

GUIA DE EJERCICIOS RESUELTOS - Clase número 7

VERDADERO O FALSO

1. En la competencia monopolística, las empresas tienen poder para fijar precios debido a la diferenciación de productos.
2. En un mercado de competencia perfecta, las empresas fijan precios por encima del costo marginal.
3. En un monopolio, no hay sustitutos cercanos para los productos ofrecidos por la única empresa que opera en el mercado.
4. El índice de Lerner mide el grado de poder de mercado que tiene una empresa.
5. Un índice de concentración C4 mayor al 70% indica un mercado altamente competitivo.
6. El índice HHI mide la competencia en el mercado, siendo un valor cercano a 10,000 indicativo de un mercado monopolístico.
7. El poder monopsonista es la capacidad de un vendedor de influir en el precio de sus productos.
8. En un oligopolio, las decisiones de una empresa no afectan las decisiones de otras empresas.
9. El monopolio natural se justifica cuando es más eficiente que una sola empresa atienda todo el mercado.
10. La regulación por precios máximos es una estrategia comúnmente utilizada para incentivar la eficiencia en los monopolios naturales.

COMENTE

1. Explique cómo la publicidad influye en la competencia monopolística.
2. Comente sobre las ventajas y desventajas de la diferenciación de productos en la competencia monopolística.
3. ¿Cuál es la importancia del índice de Lerner en la medición del poder de mercado?
4. Explique las diferencias entre el índice de concentración C4 y el índice HHI.
5. Comente sobre la pérdida de eficiencia en un monopolio comparado con una situación de competencia perfecta.
6. Explique las principales características de un monopolio natural y su justificación en ciertos sectores.
7. Comente sobre los efectos de la colusión en un mercado oligopólico.

ALTERNATIVAS

1. ¿Cuál de los siguientes sectores se caracteriza por la competencia monopolística?
 - a) Venta de automóviles
 - b) Agricultura
 - c) Restaurantes
 - d) Sector energético
2. ¿Qué implica un valor cercano a 1 en el índice de Lerner?
 - a) Competencia perfecta
 - b) Alto poder de mercado
 - c) Competencia monopolística
 - d) Baja concentración de mercado
3. En un mercado oligopólico, las empresas:
 - a) No tienen influencia sobre los precios
 - b) Pueden coludirse para establecer precios
 - c) Actúan como precio aceptantes
 - d) Operan bajo competencia perfecta
4. Un mercado con un índice HHI de 2,800 indica:
 - a) Competencia perfecta
 - b) Mercado no concentrado
 - c) Alta concentración de mercado
 - d) Oligopolio con alta competencia
5. Un ejemplo de monopsonio sería:
 - a) El mercado de computadoras
 - b) Un ejército comprando botas militares
 - c) Una cadena de farmacias
 - d) Un mercado de productos agrícolas con muchos compradores

6. ¿Cuál es una característica clave del monopolio natural?

- a) Alta competencia en el mercado
- b) Varias empresas ofrecen el mismo servicio
- c) Un único proveedor puede operar más eficientemente
- d) Las barreras de entrada son bajas

7. El índice de concentración C4 mide:

- a) La cantidad de competidores en un mercado
- b) La participación de mercado de las cuatro empresas más grandes
- c) El número total de empresas en un mercado
- d) La participación de mercado de todas las empresas pequeñas

8. ¿Qué efecto tiene la regulación por precios máximos en un monopolio natural?

- a) Fomenta la competencia
- b) Reduce el poder monopolístico
- c) Aumenta el precio de los productos
- d) Elimina la competencia en el mercado

RESPUESTAS EJERCICIOS RESUELTOS - Clase número 7

Ejercicios de Verdadero y Falso:

