

Economía I

Magistral 13: Competencia Imperfecta

Riottini Franco

Universidad de San Andrés



El problema de la firma

- Una vez que conocemos la demanda... ¿cómo se elige cuánto producir y el precio que cobrar?
- El problema principal de **toda** empresa es el de la maximización del beneficios
 - ▶ ¿Qué es el beneficio? $\text{Beneficio} = \text{Ingresos totales} - \text{Costos totales}$
 - ▶ ¿Qué es el ingreso total? El valor de la producción al precio ofrecido ($p \cdot q$)
 - ▶ ¿Qué es el costo total? Los costos por unidad, por la cantidad de unidades producidas ($c \cdot q$)

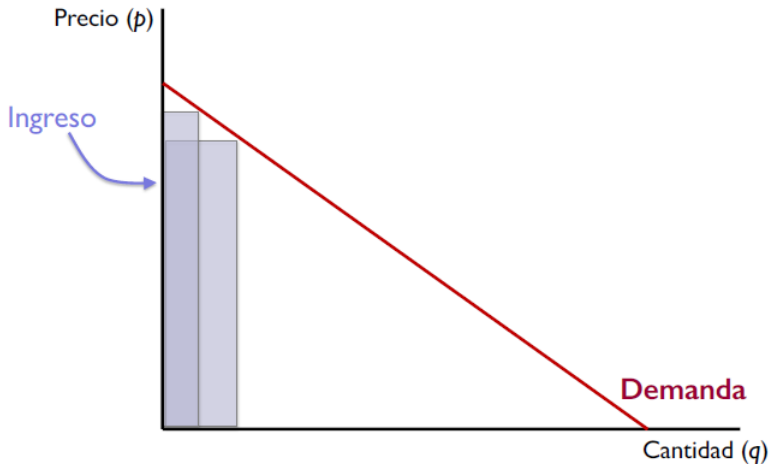
Monopolios

- Hay una única empresa que vende productos especializados tienen un alto poder de mercado.
 - ▶ Enfrentan poca competencia, tienen una demanda inelástica, y pueden fijar precio superior al costo marginal sin perder todos sus clientes.
 - ▶ Las barreras de entrada ayudan a generar rentas.
 - ★ Beneficios económicos por encima de los costos de producción.
 - ★ Por eso las barreras a la entrada ¡son el peor enemigo de los economistas (y de la sociedad)!
- En estos casos, en equilibrio encontramos una pérdida de peso muerto.
 - ▶ Tenemos entonces una falla de mercado.
 - ▶ Es decir, los mercados asignan recursos, sin competencia, en una forma no óptima.

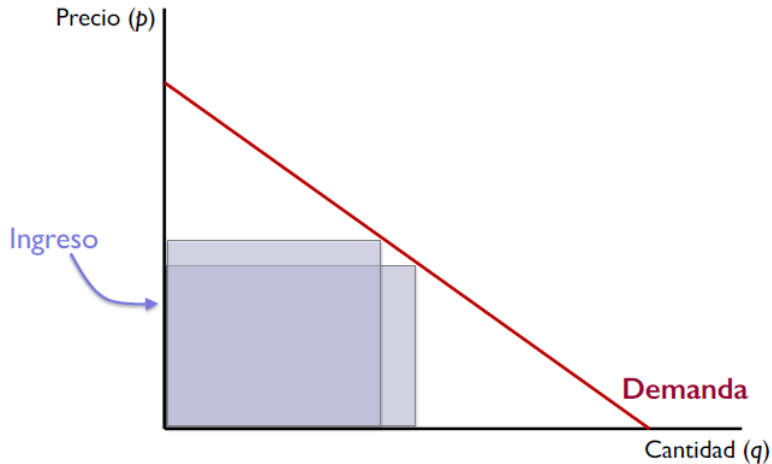
Mirando el ingreso total

- El concepto clave para la decisión del monopolista es el de ingreso marginal
 - ▶ Que es la variación en los ingresos totales al vender una unidad adicional.
 - ▶ Es el efecto neto de la disminución de los precios y el aumento de la cantidad vendida.
- La curva de demanda, veremos, nos determina ingresos marginales decrecientes
- ¿Cómo cambia el ingreso al aumentar la producción?
 - ▶ Ahora se vende una unidad más...
 - ▶ ...¡pero todas las vendo a un precio menor!

