

# Principios de Economía

## El mercado y sus formas

Introduzca su nombre aquí

Introduzca el logo de su  
institución en formato jpg/ png

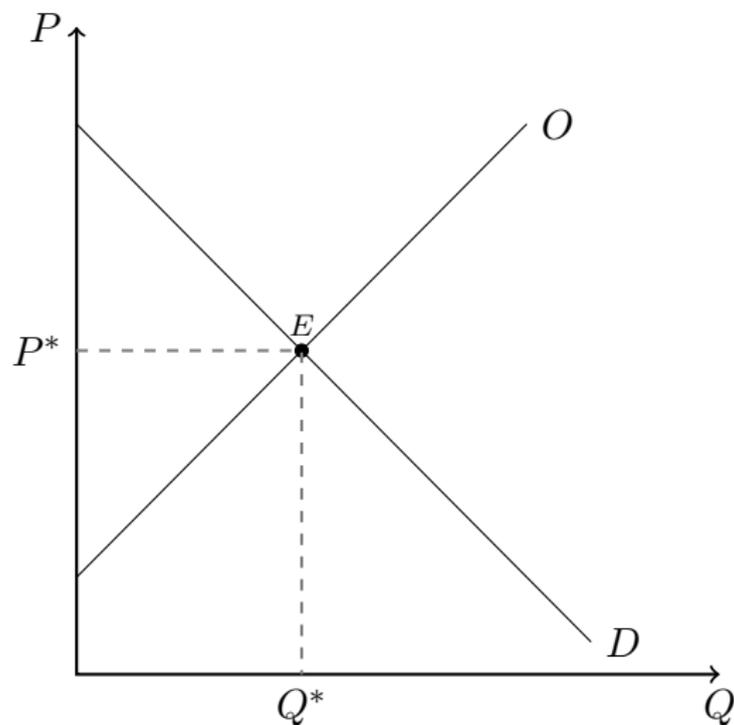
# Principios de Economía

## Capítulo 21: Competencia Perfecta

Introduzca su nombre aquí

Introduzca el logo de su  
institución en formato jpg/ png

¿Se acuerdan del equilibrio de mercado?



# Equilibrio

- En el precio de equilibrio (market-clearing price), la oferta iguala a la demanda.
- Otros precios no son un equilibrio de Nash
  - ▶ Si  $p > p^*$ , entonces habría exceso de oferta
  - ▶ Si  $p < p^*$ , entonces habría exceso de demanda
  - ▶ Se asume que los productos son idénticos, por lo que los compradores estarían dispuestos a comprar a cualquier vendedor

# Tipos de mercado

- ¿Que tipo de mercado vamos a estudiar?
  - 1 Competencia perfecta
  - 2 Competencia Monopolística
  - 3 Oligopolio
  - 4 Monopolio

# Competencia y empresas tomadoras de precios

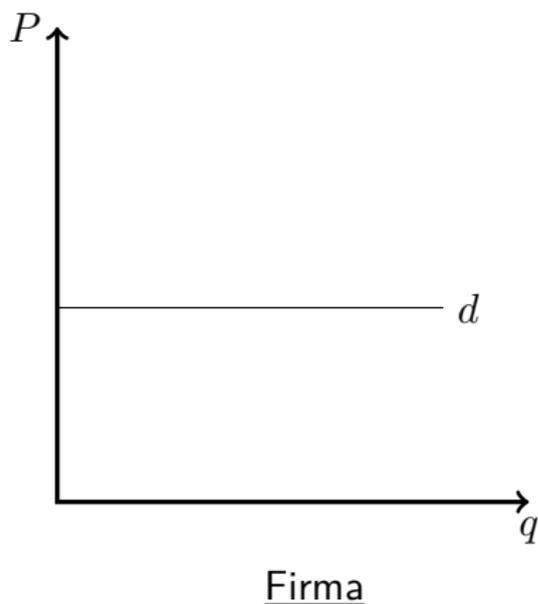
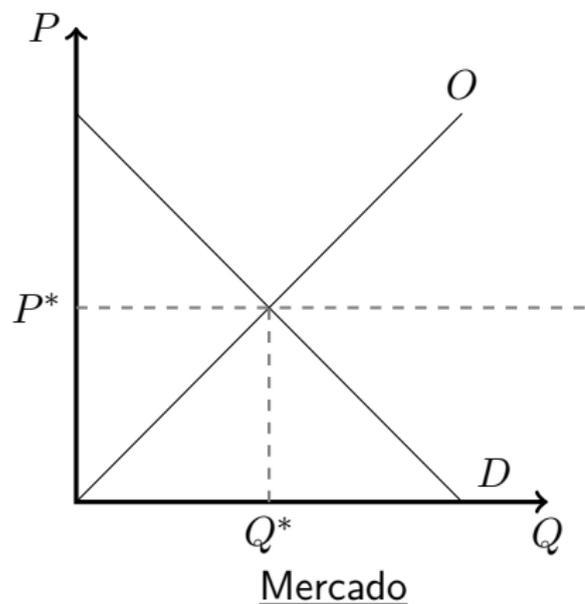
- ¿Cuándo tenemos un mercado competitivo?
  - 1 Muchos compradores y vendedores no diferenciados que actúan en forma independiente.
  - 2 El precio viene determinado por el mercado.
  - 3 Productos ofrecidos básicamente idénticos.
  - 4 Información perfecta de los consumidores y las empresas.
  - 5 Las firmas entran o salen del mercado libremente.
- En un mercado competitivo las firmas y los consumidores son tomadores de precios.
  - ▶ Para la firma esto quiere decir que el precio de mercado es igual al ingreso marginal
    - ¿Por qué?

