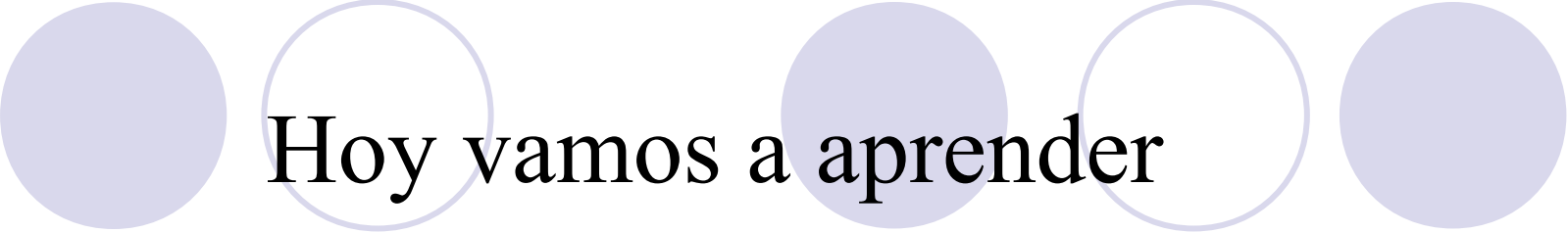


Competencia Imperfecta: Monopolio



Hoy vamos a aprender

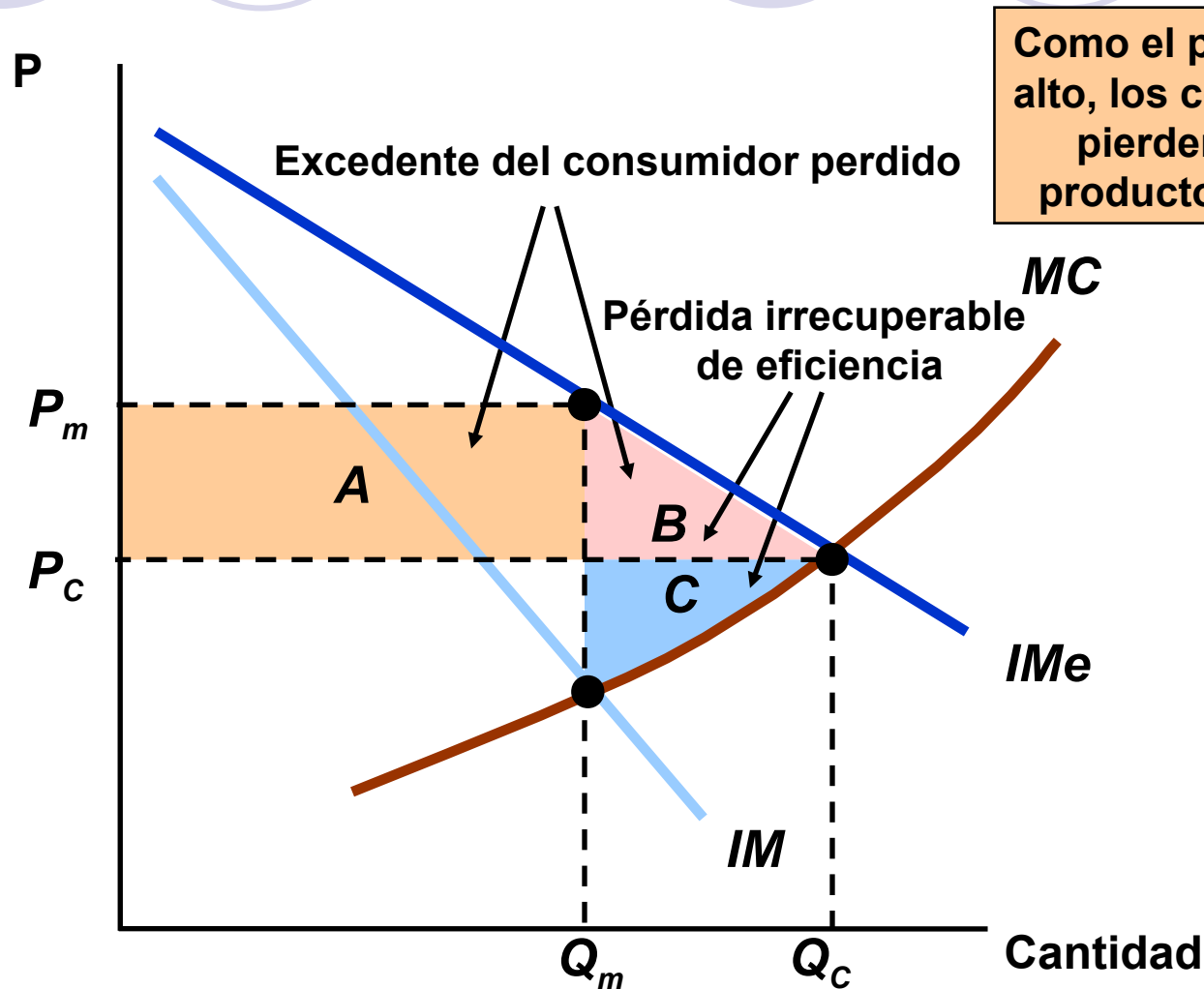
- Costes sociales del monopolio.
- Regulación.
- Discriminación.



Costes sociales del monopolio

- Como consecuencia del poder de monopolio, los precios son más altos y la cantidad producida es menor.
- Sin embargo, ¿mejora o empeora el bienestar de los consumidores y los productores en su conjunto como consecuencia del poder de monopolio?

Pérdida irrecuperable de eficiencia





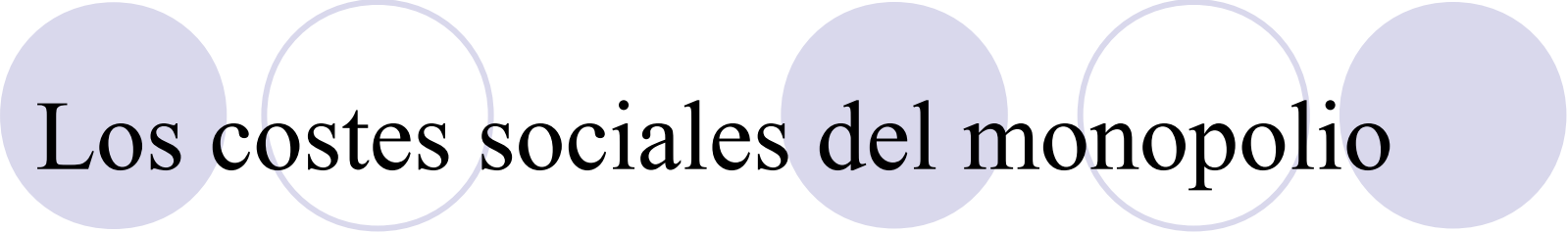
Los costes sociales del monopolio

- La búsqueda de rentas económicas
 - Las empresas gastan grandes cantidades de dinero para adquirir su poder de monopolio:
 - La realización de presiones.
 - La publicidad.
 - La instalación de más capacidad de producción.



Los costes sociales del monopolio

- El incentivo económico se determina por las ganancias que proporciona a la empresa el poder de monopolio.
- Cuanto mayor sea la transferencia de los consumidores a la empresa, mayor es el coste social del monopolio.

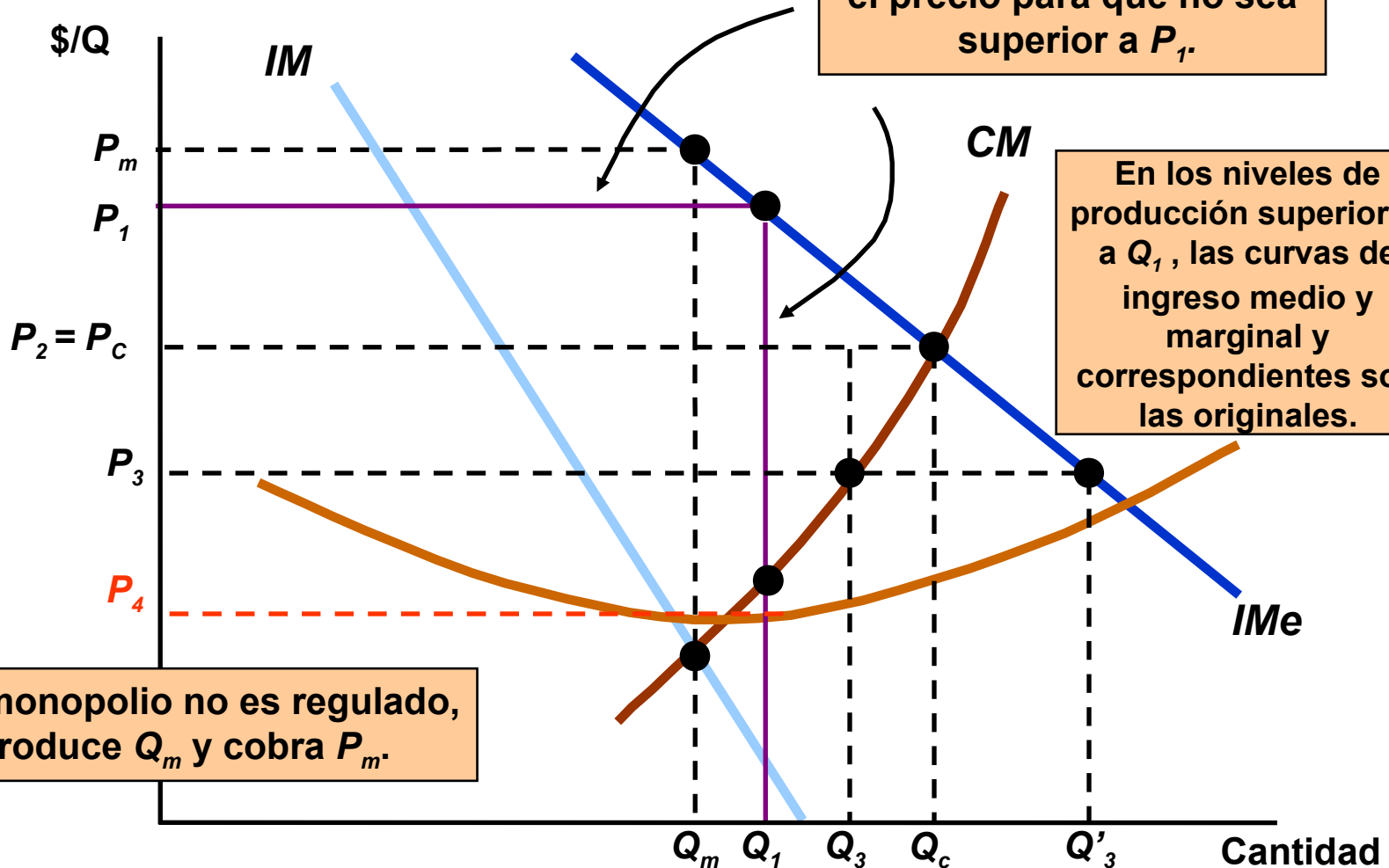


Los costes sociales del monopolio

- La regulación de los precios:
 - Recuerde que en los mercados competitivos, la regulación de los precios provoca una pérdida irrecuperable de eficiencia.
- **Pregunta:**
 - ¿Qué ocurre en el monopolio?