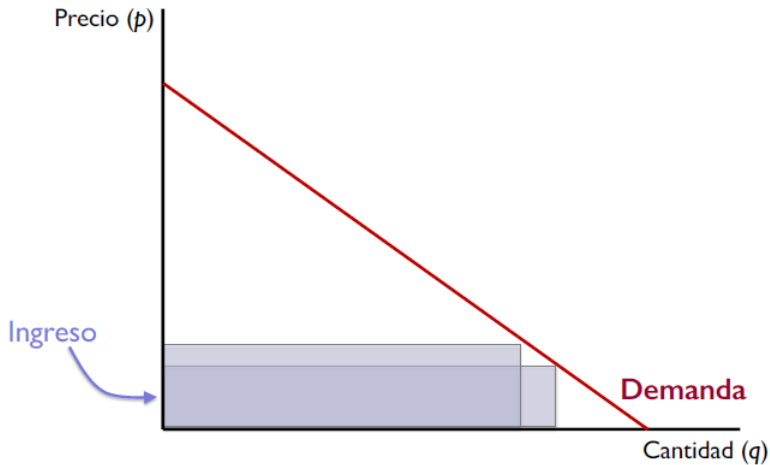
¿Cómo cambia el ingreso total?



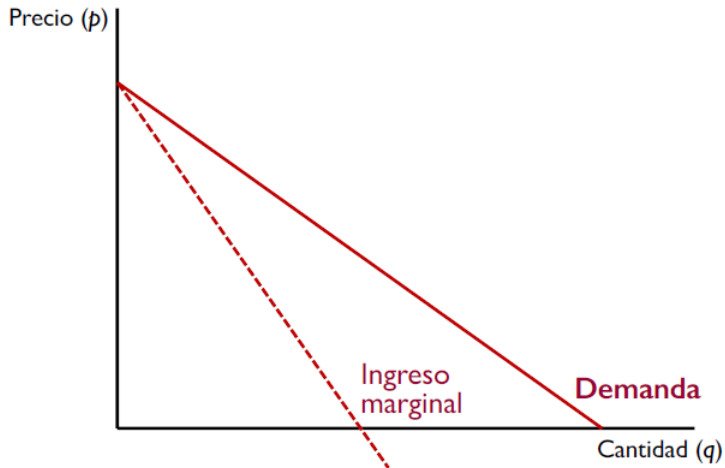
¿Cómo cambia el ingreso total?



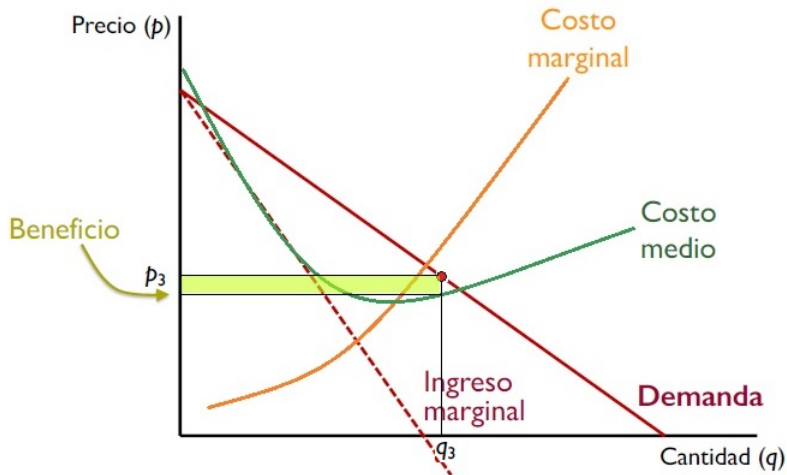
¿Cómo cambia el ingreso total?