# Precios determinados por el mercado

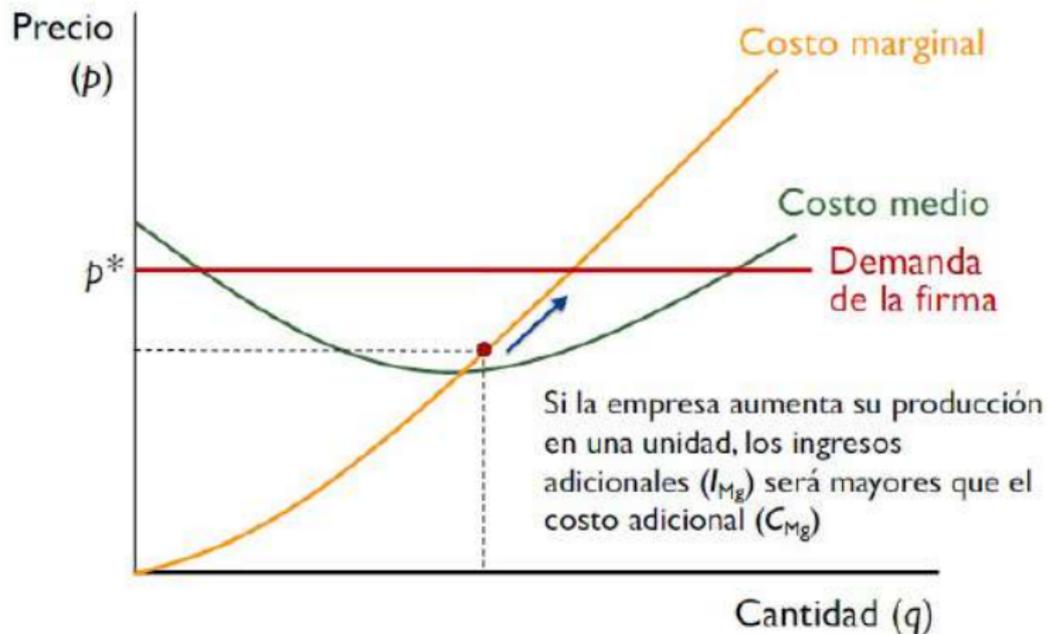
- Las firmas son tomadoras de precios, eso quiere decir que no pueden:
  - ▶ Influir en el precio de mercado.
  - ▶ Beneficiarse de la elección de un precio diferente del precio de mercado.
- Ingreso Marginal = Precio = Ingreso Medio ( $\frac{PxQ}{Q}$ )
- La curva de demanda (conjunto factible) de estas firmas se vuelve completamente plana.
- La curva de oferta es la curva de CMg de la firma.

**La empresa elige cantidad, no precio**

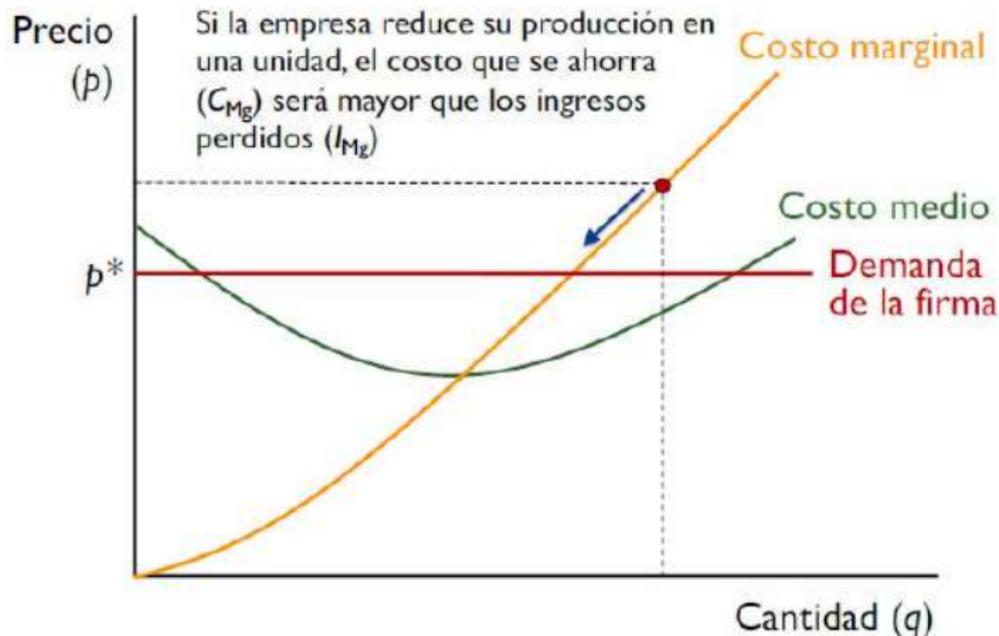
## ¿Qué pasa en la empresa?



