

Microeconomía I II. TEORÍA DEL PRODUCTOR

Tecnología (cap. 17)

La teoría de la empresa es muy similar a la del consumidor, pero la terminología es diferente y los referentes son más concretos: en vez utilidad, las empresas generan producción, y en vez de restricciones presupuestales, las empresas enfrentan restricciones tecnológicas y/o funciones de costos. El problema básico es: ¿Qué nivel de producción y/o combinaciones insumos necesita una empresa para maximizar ganancias?

Estos son algunos conceptos básicos y sus definiciones:

Insumos

- Factores de producción: mano de obra, capital, materias primas, tierra, etc.
- Por lo general, los insumos se miden en flujos en vez de niveles (*stocks*).
- Una distinción importante: capital financiero vs. capital físico o productivo.

La restricción tecnológica

Conjunto de producción – representa todas las combinaciones de insumos y productos que son factibles, dada cierta tecnología.

Función de producción – es el límite superior de un conjunto de producción (figura 17.1).

Isocuantas – diferentes combinaciones de insumos tales que resultan en un mismo nivel de producción (análogas a las curvas de indiferencia).

Tipos de isocuantas

Insumos complementos perfectos: tecnología de proporciones fijas o Leontieff.

Sustitutos perfectos (isocuantas lineales)

Tecnología Cobb-Douglas: $q = A x_1^a x_2^b$, donde a y b son parámetros que denotan los rendimientos a escala.

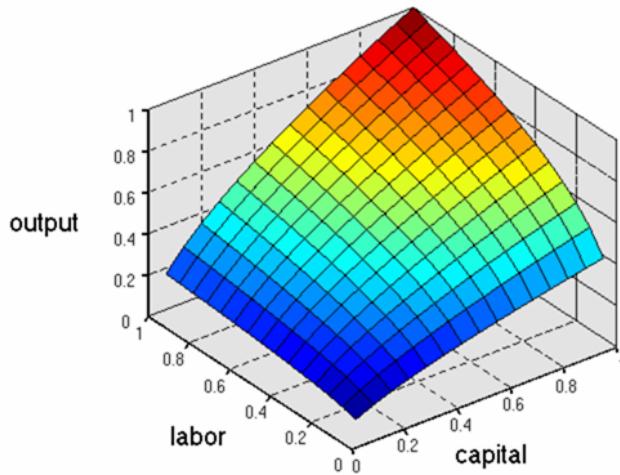
Cuidado: aquí ya no podemos hacer transformaciones monotónicas para simplificar el álgebra, pues alterarían el conjunto de producción.

Tecnologías bien comportadas

Son monótonas – a mayores insumos, mayor producto

Son convexas – las combinaciones lineales de insumos resultan en más producción que las combinaciones en los extremos de una isocuanta (ie, intensivas en un sólo factor)

$$y = k^\alpha n^{1-\alpha}, \alpha = 0.35$$



Función de producción Cobb-Douglas.

Producto Marginal

PM_1 – es una derivada parcial que indica cuánto más producimos al incrementar marginalmente el insumo 1... manteniendo el insumo 2 constante o fijo

$$PM_1 = \frac{\partial f(x_1, x_2)}{\partial x_1}, \text{ donde } f(x_1, x_2) \text{ es una función de producción}$$

Tasa marginal de sustitución técnica TMST

Es análoga a la TMS, y está dada por la razón de productos marginales:

$$TMST = \frac{\Delta x_2}{\Delta x_1} = -PM_1 / PM_2, \text{ o bien } |TMST| = PM_1 / PM_2$$

Rendimientos marginales decrecientes

Conforme empleamos más y más de un mismo insumo, manteniendo al menos algún otro un factor constante, obtenemos más producción... pero a una tasa decreciente (fig. 17.5)

...esta relación es observada tan frecuentemente que se le llama *Ley de los rendimientos marginales decrecientes* (análoga de la utilidad marginal decreciente vista antes)

La TMST es decreciente, en valor absoluto, conforme x_1 aumenta

Es el equivalente de la convexidad de las isocuantas (y la TMS decreciente de antes)

Importante: Los PM_i decrecientes, ligados a los rendimientos marginales ídem, no son lo mismo que una TMST decreciente!