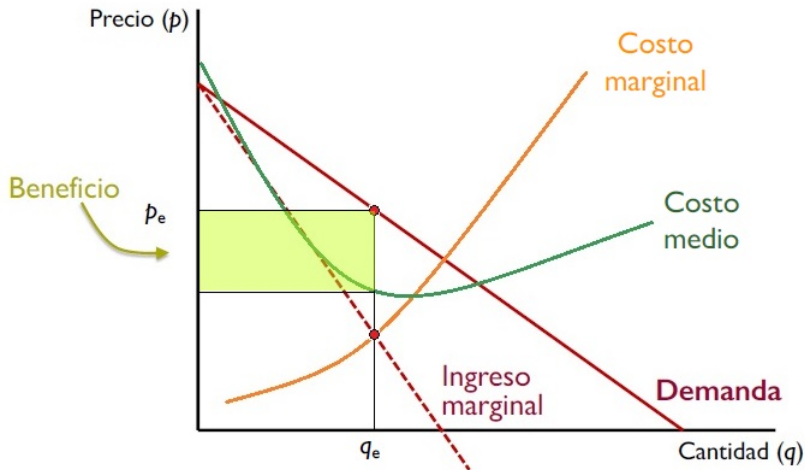
El ingreso marginal



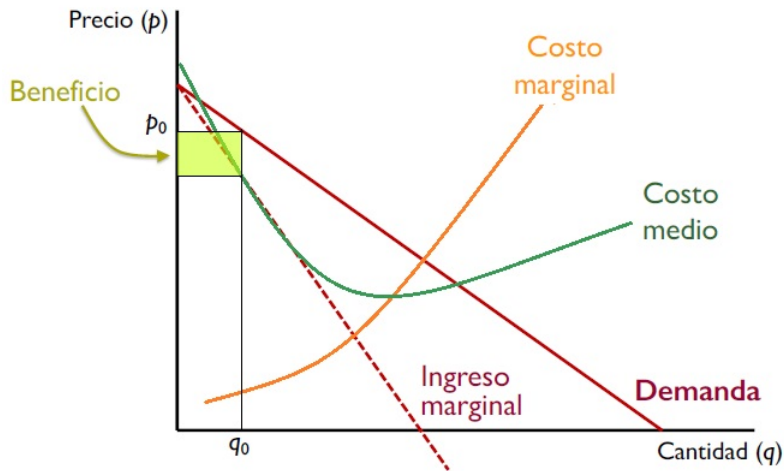
Costo e ingreso marginal



¿Cómo cambian los beneficios?



¿Cómo cambian los beneficios?



La lógica marginal

- El punto que maximiza el beneficio es donde la curva de IMg cruza la curva de CMg
- Recordemos que

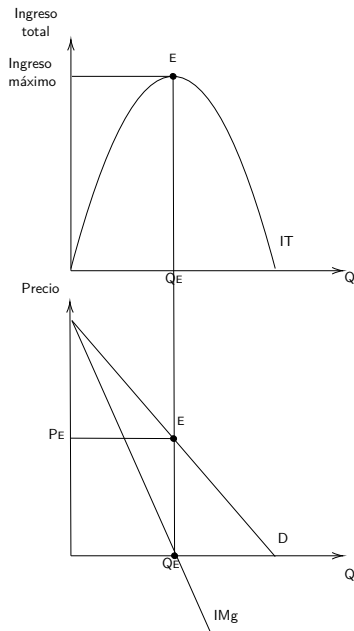
$$B = p \cdot q - C(q) = IT(q) - C(q)$$

- ▶ Para cualquier valor de q , el cambio del beneficio si q fuera aumentado en una unidad sería la diferencia entre el cambio en ingresos, y el cambio en costos:

$$\text{Beneficio marginal} = IMg - CMg$$

- ▶ Entonces:
 - ★ Si $IMg > CMg$ aumentando q se podrían incrementar los beneficios
 - ★ Si $IMg < CMg$ el beneficio marginal es negativo, con lo que sería mejor disminuir q para aumentar los beneficios

