

CLASE 4: MERCADOS Y COMPETENCIA

INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA

FELIPE DEL CANTO

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE

PRIMER SEMESTRE DE 2021

CONTENIDO DEL CURSO

Parte I: Introducción	Parte II: Microeconomía	Parte III: Macroeconomía
<ol style="list-style-type: none">1. Motivación2. Conceptos generales3. Economía como ciencia4. Aplicación: Comercio internacional	<ol style="list-style-type: none">1. Mercados y competencia2. Oferta y demanda3. Equilibrio4. Elasticidad5. Eficiencia de mercado6. Fijación de precios7. Impuestos8. Comercio internacional9. Teoría de la firma10. Monopolio11. Externalidades12. Bienes públicos13. Recursos comunes	<ol style="list-style-type: none">1. Contabilidad nacional2. Producción y crecimiento3. IPC e inflación4. Desempleo5. Desigualdad

- Haremos un breve repaso del modelo FPP a través de un ejercicio.

- Profundizaremos en la definición de mercado:
 - ▶ Los distintos tipos que pueden existir.
 - ▶ El rol que juega la **competencia** en su caracterización.

REPASO: MODELO DE FPP

EXTENDIENDO EL EJEMPLO DE COMERCIO

- Recordemos el contexto de nuestro **ejercicio de la Clase 3**:
 1. El mundo está compuesto por dos países: **Gondor y Rohan**.
 2. Estos países producen los mismos dos bienes: **Armaduras (A) y Trigo (T)**.
 3. La tecnología e insumos están fijos.
 4. Rendimientos constantes de los insumos (FPP recta).
 5. Las cantidades máximas de cada bien que pueden producir:

	Trigo (T)	Armaduras (A)
Rohan	1,33	4
Gondor	20	5

EXTENDIENDO EL EJEMPLO DE COMERCIO

	Trigo (T)	Armaduras (A)
Rohan	1,33	4
Gondor	20	5

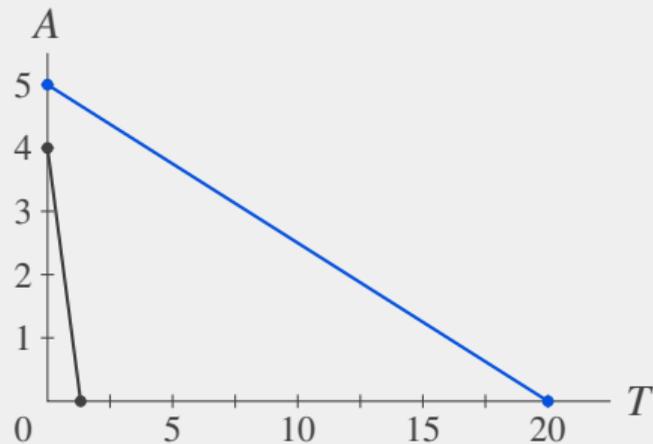


Figura: FPP de Rohan y Gondor

EXTENDIENDO EL EJEMPLO DE COMERCIO

- Para Rohan, el CO del trigo es: $1T = 3A$.
- Para Gondor, el CO del trigo es: $1T = 0,25A$.
- Antes supusimos un precio de $1T = 0,5A$ (ó $1A = 2T$):
 - ▶ Rohan quería vender armaduras y comprar trigo ($3A > 0,5A$).
 - ▶ Gondor quería comprar armaduras y vender trigo ($0,25A < 0,5A$).
- Repetiremos el análisis con un precio: $1T = 1A$.

EXTENDIENDO EL EJEMPLO DE COMERCIO

- Recordemos:

- ▶ Para Rohan, el CO del trigo es: $1T = 3A$.
- ▶ Para Gondor, el CO del trigo es: $1T = 0,25A$.

- Ahora si el precio es: $1T = 1A$:

- ▶ Rohan mantiene comprar trigo ($3A > 1A$).
- ▶ Gondor mantiene vender trigo ($0,25A < 1A$).

