

Defensa de la Competencia

Introducción

Leandro Zipitría

Departamento de Economía
Facultad de Ciencias Sociales - UdelaR

25 de mayo de 2015

Índice

Conceptos

Mercados

Competencia perfecta

Monopolio

Oligopolio

Barreras

Objetivos

- ▶ Objetivo: presentar conceptos y analizar casos concretos
- ▶ Mecanismo: presentaciones motivadoras + discusión en clase + análisis de casos
- ▶ Trabajo en grupo: económico + derecho
- ▶ AVISO: no hay respuestas correctas, sólo procedimientos correctos

Índice

Conceptos

Mercados

Competencia perfecta

Monopolio

Oligopolio

Barreras

Objetivos

Índice

Conceptos

Mercados

Competencia perfecta

Monopolio

Oligopolio

Barreras

Objetivos

Presentación

- ▶ Mercados compuestos por oferentes (empresas) y demandantes (empresas o consumidores)
- ▶ Oferta: cantidad dispuesta a ofrecer la empresa (o empresas) para cada nivel de precio
- ▶ Demanda: cantidad demandada a cada nivel de precios
- ▶ Disposición a pagar: máximo precio que el consumidor está dispuesto a pagar por la k-ésima unidad
- ▶ Elasticidad

$$\varepsilon = -\frac{\Delta q/q}{\Delta p/p}$$

- ▶ Mercado: intercambio genera excedente para agentes

Excedente

1. Consumidor

- ▶ Mide la diferencia entre la disposición a pagar por cada bien y lo que efectivamente paga en el mercado
- ▶ Medida del bienestar del consumidor
- ▶ Gráficamente es el área por debajo de la curva de demanda y por encima del precio de mercado

2. Productor

- ▶ suma de los beneficios de los productores
- ▶ Beneficio: diferencia entre los ingresos totales y los costos totales

3. Total = Consumidor + Productor

Índice

Conceptos

Mercados

Competencia perfecta

Monopolio

Oligopolio

Barreras

Objetivos

Presentación

- ▶ Tiene distintas visiones
- ▶ **Proceso** de rivalidad entre oferentes de forma de conquistar al consumidor
- ▶ **Resultado** que permite que los consumidores disfruten de la mayor variedad de bienes, de la mejor calidad, a los menores precios posibles
- ▶ Sistema de **incentivos** que alienta a las empresas a introducir nuevos procesos y productos

Supuestos

1. Atomicidad: existen varios oferentes y demandantes en el mercado
2. Homogeneidad: el producto es homogéneo
3. Información perfecta: todos los agentes conocen los precios en el mercado
4. Igual acceso: todas las empresas tienen acceso a la misma tecnología
5. Libre entrada: las empresas pueden entrar y salir del mercado cuando lo deseen

Resultados

- ▶ Agentes tomadores de precio
- ▶ Empresas
 - ▶ Beneficio 0
 - ▶ Producen al mínimo costo
- ▶ Consumidores: obtienen el máximo excedente

Competencia perfecta:

implica la eficiencia máxima en términos estáticos, esto es, dada un conjunto de tecnologías disponibles

Índice

Conceptos

Mercados

Competencia perfecta

Monopolio

Oligopolio

Barreras

Objetivos

Presentación

- ▶ Se enfrenta a la demanda
- ▶ Índice de Lerner

$$\frac{p^M - p^{CP}}{p^M} = \frac{1}{\epsilon}$$

- ▶ Medida de poder de mercado de las empresas
- ▶ En relación a un mercado competitivo, la cantidad transada es menor y el precio mayor

Resultados

- ▶ Eficiencia asignativa: monopolio \Rightarrow ineficiencia asignativa
- ▶ Eficiencia productiva: falta de competencia \Rightarrow monopolistas tienen menos incentivos a llevar los costos al mínimo alcanzable
- ▶ Poder de mercado necesario para discriminar precios (imposibilidad de arbitraje)
- ▶ Discriminación de precios: balance entre bienestar y equidad
 - ▶ si hay discriminación más consumidores acceden al producto, pero algunos lo pagan más caro
 - ▶ Eficiencia: favorece la discriminación
 - ▶ Equidad: favorece un único precio

Índice

Conceptos

Mercados

Competencia perfecta

Monopolio

Oligopolio

Barreras

Objetivos

Presentación

- ▶ Estructura de mercado con pocos oferentes y muchos demandantes
- ▶ Existe interdependencia estratégica en las decisiones de las empresas
- ▶ Decisiones de empresas generan reacciones en las rivales
- ▶ En general las empresas tienen cierto grado de poder de mercado
- ▶ Problema: conclusiones no son generales

Índice

Conceptos

Mercados

Competencia perfecta

Monopolio

Oligopolio

Barreras

Objetivos

Presentación

- ▶ Poder de mercado no necesariamente implica barreras a entrada
- ▶ Puede ser por diferenciación de producto
- ▶ Tecnológicas: existen importantes inversiones hundidas
- ▶ Legales: existen regulaciones que impiden la entrada (ej. taxis, grandes superficies)
- ▶ Estratégicas: son acciones que realizan las empresas establecidas con el objetivo de impedir la entrada de empresas

Índice

Conceptos

Mercados

Competencia perfecta

Monopolio

Oligopolio

Barreras

Objetivos

Presentación

- ▶ ¿Múltiples objetivos?
 - ▶ Protección de los competidores o a las PYMES
 - ▶ Libertad económica
 - ▶ Política industrial
 - ▶ Bienestar económico
 - ▶ Otras

Competidores

- ▶ Las normas surgen, a veces, con la intención de proteger a competidores
- ▶ Estas empresas tienden a ser más chicas o ineficientes
- ▶ También surge en el litigio entre partes
- ▶ La protección de las PYMES en su inicio (EE.UU. UE)

Libertad económica

- ▶ Objetivo de la legislación alemana
- ▶ Persigue las restricciones verticales en sí mismas
- ▶ No tiene sentido en sí mismo

Política industrial

- ▶ Política de “campeones nacionales”
- ▶ Rezago en la incorporación de las fusiones (UE, Uruguay?)
- ▶ Interpretación laxa en crisis (ej. aumento de fusiones bancarias después de crisis del 2008)

Bienestar

- ▶ Total: importan tanto consumidores como empresas
 - ▶ Trade off de Williamson: acciones que $\downarrow EC$ pero $\uparrow EP$
 - ▶ Objetivo en Canadá y Australia
 - ▶ ¿Uruguay?
- ▶ Consumidor: sólo el EC es el relevante
 - ▶ EE.UU. y UE

Otras

- ▶ Promover integración económica (UE)
- ▶ Promover la equidad: puede atentar contra eficiencia
- ▶ Razones políticas: desconcentración de poder económico (Brasil, UE en sus inicios)
- ▶ Razones sociales: aplicación laxa en crisis (desempleo)

Entonces...

- ▶ Si el mercado asigna los recursos hay que proteger al **mercado**
- ▶ Impedir acciones que -directa o indirectamente- provoquen aumentos en precios, reducción de la calidad o de la variedad de los productos
- ▶ Promover la eficiencia en el uso de los recursos
- ▶ Incentive la innovación