

TEMA 11

El monopolio

En este tema estudiaremos:

- ¿Cuál es el origen de los monopolios?
- ¿Por qué en el caso del monopolio $IMg < P$?
- ¿Cómo se escoge P y Q en régimen de monopolio?
- ¿Cómo afectan los monopolios al bienestar social?
- ¿Qué puede hacer el gobierno ante los monopolios?
- ¿Qué es la discriminación de precios?

Introducción

- Un **monopolio** es una empresa que es el único vendedor de un producto sin sustitutos cercanos.
- En este tema analizaremos el monopolio y veremos sus diferencias con la situación de competencia perfecta.
- Diferencia clave:
Una empresa monopolista tiene **poder de mercado**, la capacidad de influir sobre el precio de mercado del producto que vende. Una empresa competitiva no tiene poder de mercado.

¿Por qué surgen los monopolios?

La principal causa del monopolio es la existencia de **barreras de entrada**, que impiden que otras empresas puedan entrar en el mercado a competir.

Tres fuentes de barreras de entrada:

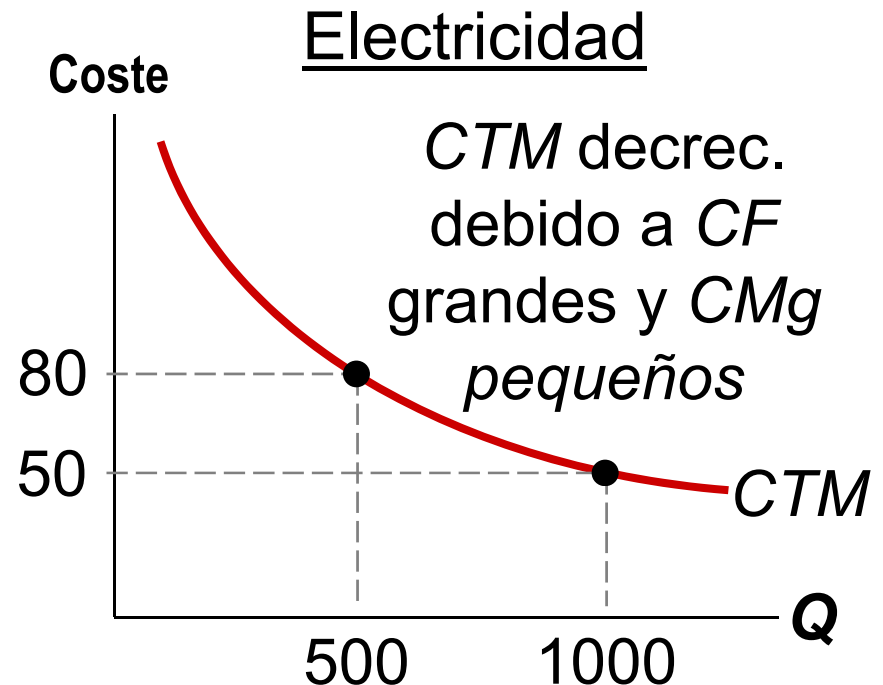
1. Un recurso clave es propiedad de una única empresa.
E.g., DeBeers posee la mayor parte de las minas de diamantes en todo el mundo
2. El gobierno da a una empresa el derecho exclusivo de producir un bien o servicio.
E.g., patentes, copyright

¿Por qué surgen los monopolios?

3. **Monopolio natural:** una única empresa puede producir toda la cantidad de mercado Q a un CTM menor de lo que lo harían varias empresas.

Ejemplo: 1000 hogares necesitan electricidad.

CTM es menor si una empresa sirve a los 1000 hogares, en lugar de que dos empresas sirvan a 500 hogares.

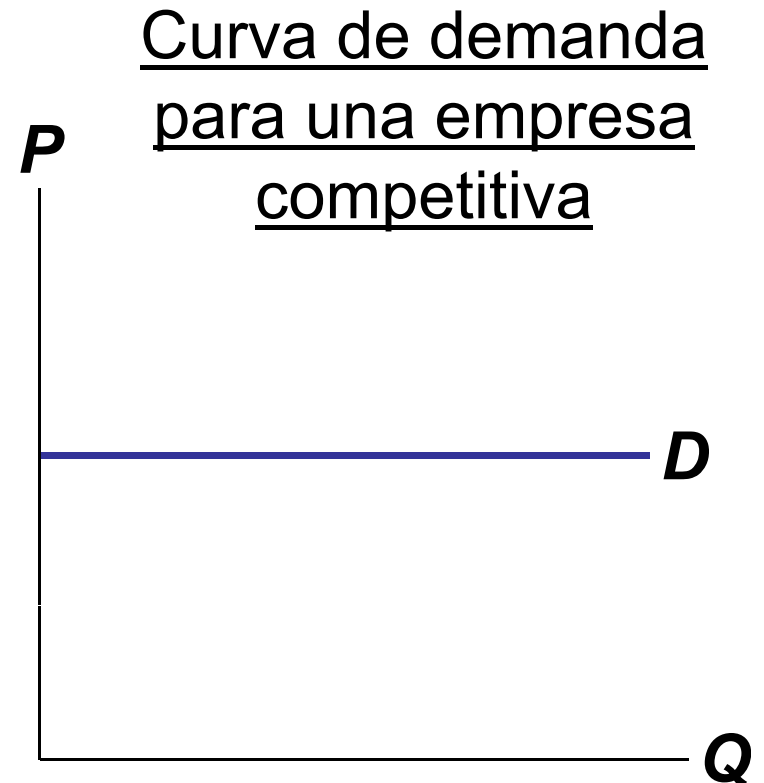


Monopolio vs. competencia: curvas de demanda

En un mercado competitivo, la curva de demanda de mercado es decreciente.

