

# Organización Industrial

Iván Paredes

10/4/2020

## Contents

<b>Organización Industrial</b>	<b>3</b>
<b>Historia</b>	<b>3</b>
Microeconomía Heteodoxa . . . . .	3
<b>Mercados</b>	<b>3</b>
Conceptos básicos en la definición del mercado . . . . .	5
Diferencias de nivel de precios y correlaciones de precios . . . . .	5
Experimentos naturales 185 . . . . .	5
Estimación directa del efecto de sustitución 191 . . . . .	5
Uso de datos de envío para la definición de mercado geográfico . . . . .	5
Medición de restricciones de precios 201 . . . . .	5
<b>Empresas y consumidores</b>	<b>5</b>
Las Empresas . . . . .	5
<b>Los costos</b>	<b>6</b>
Ingresos contables y económicos, costos y ganancias . . . . .	6
Estimación de las funciones de producción y costos . . . . .	6
Aproximaciones alternativas . . . . .	6
Costos y estructura del mercado . . . . .	6
Tecnología . . . . .	6
tecnología Cobb-Douglas . . . . .	6
Tecnología Leontief . . . . .	6
La tasa técnica de sustitución . . . . .	6
La elasticidad de sustitución . . . . .	6
La elasticidad de sustitución para el programa Cobb-Douglas función de ducción . . .	6
Vuelve a escala . . . . .	6

Retornos a escala y la tecnología Cobb-Douglas . . . . .	6
La función de producción CES . . . . .	6
2.1 Maximización de ganancias . . . . .	6
La función de ganancias para la tecnología Cobb-Douglas . . . . .	6
2.3 Propiedades de las funciones de demanda y oferta. . . . .	6
2.4 Estática comparativa utilizando las condiciones de primer orden . . . . .	6
FUNCION DE BENEFICIOS . . . . .	7
Los consumidores . . . . .	7
Maximización de la utilidad . . . . .	7
Excedente del consumidor . . . . .	7
Variaciones compensatorias y equivalentes . . . . .	7
Utilidad cuasilineal . . . . .	7
Utilidad cuasilineal y utilidad de métrica monetaria . . . . .	8
Demanda de un bien discreto . . . . .	8
Utilidad de construcción a partir de la demanda . . . . .	8
Otras interpretaciones del excedente del consumidor . . . . .	8
<b>Equilibrio</b>	<b>8</b>
Casos especiales . . . . .	8
Subastas . . . . .	8
<b>Teoría de Juegos</b>	<b>8</b>
Forma compacta . . . . .	8
Forma extensiva . . . . .	8
Diferentes juegos . . . . .	9
Batalla de los sexos . . . . .	9
Oligopolio de Bertrand . . . . .	9
<b>Subastas</b>	<b>9</b>
Clasificación de las subastas . . . . .	9
Diseño de la subasta . . . . .	10
Bases del concurso . . . . .	10
Estrategia y conductas de negocios . . . . .	10
Precios no uniformes . . . . .	10
Incentivo y condiciones para la Discriminación de precios . . . . .	10
Comportamiento estratégico no cooperativo . . . . .	10
Precios depredadores . . . . .	10
Límite de precios . . . . .	10

Inversiones para reducir los costos de producción . . . . .	10
Elevar los costos de los rivales . . . . .	10
Datos para Mexico . . . . .	10

## Organización Industrial

La Organización industrial, es una rama de la microeconomía dedicada a analizar a la empresa que trata de los sistemas productivos y de la relación y límites entre las estructuras de las empresas y los mercados. Trata asuntos como la competencia perfecta, el costo de las transacciones, acción de gobierno o dirección.

## Historia

Fue Bain (1968) quien sistematizó los aportes realizados por numerosos autores y estableció el paradigma conocido como: Estructura-Conducta-Resultados como el elemento básico de análisis y evaluación de los mercados y para investigar las relaciones entre la estructura industrial y los resultados obtenidos por el subsector correspondiente. economía de la información, las barreras de entrada de nuevas empresas en una situación de competencia imperfecta y monopolio.