Regulación de los precios

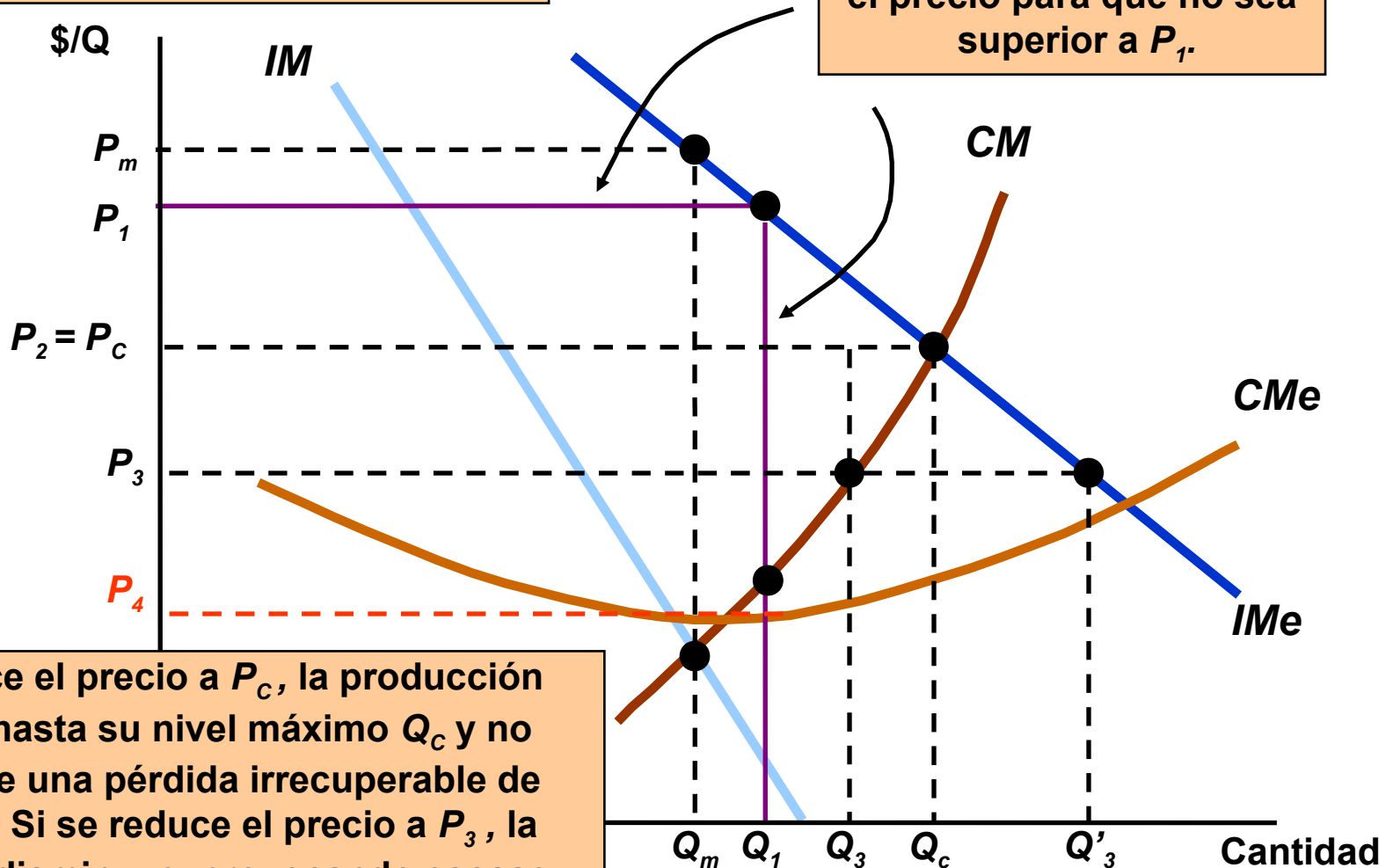
Curva de ingreso marginal cuando el precio se regula el precio para que no sea superior a P_1 .



Regulación de los precios

Cualquier precio por debajo de P_4 , significa una pérdida para la empresa

Curva de ingreso marginal cuando el precio se regula el precio para que no sea superior a P_1 .



Si se reduce el precio a P_C , la producción aumenta hasta su nivel máximo Q_C y no se produce una pérdida irrecuperable de eficiencia. Si se reduce el precio a P_3 , la producción disminuye, provocando escasez.



Costes sociales del monopolio

- El monopolio natural:
 - Empresa que puede producir toda la producción de una industria con un coste menor que si hubiera varias empresas.

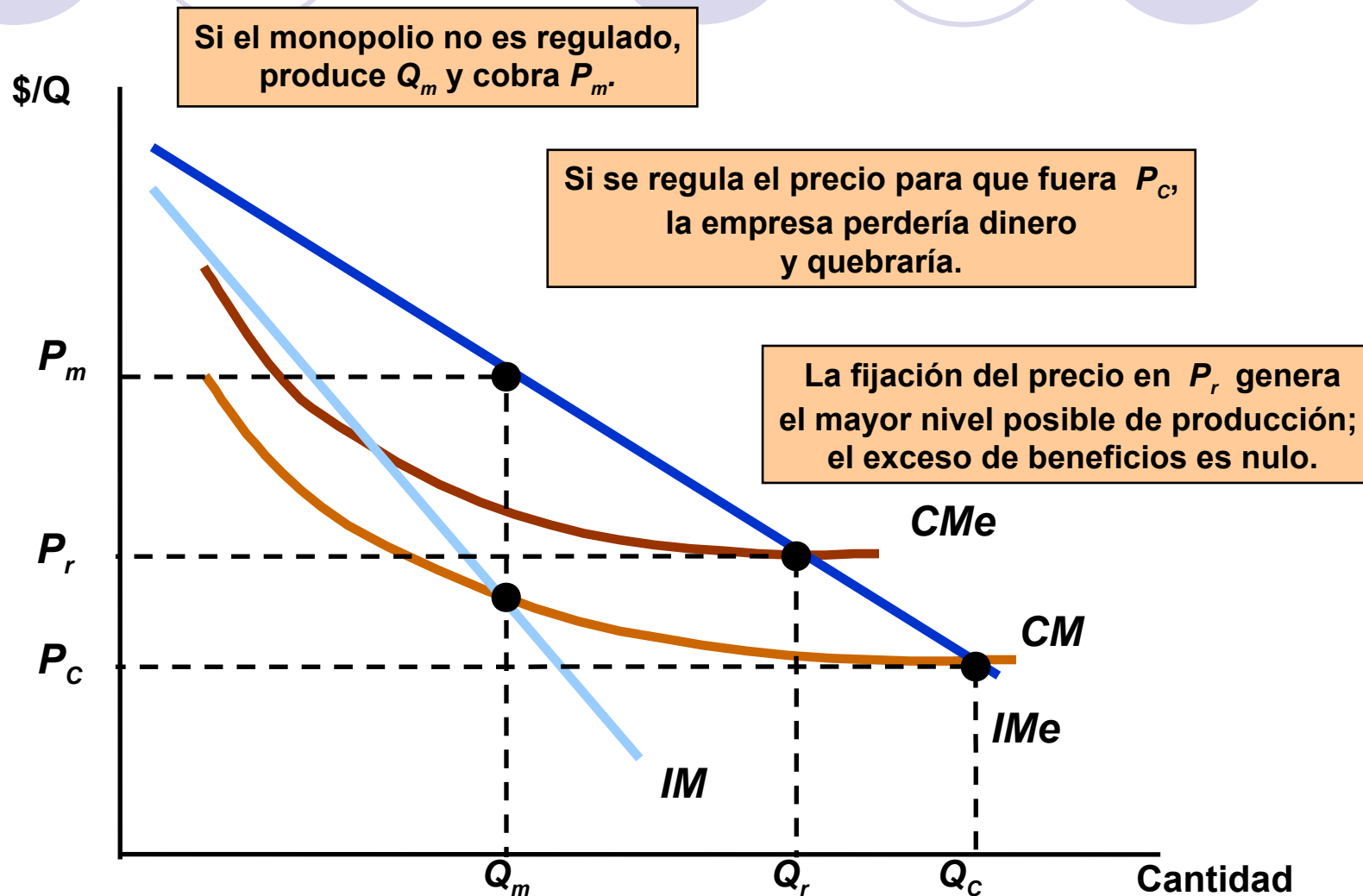
Regulación de un monopolio natural

$\$/Q$

El monopolio natural surge cuando hay grandes economías de escala

Cantidad

Regulación de un monopolio natural





Costes sociales del monopolio

- La regulación en la práctica:
 - A menudo resulta difícil averiguar el coste de la empresa y las funciones de demanda, ya que pueden variar dependiendo de la situación del mercado.

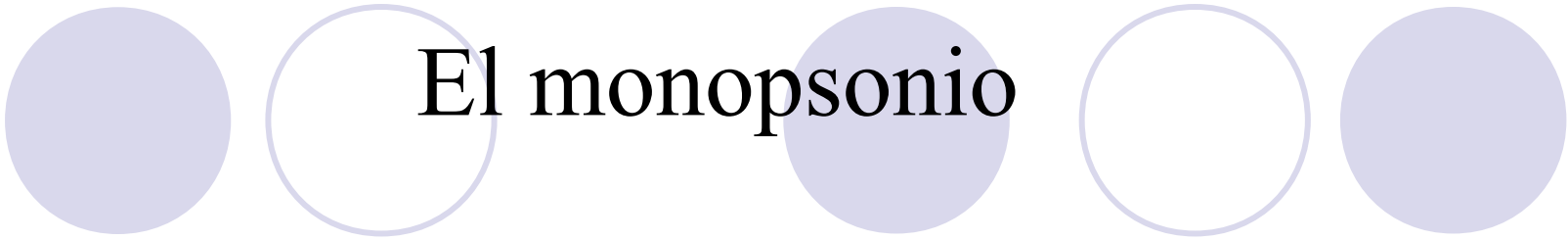
Costes sociales del monopolio

- La regulación en la práctica
 - Una alternativa a la fijación de los precios es la *regulación basada en la tasa de rendimiento*, que permite a las empresas fijar un precio máximo, basándose en la tasa de rendimiento (esperada) que obtendrá una empresa.
 - $P = CVM_e + (D + T + sK)/Q$, donde
 - P = precio, CVM_e = coste variable medio.
 - D = depreciación, T = impuestos.
 - s = Tasa de rendimiento permitida, K = stock de capital que tiene la empresa.



Costes sociales del monopolio

- La regulación en la práctica:
 - La utilización de esta técnica requiere una serie de comparecencias para ponerse de acuerdo en el conjunto de las cifras.
 - Este proceso provoca un retardo regulador que puede beneficiar a los productores (en las décadas de los cincuenta y sesenta) o a los consumidores (décadas de los setenta y ochenta).
- **Pregunta:**
 - ¿Quién se ha beneficiado en la década de los noventa?

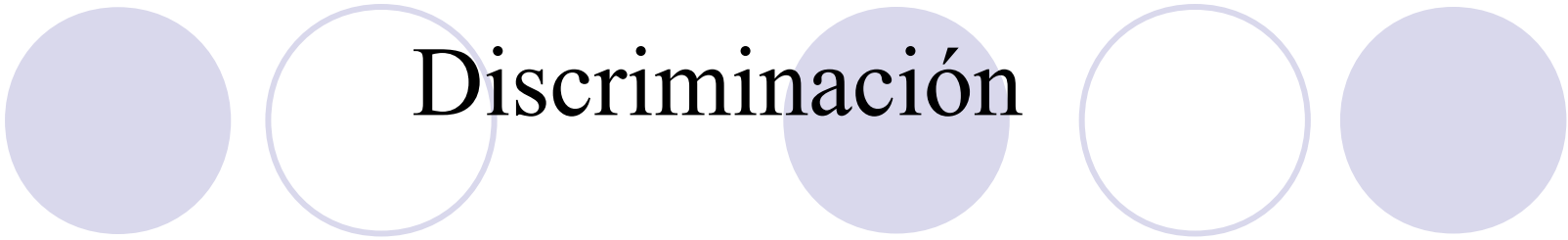


El monopsonio

Un **monopsonio** es el mercado en el que hay un único comprador.

Plantea problemas similares a aquellos del monopolio.