Una distinción extra: corto y largo plazo

Si todos los insumos o factores varían – largo plazo

Si sólo algunos insumos varían y por lo menos uno se mantiene constante – corto plazo

Rendimientos a escala – ¿cuánto aumenta la producción si todos los insumos crecen en una proporción constante, t .

Rendimientos constantes (el caso típico): $f[(tx_1), (tx_2)] = t \cdot f(x_1, x_2)$

Rendimientos crecientes (lo que todos desearíamos: producir más y más con menos insumos): $f[(tx_1), (tx_2)] > t \cdot f(x_1, x_2)$

Rendimientos decrecientes (lo más ineficiente: producir cada vez menos con más y más insumos): $f[(tx_1), (tx_2)] < t \cdot f(x_1, x_2)$

Si $f(\cdot)$ es Cobb-Douglas, $q = A x_1^a x_2^b$, donde a y b son parámetros, la suma $a + b$ denota el tipo de rendimientos a escala: Si $a + b > 1$, son crecientes; si $a + b = 1$, sconstantes; y si $a + b < 1$, decrecientes.

Maximización de Utilidades o Ganancias (cap. 18)

La empresa desea maximizar utilidades, beneficios ó ganancias = Π = ingresos totales – costos totales. Como la empresa es tomadora de precios, tanto del producto ofrecido como de sus insumos, tenemos:

$$\Pi = p \cdot q(\cdot) - c(q) = p \cdot f(x_1, x_2) - w_1 x_1 - w_2 x_2,$$

donde p es el precio de mercado del bien producido, $q(\cdot)$ es la función de producción, $c(q)$ es el costo de producción, x_i son insumos y w_i su precio.

Noten que valoramos cada insumo a su precio de mercado, independientemente de que sean adquiridos o vendidos

...pero como “podrían” ser vendidos, usarlos en la producción tiene un costo de oportunidad.

Las utilidades se miden en términos de flujos: es decir, maximizamos el valor presente (VP) de los flujos de ganancias.

El valor de mercado (valor en bolsa)

En un mundo sin incertidumbre, el valor de mercado (o valor accionario) debe ser igual al VP de los flujos de ganancias de la empresa.

...de modo que maximizar el valor de mercado equivale a maximizar el VP de las ganancias.

...pero en un mundo con incertidumbre esto es más complicado, pero la aproximación sigue siendo útil: cambios en el valor de mercado reflejan cambios en ganancias esperadas..

Maximización al corto ó largo plazo

Factores o insumos fijos: planta y equipo, deben adquirirse aún cuando la empresa no produzca

Factores cuasifijos: pueden eliminarse siempre que la empresa no produzca

Factores variables: pueden variar de acuerdo al nivel de producción

Maximización en el corto plazo – ajustamos sólo uno de los 2 factores (fig. 18.1)

$$\max \Pi = p.f(x) - wx$$

Cuya condición de primer orden es: $p f'(x^*) - w = 0$, cuando $x=x^*$

...el valor del producto marginal de x debe ser igual a su costo marginal (el salario, por ejemplo)

Maximización en el largo plazo – ajustamos ambos factores

$$\max \Pi = p.f(x_1, x_2) - w_1 x_1 - w_2 x_2$$

Ahora hay dos condiciones de primer orden:

$$p.\delta f/\delta x_1 = w_1, \text{ cuando } x_1 = x_1^*, \text{ y}$$

$$p.\delta f/\delta x_2 = w_2 \dots \text{ cuando } x_2 = x_2^*$$

Estas ecuaciones caracterizan las llamadas "demandas condicionales de factores":

cuánto demanda una empresa del insumo i cuando se produce el nivel óptimo q^*

Y para encontrar q^* simplemente sustituimos x_1^* y x_2^* en la función de producción $f(\cdot)$

Demanda condicional de factores o insumos

Una empresa "demanda insumos" para producir un nivel óptimo de bienes, q^* .

La empresa demandará el insumo i hasta el punto en que $p.PM_i = w_i$, es decir, hasta el punto en que el "valor del producto marginal" del insumo i iguale a su costo marginal, w .