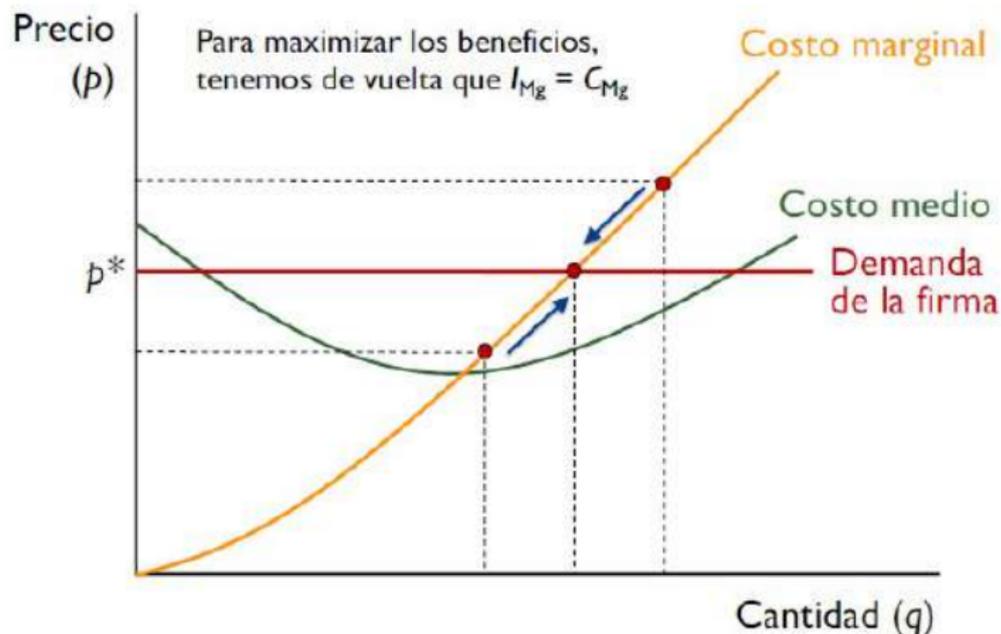
## ¿Qué pasa si el precio es mayor que el costo marginal?



## ¿Qué pasa si el precio es menor que el costo marginal?



# La empresa maximiza beneficios, ¿cómo?

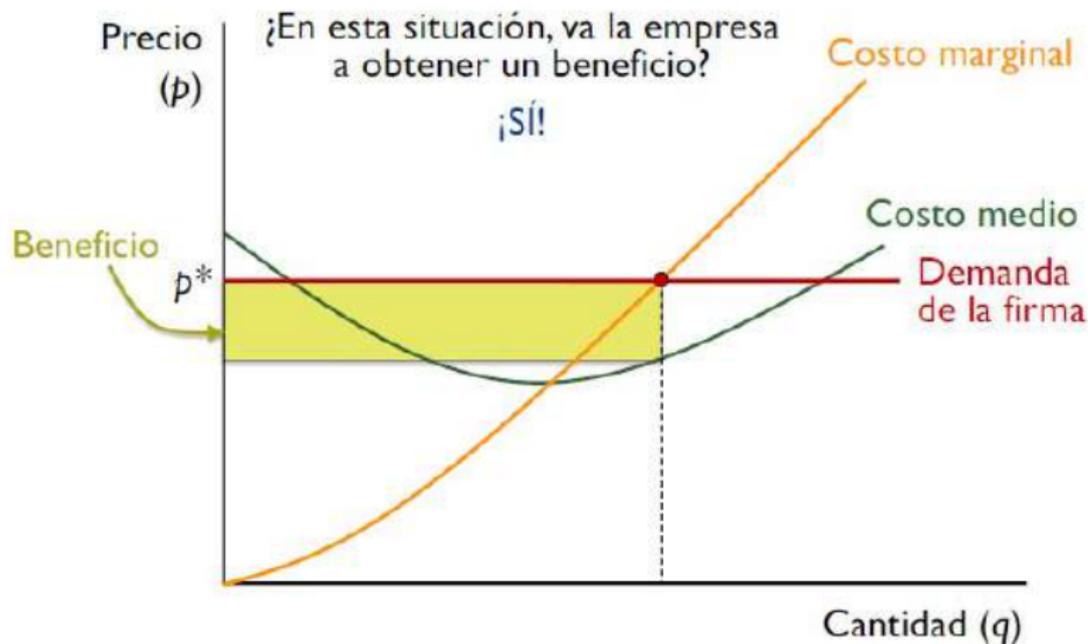


## Veamos un ejemplo

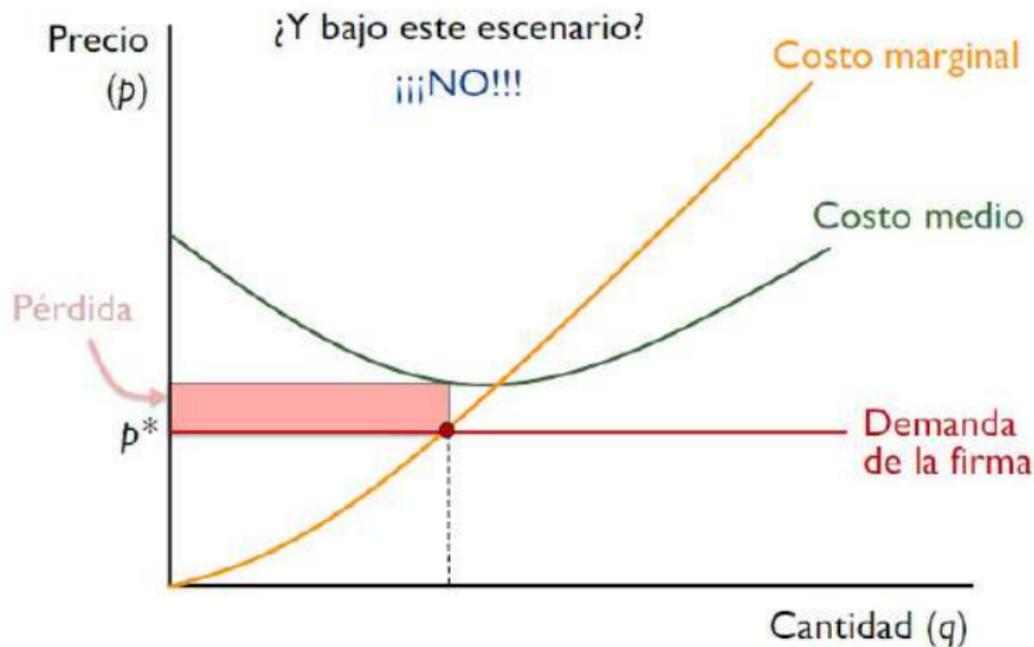
- Precio: \$32
- Costo marginal =  $2Q^2$