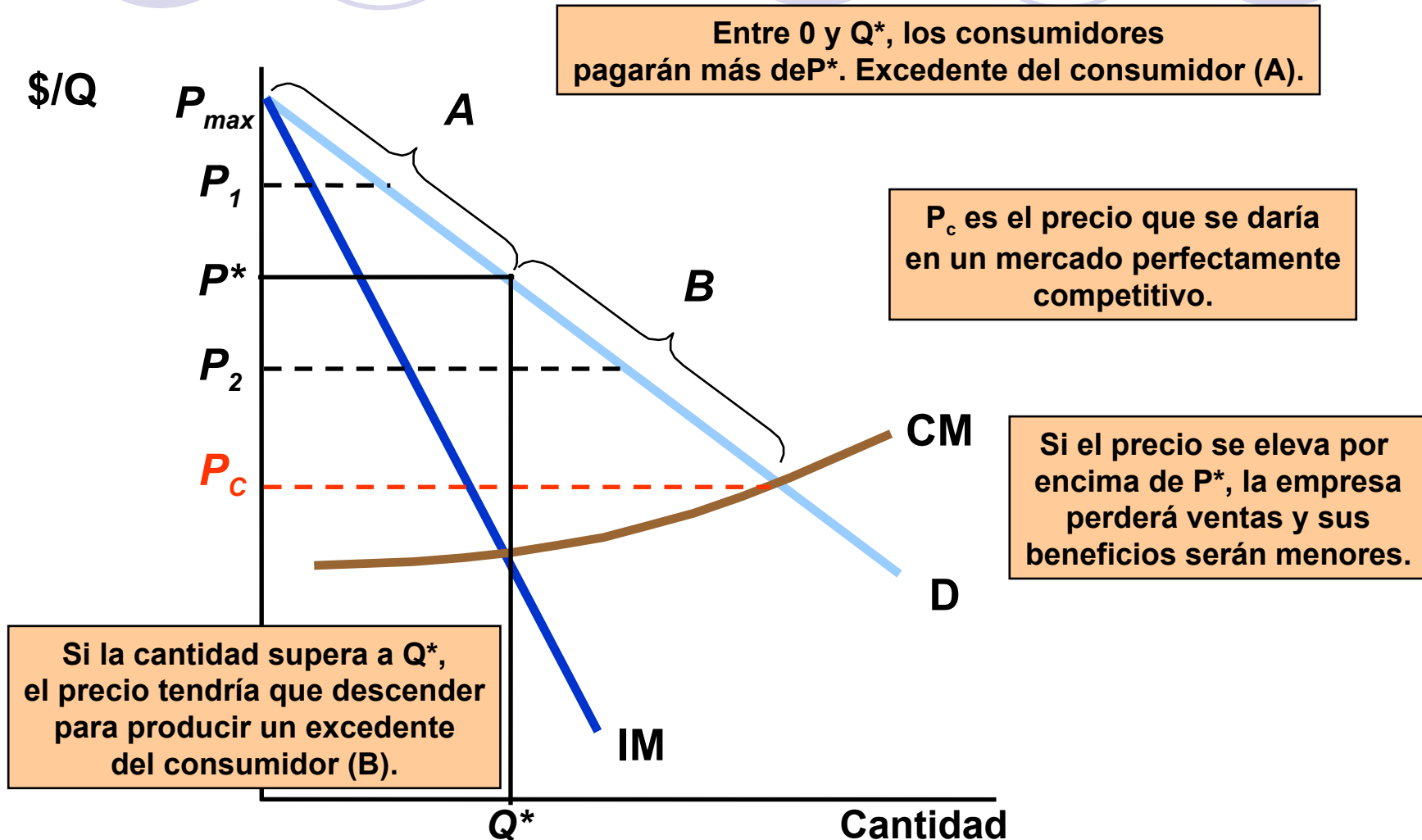
Un ejemplo: las empresas de automóviles con los proveedores de piezas.



Discriminación

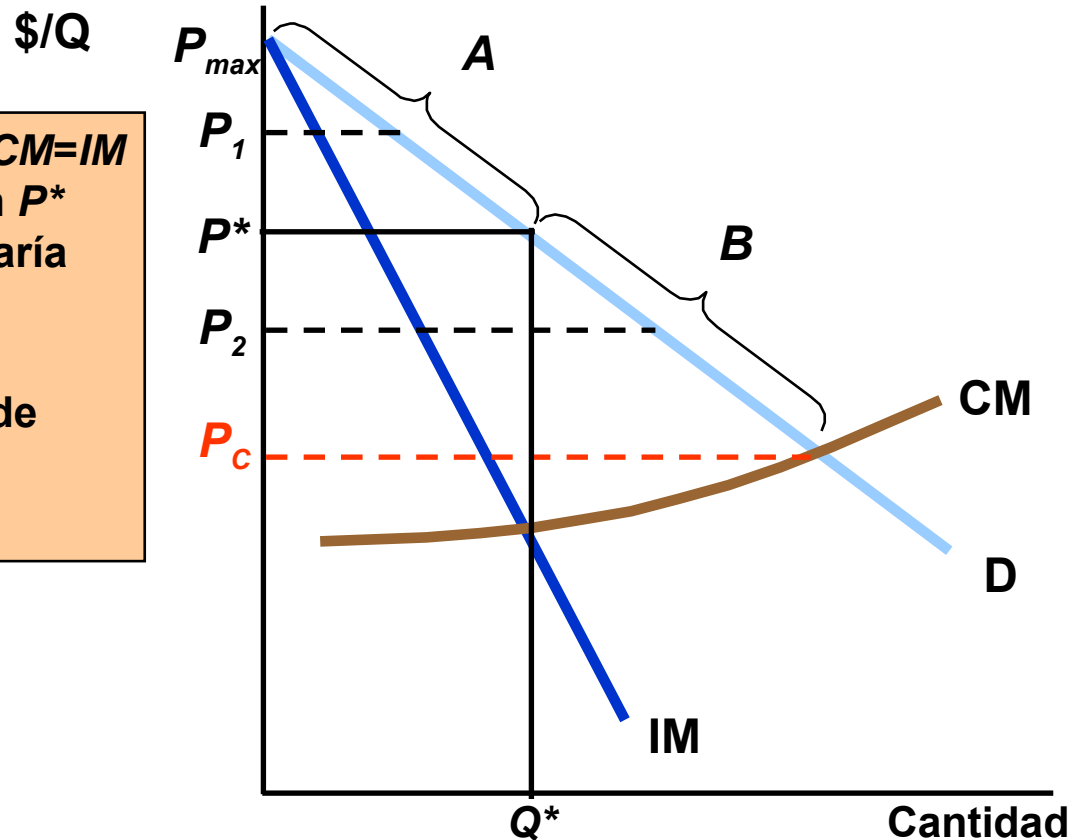
- La fijación de los precios con poder de mercado (competitividad imperfecta) requiere que el productor tenga un buen conocimiento de las características de la demanda, así como de la gestión de la producción.

Captura del excedente del consumidor

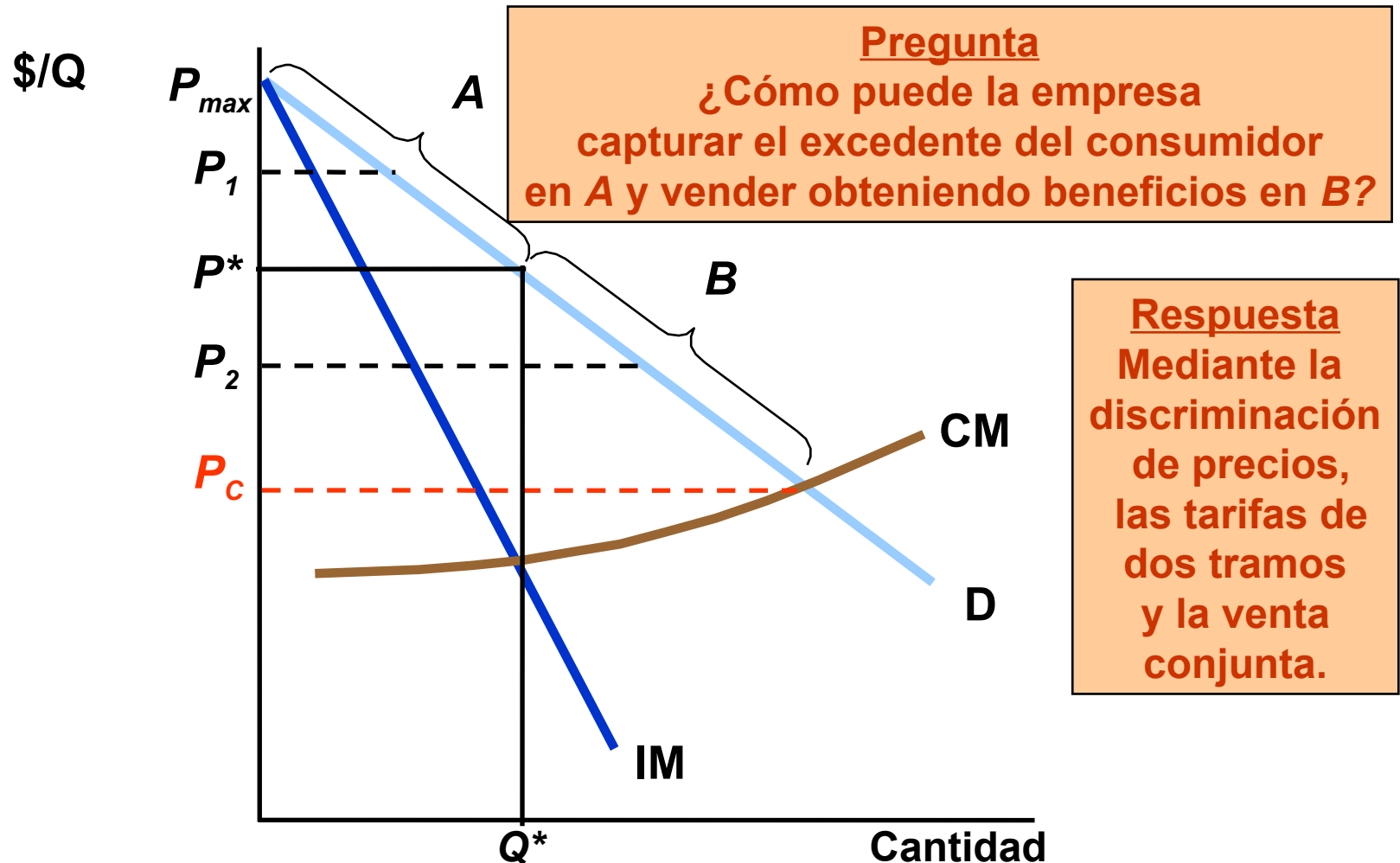


Captura del excedente del consumidor

- P^*Q^* : un solo P y una sólo Q en $CM=IM$
- A : excedente del consumidor con P^*
- B : $P > CM$ y el consumidor compraría a precios más bajos
- P_1 : menores ventas y beneficios
- P_2 : mayores ventas y reducción de ingresos y beneficios
- P_c : precio competitivo



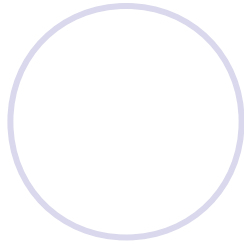
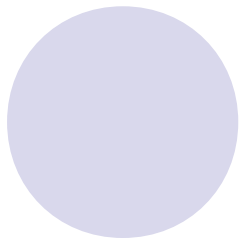
Captura del excedente del consumidor



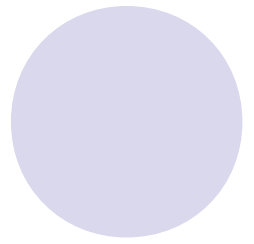
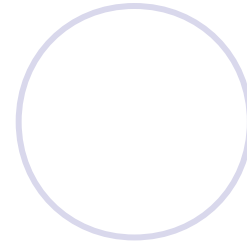
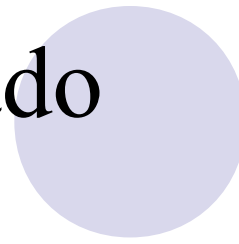


Captura del excedente del consumidor

- **La discriminación de precios** consiste en cobrar precios distintos a clientes diferentes por bienes similares.