Debido a los rendimientos marginales decrecientes, PM_i decrece conforme x_i aumenta, por lo tanto la demanda condicional de factores tiene pendiente negativa (fig. 19.3)

Cuando $p.PM_i > w_i$ la empresa debe adquirir más del insumo i para aumentar sus ganancias.

Cuando $p.PM_i < w_i$ la empresa decide adquirir menos del insumo i para aumentar sus ganancias.

Por lo general, PM_i depende del nivel de x_i , y del nivel de los otros insumos.

Por lo tanto, la productividad del insumo i no depende solamente de cuán productivo sea el insumo por sí mismo, sino también de cuántas unidades ya está utilizando la empresa (ie, otros empleados), y del nivel de los otros insumos (ie, el nivel de maquinaria y equipo).

Además, cualquier innovación (tecnológica, administrativa, etc.) que aumente la productividad de todas las unidades de x_i , desplazará a la derecha la demanda condicional de tal factor, aumentando su utilización.

Esto quiere decir, por ejemplo, que si quieras aumentar la demanda del insumo mano de obra, cualquier política que aumente la productividad laboral (educación, nueva tecnología, etc.), aumentará el empleo.

Sin embargo, esto no impide que tal aumento en la demanda favorezca a la mano de obra calificada.

¿Cómo sabrías si las innovaciones tecnológicas promueven el empleo total?

Minimización de Costos (cap. 19)

La dualidad entre ganancias máximas y costos mínimos: Si una empresa está maximizando ganancias a cierto nivel de producción q , debe ser el caso que esté minimizando los costos de producir dicha q . De no ser así, habría otra forma de producir q a un menor costo y obtener los mismos ingresos, lo que invalidaría que la empresa haya maximizado ganancias en primer lugar. Minimización de costos es el “problema dual” de la maximización de ganancias: queremos minimizar el costo de cierto nivel de producción, q :

$$\min w_1 x_1 - w_2 x_2 \quad \text{s.a. } f(x_1, x_2) = q^*, \text{ (donde } q \text{ está previamente determinado)}$$

Solución gráfica o de tangencia: la pendiente de la isocuanta correspondiente a q^* debe ser igual a la pendiente de la curva de isocostos (fig. 19.1)

De manera análoga a elección del consumidor, ahora la condición de optimalidad es:

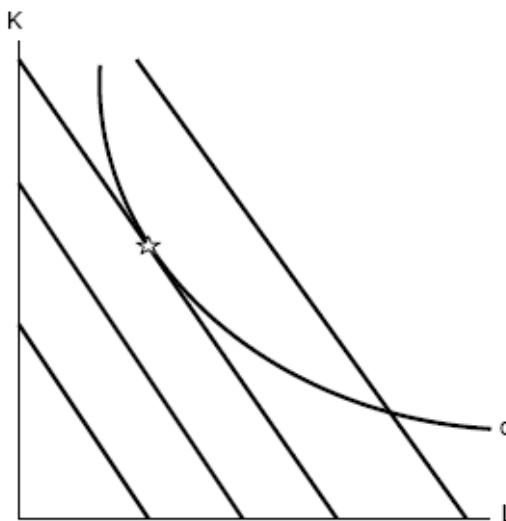
$$w_1/w_2 = PM_1 / PM_2$$

... la combinación óptima de insumos es aquella donde los precios relativos de los factores son proporcionales a su productividad marginal, o bien cuando la $|TMST| = PM_1 / PM_2$

Al igual que en el capítulo anterior, las elecciones óptimas de factores son las demandas condicionales de factores.

Las demandas de factores varían inversamente a sus precios (w): tienen pendiente negativa.

Las combinaciones de factores y costos óptimos para diferentes niveles de producción denotan el sendero de expansión y, al expresarse en valor monetario, resultan en una función de costos.



Solución de tangencia entre isocuanta q e isocostos (K y L son insumos).

Rendimientos a escala y la función de costos

Rendimientos crecientes a escala implican costos promedio (CM) decrecientes.

Rendimientos constantes a escala implican CM constantes.

Rendimientos decrecientes a escala implican CM crecientes.

Costos fijos y cuasi-fijos – Los primeros deben ser pagados, haya producción o no. Los segundos, sólo son pagados cuando hay producción >0.