Pero la curva de demanda para una empresa individual es horizontal al precio de mercado.

La empresa puede aumentar Q sin que P baje, así $IMg = P$ para la empresa competitiva.

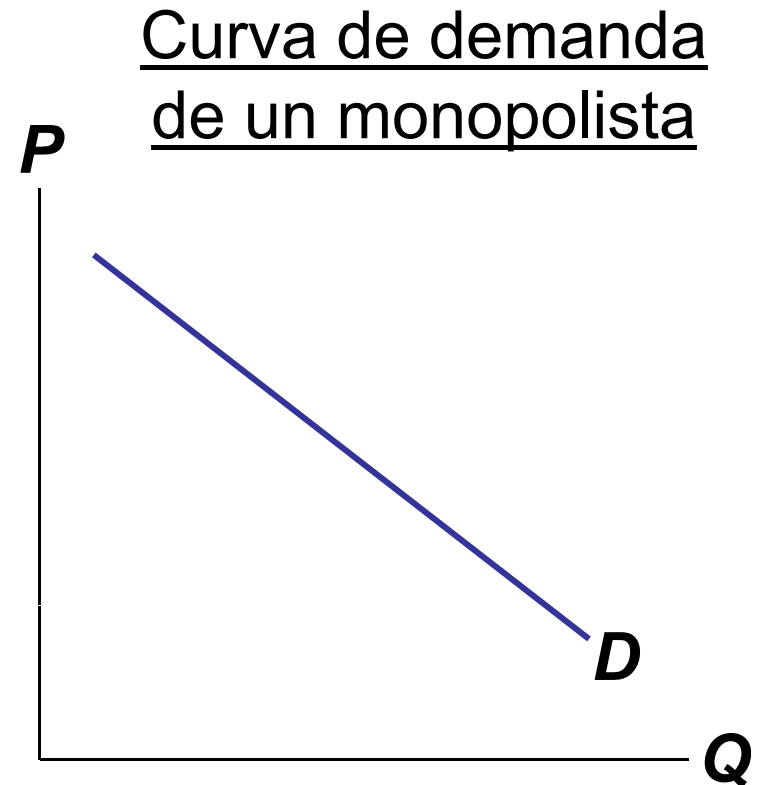


Monopolio vs. competencia: curvas de demanda

Un monopolista es el único vendedor, por eso se enfrenta a la curva de demanda del mercado.

Para vender una mayor Q , la empresa debe reducir P .

Así, $IMg \neq P$.



Ingreso del monopolio

Gelatto es la única empresa vendedora de helados en la ciudad.

La tabla muestra la demanda de helados del mercado.

Rellena los huecos.

¿Cuál es la relación entre ***P*** y el ***IM***? ¿Y entre ***P*** y el ***IMg***?

<i>Q</i>	<i>P</i>	<i>IT</i>	<i>IM</i>	<i>IMg</i>
0	4.50		n.a.	
1	4.00			
2	3.50			
3	3.00			
4	2.50			
5	2.00			
6	1.50			

Respuesta

Aquí, $P = IM$,
igual que para una
empresa
competitiva.