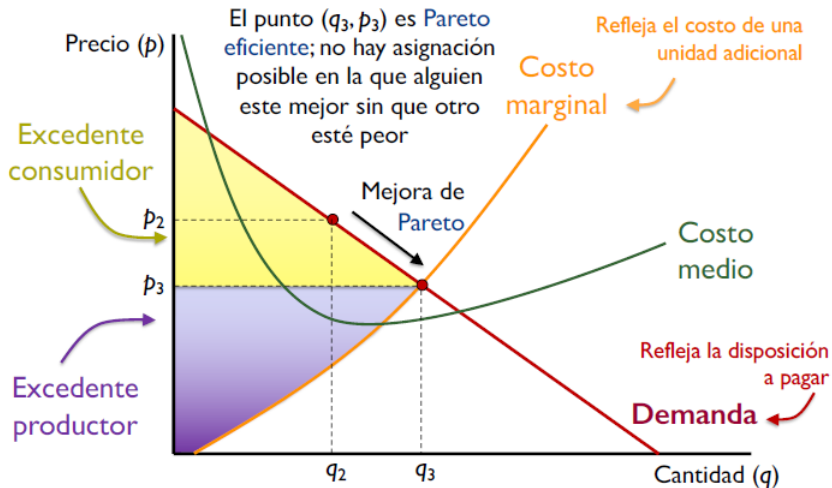
Maximización de beneficios



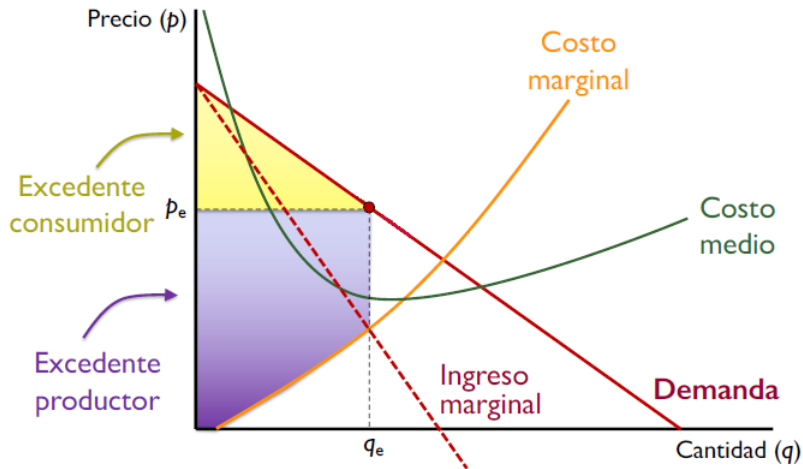
Excedentes y peso muerto

- Las ganancias totales del intercambio están determinadas por los excedentes de consumidores y productores
 - ▶ El excedente del consumidor
 - Diferencia entre disposición a pagar y precio de compra
 - ▶ Excedente del productor
 - Diferencia entre precio y costo de una unidad adicional
- Si no terminamos en una asignación Pareto eficiente tenemos una 'pérdida de peso muerto'
 - ▶ Pérdida de excedente total con respecto a una asignación eficiente de Pareto
 - Es decir, hay ganancias no explotadas del comercio