Funciones de Costos (cap. 20)

A partir del valor monetario de las combinaciones de insumos óptimas descritas a lo largo del sendero de expansión podemos construir una función de costos (mínimos u óptimos, por definición) para cada nivel de producción, q .

Familias de curvas de costos (fig. 20.1)

$$\text{Costos totales: } C(q) = CV(q) + F$$

$$\text{Costos promedio: } C(q)/q = CMe = CVM(q) + CFM(q)$$

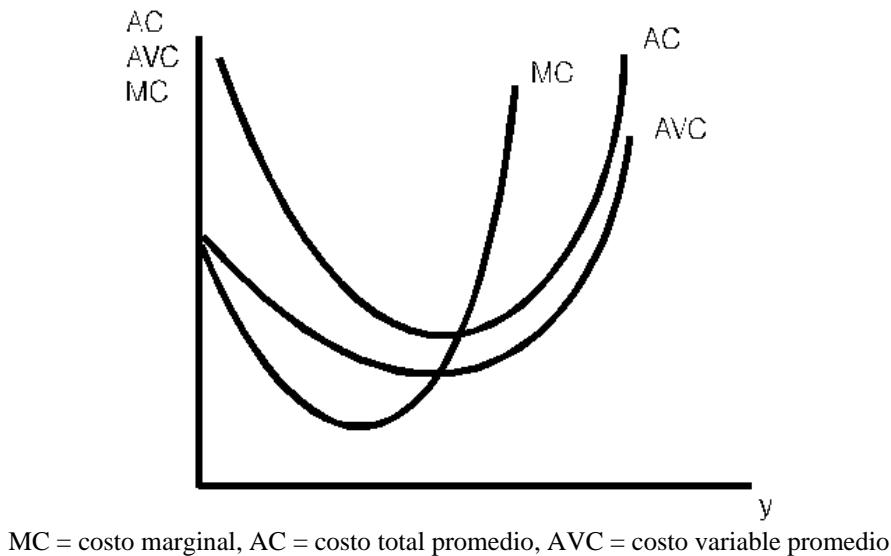
Costos marginales – es el cambio en el costo total debido a un aumento del producto:

$$CMg(q) = C'(q) = dC(q)/dq = dCV(q)/dq$$

CMg es igual al CVM cuando $q=0$

CMg cruza el punto mínimo de CMe y de CVM (fig. 20.2) ¿por qué?

Gráficamente, el área por debajo del CMg es igual a los CV totales: CMg mide el costo de cada unidad de producto adicional, de modo que su suma resulta en los CV totales.



MC = costo marginal, AC = costo total promedio, AVC = costo variable promedio

Costos a corto y a largo plazo (figs. 20.6 - 20.10)

Costos medios a largo plazo – Curva envolvente – Tamaño de planta – Costos marginales de largo plazo

Oferta de la Empresa (cap. 22)

Las empresas enfrentan dos tipos de restricciones

Tecnológicas – resumidas en las funciones de costo

De mercado – ¿como reaccionaran los consumidores y otras empresas ante sus elecciones?

Competencia Pura

La empresa es “tomadora” de precios: El precio no está bajo su control.

La demanda que enfrenta una “empresa competitiva” es horizontal al nivel del precio de mercado (demanda perfectamente elástica) Fig. 21.1

La oferta de una empresa competitiva

$$\max_q pq - c(q)$$

Condición de primer orden: $p = c'(q)$ precio (ingreso marginal) debe ser igual al costo marginal en q^*

Condición de segundo orden: $c''(q) > 0$...sólo la parte creciente (pendiente positiva) de la curva de costo marginal importa

¿Cuándo vale la pena producir?

Comparemos las ganancias: $pq - CV(q) - CF$, contra los costos fijos CF

Las ganancias de operación serán mayores cuando $p > CVM$

La empresa operará cuando el precio cubra al menos los costos variables promedio

De modo que la curva de oferta es la parte de pendiente positiva de la curva de CMg y que se encuentra por encima de la curva de CVM (fig. 21.3)

Curva de oferta inversa: $p = c'(q)$, mide la curva de costo marginal directamente.