Q	P	CMg	CT	IT	Beneficio
0	32				
1	32				
2	32				
3	32				
4	32				
5	32				

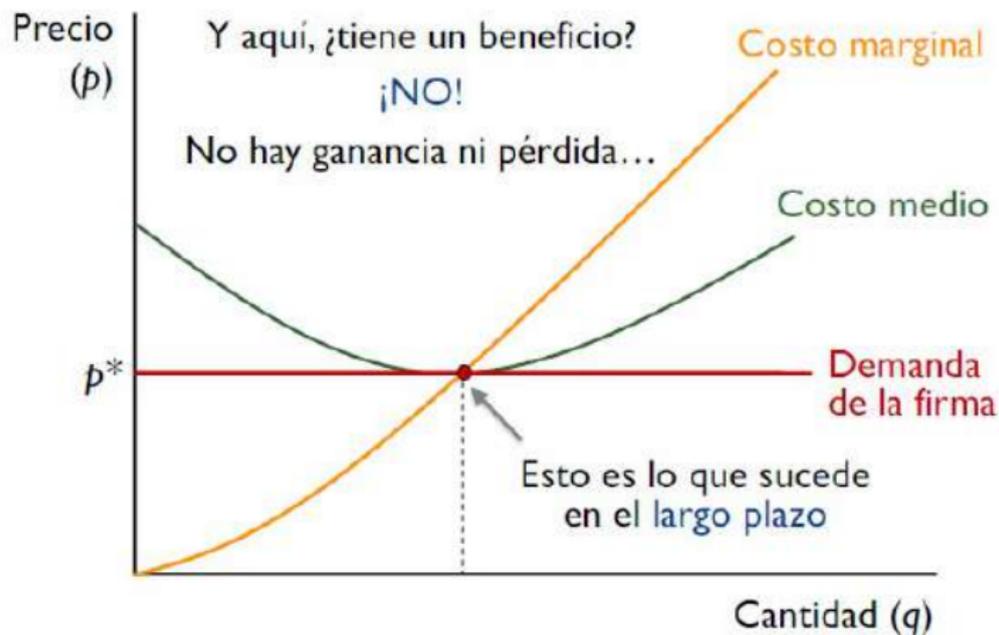
## ¿Habrá beneficio en este punto? SI!



¿Habrá beneficio en este punto? NO! ¿Hay pérdida? SI!



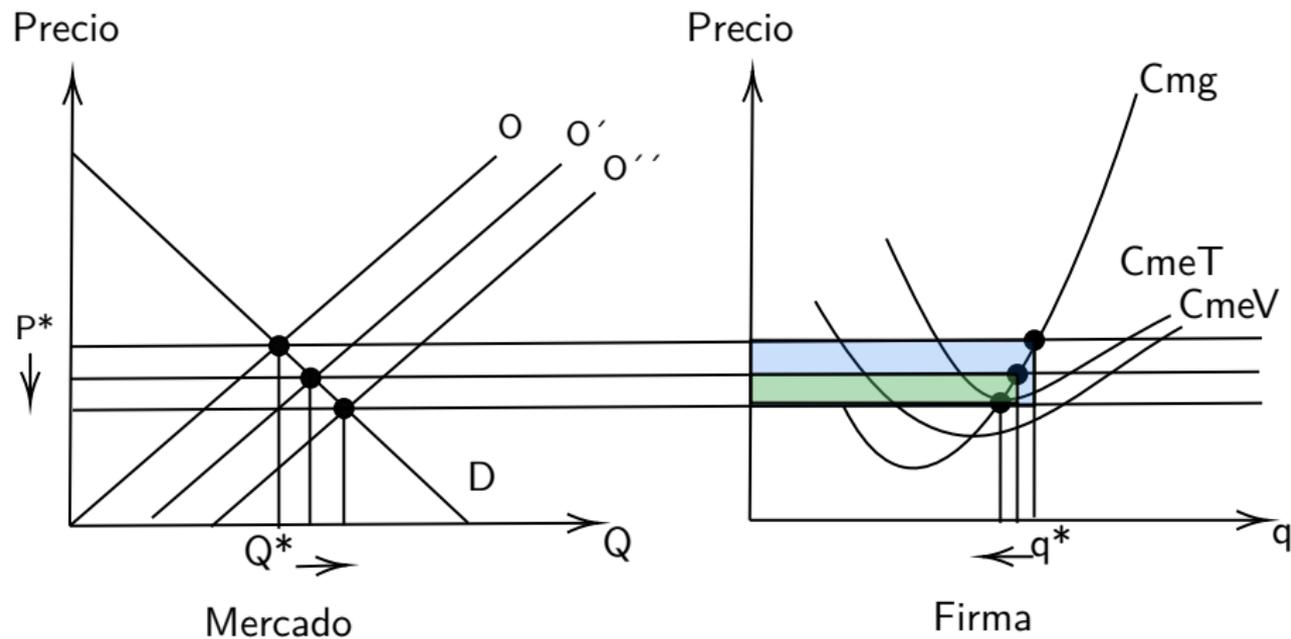
¿Habrá beneficio extraordinario en este punto? NO! ¿Hay pérdida? NO!