El nombre de “Organización industrial” y surgieron de Harvard. En Harvard y en otros lugares, una variedad de descriptivos cursos institucionales habían aparecido en tales campos como servicios públicos, fideicomisos, corporaciones, organizaciones financieras n, agricultura y comercialización. Típicamente, estos cursos no se integraron con la economía. (Grether 1970)

## Microeconomía Heteodoxa

## Mercados

Los mercados permiten a compradores y vendedores intercambiar bienes y servicios a cambio de un dinero pago. Los mercados vienen en una miríada de diferentes variedades. Algunos ejemplos son los agricultores locales.

Estos mercados pueden existir en espacio físico o virtual. El análisis empresarial, la frontera de posibilidades de producción (PPF) es una curva que ilustra las variaciones en las cantidades que se pueden producir de dos productos si ambos dependen del mismo recurso finito para su fabricación.

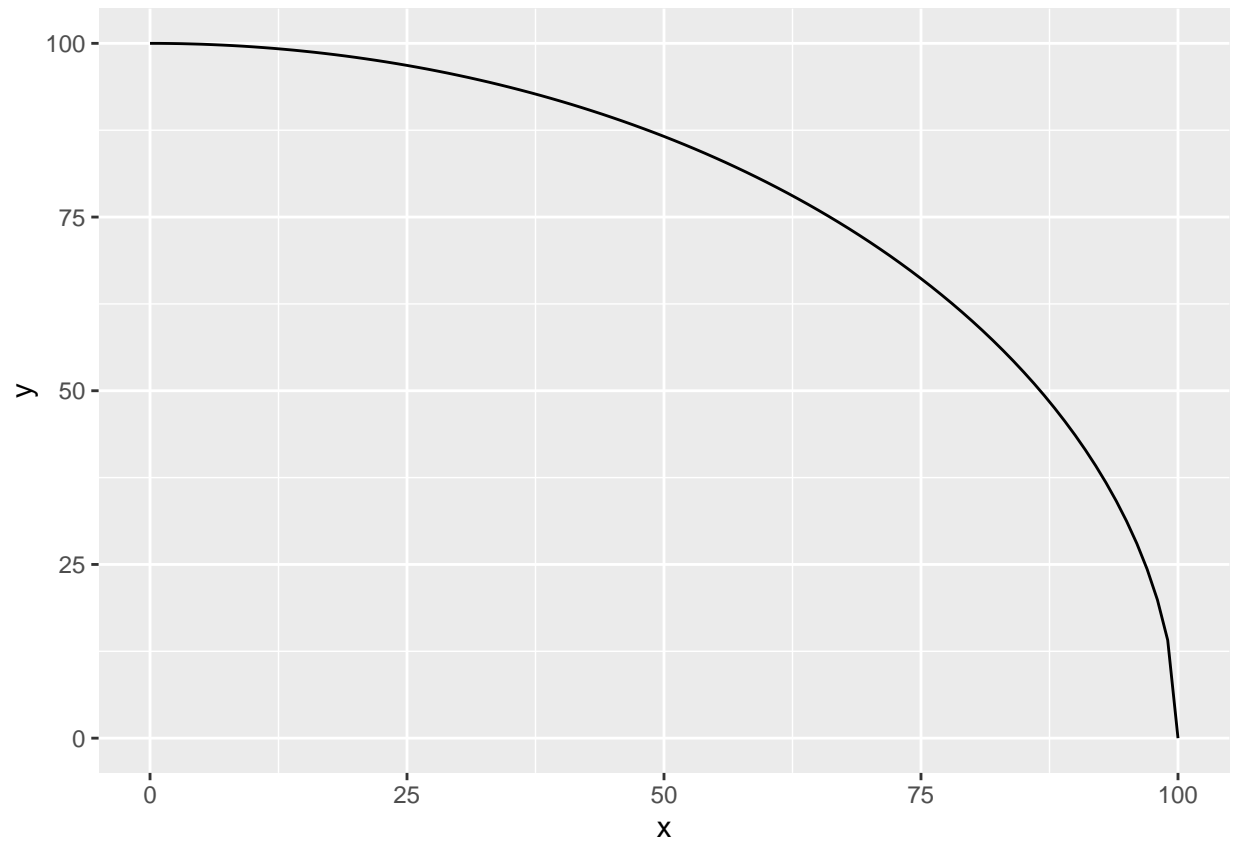
PPF también juega un papel crucial en la economía. Se puede usar para demostrar el punto de que la economía de cualquier nación alcanza su mayor nivel de eficiencia cuando produce solo lo que está mejor calificado para producir y comercia con otras naciones por el resto de lo que necesita.