Excedente del productor, $EP = pq - CV(q)$

$CV(q)$ es igual al área por debajo de CMg

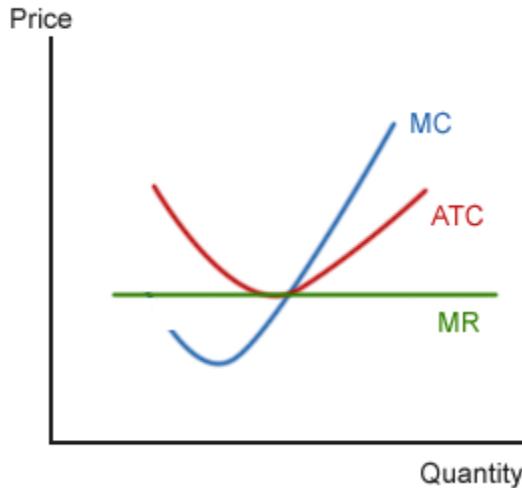
EP es el área por encima de la curva de CMg y por debajo del precio (fig. 21.5)

La diferencia entre el EP y las ganancias son los costos fijos.

Oferta de largo plazo – Usamos la curva de CMg de largo plazo

En el largo plazo, el precio debe ser mayor que los costos promedio.

Caso especial: Si los rendimientos a escala son constantes, la curva envolvente es horizontal por lo que la oferta de largo plazo es horizontal también (fig. 21.10).



Una empresa competitiva con utilidades normales o cero.

Oferta de la Industria (cap. 23)

Corto plazo

La oferta de la industria es la suma horizontal de las curvas de CMg de cada empresa. En el equilibrio de corto plazo, la demanda de mercado y la oferta de la industria son iguales: $D(p) = S(p)$...y permiten medir los excedentes de consumidores y las ganancias de las empresas (fig. 22.2)

Largo plazo

La tecnología (productividad), la escala de planta (combinaciones de factores), y el número de empresas (entrada y salida) pueden variar...

Observamos a las curvas de oferta con diferentes números de empresas y elegimos la menor curva que sea consistente con ganancias no-negativas. (fig. 22.3)

La oferta de la industria a largo plazo puede ser exacta (22.4)... ó aproximadamente horizontal en el nivel donde $p = \min(CMe)$ (fig. 22.5)

En clase vimos el caso de una industria donde todas las empresas poseen una misma tecnología con rendimientos constantes a escala, y donde la libre entrada de empresas también resulta en una oferta horizontal a largo plazo.

Impuestos

En el corto plazo, cuando el número de firmas es constante, los impuestos inciden tanto en consumidores como en productores, dependiendo de sus elasticidades relativas...

...pero en el largo plazo, si la oferta es horizontal, toda la incidencia de los impuestos recae en la demanda, es decir, todos los impuestos son pagados por los consumidores! (fig. 22.6)

Beneficios nulos (ganancias normales o cero)

Recordemos que la ganancia económica está definida a precios de mercado y cada factor recibe como pago su costo de oportunidad

Pero las ganancias positivas son un incentivo para que la industria crezca... y eventualmente $\Pi = 0$

Una industria madura puede mostrar ganancias contables, pero sus ganancias económicas probablemente tienden a cero en el largo plazo.

Rentas económicas (este tema casi no lo discutimos en clase)

¿Qué ocurre si algunos factores son escasos en el largo plazo? (licencias profesionales, permisos de taxi, venta de licores, materias primas, tierra, etc.)

Estos factores son fijos desde el punto de vista de la industria, pero variables para cada empresa...

...de modo que la industria sólo puede soportar un cierto número de empresas...

...y aquel factor que restringe la entrada a la industria, ganará rentas económicas

Pero si hay ganancias, siempre habrá la posibilidad de entrada a la industria (y de hacer $\Pi = 0$) mediante:

La introducción de nuevos recursos, tecnologías o sustitutos cercanos, o bien por el alza en precios de los recursos existentes...

Aspectos políticos de las rentas

Las rentas económicas son una transferencia pura de excedentes (EC ó EP)

...Pero los agentes compiten, no siempre limpiamente, por esas rentas

Ejemplo: Los permisos de taxi son muy valiosos para los tenedores actuales, quienes preferirán restringir la entrada de otros taxis

Rent-seeking: los recursos destinados a buscar rentas económicas... son una pérdida irrecuperable (deadweight loss) pues no aumentan la producción o riqueza social sino que sólo alteran las rentas derivadas de la propiedad de los factores.