## ¿Y en el largo plazo...

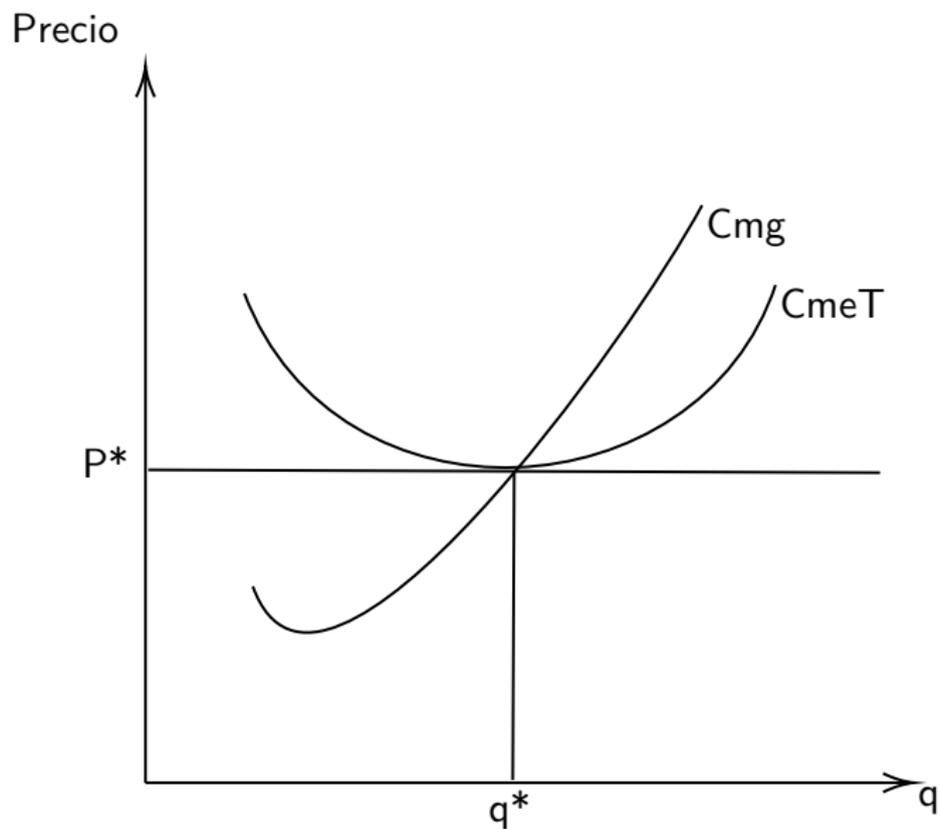
- Siempre que existan potenciales rentas (beneficios extraordinarios), va a haber firmas interesadas en entrar al mercado
- Si los costos de entrada no son demasiado altos, estas firmas potenciales van a entrar
- Al ingresar, las firmas van a presionar hacia abajo el precio de equilibrio, eliminando del mercado a las firmas menos eficientes
- Los beneficios que atraen a potenciales entrantes comienzan a disiparse
- En el largo plazo, estos beneficios van a desaparecer, serán iguales a 0

## ¿Y en el largo plazo...



El proceso de ajuste al equilibrio

## ¿Y en el largo plazo...



## ¿Por qué es eficiente?

- Los participantes son tomadores de precios
  - ▶ No hay poder de mercado.
  - ▶ La competencia impide a los vendedores aumentar el precio, y a los compradores bajarlo.
- Los contratos son completos
  - ▶ Los detalles del intercambio pueden ser definidos en forma clara, y estos contratos se pueden hacer cumplir.
- No hay externalidades
  - ▶ La transacción sólo afecta a los compradores y vendedores

## Resumen...

Tomadores de precios Competencia Perfecta	Fijadores de precio Monopolio
Puede ser Pareto eficiente	
No hay rentas económicas en el largo plazo	
Poca gasto en su publicidad	
Pocos incentivos para la innovación porque porque otras van a copiar	

# Principios de Economía

## Capítulo 22: Monopolio

Introduzca su nombre aquí

Introduzca el logo de su  
institución en formato jpg/ png

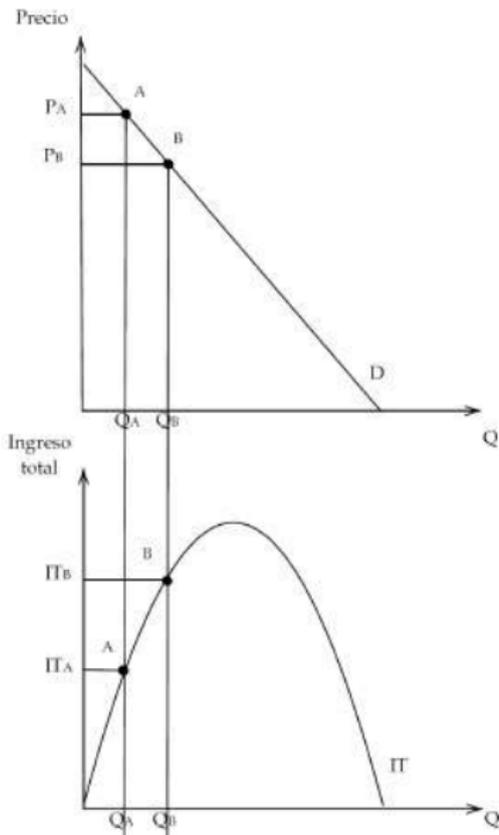
# Monopolios

- 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 clientes
  - ▶ Las barreras de entrada ayudan a generar rentas
    - Beneficios económicos por encima de los costos de producción
- En estos casos, en equilibrio encontramos una pérdida de peso muerto
  - ▶ Tenemos entonces una falla de mercado
    - Es decir, los mercados asignan recursos en una forma

