

Taller 7 Microeconomía II

Facultad de Economía

Universidad del Rosario

Profesor: *Mauricio Romero*
Monitor: *Javier Leal*

15 de junio de 2018

1. Colusión Tácita: Pañales

Considere el mercado de pañales en Colombia, en el cual las empresas Huggies y Pampers compiten estratégicamente escogiendo las cantidades que producirán. Los costos de producción por unidad son iguales a 5 para ambas firmas.

Adicionalmente, un estudio de mercado realizado por la consultora McKinsey encontró que la función de demanda inversa para las dos firmas es $P = 10 - Q$, donde $Q = q_1 + q_2$ es la cantidad total de pañales y P es el precio de mercado.

- a* Asuma que la competencia en cantidades se repite infinitamente y que cada una de las firmas usa la **estrategia de gatillo**. Establezca el factor de descuento que permite la sostenibilidad de la colusión.
- b* Si las firmas compitieran en precios y continuaran usando la **estrategia de gatillo**, encuentre el factor de descuento que permite la sostenibilidad de la colusión.
- c* Compare los factores de descuento obtenidos en los numerales anteriores y responda: ¿cuál factor de descuento es mayor? y ¿en cuál estructura de mercado se penaliza más la desviación?

2. Colusión Tácita: Cemento

En la industria de cemento hay 2 empresas que producen bienes idénticos y compiten en cantidades. La empresa i produce a un costo marginal $c_i = 10$. La función de demanda de mercado es $P = 130 - Q$, donde $Q = q_1 + q_2$. La autoridad de la competencia quiere determinar si en caso de que las empresas usen estrategias del tipo *garrote y zanahoria*, sea posible que se alcance un resultado colusivo sostenible en el tiempo. La autoridad le proporciona que el factor de descuento de cada empresa es igual a $3/4$.

- a* Escriba las condiciones de **credibilidad** y **sostenibilidad** para que exista colusión en esta industria.