Los Mercados Competitivos (una vuelta al cap. 16)

Ya casi estamos al final del curso y es hora de reflexionar sobre lo aprendido hasta ahora. En los capítulos anteriores hemos estudiado con detalle los determinantes de la conducta de los consumidores y productores, es decir, la lógica subyacente a las curvas de demanda y oferta de un mercado competitivo.

Los mercados competitivos maximizan el llamado excedente social, es decir los excedentes tanto de consumidores como productores, y por ello son óptimos de Pareto.

Otra forma de decir esto es que en un mercado competitivo, todas las transacciones de compra-venta mutuamente beneficiosas se llevan al cabo.

En la medida que el mercado asigna recursos hacia usos donde la disponibilidad a pagar excede al costo de ofertar, decimos que el mercado asigna recursos de manera eficiente.

Esto no quiere decir que todo mundo está feliz con el resultado: dado el precio de equilibrio, algunos productores no lograrán vender sus productos, y algunos consumidores no lograrán adquirirlos.

Si esto te parece injusto, ¿se te ocurre otra forma de asignar recursos?

Breviario Paretiano

Un criterio de eficiencia útil, aunque no libre de problemas, es la eficiencia de Pareto, que significa que no hay forma de mejorar la situación de un individuo (o grupo) sin perjudicar a otro más.

Una ineficiencia de Pareto significa que existe una forma de mejorar la situación de alguien sin perjudicar la de otros más.

Una mejoría de Pareto es cuando resolvemos una ineficiencia de Pareto parcial o totalmente.

La moraleja de todo esto es que los mercados competitivos son socialmente preferibles a los no competitivos, pues éstos últimos no son óptimos de Pareto.

Sin embargo, los mercados perfectamente competitivos son una construcción teórica. y no son muy comunes en la vida real.

Para algunos críticos, eso basta para refutar la teoría microeconómica por completo: abstracción fantasiosa e inútil.

Para sus defensores, el modelo del mercado competitivo ofrece una brújula útil para analizar y comparar diferentes situaciones y estructuras de mercado: ¿qué tan competitivos son los distintos mercados?

A lo largo del curso hemos estudiado con detalle el modelo competitivo. Me gustaría decirles que aquí se acabó la historia: Pero no, mas bien, aquí empieza. (De modo que si no crees o no te gusta el modelo, no te preocupes, ¡lo mejor está por venir!)

El modelo es sólo un punto de partida y como tal, resulta aún más útil cuando recordamos los supuestos subyacentes de todo mercado competitivo.

Supuestos básicos de un mercado competitivo (que garantizan que empresas y consumidores sean tomadores de precios):

Libre entrada y salida de empresas y consumidores (esto garantiza un amplio número de consumidores y productores)

Información perfecta sobre los precios de bienes e insumos

Producto homogéneo

Otros supuestos (igual o más) importantes pero comúnmente ignorados:

Derechos de propiedad bien establecidos: si algunos bienes no pueden comprarse o venderse legítimamente, tenemos mercados incompletos y *common pool problems* (ie, ¿quién es el dueño del aire que respiras? ¿por qué se congestiona el viaducto?).

Estado de derecho / aparato jurídico eficiente / obligatoriedad de contratos: Si alguien roba o viola los derechos de propiedad de los agentes, o si alguien viola un

contrato o promesa de compra-venta, ¿existe una autoridad que resuelva eficientemente las disputas?

Muchas cosas interesantes ocurren cuando se violan algunos de estos supuestos--y es allí donde la teoría económica se vuelve más interesante y relevante:

- Cuando se viola el supuesto 1, tenemos competencia imperfecta / interacción estratégica entre empresas / oligopolios / duopolios / monopolios (de eso trata la organización industrial y la teoría de juegos).
- Cuando se viola el supuesto 2, tenemos problemas de información asimétrica (de eso se trata la teoría del agente-principal y el diseño de mecanismos).
- Cuando se viola el supuesto 3, tenemos empresas compitiendo con productos diferenciados, marcas, etc. (competencia monopolística).
- Cuando se viola el supuesto A o B las cosas en verdad se complican (de ello se trata la economía política moderna).
- Otras complicaciones (no vistas en este curso): Externalidades / Bienes públicos / Costos de transacción (de ello se ocupa la economía pública).

