

Conceptos económicos

INDICE

1. Mercados: oferta, demanda, excedentes, representación gráfica
2. Competencia perfecta: supuestos, resultados
3. Monopolio: definición, medidas de poder de mercado, eficiencia estática y dinámica, discriminación de precios
4. Oligopolio: definición, principales modelos
5. Barreras a la entrada: conceptos

1.- MERCADOS

- ◆ Los mercados están compuestos por oferentes (empresas) y demandantes (empresas o consumidores)
- ◆ La función de oferta indica la cantidad dispuesta a ofrecer la empresa (o empresas) para cada nivel de precio.

1.- MERCADOS

- ◆ La curva de demanda indica la cantidad demandada a cada nivel de precios; inversamente, puede deducirse la *disposición a pagar* por la k-ésima unidad
- ◆ La *disposición a pagar* indica el máximo precio que el consumidor está dispuesto a pagar por la k-ésima unidad

1.- MERCADOS

- ◆ Elasticidad de la demanda: indica la variación porcentual de la cantidad demandada ante una variación porcentual en el precio:

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

1.- MERCADOS

- ◆ Elasticidad cruzada de la demanda: indica la variación porcentual de la cantidad demandada del bien X ante variaciones porcentuales en el precio del bien Y:

$$\mathcal{E}_{x, y} = \frac{\Delta q_x / q_x}{\Delta p_y / p_y}$$

- ◆ Si el valor es positivo los bienes son sustitutos, si es negativo los bienes son complementarios

1.- MERCADOS

- ◆ En los mercados la intersección de oferta y demanda determinan la cantidad y el precio de equilibrio
- ◆ El intercambio de bienes en el mercado puede generar un excedente para los agentes

1.- MERCADOS

- ◆ Excedente del consumidor: mide la diferencia entre la disposición a pagar por cada bien y lo que efectivamente paga en el mercado.
- ◆ Es una medida del bienestar del consumidor
- ◆ Gráficamente es el área por debajo de la curva de demanda y por encima del precio de mercado

1.- MERCADOS

- ◆ Excedente del productor: es la suma de los beneficios de los productores
- ◆ El beneficio se define como la diferencia entre los ingresos totales y los costos totales:

$$\pi_i = p(q)q_i - CT_i$$

1.- MERCADOS

- ◆ Excedente total: es la suma de los excedentes del productor y del consumidor:

$$ET = EP + EC$$

INDICE

1. Mercados: oferta, demanda, excedentes, representación gráfica
2. **Competencia perfecta: supuestos, resultados**
3. Monopolio: definición, medidas de poder de mercado, eficiencia estática y dinámica, discriminación de precios
4. Oligopolio: definición, principales modelos
5. Barreras a la entrada: conceptos

2.- COMPETENCIA PERFECTA

- ◆ La competencia perfecta hace referencia a un paradigma económico
- ◆ Se basa en cinco supuestos:
 - Atomicidad: existen varios oferentes y demandantes en el mercado
 - Homogeneidad: el producto es homogéneo
 - Información perfecta: todos los agentes conocen los precios en el mercado
 - Igual acceso: todas las empresas tienen acceso a la misma tecnología
 - Libre entrada: las empresas pueden entrar y salir del mercado cuando lo deseen

2.- COMPETENCIA PERFECTA

- ◆ Con estos supuestos, se tiene que los agentes son tomadores de precios y, por tanto, no pueden influir en él
- ◆ Resultados:
 - Empresas: regla $Img = CMg$; el costo de producir la última unidad se iguala al ingreso que genera la última unidad vendida. En este caso, $P = IMg$

2.- COMPETENCIA PERFECTA

◆ Resultados (*cont.*)

- Equilibrio de mercado: es eficiente
 - ◆ La producción de cada empresa es eficiente (produce el volumen que hace $P = CMg$)
 - ◆ En el largo plazo, las empresas producen el producto que hace mínimos los costos medios, producen con la Escala Mínima Eficiente (EME)
 - ◆ Las empresas no obtienen beneficios extranormales

2.- COMPETENCIA PERFECTA

◆ Resultados (*cont.*)

- Consumidores: obtienen la cantidad máxima de productos al mínimo precio posible

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

INDICE

1. Mercados: oferta, demanda, excedentes, representación gráfica
2. Competencia perfecta: supuestos, resultados
3. **Monopolio: definición, medidas de poder de mercado, eficiencia estática y dinámica, discriminación de precios**
4. Oligopolio: definición, principales modelos
5. Barreras a la entrada: conceptos

3.- MONOPOLIO

- ◆ Existe un monopolio cuando una empresa es la única oferente en el mercado
- ◆ El monopolista se enfrenta a la demanda y puede elegir el precio que haga máximos sus beneficios:

$$\frac{p - CMg}{p} = \frac{1}{\epsilon} \quad \text{o,} \quad p = CMg \left(\frac{\epsilon}{\epsilon - 1} \right)$$

Indice de Lerner
Regla de mark-up

3.- MONOPOLIO

- ◆ El índice de Lerner es una medida de poder de mercado del monopolista
- ◆ La diferencia precio costo será mayor cuanto mayor la elasticidad precio de la demanda. El monopolista siempre fija el precio en el tramo elástico de la demanda ()

$$\varepsilon > 1$$

3.- MONOPOLIO

- ◆ En relación a un mercado competitivo, la cantidad transada es menor y el precio mayor
- ◆ Eficiencia asignativa: la existencia de un monopolio implica una ineficiencia asignativa. De ser posible una reasignación de recursos al sector se obtendría un mayor ET.