LAS BANDAS DE PRECIOS

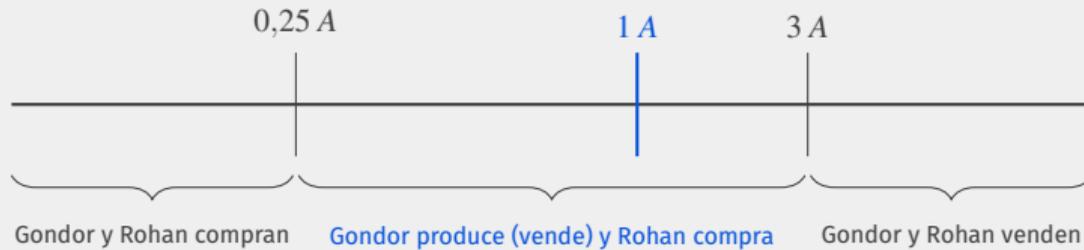


Figura: Precios relativos del trigo

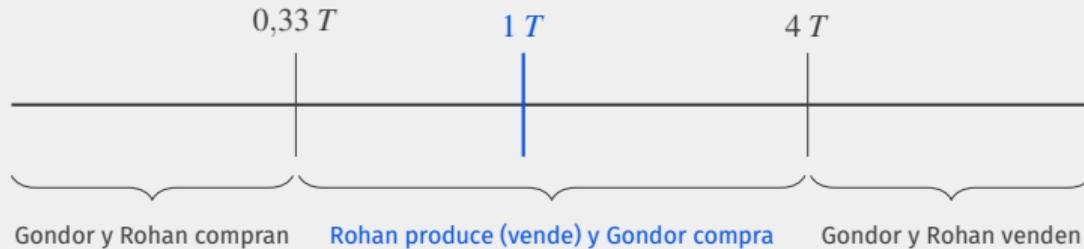


Figura: Precios relativos de una armadura

Si el precio se mantiene en $1T = 1A$:

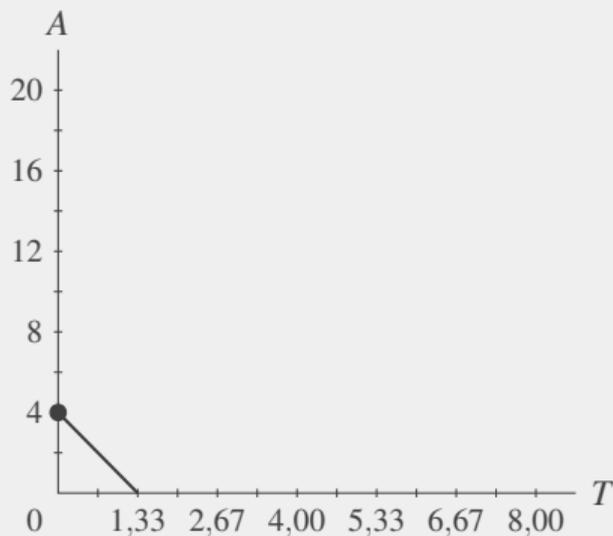


Figura: FPP y FPC Rohan

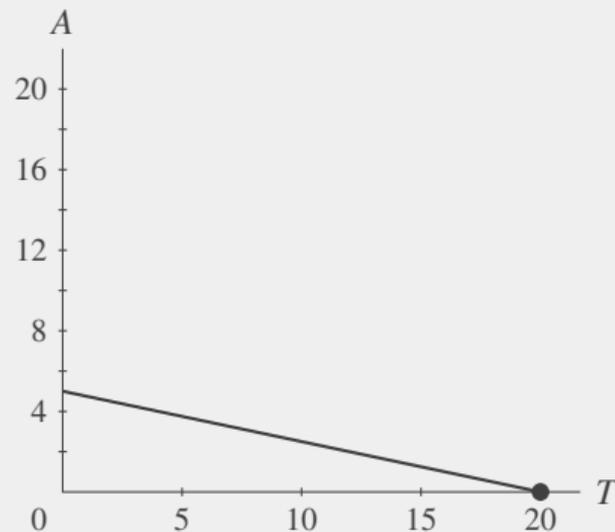


Figura: FPP y FPC Gondor

Si el precio se mantiene en $1T = 1A$:

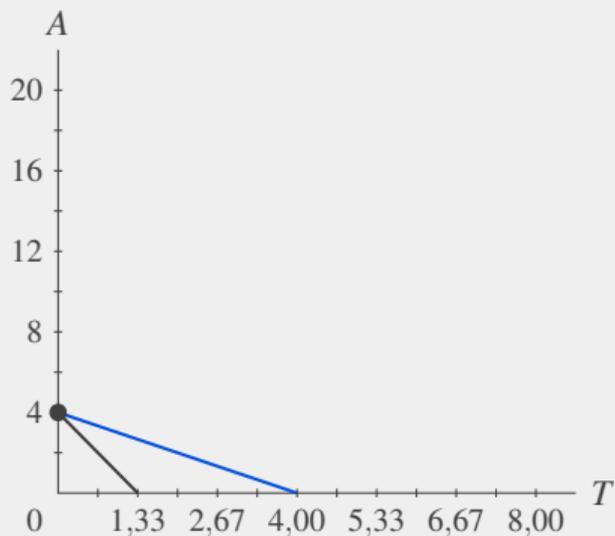


Figura: FPP y FPC Rohan

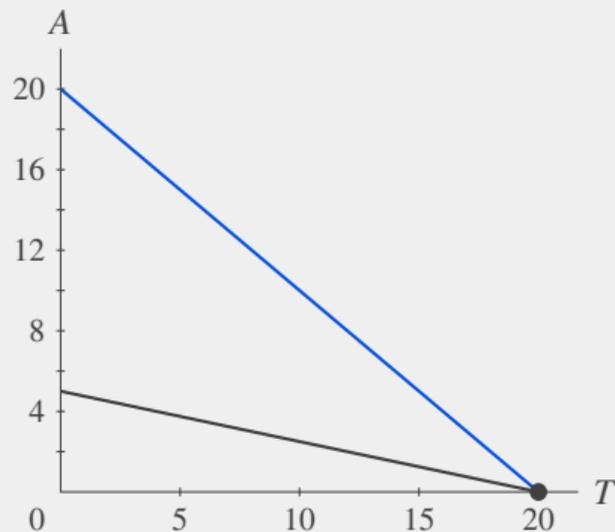


Figura: FPP y FPC Gondor

LIMITACIONES DEL COMERCIO

Si el precio se mantiene en $1T = 1A$:

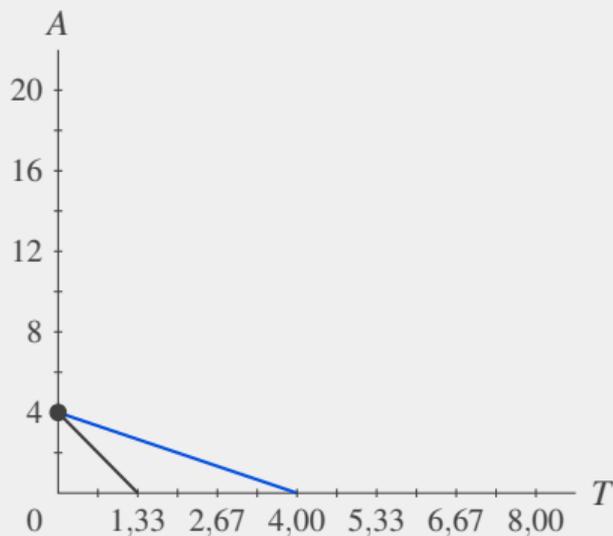


Figura: FPP y FPC Rohan

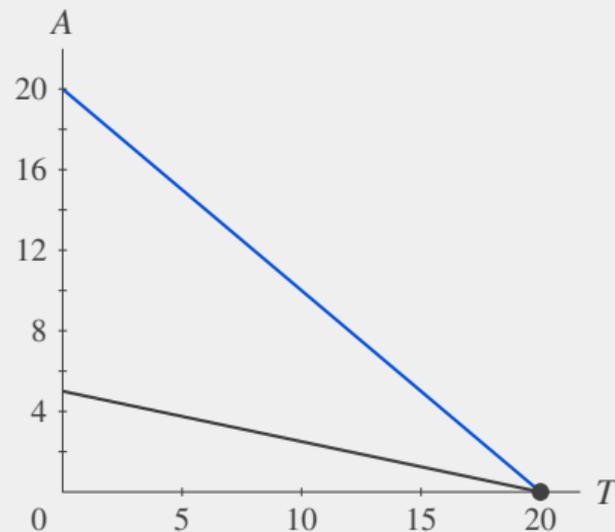


Figura: FPP y FPC Gondor

LIMITACIONES DEL COMERCIO

Si el precio se mantiene en $1T = 1A$:

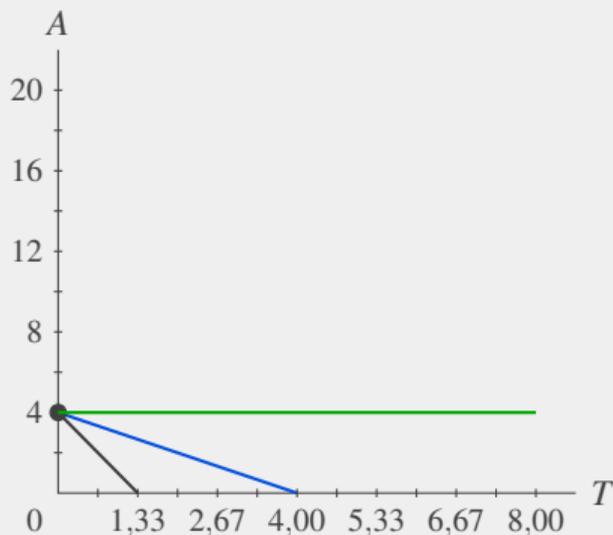


Figura: FPP y FPC Rohan

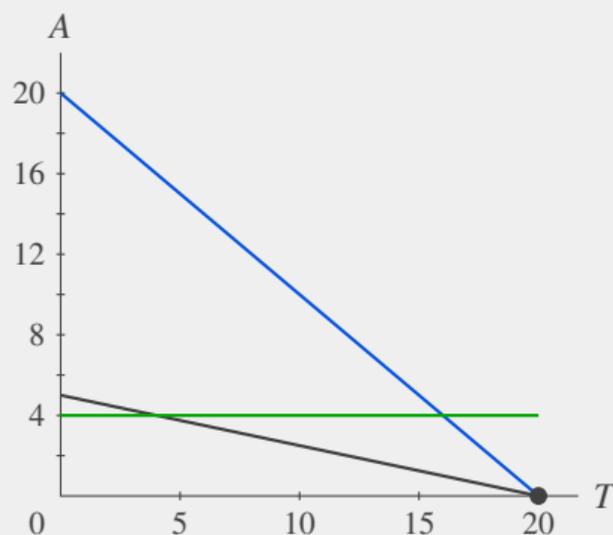


Figura: FPP y FPC Gondor

LIMITACIONES DEL COMERCIO

Si el precio se mantiene en $1T = 1A$:

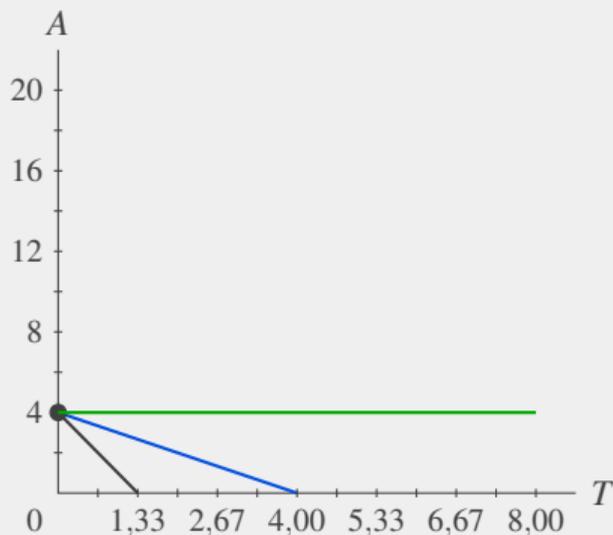


Figura: FPP y FPC Rohan

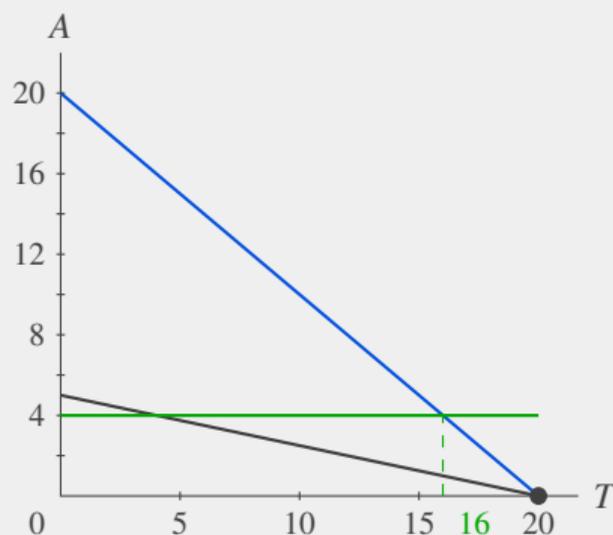


Figura: FPP y FPC Gondor

LIMITACIONES DEL COMERCIO

Si el precio se mantiene en $1T = 1A$:

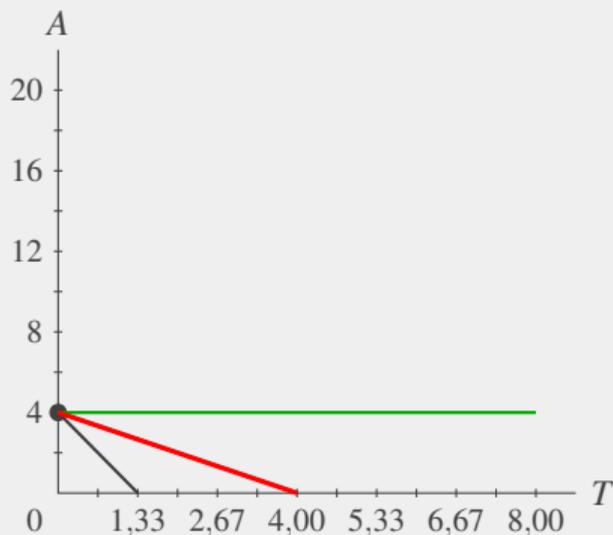


Figura: FPP y FPC Rohan

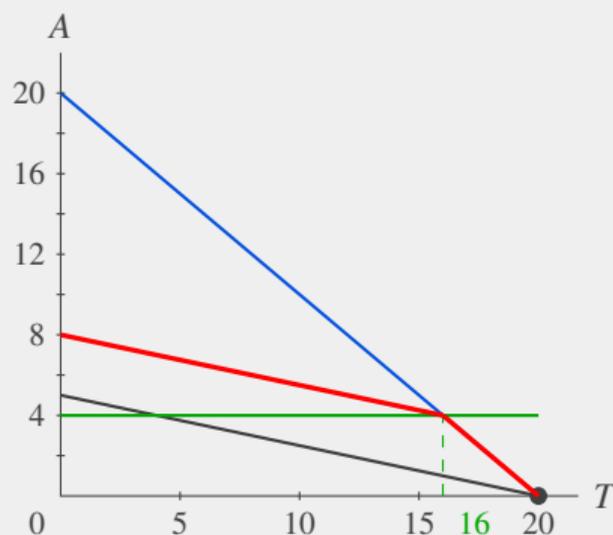


Figura: FPP y FPC Gondor

MERCADO Y COMPETENCIA

ECONOMÍA Y ASIGNACIÓN DE RECURSOS

- **Problema económico:** Administrar recursos escasos.
- A nivel individual: la administración es directa.
 - ▶ Decisión depende **solo** del individuo.
 - ▶ ¿Voy al supermercado o al cine?
- Pero en un grupo de individuos, la tarea no es directa.
 - ▶ Los recursos están repartidos entre individuos.
 - ▶ Cada uno tiene deseos y objetivos.
 - ▶ No siempre están alineados con los del resto.
 - ▶ ¿Cómo repartir mascarillas entre la población?

- ¿Cuál es entonces la asignación óptima?
 - ▶ Se refiere al **resultado final** deseable.
 - ▶ Aspectos normativos y positivos.

- ¿Cómo alcanzar esa asignación?
 - ▶ Relación con el **mecanismo** para asignar.
 - ▶ Debería estar alineado con el objetivo.

- ¿Existe un único mecanismo?

- El mecanismo no es único.
 - ▶ Darle una mascarilla a cada persona.
 - ▶ O venderlas al mejor postor.
 - ▶ O algo entre medio.

- La elección es MUY difícil.
 - ▶ Por ejemplo, un mecanismo puede tener fallas en otra parte.
 - ▶ Como externalidades o problemas de información.

- Vamos a ver uno muy usado: el **mecanismo de mercado bajo competencia**.

¿QUÉ ES EL MERCADO?

El mercado es ...

el grupo de vendedores y compradores de **bienes** y **servicios**. Los **compradores** son el grupo que determina la **demanda** del producto y los **vendedores** son el grupo que determina la **oferta** de dicho producto.

■ Ejemplos:

Mercado	Compradores	Vendedores
Libros	Lectores	Autores
Educación	Alumnos/Padres	Colegios/Profesores
Órganos	Enfermos	Donantes
Matrimonio	Mujeres/Hombres	Mujeres/Hombres

- El mercado **no necesita** un lugar físico.
 - ▶ [Compras online.](#)

- Los mercados son diversos en su organización de tiempo o espacio.
 - ▶ Algunas transacciones son inmediatas ([kiosko](#)).
 - ▶ Otras son en el tiempo ([membresía Netflix](#)).

- Es importante entender el **alcance** del mercado.
 - ▶ Cuáles son sus **integrantes**.
 - ▶ Cuáles son las **características** del bien/servicio.

- Esto no es tarea fácil.

- Debemos considerar lo siguiente:
 - ▶ **La necesidad** que se pretender cubrir.
 - ▶ **El contexto** en que surge la necesidad.

1. ¿Es igual el mercado de la Coca-Cola que el de las bebidas gaseosas?

1. ¿Es igual el mercado de la Coca-Cola que el de las bebidas gaseosas?
 - ▶ ¿Y si solo existieran dos bebidas, Coca-Cola y Pepsi?

ALCANCE DEL MERCADO

1. ¿Es igual el mercado de la Coca-Cola que el de las bebidas gaseosas?
 - ▶ ¿Y si solo existieran dos bebidas, Coca-Cola y Pepsi?
2. ¿Dos locales de comida rápida distintos en una calle uno frente al otro, son parte del mismo mercado?

1. ¿Es igual el mercado de la Coca-Cola que el de las bebidas gaseosas?
 - ▶ ¿Y si solo existieran dos bebidas, Coca-Cola y Pepsi?
2. ¿Dos locales de comida rápida distintos en una calle uno frente al otro, son parte del mismo mercado?
 - ▶ ¿Y si son de la misma cadena?

ALCANCE DEL MERCADO

1. ¿Es igual el mercado de la Coca-Cola que el de las bebidas gaseosas?
 - ▶ ¿Y si solo existieran dos bebidas, Coca-Cola y Pepsi?
2. ¿Dos locales de comida rápida distintos en una calle uno frente al otro, son parte del mismo mercado?
 - ▶ ¿Y si son de la misma cadena?
 - ▶ ¿Y si están en el mismo lado?