Por razones de tiempo, en este curso sólo analizaremos una de las violaciones más simples al modelo competitivo: los monopolios.

Les recomiendo una lectura opcional sobre el funcionamiento de los mercados:
Hayek, F. A. 1945. "[The Use of Knowledge in Society](#)", *American Economic Review*, 35(4), 519-30. [Versión en español](#)

Monopolio (cap. 24)

Cuando la demanda total de un mercado es atendida por una sola empresa tenemos un monopolio (este es el extremo teórico opuesto a la empresa tomadora de precios vista bajo competencia perfecta). Un monopolio, al igual que cualquier otra empresa, intentará maximizar ganancias – pero la diferencia con el caso de competencia perfecta es que, en vez de tomar el precio como algo dado (*price taker*), el monopolista buscará el precio (o la serie de precios) que más le convengan. Por ello decimos que un monopolio es un buscador de precios (*price searcher*).

Maximización de ganancias de un monopolio ordinario (aquel que busca un sólo precio)

Ganancias = ingresos – costos, es decir

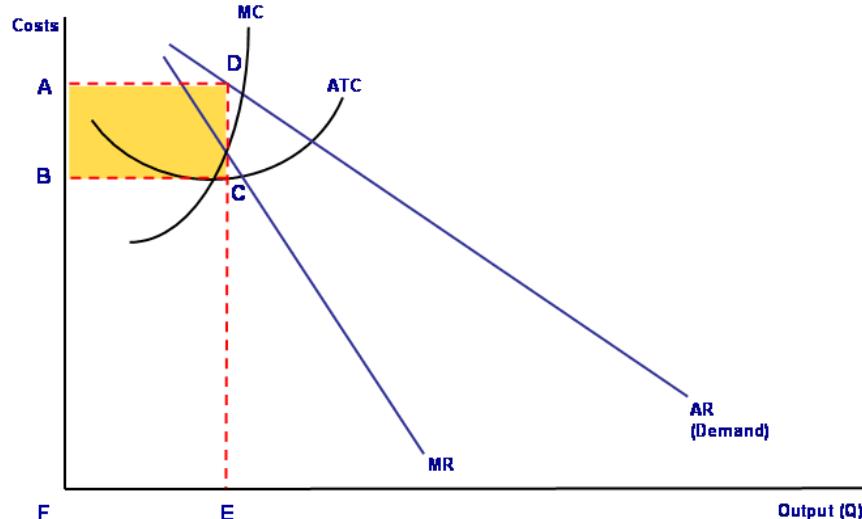
$$\max_q \Pi = i(q) - c(q)$$

...implica: $i'(q) = c'(q)$, cuando $q=q^*$ (óptimo), o bien $IMg = CMg$

Alternativamente, usando la función inversa de demanda,
 ingreso = precio x cantidad = $p(q)q$

$$\max_q \Pi = p(q)q - c(q)$$

...implica: $p(q) + p'(q)q = c'(q)$, cuando $q=q^*$ (óptimo), o bien $IMg = CMg$



Ganancias de un monopolio ordinario.

Esta notación permite, con algo de álgebra y recordando la relación entre ingreso marginal y elasticidad (cap.15), reexpresar la condición de optimización del monopolista como:

$$p(q)[1 + (\delta p / \delta q)(q/p)] = c'(q), \text{ o bien como } p(q)[1 + 1/\varepsilon_p] = c'(q)$$

...de modo que el monopolista buscará precios inversamente proporcionales a la elasticidad de la demanda que enfrente.

Caso de una (función inversa de) demanda lineal:

$$p = a - by \rightarrow IMg = a - 2by \text{ (fig. 23.1)}$$

Caso de una demanda de elasticidad constante:

$$q = Ap^\varepsilon \rightarrow IMg = p[1+1/\varepsilon]$$

...condición de optimalidad: $p[1+1/\varepsilon] = c'(y)$

...que puede interpretarse como un margen sobre el CMg o *mark-up pricing* (fig. 23.2)

Ineficiencia del monopolio

El monopolio es ineficiente en el sentido de Pareto, pues $p > CMg$, y el excedente total no se maximiza (fig. 23.4)

Es decir, vende una menor cantidad que un mercado competitivo, y a un mayor precio.