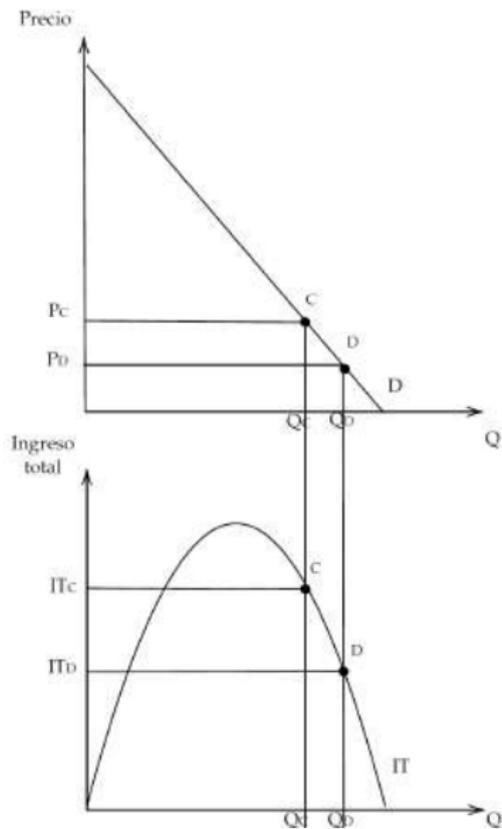
# Mirando el ingreso total

- El concepto clave es el de ingreso marginal
  - ▶ Variación en ingresos al vender una unidad adicional
  - ▶ Efecto neto de la disminución de los precios y el aumento de la cantidad vendida
- La curva de demanda 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!

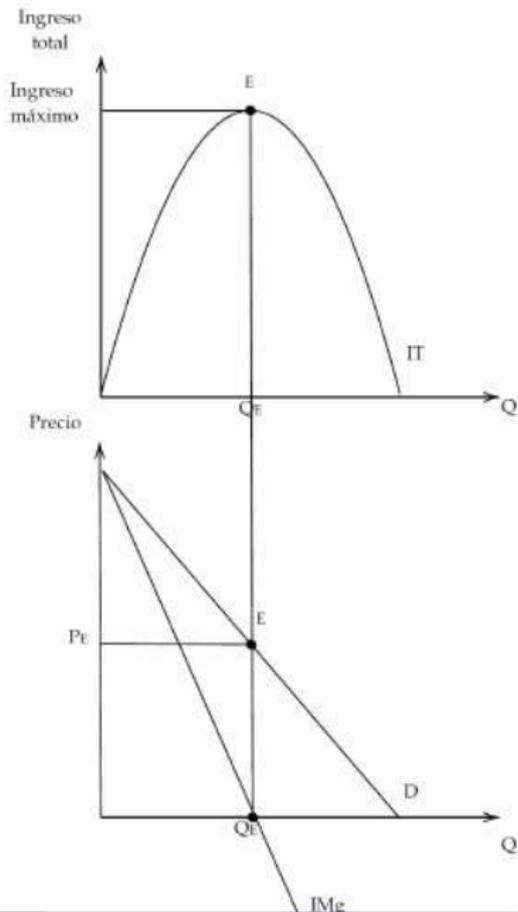
# ¿Cómo cambia el ingreso total?



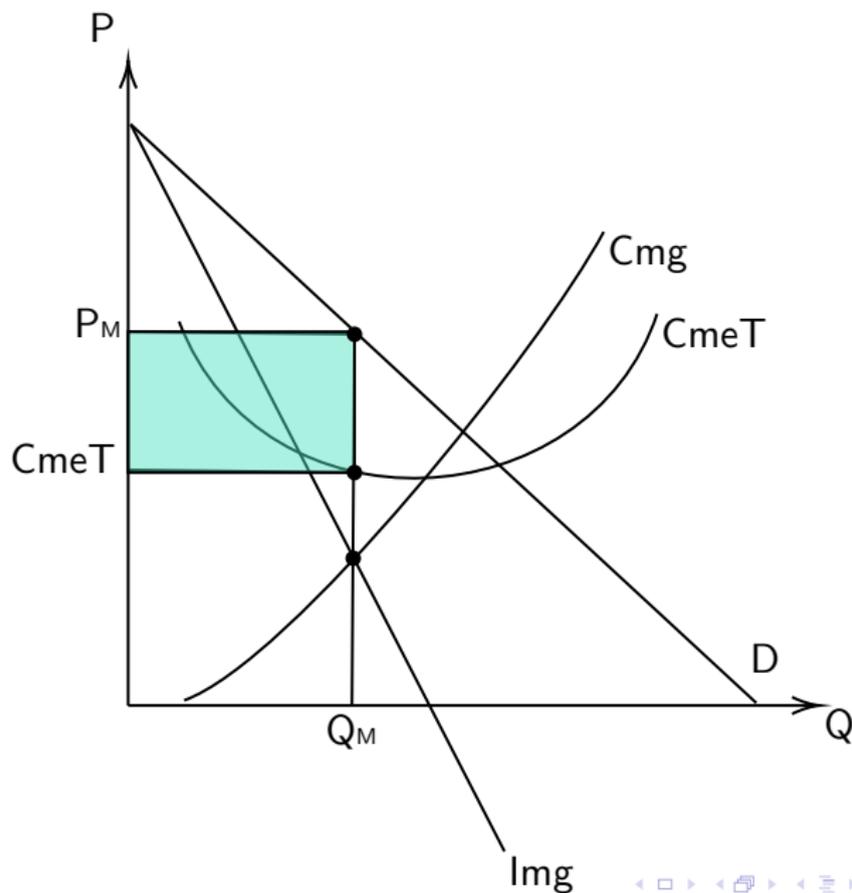
# ¿Cómo cambia el ingreso total?