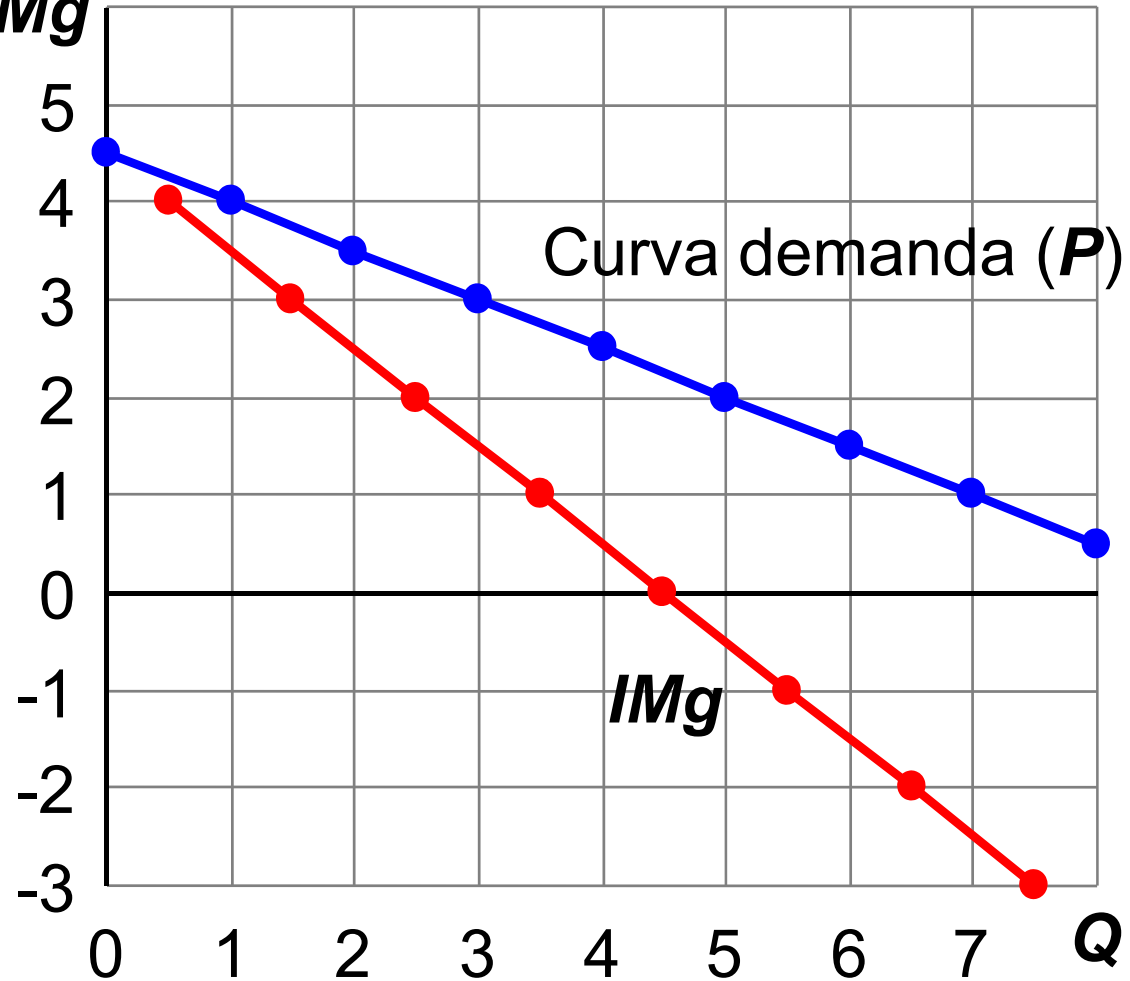
Aquí, $IMg < P$,
mientras que para
una empresa
competitiva $IMg = P$

Q	P	TR	IM	IMg
0	4.50	0	n.a.	
1	4.00	4	4.00	4
2	3.50	7	3.50	3
3	3.00	9	3.00	2
4	2.50	10	2.50	1
5	2.00	10	2.00	0
6	1.50	9	1.50	-1