ALCANCE DEL MERCADO

1. ¿Es igual el mercado de la Coca-Cola que el de las bebidas gaseosas?
 - ▶ ¿Y si solo existieran dos bebidas, Coca-Cola y Pepsi?
2. ¿Dos locales de comida rápida distintos en una calle uno frente al otro, son parte del mismo mercado?
 - ▶ ¿Y si son de la misma cadena?
 - ▶ ¿Y si están en el mismo lado?
3. ¿Instagram o Facebook corresponden a un único mercado?

ALCANCE DEL MERCADO

1. ¿Es igual el mercado de la Coca-Cola que el de las bebidas gaseosas?
 - ▶ ¿Y si solo existieran dos bebidas, Coca-Cola y Pepsi?
2. ¿Dos locales de comida rápida distintos en una calle uno frente al otro, son parte del mismo mercado?
 - ▶ ¿Y si son de la misma cadena?
 - ▶ ¿Y si están en el mismo lado?
3. ¿Instagram o Facebook corresponden a un único mercado?
 - ▶ ¿Y si solo hablamos de influencers?

ALCANCE DEL MERCADO

1. ¿Es igual el mercado de la Coca-Cola que el de las bebidas gaseosas?
 - ▶ ¿Y si solo existieran dos bebidas, Coca-Cola y Pepsi?
2. ¿Dos locales de comida rápida distintos en una calle uno frente al otro, son parte del mismo mercado?
 - ▶ ¿Y si son de la misma cadena?
 - ▶ ¿Y si están en el mismo lado?
3. ¿Instagram o Facebook corresponden a un único mercado?
 - ▶ ¿Y si solo hablamos de influencers?
 - ▶ ¿Y si solo hablamos de venta de productos?

¿CÓMO OPERA EL MERCADO?

- Hasta ahora hemos visto:
 - ▶ ¿Qué es el mercado?
 - ▶ ¿Cuál es su alcance?
- Falta saber cómo opera.
- A grandes rasgos, dos formas:
 - ▶ Planificación central.
 - ▶ Mercados competitivos.
- ¿Son las únicas?

Un mercado competitivo ...

o **mercado en competencia perfecta** es aquel en el que hay **muchos** compradores y vendedores de un bien o servicio **homogéneo**, de tal forma que ninguno puede influir de manera individual en los precios.

- La competencia está en oferta y en demanda.
 - ▶ Todos los vendedores quieren vender.
 - ▶ Todos los compradores quieren comprar.

- La competencia viene de lo limitado del bien/servicio.

SUPUESTOS DE UN MERCADO COMPETITIVO

1. Gran número de compradores y vendedores.
 - ▶ Entonces nadie puede influir el precio individualmente.
 - ▶ Porque nadie abarca gran parte del mercado.
 - ▶ Se dicen **tomadores de precios**.
2. Libre entrada y salida de oferentes/empresas.
3. Los vendedores ofrecen un bien/servicio homogéneo.
 - ▶ El bien debe ser exactamente igual entre oferentes.
4. Libre acceso y simetría de la información.

- ¿Es todo mercado ajustable a este modelo?
- ¿Hay muchos mercados en competencia perfecta?
- ¿Se invalida el análisis de un mercado si es casi pero no exactamente competitivo?

¡IMPORTANTE!

Esto es un **modelo** de operación de un mercado. Esto significa que es una simplificación de la realidad. Además, significa que hay preguntas que este modelo puede responder, pero hay otras que no. Es importante recordar las limitaciones.

¿SON (CASI) MERCADOS COMPETITIVOS?

- Mercado del pan.

¿SON (CASI) MERCADOS COMPETITIVOS?

- Mercado del pan.
- Mercado de la transmisión eléctrica.

¿SON (CASI) MERCADOS COMPETITIVOS?

- Mercado del pan.
- Mercado de la transmisión eléctrica.
- Mercado del *streaming* de video.

¿SON (CASI) MERCADOS COMPETITIVOS?