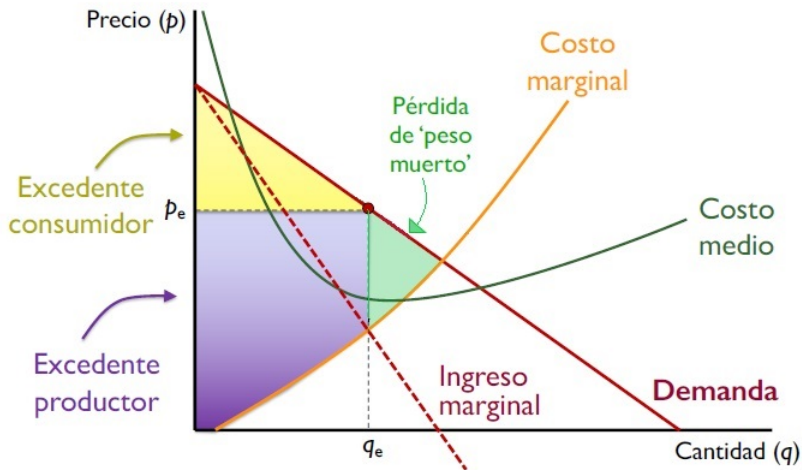
Eficiencia de Pareto



Cuando maximiza la firma



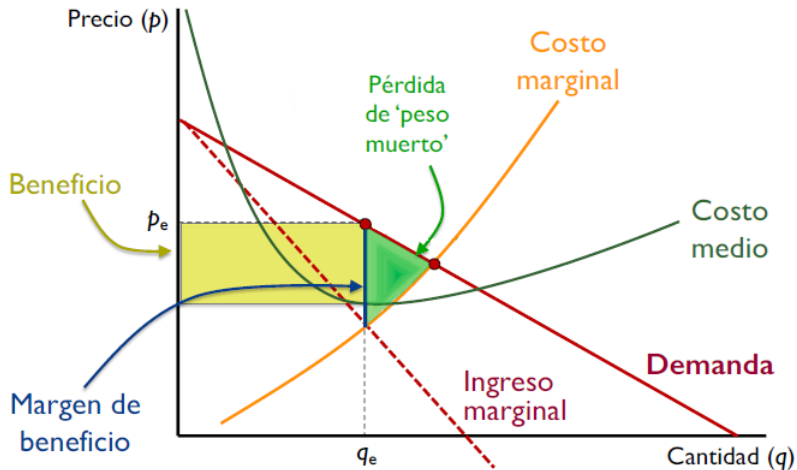
Pérdida de eficiencia



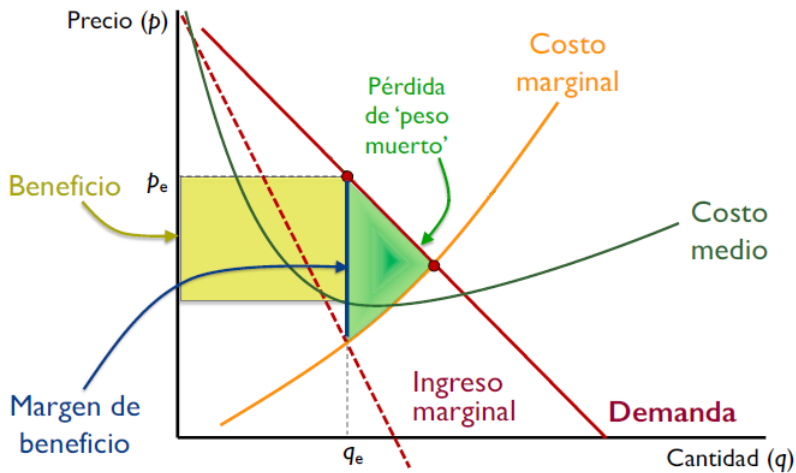
Elasticidad y maximización

- Claramente, la firma va a elegir un nivel de producción en la parte elástica de la demanda
 - ▶ Cuando en la parte inelástica, $IMg < 0$, con lo cual se puede estar mejor reduciendo la producción
- La elasticidad precio de la demanda afecta el margen de beneficio ($p - CMg$) de la empresa
 - ▶ Cuanto mas elástica es la curva, menos margen, y menor la pérdida de peso muerto
 - Pequeños cambios en precios \rightarrow gran diferencia en ventas
 - ▶ El markup (margen de ganancia como % del precio) es inversamente proporcional a la elasticidad precio de la demanda

Demanda más elástica



Demanda más inelástica



Poder de mercado

- El margen de beneficio de una empresa depende de la elasticidad de la demanda
 - ▶ Esta, a su vez se ve afectada por la competencia:
 - Demanda relativamente inelástica si hay pocos sustitutos.
 - Las empresas con poder de mercado tienen suficiente poder de negociación para fijar los precios sin perder clientes a los competidores.
- La política de competencia (antitrust), que limita el poder de mercado, puede beneficiar a los consumidores
 - ▶ Por ejemplo, cuando empresas se pueden agrupar en un cartel (poniéndose de acuerdo para mantener precios altos)

Ganando poder de mercado

- ¿Cómo aumentar el poder de mercado?
 - ▶ La innovación tecnológica permite diferenciar los productos
 - Una empresa que inventan un producto completamente nuevo pueden prevenir la competencia por completo a través de patentes o las leyes de copyright
 - ▶ Con la publicidad las empresas pueden atraer a los consumidores, alejándolos de la competencia y creando lealtad a la marca
 - Puede ser más eficaz que los descuentos en el aumento de la demanda de una marca
- Ambas tácticas pueden cambiar la curva de demanda que enfrenta la empresa

Monopolios naturales

- Hay casos en los cuales el poder monopolístico surge de características tecnológicas, de estructura de costos
 - ▶ Cuando el costo medio es decreciente
 - Economías de escala, altos costos fijos, o precios de factores que caen cuanto mas compra la empresa.
 - ▶ La empresa debe elegir un precio al menos igual al costo medio, que es más alto que el costo marginal
 - ¿Por qué?
- En estos casos tenemos un monopolio natural
 - ▶ En estos casos, en lugar de fomentar la competencia, el gobierno suele poner controles de precios o hacer estas empresas de propiedad pública

Casos ideales

Tomadores de precios Competencia Perfecta	Fijadores de precio Monopolio
Puede ser Pareto eficiente	Pareto ineficiente (pérdidas peso muerto)
No hay rentas económicas en el largo plazo	Rentas económicas tanto a largo como a corto plazo
Poca gasto en su publicidad	Firmas publicitan producto único
Pocos incentivos para la innovación porque porque otras van a copiar	Firmas invierten en IyD (tratan de evitar ser copiadas)