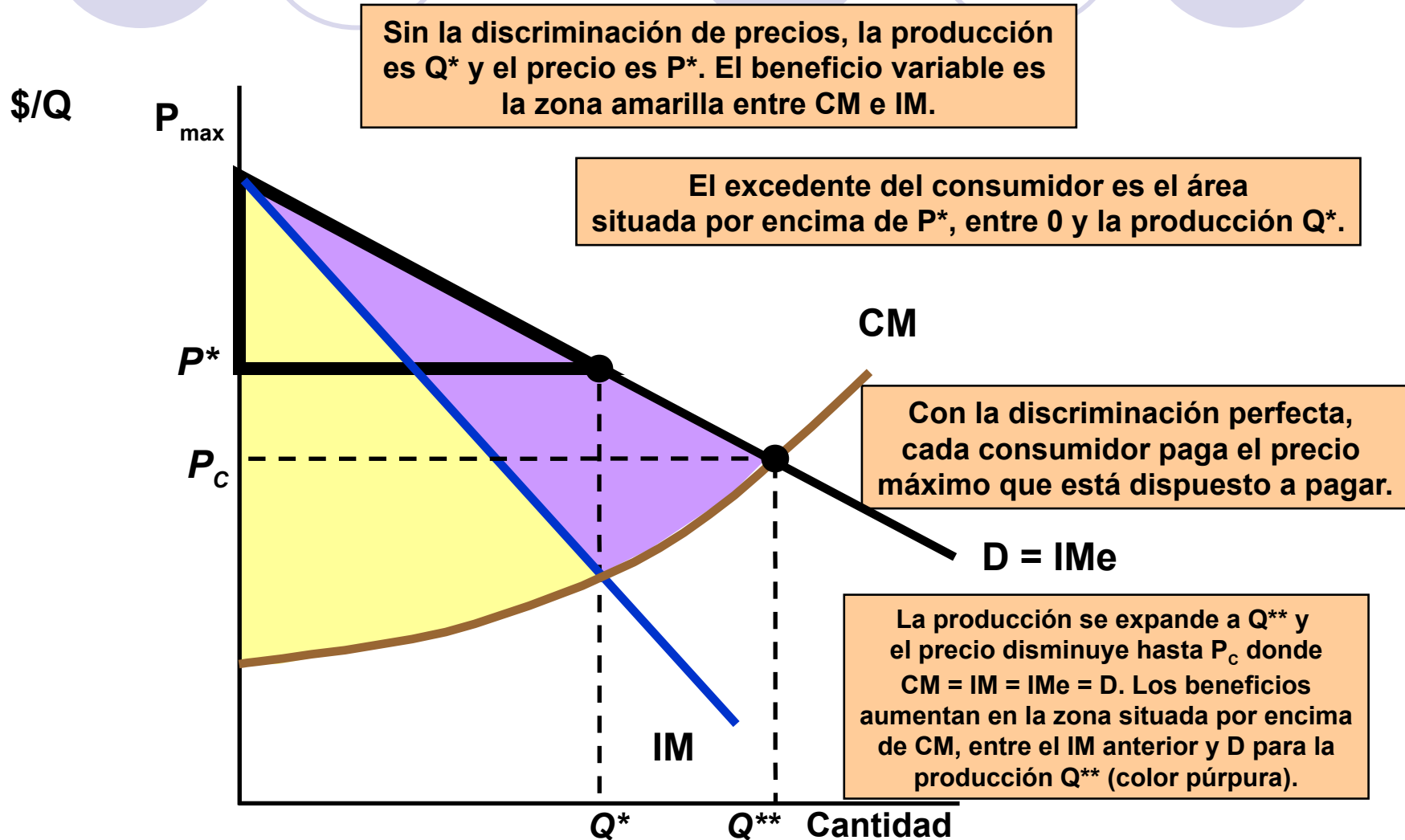


I Grado



- La discriminación de precios de primer grado
 - Práctica consistente en cobrar a cada cliente un precio diferente: el precio máximo o *precio de reserva* que están dispuestos a pagar.

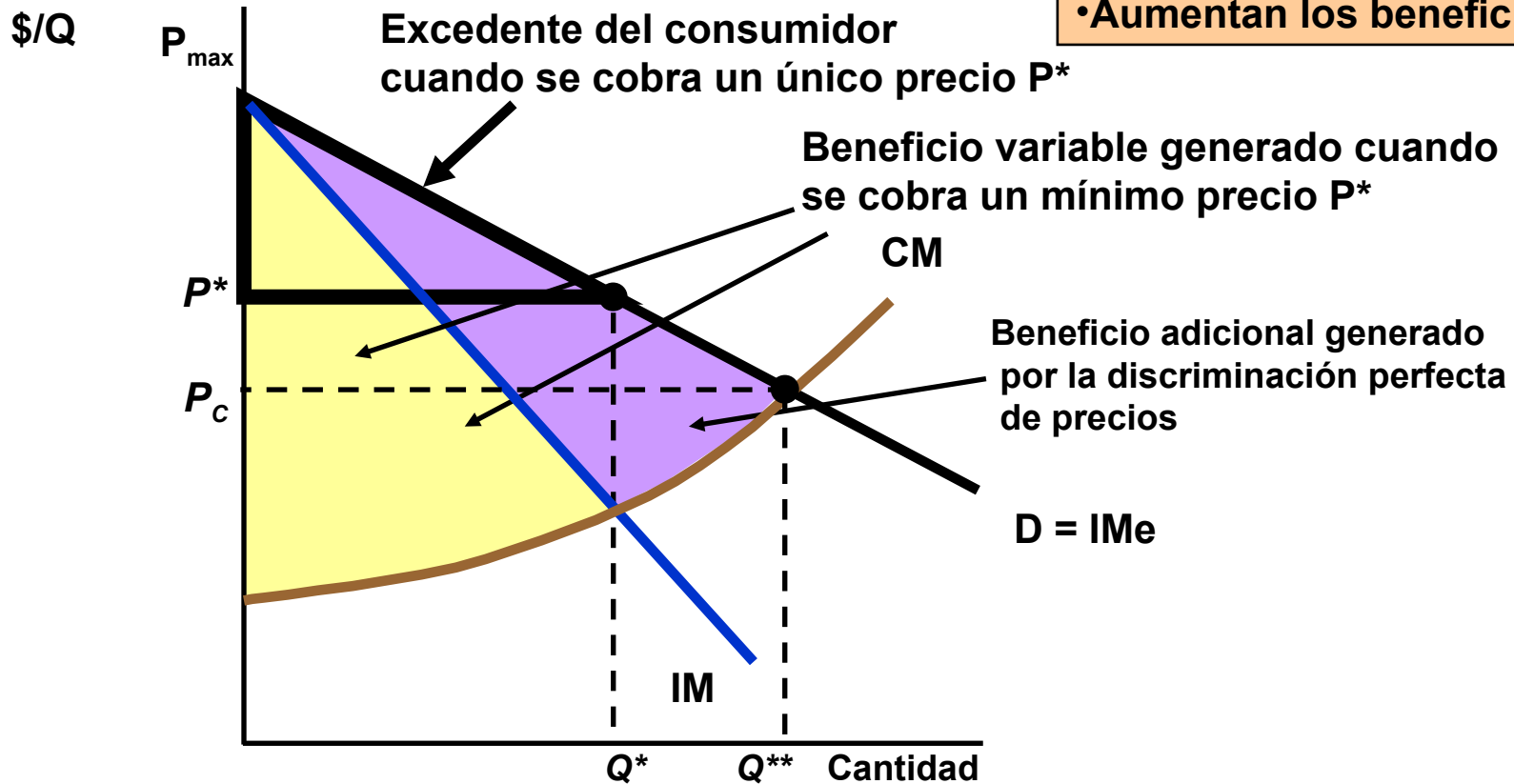
Beneficios adicionales generados por la discriminación de primer grado



Beneficios adicionales generados por la discriminación de primer grado

Con discriminación perfecta:

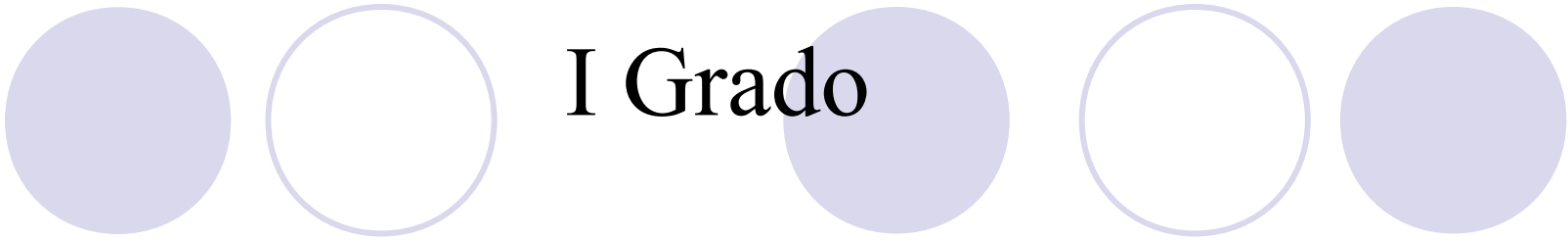
- Cada cliente paga su precio de reserva.
- Aumentan los beneficios.



Beneficios adicionales generados por la discriminación de primer grado

¿Por qué puede tener dificultades un productor en la práctica de la discriminación de precios de primer grado?

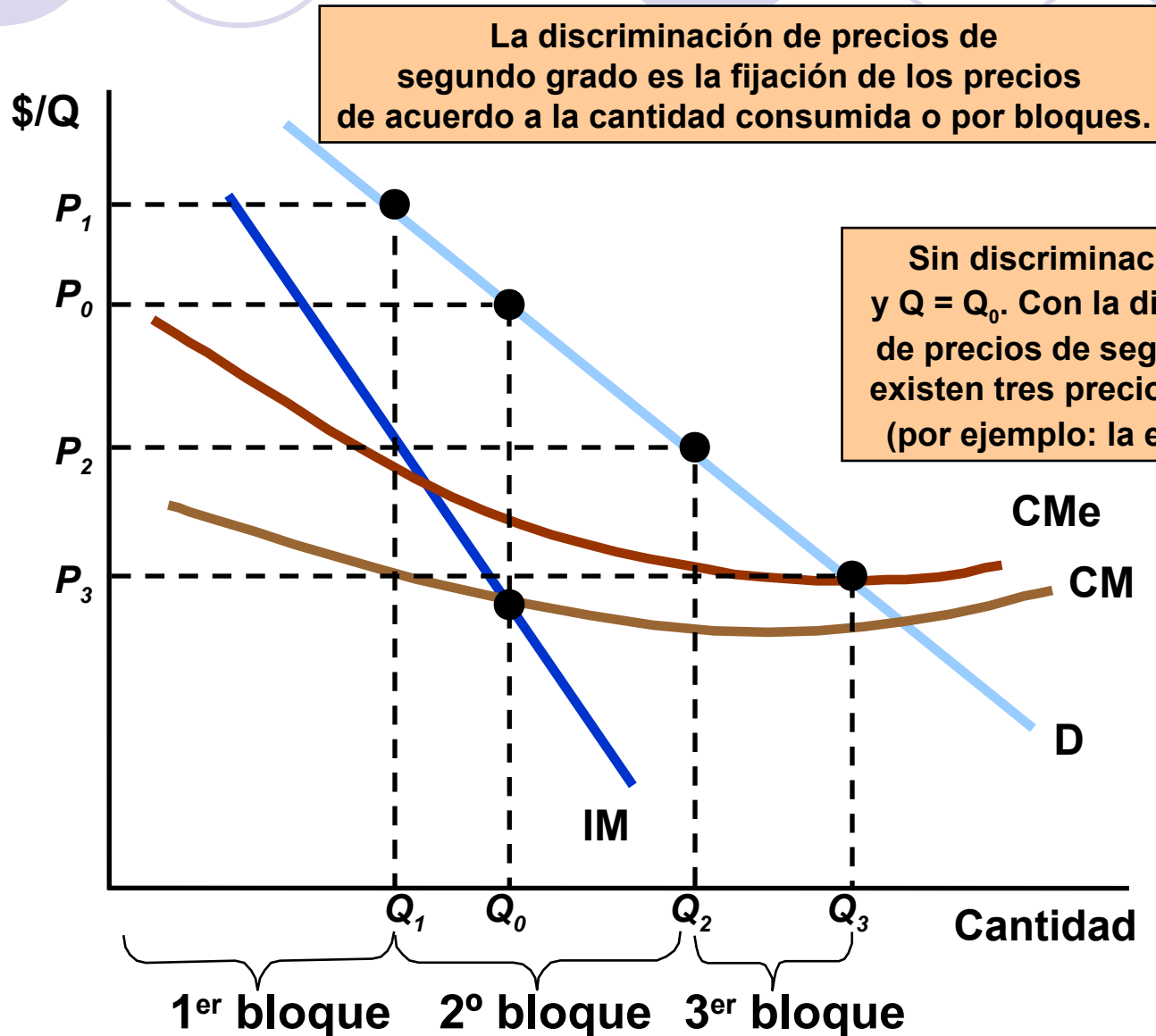
- 1) No resulta un método muy práctico cuando se tienen muchos clientes.
- 2) Hacer la estimación del precio de reserva para cada cliente es complicado.



