreso total y Elasticidad

Figure 10.4 *Demand, Elasticity, and Total Revenue*



Source: Rittenberg et al., Principles of Microeconomics

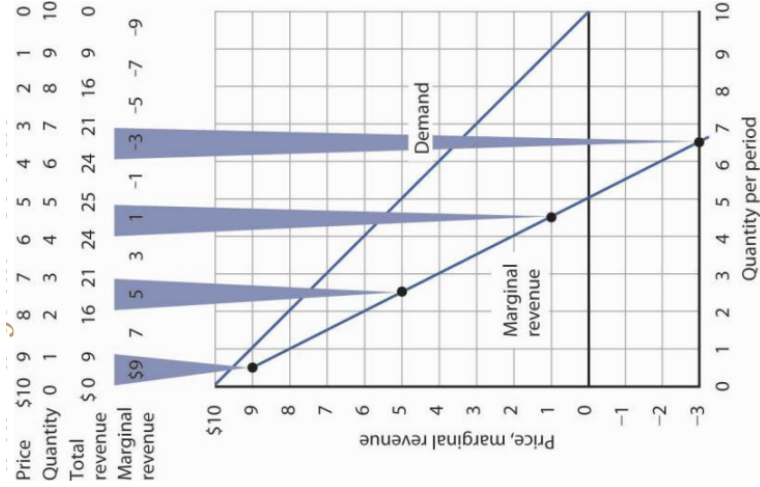
Ingreso total y Elasticidad

Una empresa monopolista **siempre** elige cantidades en la **parte ELÁSTICA** de la demanda

Otra cosa importante...

Hablamos de dónde se maximiza el **ingreso**, pero lo que le interesa maximizar a la empresa son las **ganancias**, o sea, Ingreso - Costo

Demanda e Ingreso Marginal



Source: Rittenberg et al., Principles of Microeconomics

Ingreso Marginal y Elasticidad

$$\frac{\Delta Revenue}{\Delta Q} > 0 \implies |\varepsilon_{Q,P_Q}| > 1$$

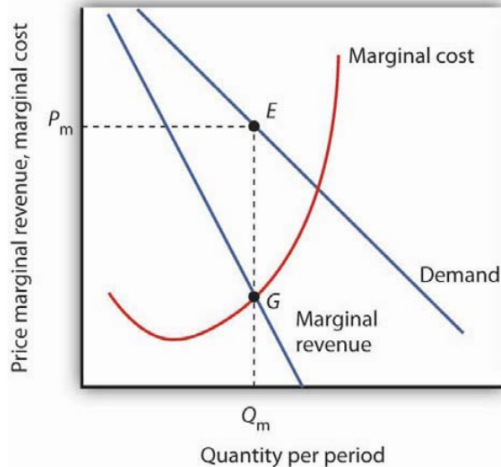
$$\frac{\Delta Revenue}{\Delta Q} = 0 \implies |\varepsilon_{Q,P_Q}| = 1$$

$$\frac{\Delta Revenue}{\Delta Q} < 0 \implies |\varepsilon_{Q,P_Q}| < 1$$

Equilibrio en Mercados con Monopolio

Equilibrio: $IMg = CMg$

Figure 10.6 The Monopoly Solution



Source: Rittenberg et al., Principles of Microeconomics

Pasos para obtener equilibrio en monopolio

1. Obtener demanda de mercado
2. Calcular ingreso marginal y costo marginal
3. Elegir cantidad a producir viendo valor de Q donde $IMg = CMg$, la llamamos Q^M
4. Elegir el precio viendo, en la curva de demanda, qué precio corresponde a Q^M . Llamamos P^M a este precio
5. El equilibrio en este mercado es intercambiar Q^M unidades del bien a un precio de P^M

¿Cómo calculamos las ganancias de la monopolista?

2

Eficiencia, Equidad y Concentración de Poder

¿De dónde vienen las ganancias del productor?

- Para elegir Q^M el monopolista iguala $IMg = CMg$
- Y una vez elegida esa cantidad Q^M , observa cuánto puede cobrar de acuerdo a la demanda
- Esto hace que los consumidores consuman menos de lo que hubieran consumido en el equilibrio competitivo —y que hubiera sido eficiente.³

³Diferencia entre P^M y CMg

¿Por qué un monopolio puede causar desigualdad?

Hint: Si el precio de monopolio es mayor que el de equilibrio competitivo, ¿qué consumidores son los que pueden pagar el bien?

Pérdida en Bienestar Social

Concentración de Poder de Mercado

Ejemplo

- Uber & Cornershop

Argumentos usuales pro-competencia

- Mejor calidad
- Menores precios
- Innovación (nuevos productos)
-
-
-

Política Pública y Monopolios

- Tomar en cuenta: Equidad & Economías de Escala

Precios Máximos y Precios Mínimos

Precios Máximos como limitante al monopolio