Curvas D e IMg

P, IMg

Q	P	IMg
0	4.50	
1	4.00	4
2	3.50	3
3	3.00	2
4	2.50	1
5	2.00	0
6	1.50	-1



IMg del monopolista

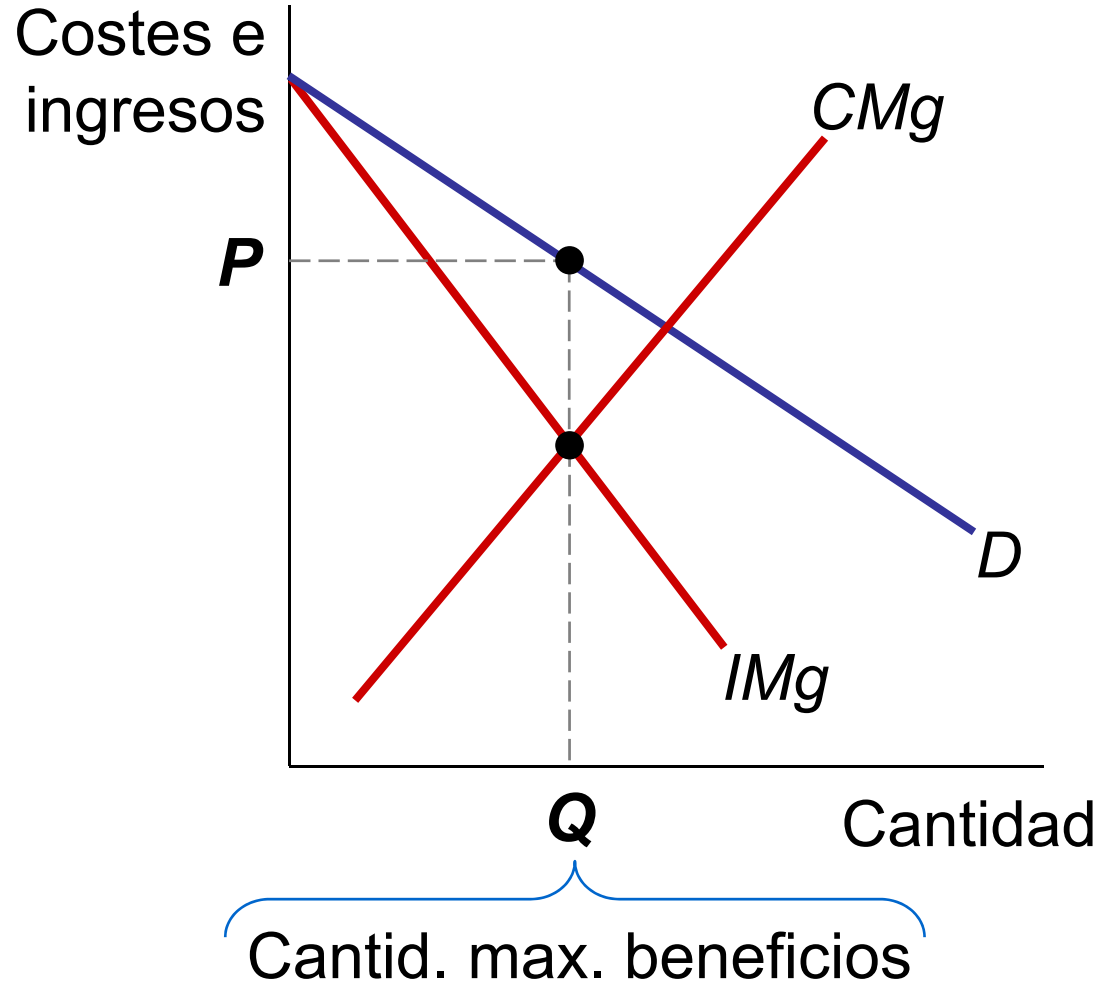
- El aumento de **Q** tiene dos efectos sobre los ingresos:
 - ***Efecto output:***
Mayor output aumenta los ingresos
 - ***Efecto precio:***
Menor precio reduce los ingresos
- Para vender una mayor **Q**, el monopolista debe reducir el precio en todas las unidades que vende.
- Por tanto, $IMg < P$
- IMg podría incluso ser negativo si el efecto precio es mayor que el efecto output (e.g., cuando Gelatto aumenta **Q** de 5 a 6).

Maximización de beneficios

- Como una empresa competitiva, un monopolista maximiza beneficios produciendo aquella cantidad en que **$IMg = CMg$** .
- Una vez que el monopolista identifica esta cantidad, establece el mayor precio que los consumidores estén dispuestos a pagar por es cantidad.
- Este precio se obtiene de la curva **D** .