El PPF también se conoce como la curva de posibilidad de producción o la curva de transformación.

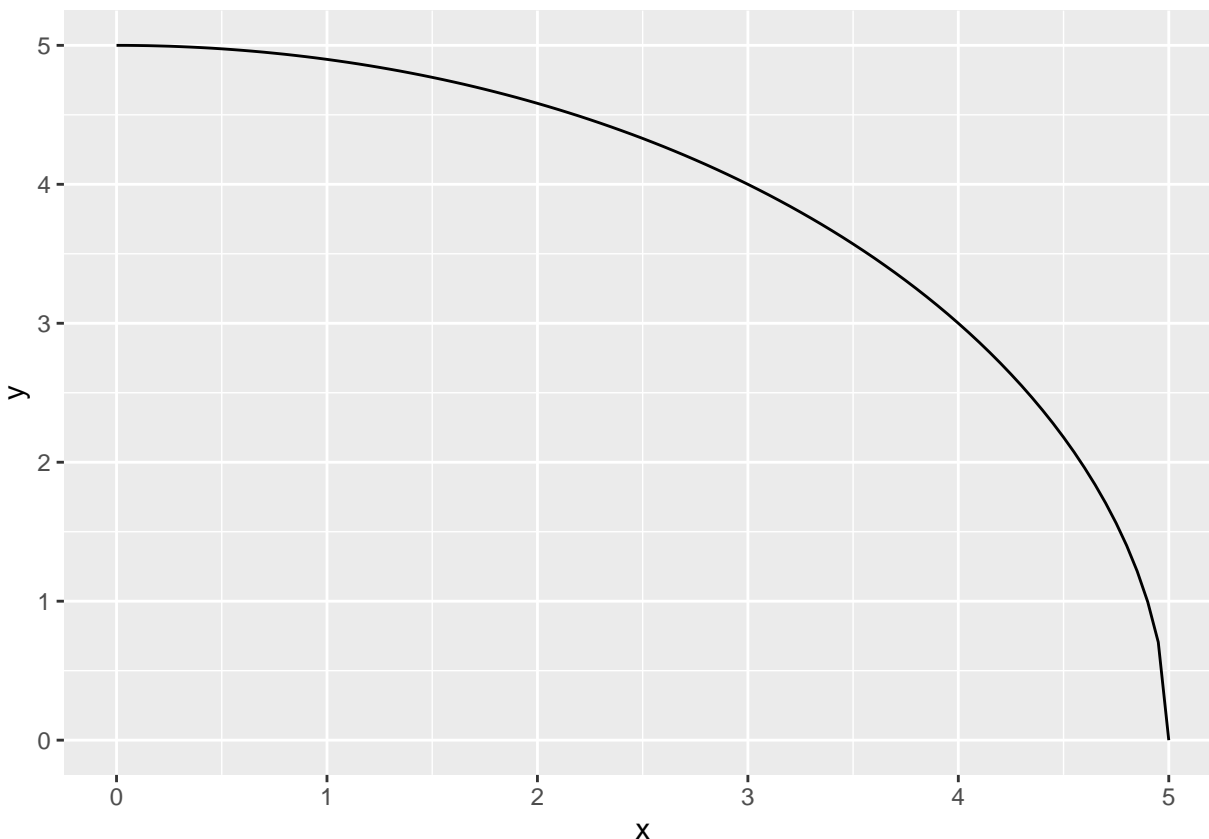
```
# Graficar una frontera de posibilidades de producción
library("ggplot2")
```

```
## Warning: package 'ggplot2' was built under R version 3.6.3
```

```
#Contamos con 10,000 unidades de producción, eso nos permite producir 100 unidades de producto Y o 100
eq = function(x){(10000 - x^2)^(1/2)}
ggplot(data.frame(x=c(0, 100)), aes(x=x)) +
  stat_function(fun=eq)
```



```
eq = function(x){(25 - x^2)^(1/2)}  
ggplot(data.frame(x=c(0, 5)), aes(x=x)) +  
  stat_function(fun=eq)
```