# El ingreso marginal



# Costo e ingreso marginal



# La lógica marginal

- El punto que maximiza el beneficio es donde la curva de  $IMg$  cruza la curva de  $CMg$
- Recordemos que  $b = p \cdot q - C(q)$ 
  - ▶ 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:

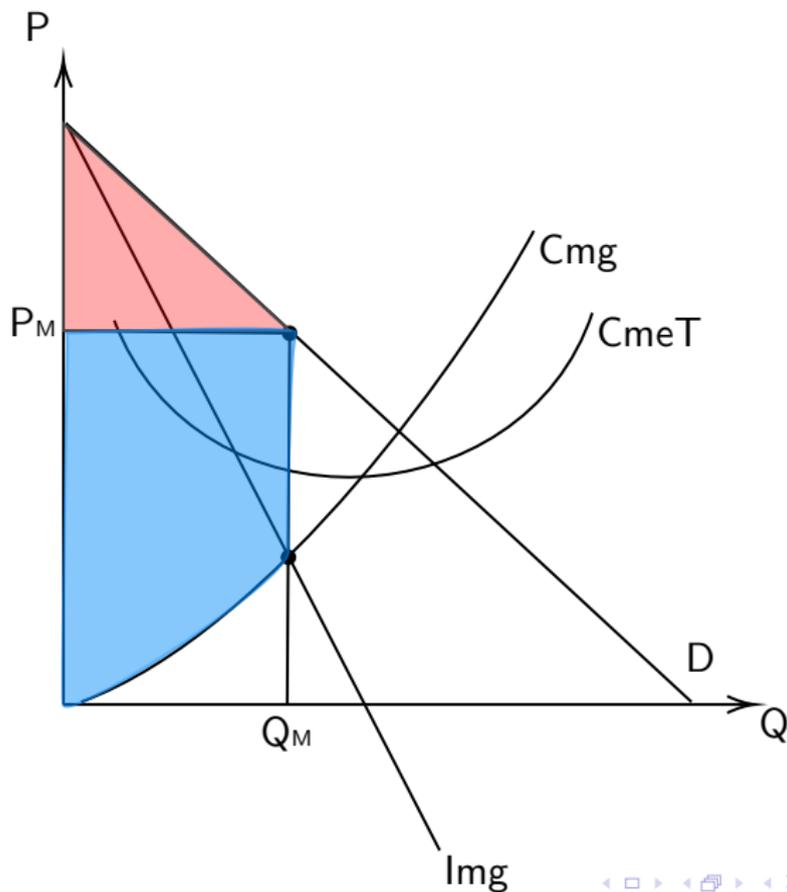
$$\text{Beneficio marginal} = IMg - CMg$$