3.- MONOPOLIO

- ◆ Eficiencia productiva: la falta de competencia hace que los monopolistas no tengan incentivos a llevar los costos al mínimo alcanzable
- ◆ Eficiencia dinámica: refiere a las mejoras a lo largo del tiempo de los productos y de las técnicas de producción

3.- MONOPOLIO

- ◆ Las patentes tienen como objetivo generar incentivos para la introducción de nuevos productos o procesos productivos (eficiencia dinámica)
- ◆ Estos elementos deben balancearse a la hora de estudiar restricciones a la competencia

3.- MONOPOLIO

- ◆ Discriminación de precios: es la práctica que implica fijar diferentes precios para el mismo producto
 - Los productos deben tener el mismo costo, o el cociente de precios debe ser distinto del cociente de costos
 - La reventa de productos no debe ser posible

3.- MONOPOLIO

◆ Tipos:

- Primer grado (o discriminación perfecta): se fijan distintos precios para cada comprador y para cada unidad comprada por cada uno
- Segundo grado (o autoselección): las características del consumidor no son observables y, por tanto, se le ofrece un menú contratos de forma de que revele su tipo; ej. pasajes aéreos, descuentos por cantidad, horarios diferenciales en cines

3.- MONOPOLIO

◆ Tipos (cont.):

- Tercer grado (o selección por indicadores): si las características del consumidor son observables, se pueden establecer diferentes precios según éstas; ej: descuentos para estudiantes o jubilados

- ◆ Los productores pueden discriminar a los consumidores tanto por sus características observables o induciendo a los consumidores a autoseleccionarse entre distintos productos

3.- MONOPOLIO

- ◆ La discriminación de precios implica un 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 (en telecomunicaciones se conoce como servicio universal)

3.- MONOPOLIO

- ◆ Debe estudiarse caso a caso y ver que pasa tanto con el excedente del consumidor como con el excedente total

INDICE

1. Mercados: oferta, demanda, excedentes, representación gráfica
2. Competencia perfecta: supuestos, resultados
3. Monopolio: definición, medidas de poder de mercado, eficiencia estática y dinámica, discriminación de precios
4. **Oligopolio: definición, principales modelos**
5. Barreras a la entrada: conceptos

4.- OLIGOPOLIO

- ◆ Es una estructura de mercado en la que existen pocos oferentes y muchos demandantes
- ◆ La existencia de pocos oferentes hace que exista una interdependencia estratégica en las decisiones de las empresas

4.- OLIGOPOLIO

- ◆ Principales modelos estáticos con bienes homogéneos:
 - Cournot: las empresas compiten en un período fijando simultáneamente la cantidad
 - Bertrand: las empresas compiten en un período fijando simultáneamente el precio

4.- OLIGOPOLIO

- ◆ En términos de precio (y cantidad) el resultado de Bertrand es idéntico al de competencia perfecta
- ◆ El resultado de Cournot implica un precio mayor al competitivo pero menor al de monopolio

4.- OLIGOPOLIO

- ◆ Competencia monopolística: supone un mercado donde los bienes son sustitutos imperfectos entre sí y no existen barreras a la entrada
- ◆ Resultado: a- las empresas hacen beneficio cero (como en competencia perfecta); b- producen con una escala menor a la EME

INDICE

1. Mercados: oferta, demanda, excedentes, representación gráfica
2. Competencia perfecta: supuestos, resultados
3. Monopolio: definición, medidas de poder de mercado, eficiencia estática y dinámica, discriminación de precios
4. Oligopolio: definición, principales modelos
5. **Barreras a la entrada: conceptos**

5.- BARRERAS

- ◆ Las barreras a la entrada pueden ser:
 - Tecnológicas: los establecidos pueden producir a menores costos por tener economías de escala o de alcance
 - 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

5.- BARRERAS

◆ Terminología:

- Entrada bloqueada: si el establecido no está amenazado por la entrada, aún produciendo a nivel de monopolio.
- Entrada disuadida: si el establecido modifica su comportamiento de forma de disuadir la entrada del entrante.
- Entrada acomodada: si el entrante entra al mercado y la empresa establecida modifica sus acciones de forma de tomarlo en cuenta