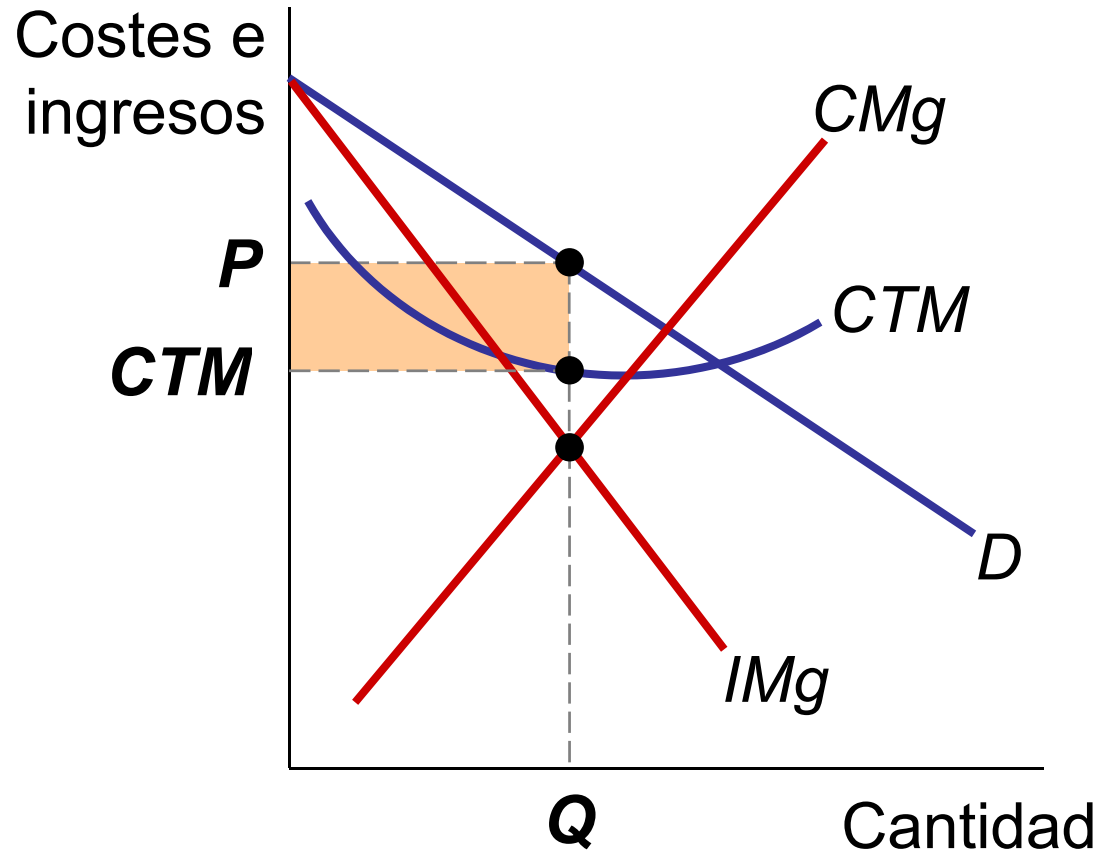
Maximización de beneficios

1. La cantidad **Q** que máx. benef. implica $IMg = CMg$.
2. En la curva de demanda buscamos el **P** correspondiente a esa **Q**.



Beneficio del monopolista

Como en el caso de una empresa competitiva, los beneficios del monopolista son:
 $(P - CTM) \times Q$



Un monopolio no tiene curva de oferta

Una empresa competitiva

- toma P como dado
- tiene una curva de oferta que muestra como su Q depende de P

Un monopolio

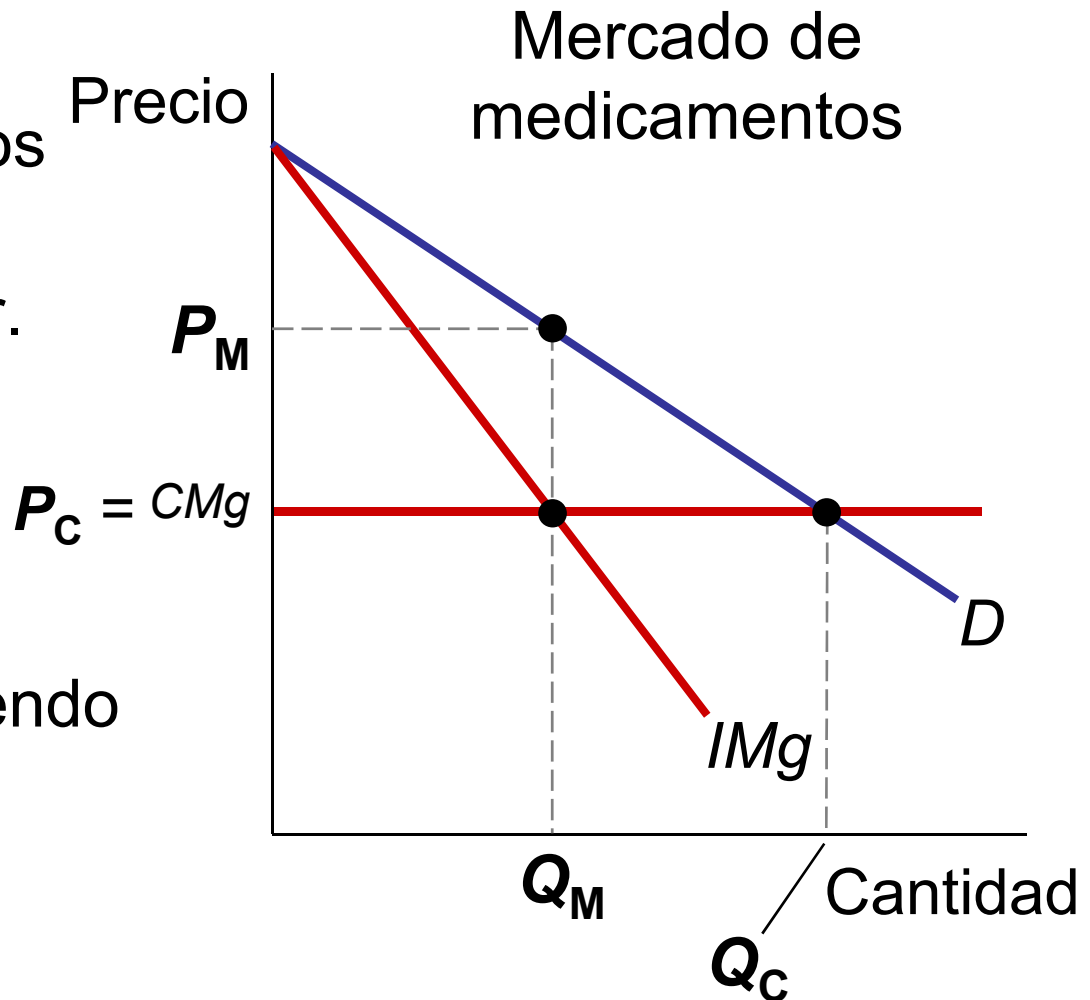
- es un “precio-decisor,” no un “precio-aceptante”
- Q no depende de P , sino que Q y P se determinan conjuntamente por CMg , IMg , y la curva de demanda.

Por tanto no hay curva de oferta para el monopolio.

Caso de estudio: medicamentos monopolísticos frente a medicamentos genéricos

Las patentes sobre nuevos medicamentos dan un monopolio temporal al vendedor.