Competencia imperfecta

- La empresa típica se ubica en algún punto entre los casos extremos de la competencia perfecta y el monopolio
- Mercados de competencia imperfecta
 - ▶ Oligopolio: sólo hay pocos vendedores, cada uno de los cuales ofrece un producto idéntico o similar a los productos ofrecidos por otros vendedores
 - ▶ Competencia monopolística: existen numerosas empresas que venden productos similares, pero no idénticos porque logran diferenciarse

Determinantes de la concentración

- Costos
 - ▶ La existencia de economías de escala hace que solo sobrevivan en el mercado pocas empresas produciendo una gran parte de lo que demanda el mercado
- Barreras a la entrada
 - ▶ Cuando hay barreras a la entrada se bloquea el acceso para que otros empresas ingresen al mercado
- Interdependencia estratégica
 - ▶ Cuando las decisiones de una empresa dependen de las decisiones que toman otras empresas

Oligopolio

- Competencia entre unas pocas empresas.
- Obliga a las empresas a tener en cuenta las reacciones de las competidoras a las desviaciones de los precios de los niveles de producción.
- Se introducen consideraciones estratégicas en sus mercados.

¿Cómo compiten pocas empresas?

- Modelo de Cournot: las empresas eligen cantidades de manera simultánea.
- Modelo de Bertrand: las empresas deciden el precio que establecen y lo hacen de manera simultánea.
- Colusión: las empresas eligen precio o cantidad de manera simultánea pero coordinada, es decir, poniéndose de acuerdo. Ejemplo: OPEP y Beers.
- Modelo de líder y seguidores: en este caso la competencia es secuencial, es decir, una empresa líder decide primero y luego los seguidores observan la acción y eligen su respuesta. Por ejemplo, precios establecidos por Mc Donald's y Burger King. Las empresas pueden elegir precios o cantidades.

Cartel

- Es una organización de empresas independientes, que producen bienes similares.
- Trabajan conjuntamente para elevar los precios y restringir la producción.
- Se comportan como un monopolista.
- Colusión explícita versus colusión tácita.

Obstáculos para el cartel

- Son ilegales.
- Hay incentivos para romper los acuerdos
 - ▶ Cobrando un precio apenas más bajo, una empresa aumentando su participación de mercado y saca enormes beneficios.
 - ▶ Esto sucede porque la demanda individual es elástica.

El caso de las cementeras

Home

Multa millonaria contra cinco cementeras por cartelización

Las principales firmas y la cámara que las agrupa deberán pagar \$ 308 millones.

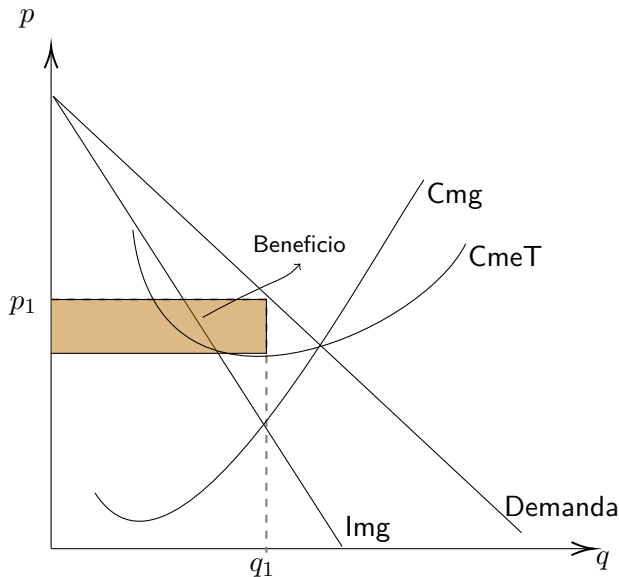
Competencia monopolística



Competencia monopolística

- Hay muchos compradores y vendedores
- Es fácil entrar y salir
- Las empresas toman los precios de las demás como dados
- Los productos están diferenciados
 - ▶ Cada vendedor tiene libertad para subir o bajar los precios debido a la diferenciación de productos.
 - ▶ Entonces, la curva de demanda de cada vendedor tenga pendiente negativa.

La maximización de beneficios en Competencia Monopolística en corto plazo



Competencia monopolística en el largo plazo

- Los beneficios positivos en el corto plazo atraen nuevas empresas.
- La demanda que enfrenta la empresa se contrae.
- Los precios son superiores a los costos marginales.
- En el largo plazo, los beneficios de la empresa son iguales a cero, es decir, tiene beneficios normales.

La maximización de beneficios en Competencia Monopolística en largo plazo