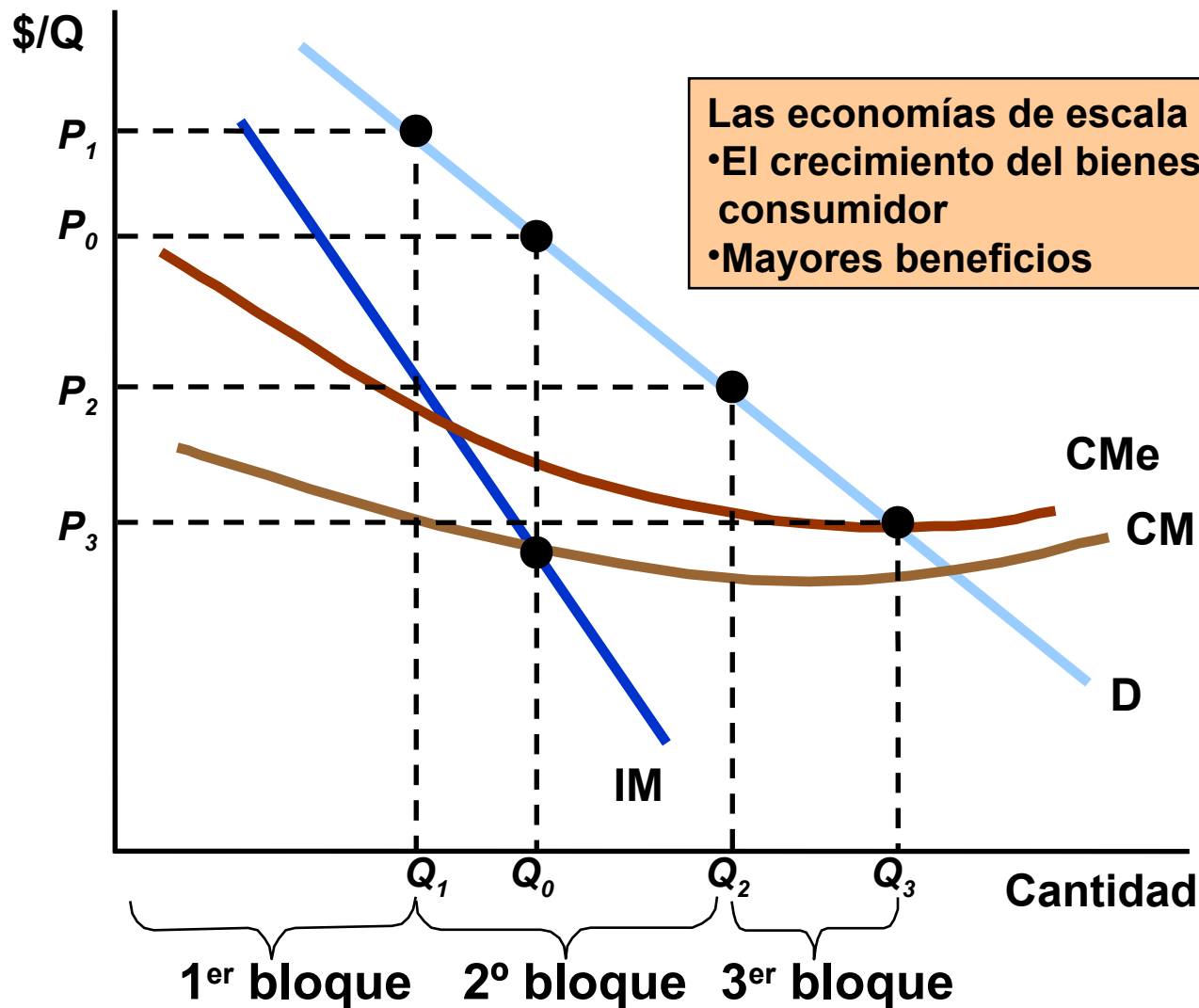
I Grado

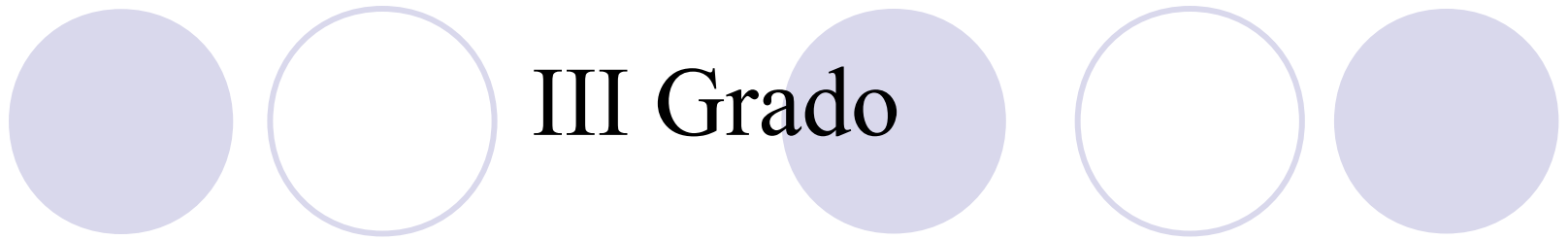
- Ejemplos imperfecta donde el vendedor posee la habilidad de dividir el mercado hasta cierto punto y cobrar precios diferentes por los mismos productos:
 - ◆ Abogados, médicos, contables.
 - ◆ Vendedores de automóviles (margen de beneficios del 15%).
 - ◆ Escuelas y universidades.

II Grado



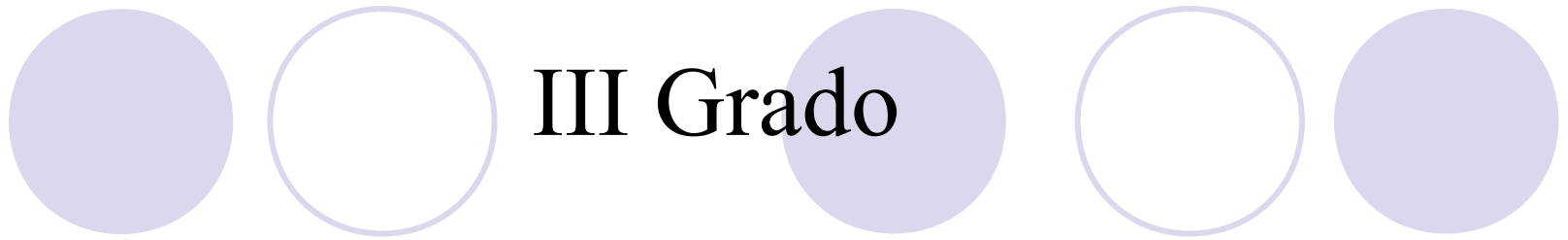
II Grado





- La discriminación de precios de tercer grado

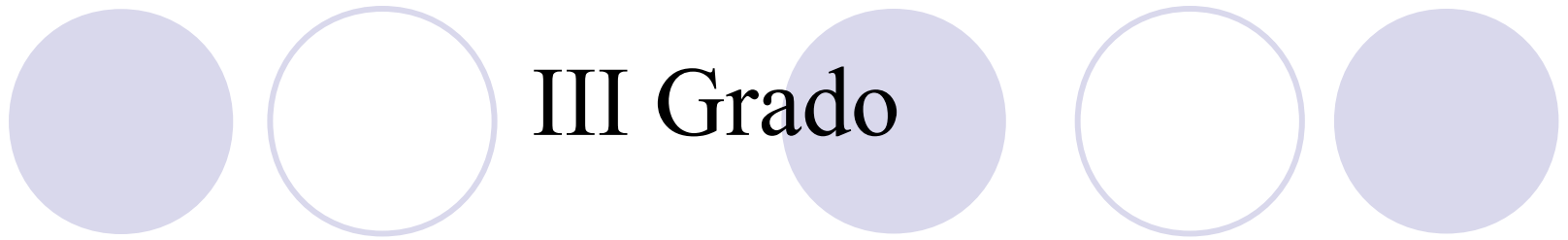
- 1) Divide a los consumidores en dos o más grupos.
- 2) Cada grupo tiene su propia curva de demanda.



- La discriminación de precios de tercer grado

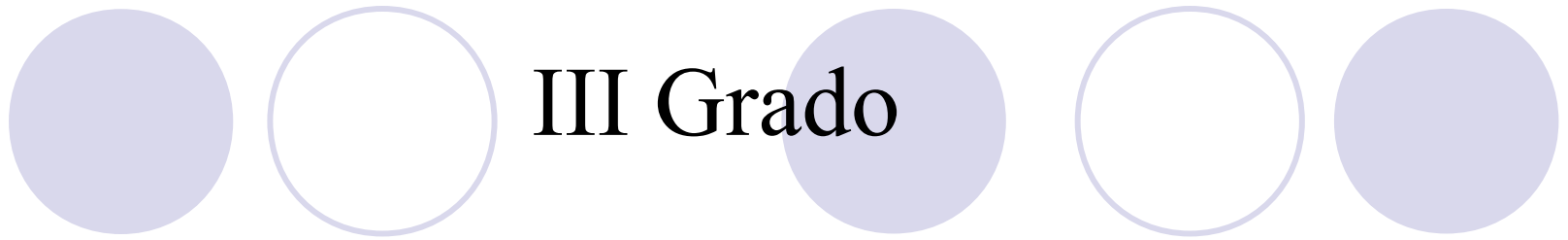
3) Es el tipo de discriminación más extendida.

- ◆ Ejemplos: las líneas aéreas, alimentos de marca y sin marca, bebidas alcohólicas, descuentos a estudiantes y ancianos.

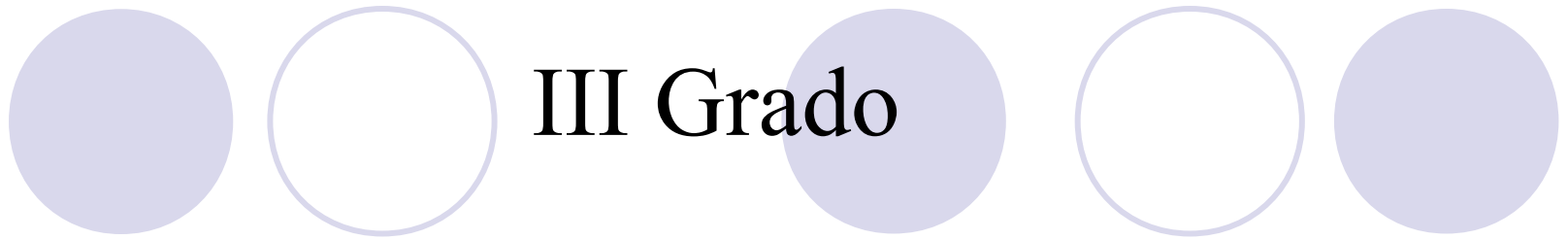


- La discriminación de precios de tercer grado

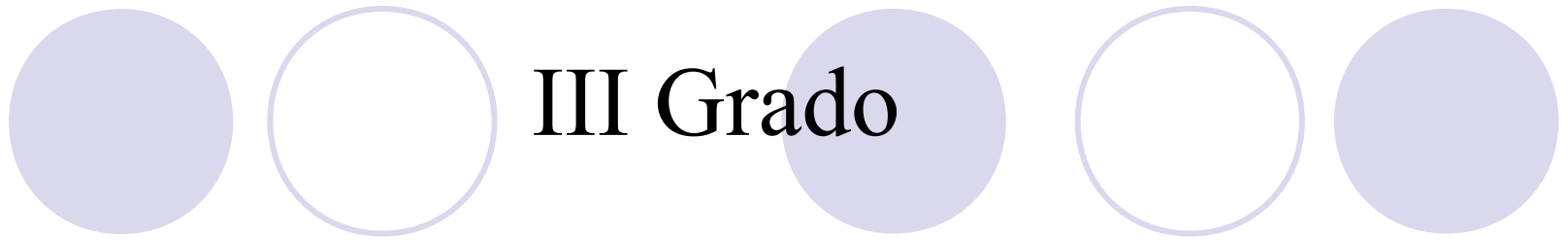
4) Este tipo de discriminación de precios es viable cuando el vendedor puede dividir su mercado en grupos con diferentes elasticidades-precio de la demanda (por ejemplo: separación de las personas que viajan de vacaciones de las que viajan por motivos de trabajo).