Cuando expira la patente, el mercado se convierte en competitivo, apareciendo los medicamentos genéricos.



Coste de bienestar del monopolio

- Recordemos: En equilibrio competitivo, $P = CMg$ y el excedente total es máximo.
- En un eq. con monopolio, $P > IMg = CMg$
 - El valor para los compradores de una unidad adicional (P) es mayor que el coste de los recursos necesarios para producirla (CMg).
 - Bajo monopolio Q es demasiado baja – podría aumentarse el excedente total con una Q mayor.
 - Por tanto, del monopolio resulta una pérdida irrecuperable de eficiencia.

Coste de bienestar del monopolio

Eq. competitivo:

cantidad = Q_C

$P = CMg$

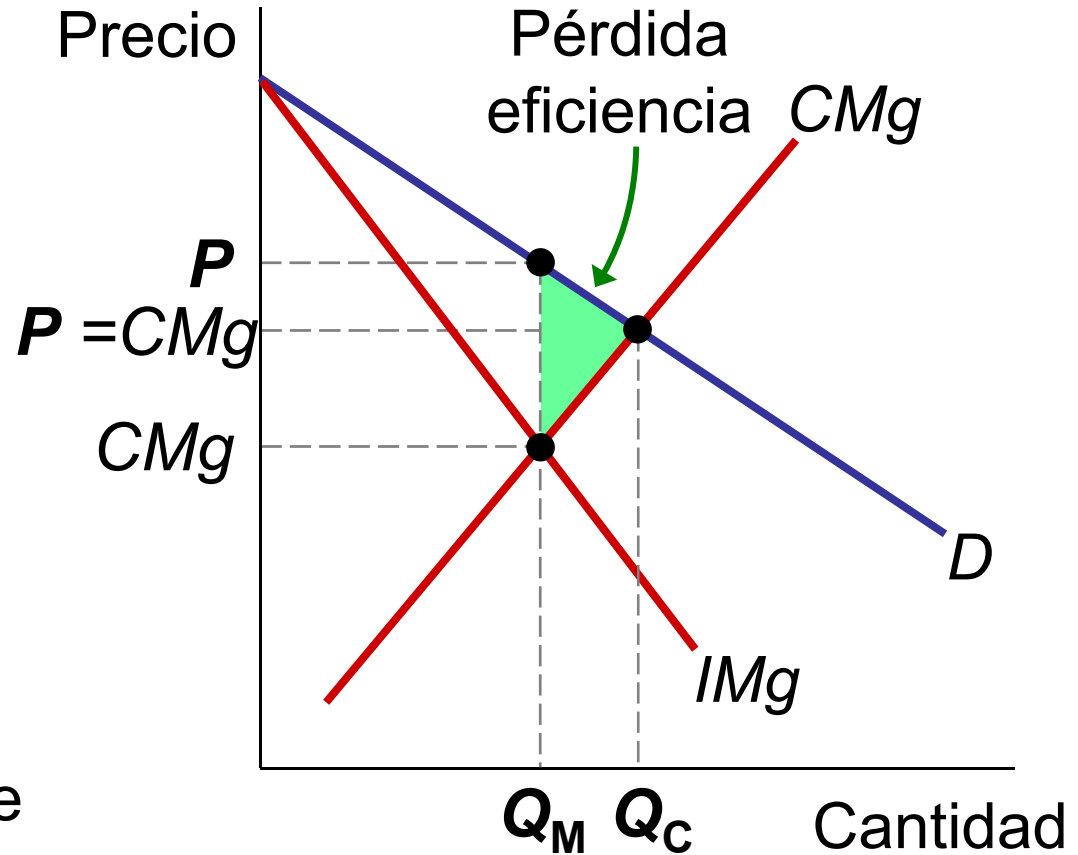
excedente total
máximo.

Eq. monopolio:

cantidad = Q_M

$P > CMg$

pérdida irrecuperable
de eficiencia



Políticas públicas frente a los monopolios

- Aumento de la competencia a través de leyes antimonopolio
- Regulación
 - Desde el sector público se fija el precio del monopolista
 - Para los monopolios naturales, $CMg < CTM$ para cualquier Q , si el regulador fija $P = CMg$ inducirá pérdidas.
 - Si eso ocurre, el regulador puede subvencionar al monopolista o fijar $P = CTM$ lo que hará que los beneficios sean nulos.

Políticas públicas frente a los monopolios

- Propiedad pública
 - En muchos países el estado posee y gestiona servicios públicos como compañías telefónicas, de agua, electricidad, ferrocarriles, ...
 - Problema: la propiedad pública es usualmente menos eficiente pues no genera incentivos para minimizar los costes
- No hacer nada
 - Las políticas anteriores tienen inconvenientes, por eso algunos economistas creen que lo menor es no hacer nada.