- Mercado del pan.
- Mercado de la transmisión eléctrica.
- Mercado del *streaming* de video.
- Mercado de los spaghetti envasados.

COMPETENCIA IMPERFECTA

- A veces no hay competencia perfecta.
- Los actores pueden ser pocos.
 - ▶ Transmisión eléctrica.
 - ▶ Médicos especialistas.
- El bien puede no ser homogéneo.
 - ▶ Computadores.
 - ▶ Bienes idénticos pero en lugares distintos.
- En esos casos necesitamos otros modelos de mercado.

COMPETENCIA IMPERFECTA

- Hay muchos ejemplos pero solo veremos algunos.
- Algunos con fallas de mercado por lado de la oferta:
 1. Monopolio.
 2. Oligopolio.
 3. Competencia Monopolística.
- Otros con fallas por el lado de la demanda:
 4. Monopsonio.
 5. Oligopsonio.

1. MONOPOLIO

Un **monopolio** es ...

un mercado en el cual existe un **único productor** (monopolista), el cual puede determinar el precio. El monopolista posee un **alto poder de mercado**.

■ Ejemplos:

- ▶ Mercado de un bien patentable (como un medicamento).
- ▶ Mercado de compras con tarjeta (Transbank).
- ▶ Mercado de emisión de cédulas de identidad.

2. OLIGOPOLIO

Un **oligopolio** es ...

un mercado en el cual conviven **pocos vendedores**. La competencia es menos probable y cada vendedor tiene **alto poder de mercado** (pero no tanto como un monopolista). Así, cada uno puede afectar mucho el precio. En un oligopolio son importantes las interacciones estratégicas entre empresas (acuerdos, negociaciones, etc).

■ Ejemplos:

- ▶ Mercado de internet hogar.
- ▶ Mercado de farmacias.
- ▶ Mercado de los seguros de salud (ISAPRES).

3. COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA

Un mercado en **competencia monopolística** es ...

aquel donde hay **muchos vendedores** (cada uno es pequeño en comparación al mercado) y el producto es **ligeramente diferente** entre oferentes. Así, cada uno tiene un **pequeño poder de mercado**.

■ Ejemplos:

- ▶ Mercado de los *notebooks*.
- ▶ Mercado de la comida china.
- ▶ Mercado de los préstamos (bancos).

4. MONOPSONIO

Un **monopsonio** es ...

un mercado en el que existe un **único comprador** (monopsonista), el cual puede determinar el precio. El monopsonista posee un **alto poder de mercado**.

■ Ejemplos:

- ▶ Mercados donde el Estado es comprador.
- ▶ Mercado de delanteros del Manchester City.
- ▶ Mercado de las apps para iOS (Apple).

5. OLIGOPSONIO

Un oligopsonio es ...

un mercado en el cual conviven **pocos compradores**. La competencia es menos probable y cada demandante tiene **alto poder de mercado** (pero no tanto como un monopsonista). Así, cada uno puede afectar mucho el precio. También son importantes las interacciones estratégicas entre compradores. Es muy común en mercados donde los bienes/servicios son insumos de producción.

■ Ejemplos:

- ▶ Mercado de desarrollo de juegos para consolas.
- ▶ Mercado de componentes de smartphones.
- ▶ Envasado y distribución de leche (marcas de leche compran).

- Usamos estos modelos de mercado para estudiar:
 - ▶ Mecanismos de interacción en el mercado.
 - ▶ Consecuencias en precios y cantidades transadas.
 - ▶ Consecuencias en el bienestar.

- El primer tipo de mercado que vamos a estudiar es el de competencia perfecta.

- Dadas las definiciones anteriores:
 - ▶ ¿Queremos ver en todos los mercados competencia perfecta?

¡IMPORTANTE!

Nuestros primeros modelos en el curso serán de competencia perfecta. Estos tienen consecuencias normativas deseables (por ejemplo, que nadie tiene poder de mercado). **Eso no significa que forzar este modelo en un mercado dado sea necesariamente bueno para todos los actores dentro de este.**