- La discriminación de precios de tercer grado
 - Objetivos:
 - ◆ $IM_1 = IM_2$
 - ◆ $CM_1 = IM_1$ y $CM_2 = IM_2$
 - ◆ $IM_1 = IM_2 = CM$



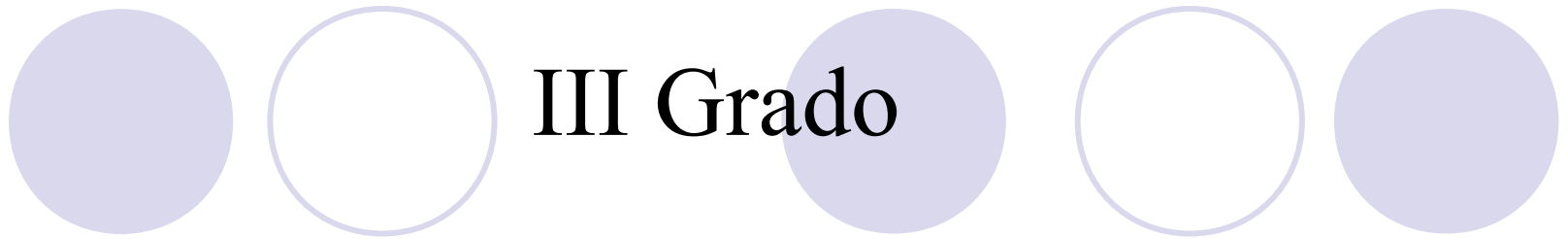
- La discriminación de precios de tercer grado
 - P_1 : precio cobrado al primer grupo de consumidores
 - P_2 : precio cobrado al segundo grupo de consumidores
 - $C(Q_r)$ = coste total de $Q_T = Q_1 + Q_2$
 - Beneficios $\Pi = P_1Q_1 + P_2Q_2 - C(Q_r)$



Primero grupo de consumidores: $IM_1 = CM$

Segundo grupo de consumidores: $IM_2 = CM$

$$IM_1 = IM_2 = CM$$



- La discriminación de precios de tercer grado

Determinación de los precios relativos:

$$P_1/P_2 = (1 + 1/E_2) / (1 + 1/E_1)$$

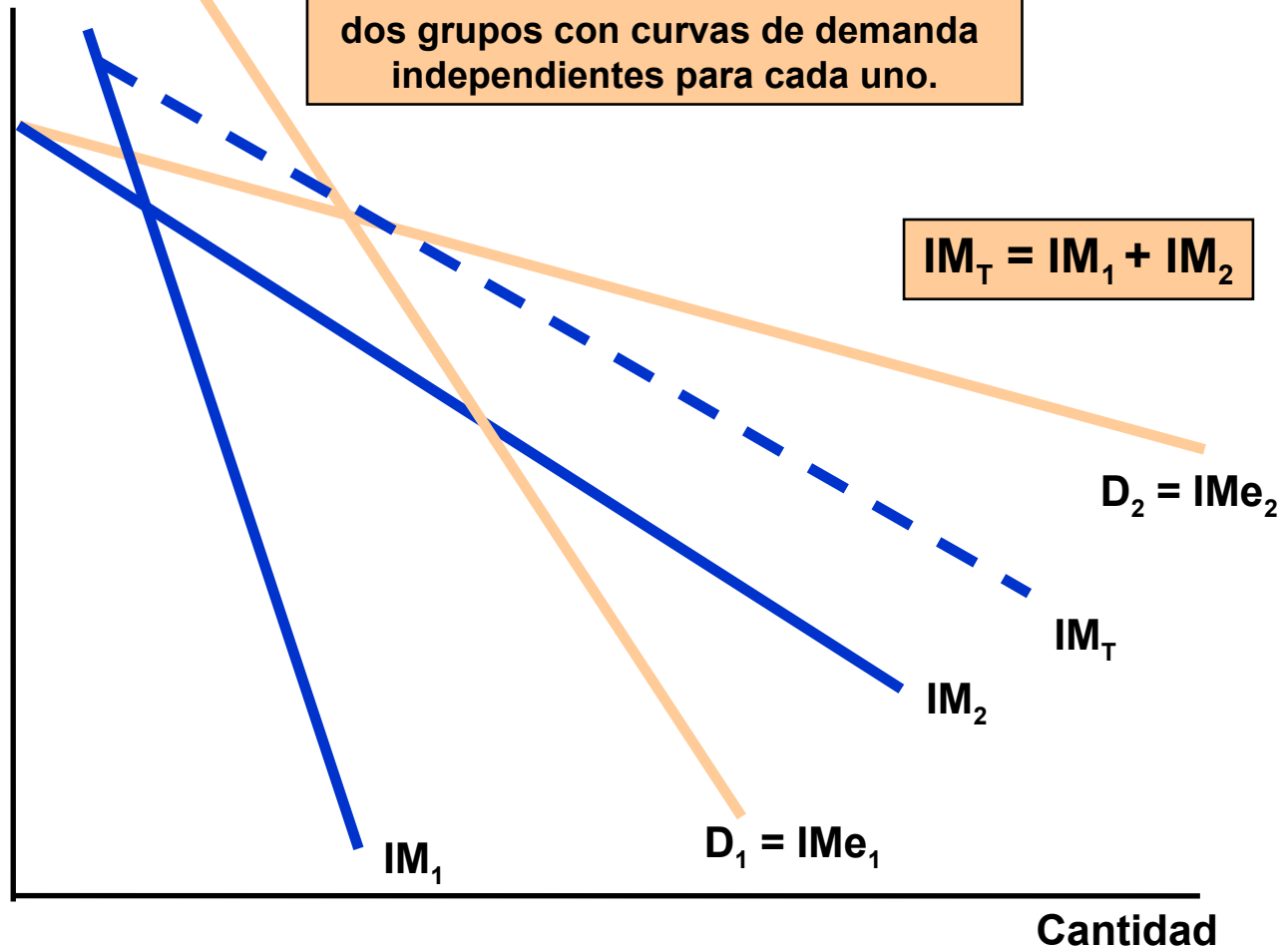
Fijación de los precios: cobrar el precio más alto a los clientes cuya demanda tiene una elasticidad más baja.

III Grado

$\$/Q$

Los consumidores están divididos en dos grupos con curvas de demanda independientes para cada uno.