1. **Verdadero:** En la competencia monopolística, las empresas pueden fijar precios debido a la diferenciación de productos, lo que les otorga cierto poder de mercado.
2. **Falso:** En competencia perfecta, las empresas son precio-aceptantes y no pueden fijar precios por encima del costo marginal.
3. **Verdadero:** En un monopolio, la empresa es la única vendedora y no existen sustitutos cercanos, lo que le permite fijar los precios sin competencia directa.
4. **Verdadero:** El índice de Lerner mide el poder de mercado, mostrando cuán alejado está el precio del costo marginal. Valores cercanos a 1 indican mayor poder de mercado.
5. **Falso:** Un índice de concentración C4 mayor al 70% indica un mercado concentrado, lo que puede limitar la competencia, no aumentarla.
6. **Verdadero:** Un índice HHI cercano a 10,000 indica una alta concentración de mercado, lo cual es característico de un monopolio o un mercado muy controlado.
7. **Falso:** El poder monopsonista se refiere a la capacidad de un comprador (no un vendedor) para influir en el precio de los bienes debido a su posición dominante como único comprador.
8. **Falso:** En un oligopolio, las empresas son interdependientes, por lo que las decisiones de una empresa afectan a las demás, y viceversa.
9. **Verdadero:** Un monopolio natural ocurre cuando una sola empresa puede producir para todo el mercado de manera más eficiente que si existieran múltiples competidores, como en los servicios públicos.
10. **Verdadero:** La regulación por precios máximos busca limitar el poder monopolístico incentivando la eficiencia y reduciendo costos para los consumidores.

Ejercicios de Comente:

1. La publicidad en la competencia monopolística permite a las empresas destacar las diferencias de sus productos, lo cual atrae a más consumidores y justifica precios más altos. Este tipo de competencia se basa en la diferenciación de productos y la percepción de valor agregado, en lugar de solo competir por precio.
2. La diferenciación de productos ofrece ventajas, como mayor variedad para los consumidores y mayor capacidad de fijar precios, pero también genera costos adicionales para las empresas, como los relacionados con la publicidad y el desarrollo de nuevas características que no siempre aportan eficiencia.
3. El índice de Lerner es fundamental para medir cuánto poder tiene una empresa en el mercado. Un índice cercano a 1 significa que la empresa puede fijar precios muy por encima de su costo marginal, lo cual indica un alto grado de monopolio. En competencia perfecta, este índice tiende a cero.
4. El índice de concentración C4 mide la cuota de mercado de las cuatro empresas más grandes en un sector, mientras que el índice HHI tiene en cuenta la participación de todas las empresas.

del mercado, lo que lo convierte en una medida más precisa de la concentración y el poder de mercado.

5. La pérdida de eficiencia en un monopolio se debe a que la empresa produce menos de lo que sería socialmente óptimo y cobra precios más altos que en una competencia perfecta. Esto genera una pérdida de bienestar para los consumidores y un incremento en el beneficio del monopolista.
6. Un monopolio natural es justificable cuando una sola empresa puede operar más eficientemente debido a economías de escala, como en los servicios públicos. En estos casos, tener más de una empresa compitiendo podría generar costos más altos para los consumidores.
7. La colusión en un mercado oligopólico permite que las empresas acuerden precios más altos y cantidades producidas más bajas, lo que imita el comportamiento de un monopolio. Esto reduce la competencia y afecta negativamente a los consumidores, quienes enfrentan precios más altos.

Ejercicios de Alternativas:

c) Restaurantes: El mercado de restaurantes es un ejemplo típico de competencia monopolística, donde los productos están diferenciados por la calidad, ubicación y tipo de comida.

b) Alto poder de mercado: Un índice de Lerner cercano a 1 indica que una empresa tiene un alto poder de mercado, ya que puede fijar precios muy por encima de su costo marginal.

b) Pueden coludirse para establecer precios: En un oligopolio, pocas empresas dominan el mercado y pueden coludirse para fijar precios y cantidades, como si actuaran en conjunto, similar a un monopolio.

c) Alta concentración de mercado: Un índice HHI de 2,800 indica un mercado altamente concentrado, donde pocas empresas dominan la mayor parte del mercado.

b) Un ejército comprando botas militares: En un monopsonio, un único comprador domina el mercado, como un ejército que es el único comprador de un bien específico, como botas militares.

c) Un único proveedor puede operar más eficientemente: Un monopolio natural se justifica cuando una única empresa puede producir para todo el mercado de manera más eficiente que si hubiera múltiples empresas.

b) La participación de mercado de las cuatro empresas más grandes: El índice C4 mide la concentración de mercado basándose en la participación de las cuatro empresas más grandes, lo que ayuda a evaluar el grado de competencia.

b) Reduce el poder monopolístico: La regulación por precios máximos limita el poder del monopolio natural al establecer un techo sobre el precio que la empresa puede cobrar, incentivando la eficiencia y reduciendo costos para los consumidores.