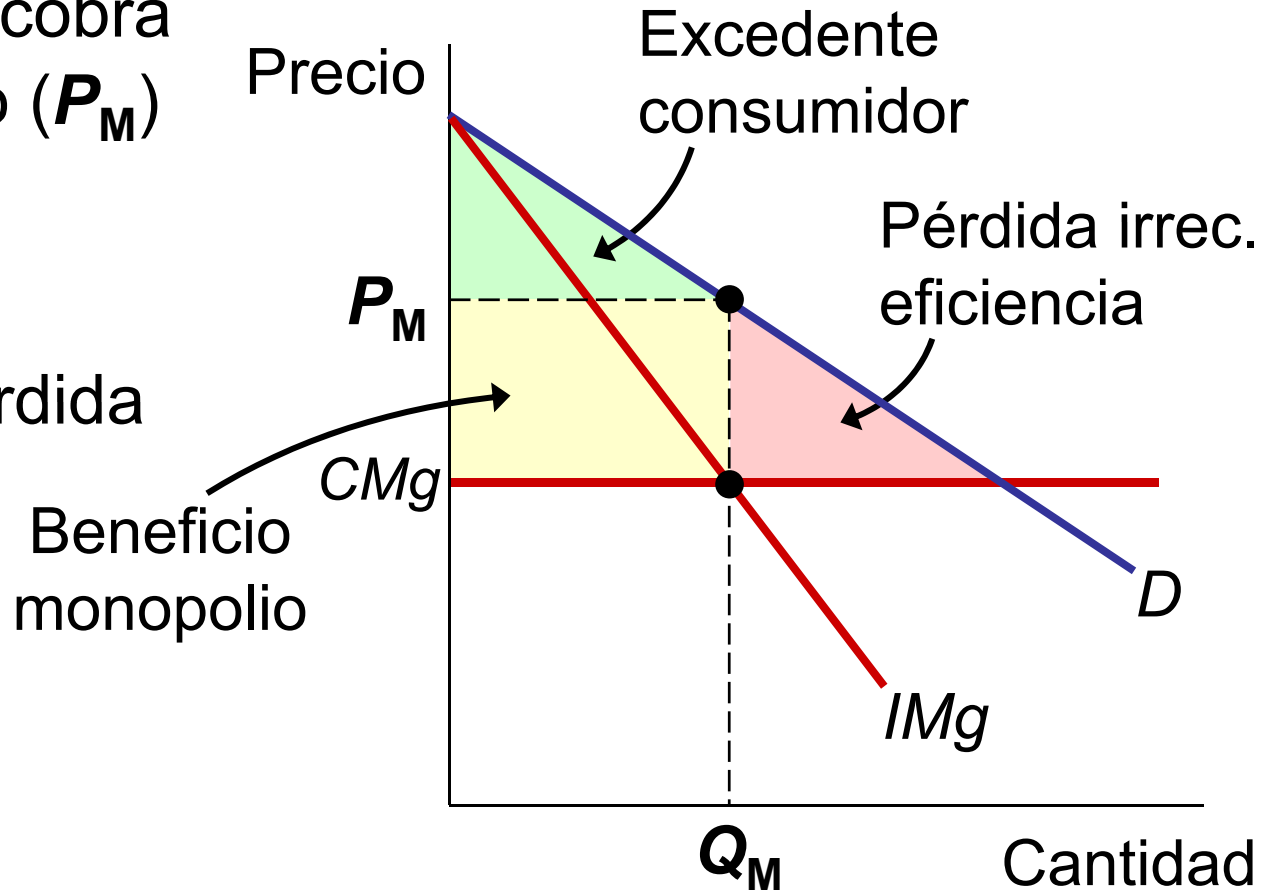
Discriminación de precios

- Discriminación: tratar a las personas de forma diferente en función de alguna característica, e.g. raza o género.
- **Discriminación de precios:** vender el mismo bien a diferentes precios según el comprador.
- La característica usada para la discriminación de precios es la disposición a pagar (DP):
 - Una empresa puede incrementar sus beneficios cargando un mayor precio a los compradores con una mayor DP.

Discriminación de precios perfecta vs. precio monopolista único

El monopolista cobra el mismo precio (P_M) a todos los compradores.

Resulta una pérdida irre recuperable de bienestar.