$$IM_T = IM_1 + IM_2$$

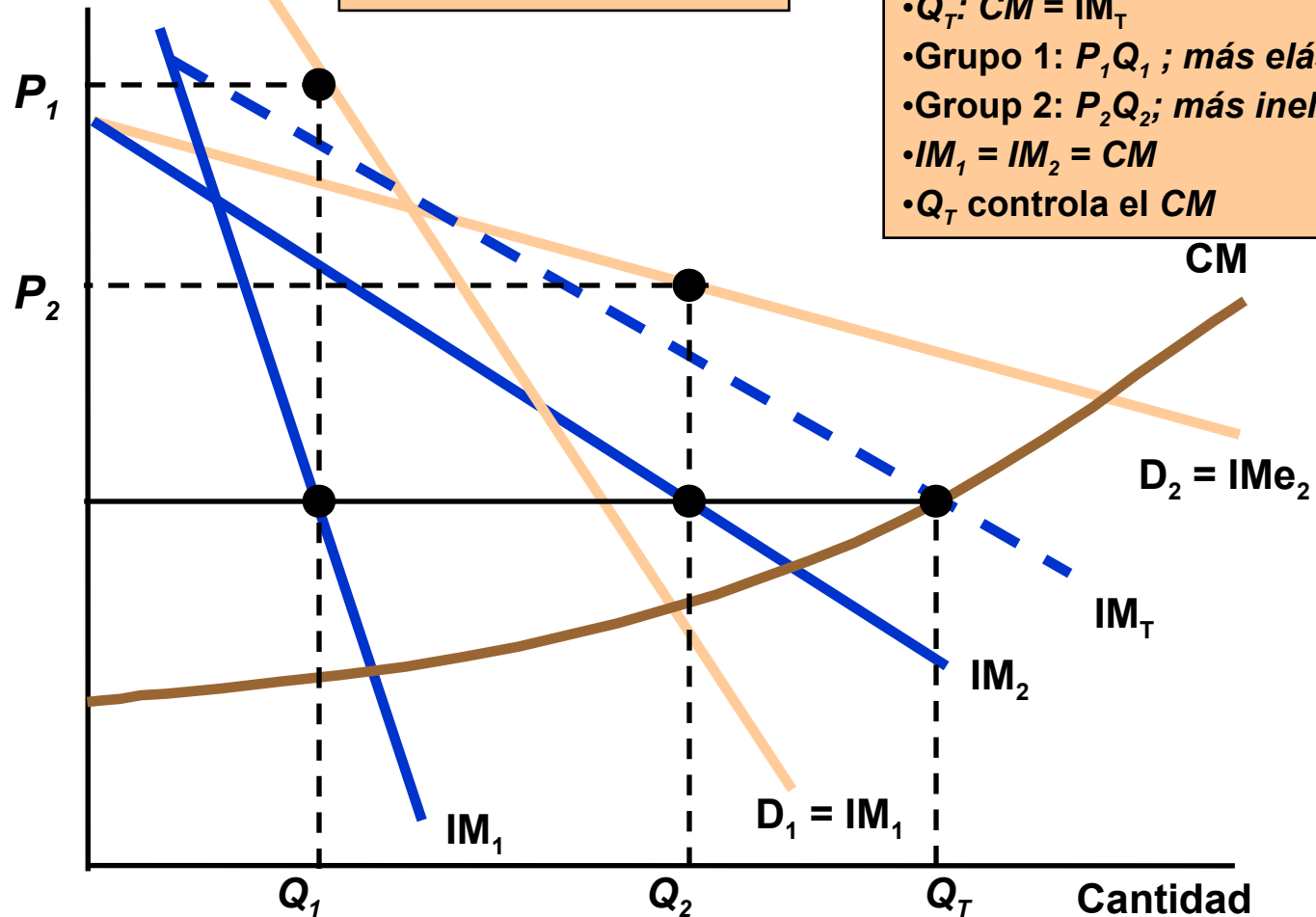


III Grado

$\$/Q$

CM = IM₁ en Q₁ y P₁

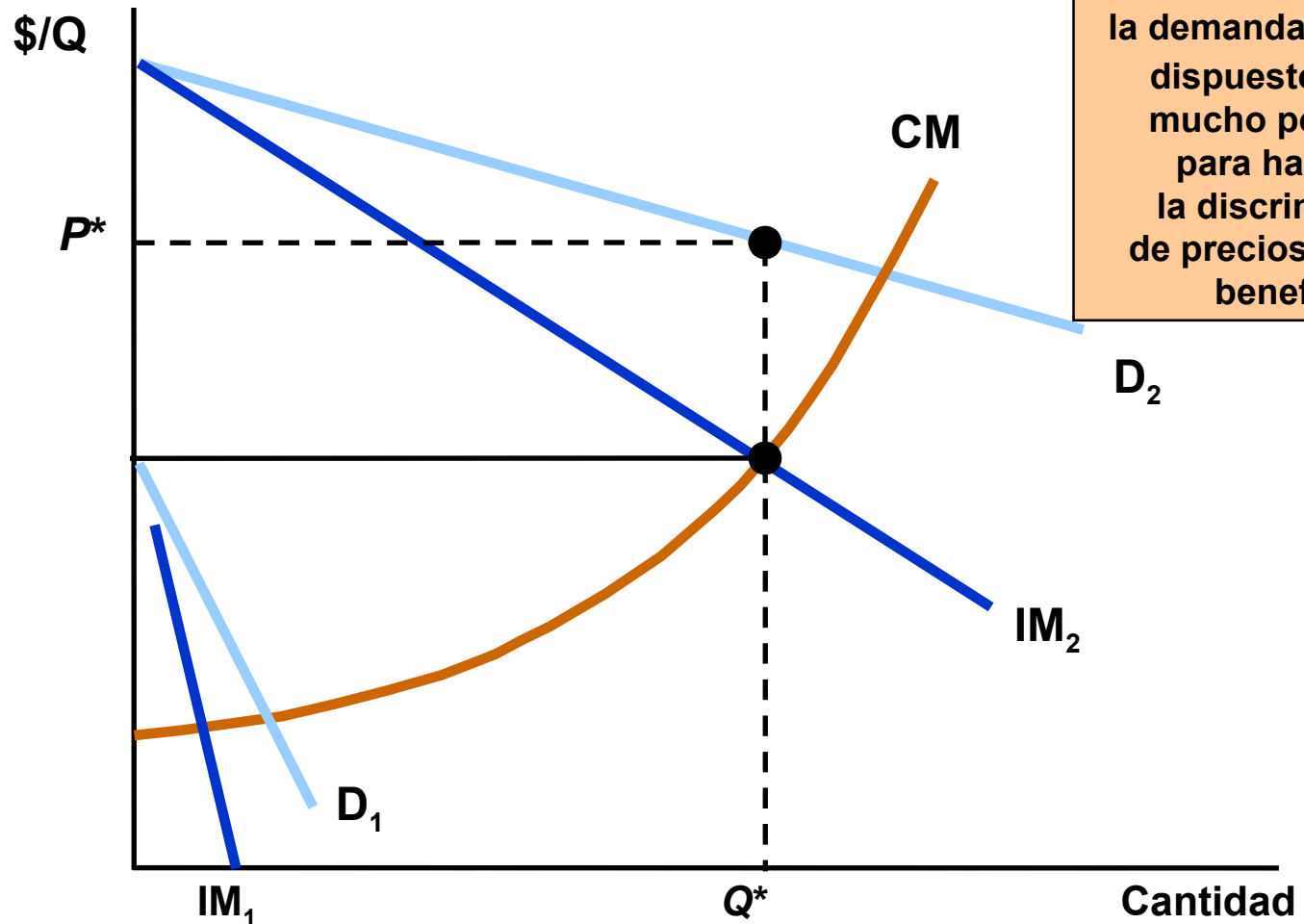
- Q_T: CM = IM_T
- Grupo 1: P₁Q₁; más elástica
- Group 2: P₂Q₂; más inelástica
- IM₁ = IM₂ = CM
- Q_T controla el CM



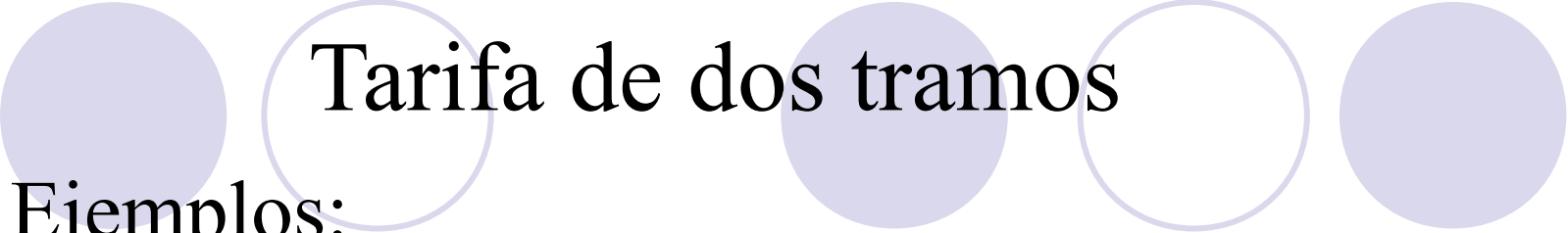
No vender al mercado más pequeño

Aunque la discriminación de precios de tercer grado sea viable, no siempre compensa vender a los dos grupos de consumidores si el coste marginal es creciente.

No vender al mercado más pequeño



El primer grupo de consumidores, que tiene la demanda D_1 , no está dispuesto a pagar mucho por el bien para hacer que la discriminación de precios produzca beneficios.



Tarifa de dos tramos

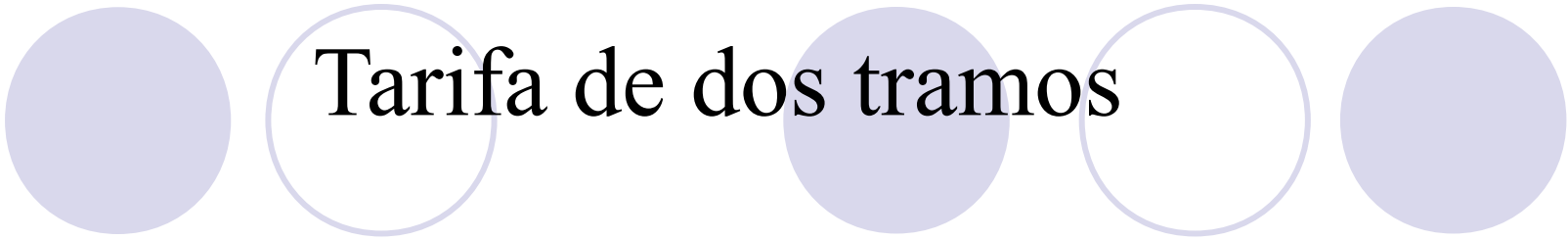
■ Ejemplos:

1) Un parque de atracciones:

- ◆ Se paga una entrada.
- ◆ Se paga por cada atracción y por los alimentos consumidos dentro del parque.

2) Un club de tenis:

- ◆ Se paga una cuota como socio.
- ◆ Se paga por utilizar una pista.



Tarifa de dos tramos

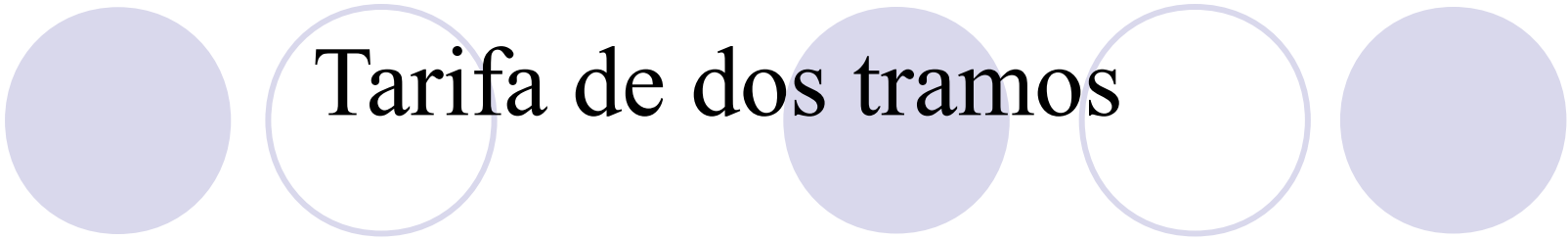
■ Ejemplos:

3) El alquiler de grandes computadoras:

- ◆ Se paga una tarifa mensual uniforme.
- ◆ Se paga una cantidad por cada unidad de tiempo de proceso consumido.

4) Maquinillas de afeitar:

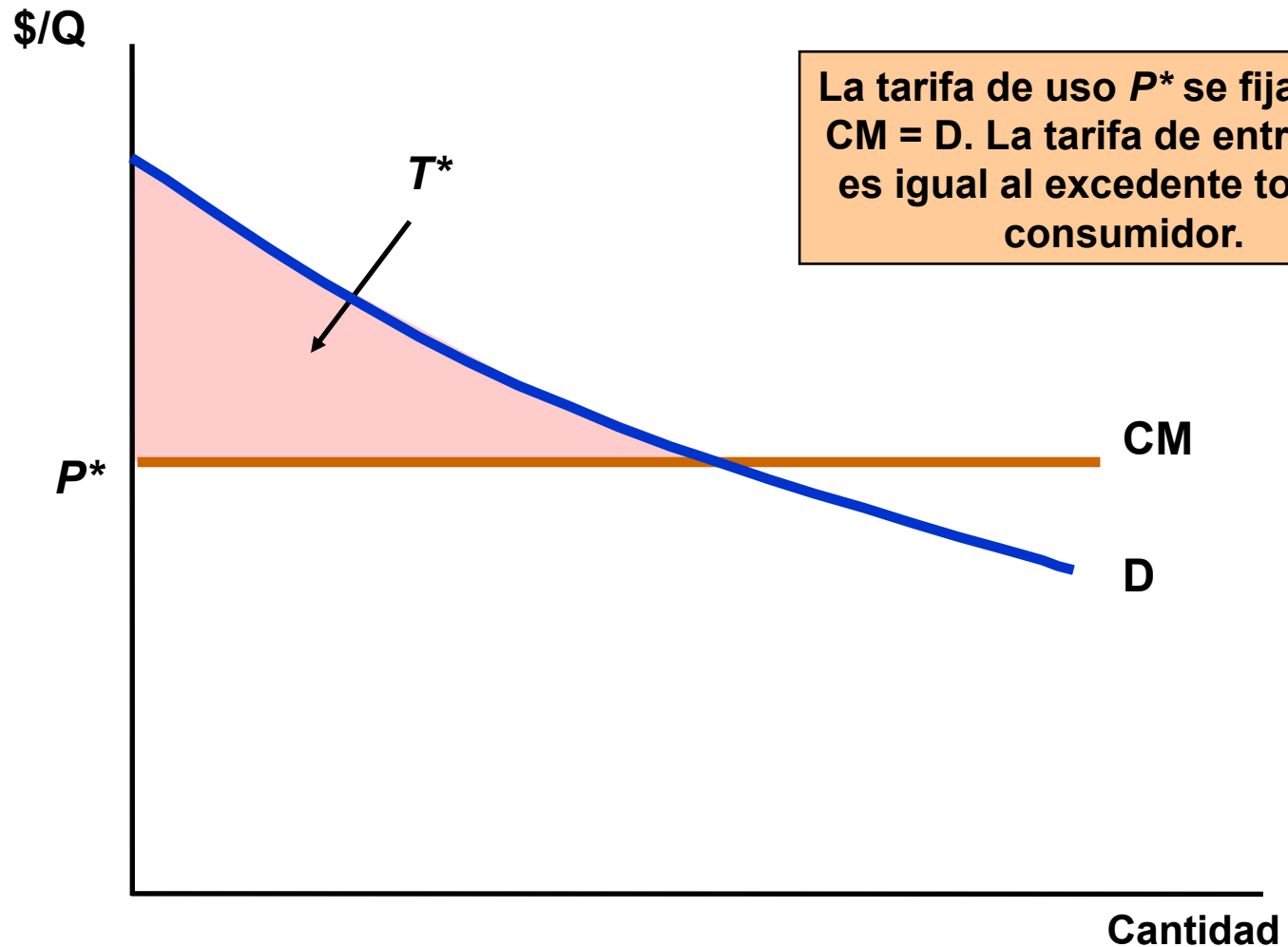
- ◆ Se paga la maquinilla.
- ◆ Se pagan las hojillas.