Como resultado, algunos consumidores que están dispuestos a pagar precios superiores al costo marginal, quedan fuera del mercado: esta es una pérdida social irrecuperable (*deadweight loss*)

Una medida de la ineficiencia social del monopolio es la pérdida irrecuperable: el valor de la producción no realizada (fig. 23.5)

Impuestos

Si la demanda es lineal: el precio sube sólo en la mitad del impuesto (fig. 23.3)

Si la demanda es de elasticidad constante: el precio sube más que el valor del impuesto, debido al *mark-up* sobre costos.

Patentes

Una patente crea una oportunidad de monopolizar cierto producto. ¿Es esto deseable?

Depende. Es posible que la ineficiencia de las patentes sea compensada con los incentivos para la innovación que estas generan: este es el *trade off* entre innovación e ineficiencia del monopolio.

Este es un problema difícil y a la vez interesante en economía.

Monopolio natural (este tema no lo cubrimos en clase)

Un monopolio natural ocurre cuando los costos medios son decrecientes en el rango relevante de la demanda de mercado, y por tanto la solución óptima $p = CMg$ no es redituable para la empresa. (fig. 23.6) (existe una definición más estricta, pero no es relevante para este curso).

Las industrias del sector público (y otras más, como gasolina, electricidad, telecomunicaciones, etc.) a menudo gustan autodenominarse monopolios naturales—y con ello conseguir barreras legales a la entrada—aún cuando no siempre lo son.

En general, los monopolios naturales ocurren cuando hay costos fijos muy grandes y los costos marginales son relativamente menores.

Dos soluciones típicas, estudiadas en la “economía de la regulación”, son:

El gobierno opera la empresa y cubre el déficit de operación, y/o

El gobierno regula las políticas de precios de una empresa privada de modo que $p=AC$

Causas del monopolio

Si contamos con datos sobre la demanda y los costos de la industria, podemos inferir qué tipo de mercado prevalecerá en el largo plazo:

Si la escala mínima eficiente es grande en relación con la demanda de mercado → monopolio

Si la escala mínima eficiente es pequeña en relación con la demanda de mercado → mercado competitivo

Además de las razones tecnológicas, los monopolios pueden surgir a partir de una combinación de:

Colusión: cuando un grupo de empresas forman un cártel para restringir la producción.

Marcas registradas, patentes, etc: cuando la propiedad intelectual así lo permite.

Por ley ó intervención gubernamental: cuando el gobierno decide legislar la creación o sostenimiento de un monopolio.

Una barrera legal puede mantener un monopolio público (ie, PEMEX), o bien proteger a un monopolio privado.

¿En la práctica, cuántos monopolios conoce de cada grupo? ¿Cuáles crees que sean socialmente más ineficientes?

Conducta del Monopolio (cap. 25) (sujeto a disponibilidad de tiempo)

Una empresa monopólica, al enfrentar la demanda de mercado, intentará no sólo maximizar ganancias, como vimos en el capítulo anterior, sino que intentará establecer políticas de precios diferenciados a modo que pueda allegarse el mayor nivel de excedente del consumidor (utilidades adicionales) posible.

Discriminación de precios (o cuando el monopolio busca una serie de precios)

Primer grado – discriminación perfecta de precios

Hace una oferta de tómalo ó déjalo (take it or leave it) al precio de reserva de cada consumidor

El productor recaba todo el excedente.

Pero resulta en un nivel de producción que es óptimo de Pareto (¿por qué?)

Segundo grado – Precios no lineales (ie, descuentos por volumen)

Cuando el monopolista atiende dos segmentos de mercado (dos curvas de demanda)

...intentará apropiarse del excedente total de ambos mercados...

...pero al no conseguirlo, tendrá que cobrar menos a su mayor consumidor (y más a quienes consumen menos).

Tercer grado – discriminación imperfecta de precios

El monopolista ofrecerá diferentes precios a diferentes grupos de consumidores, pero sin descuentos por volumen

Este es el caso más comúnmente observado.