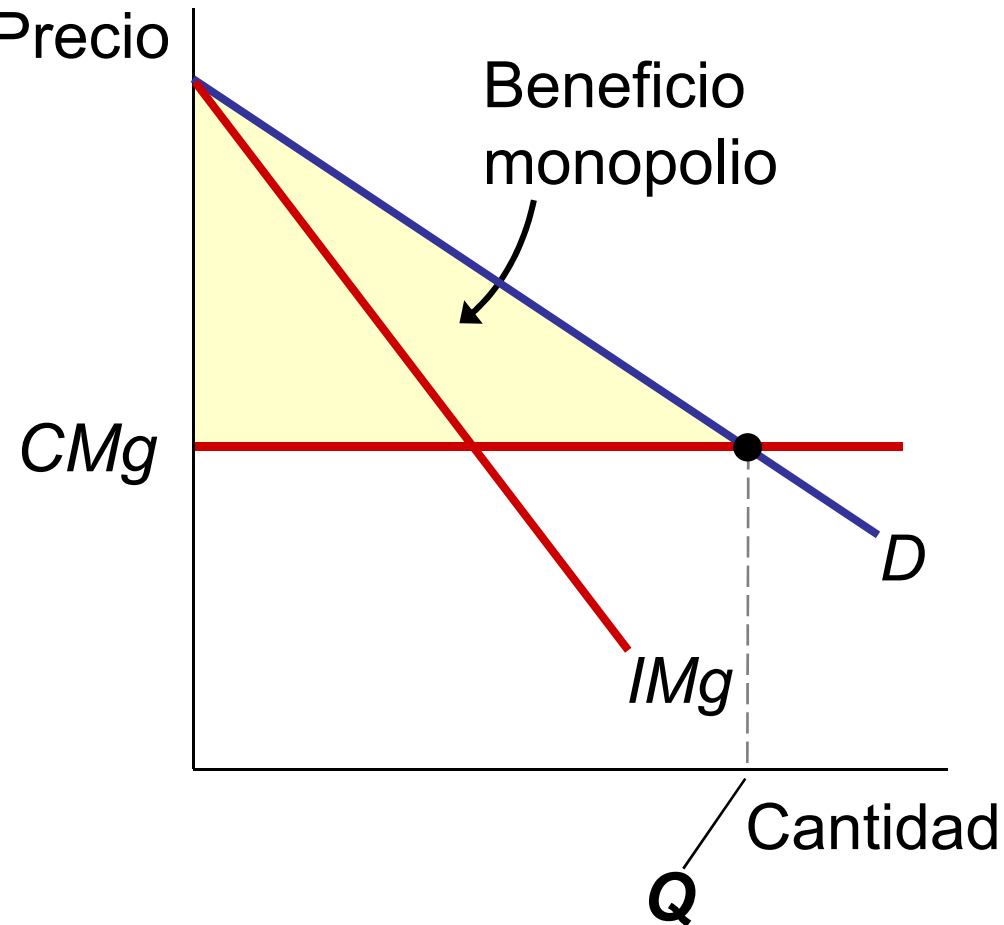
Discriminación de precios perfecta vs. precio monopolista único

El monopolista produce la cantidad competitiva pero cobra a cada comprador su DP.

Esto es **discriminación perfecta de precios**.

El monopolista captura todo el EC como benef.

Pero no hay pérdida irrecuperable de eficiencia.



Discriminación de precios en el mundo real

- En el mundo real la discriminación de precios no es perfecta:
 - ninguna empresa conoce la DP de cada comprador
 - los compradores no anuncian su DP a los vendedores
- Las empresas dividen a sus clientes en grupos, basándose en algunas características observables que probablemente estén relacionadas con su DP. Características como la edad.

Ejemplos de discriminación de precios

Entradas de cine

Descuentos para jubilados, estudiantes, y personas que pueden ir durante los días laborables. Es más probable que estas personas tengan una menor DP que aquellas que acuden el fin de semana.

Billetes de avión

Precios menores para quienes pasan la noche del sábado; ayudan a distinguir los viajeros por negocios, que normalmente tienen una mayor DP, de los viajeros por ocio, que son más sensibles al precio.

Ejemplos de discriminación de precios

Descuentos basados en la cantidad

La DP de un comprador es a menudo menor cuando compra más unidades, por eso las empresas cobran un precio menor para compras grandes.

Ejemplo: precios de refrescos y palomitas en los cines.

CONCLUSIÓN: ¿son frecuentes los monopolios?

- En el mundo real, los *monopolios puros* son raros.
- Muchas empresas tienen poder de mercado por
 - vender una variedad única de un producto
 - tener una gran cuota de mercado y pocos competidores significativos
- En muchos de estos casos, los resultados de este tema son de aplicación, incluyendo
 - precio mayor que el coste marginal
 - pérdida irrecuperable de eficiencia

RESUMEN

- Un monopolio supone la existencia de un único vendedor en el mercado. Los monopolios surgen por la existencia de barreras a la entrada, incluyendo: el gobierno da un derecho de producción exclusivo, el control de un recurso clave, o economías de escala en todo el rango de producción.
- Un monopolista se enfrenta a una curva de demanda decreciente. Como resultado, debe reducir el precio para vender una cantidad mayor, lo que hace que el ingreso marginal caiga por debajo del precio.

RESUMEN

- Los monopolistas maximizan beneficios produciendo la cantidad en la que el ingreso marginal es igual al coste marginal. Pero dado que el ingreso marginal es menor que el precio, el precio de monopolio será mayor que el coste marginal, llevando a una pérdida irrecuperable de eficiencia.
- Las autoridades pueden responder regulando los monopolios, promulgando leyes antimonopolio para promover la competencia, o convertir el monopolio en una empresa pública. Dados los problemas de estas opciones, otra alternativa es no hacer nada.

RESUMEN

- Las empresas monopolistas (y otras con poder de mercado) tratan de incrementar sus beneficios cobrando un precio mayor a los consumidores que tienen una mayor disposición a pagar. Esta práctica se conoce como discriminación de precios.