Tarifa de dos tramos

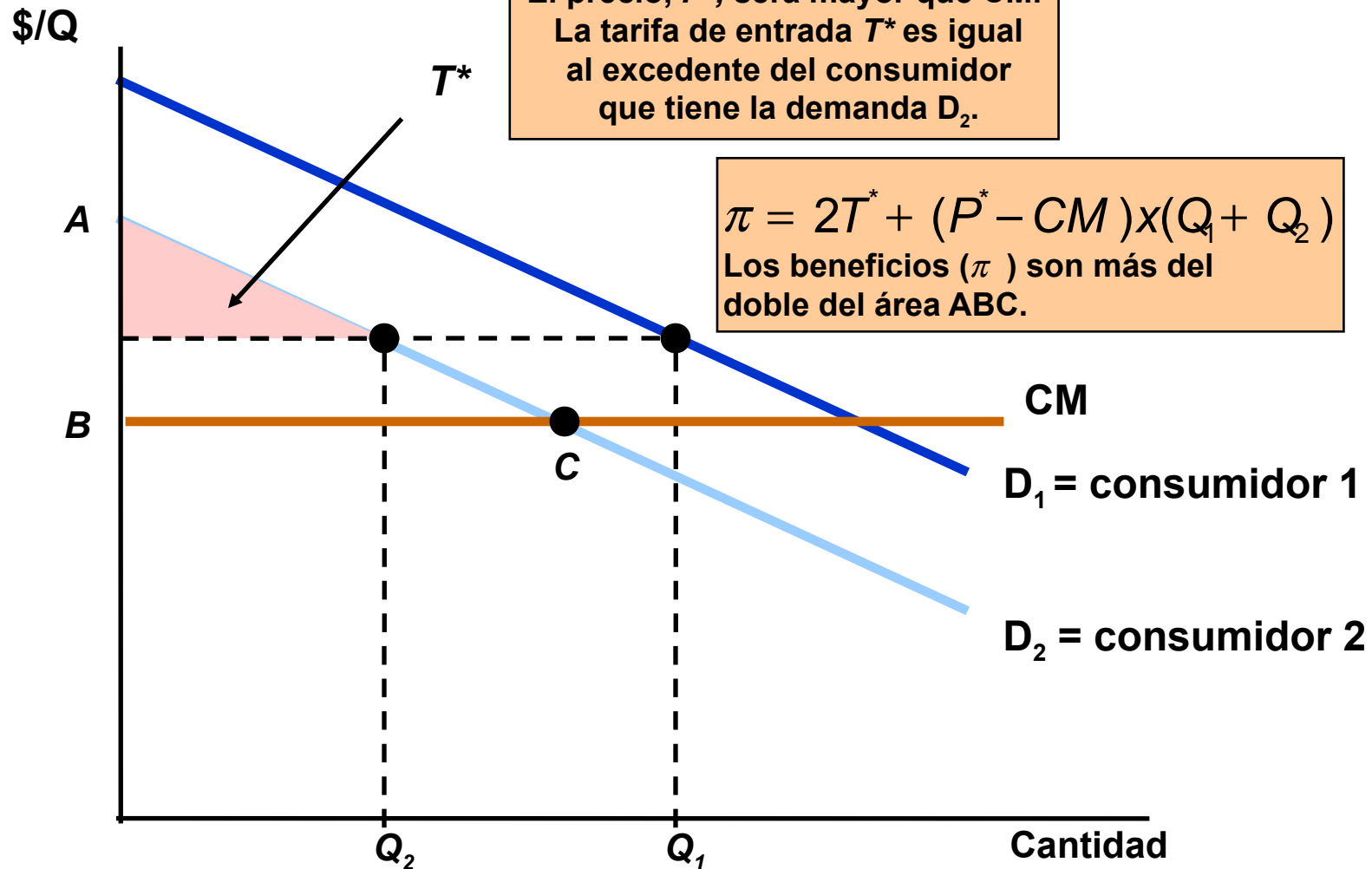
- La decisión del precio se hace fijando la tarifa de entrada (T) y la tarifa de uso (P).
- La empresa debe decidir entre la disyuntiva de establecer una elevada tarifa de entrada y una baja tarifa de uso o viceversa.

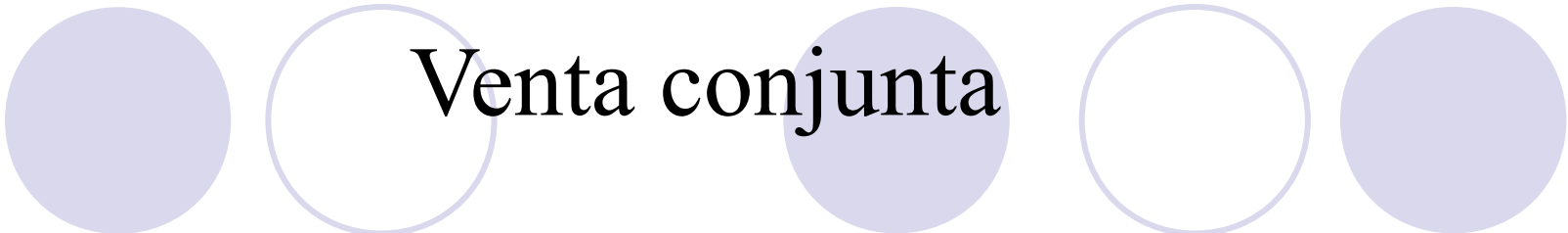
Tarifa de dos tramos: un consumidor



La tarifa de uso P^* se fija donde $CM = D$. La tarifa de entrada T^* es igual al excedente total del consumidor.

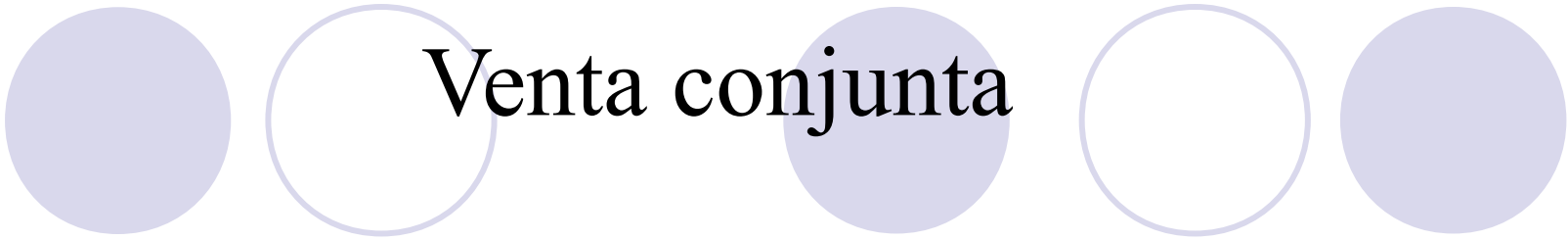
Tarifa de dos tramos: dos consumidores





Venta conjunta

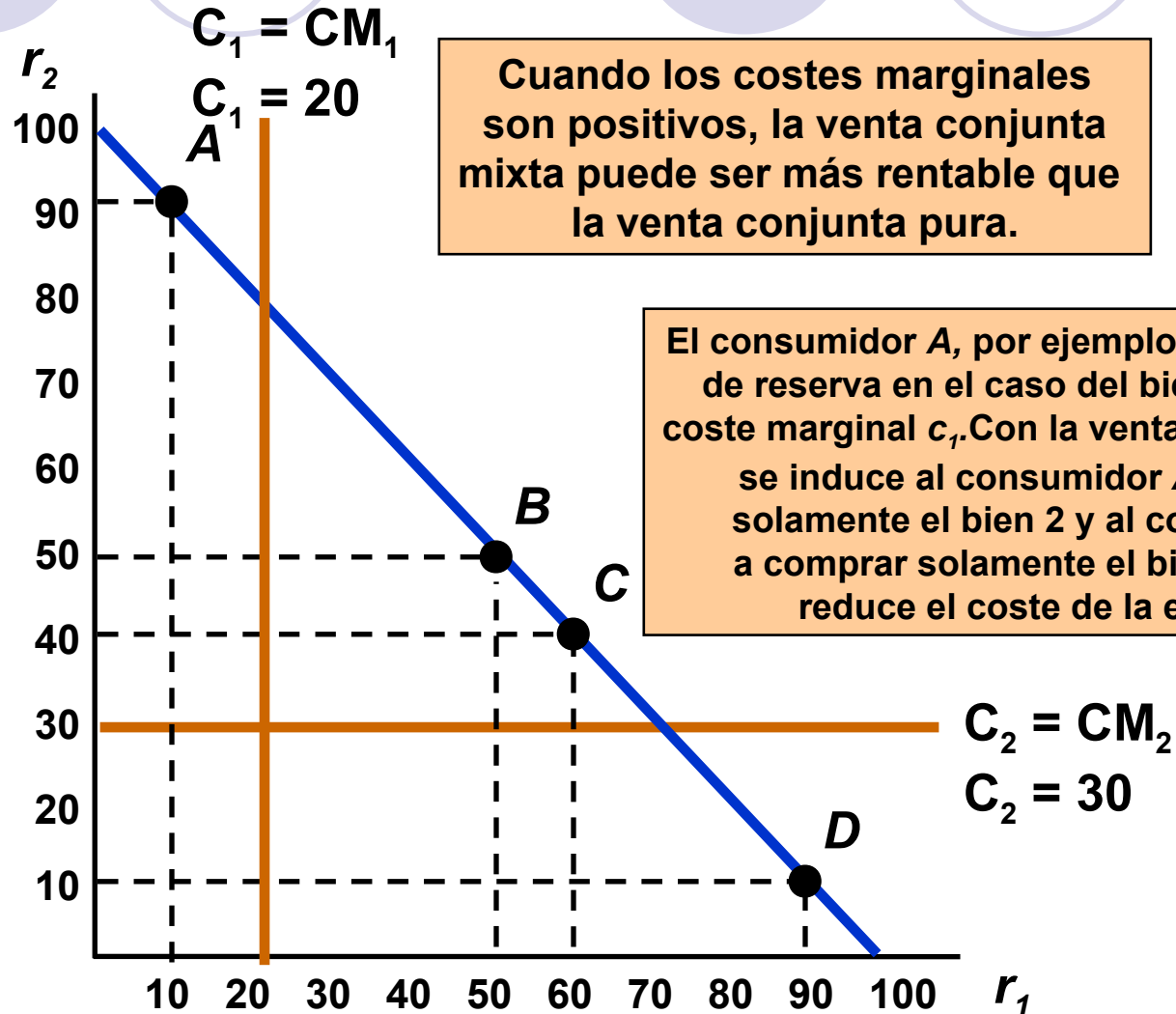
- La venta conjunta de bienes consiste en vender conjuntamente dos o más productos para obtener una ventaja en el precio.
- Condiciones necesarias para la práctica de la venta conjunta:
 - Compradores con demandas heterogéneas.
 - No se puede practicar la discriminación de los precios.
 - Las demandas deben estar correlacionadas negativamente.



Venta conjunta

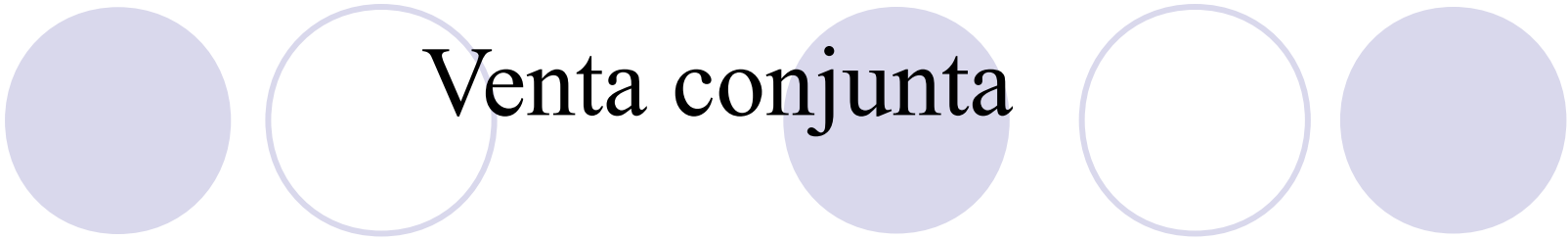
- Venta conjunta mixta:
 - Práctica consistente en vender dos o más bienes tanto conjuntamente como por separado.
- Venta conjunta pura:
 - Práctica consistente en vender productos sólo conjuntamente.

Venta conjunta mixta vs venta conjunta pura



Cuando los costes marginales son positivos, la venta conjunta mixta puede ser más rentable que la venta conjunta pura.

El consumidor A, por ejemplo, tiene un precio de reserva en el caso del bien 1 inferior al coste marginal c_1 . Con la venta conjunta mixta, se induce al consumidor A a comprar solamente el bien 2 y al consumidor D a comprar solamente el bien 1, lo que reduce el coste de la empresa.



Venta conjunta

- La venta conjunta en la práctica:
 - Artículos opcionales en la compra de un automóvil.
 - Viajes de vacaciones.
 - Televisión por cable.
 - Menú del día al restaurante.

Lo que hemos visto hoy

- Perdida social debida al monopolio: baja el excedente total.
- Regulación: precios
- Discriminación: puede ser socialmente optima (pero “injusta”).

Referencias: P&R : Capitulo 11; Frank: Capitulo 12;
Nicholson: Capitulo 10.