- ▶ 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

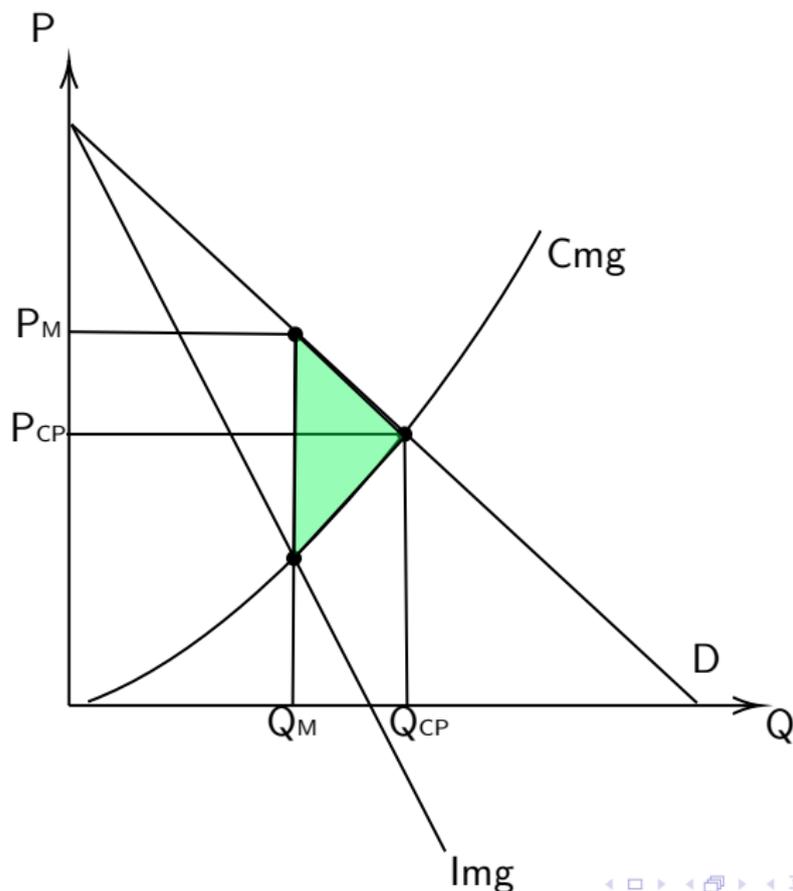
# Excedentes y peso muerto

- 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

# Equilibrio Monopolio



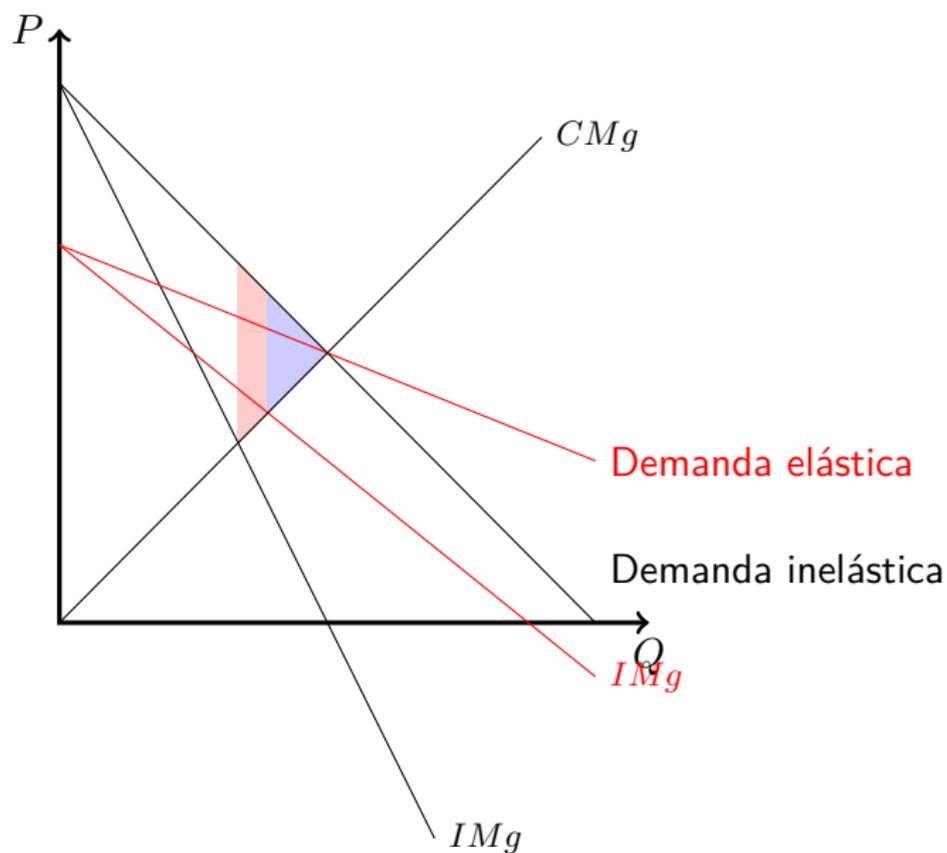
## Perdida de peso muerto



# 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

# Elasticidad y maximización



# 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

# 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)

# Principios de Economía

## Capítulo 23: Competencia Imperfecta

Introduzca su nombre aquí

Introduzca el logo de su  
institución en formato jpg/ png

# 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 otras 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.

## Veamos un ejemplo

		<b>Empresa B</b>	
		<b>Producción Alta</b>	<b>Producción Baja</b>
<b>Empresa A</b>	<b>Producción Alta</b>	1.600 ; 1.600	2.000 ; 1.500
	<b>Producción Baja</b>	1.500 ; 2.000	1.800 ; 1.800

# 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.

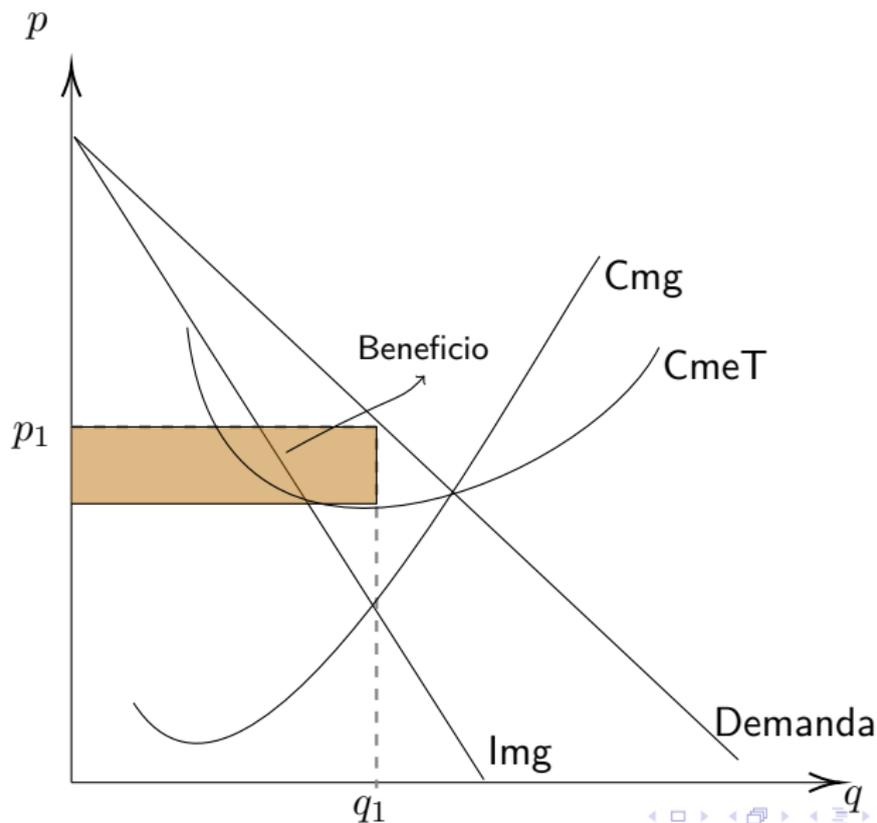
# Competencia monopolística



# 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