## Conceptos básicos en la definición del mercado

Diferencias de nivel de precios y correlaciones de precios

Experimentos naturales 185

Estimación directa del efecto de sustitución 191

Uso de datos de envío para la definición de mercado geográfico

Medición de restricciones de precios 201

## Empresas y consumidores

En esta sección, describimos cómo las empresas y los consumidores generalmente se modelan en la teoría de organización industrial.

### Las Empresas

Las empresas son esencialmente asociado a un programa de maximización de ganancias y examinamos el componente de beneficios específicos de la empresa, es decir, su función de costos. Ingresos totales, el otro componente de ganancias, dependen de las preferencias de los consumidores (que determinan la demanda) y del tipo de interacción del mercado.

## Los costos

### Ingresos contables y económicos, costos y ganancias

### Estimación de las funciones de producción y costos

### Aproximaciones alternativas

### Costos y estructura del mercado

## Tecnología

### tecnología Cobb-Douglas

La función Cobb-Douglas es una forma de función de producción, ampliamente usada para representar las relaciones entre un producto y las variaciones de los insumos tecnología, trabajo y capital. Fue propuesta por Knut Wicksell (1851-1926) e investigada con respecto a la evidencia estadística concreta, por Charles Cobb y Paul Douglas en 1928.

### Tecnología Leontief

### La tasa técnica de sustitución

la tasa marginal de sustitución técnica (  $MRTS$  ), o tasa técnica de sustitución (  $TRS$  ), es la cantidad en la que debe reducirse la cantidad de una entrada (  $\Delta x_2$  ) cuando se usa una unidad adicional de otra entrada (  $\Delta x_1 = 1$  ), para que la salida permanezca constante (  $y = \bar{y}$  )  $TRS$  para una tecnología Cobb-Douglas

### La elasticidad de sustitución

### La elasticidad de sustitución para el programa Cobb-Douglas función de producción

### Vuelve a escala

### Retornos a escala y la tecnología Cobb-Douglas

### Tecnologías homogéneas y homotéticas

### La función de producción CES

### 2.1 Maximización de ganancias

### La función de ganancias para la tecnología Cobb-Douglas

### 2.3 Propiedades de las funciones de demanda y oferta.

### 2.4 Estática comparativa utilizando las condiciones de primer orden

## **FUNCION DE BENEFICIOS**

### **Los consumidores**

Los consumidores como tomadores de decisiones. Por lo general, suponemos que los consumidores son racionales en el sentido de que eligen lo que les gusta mejor. No tratamos situaciones en las que los consumidores eligen sistemáticamente lo que no está en su mejor interés, dada la información disponible en el momento en que tienen que tomar su decisión. Si bien esta suposición se hace ampliamente en los modelos económicos, puede cuestionarse fácilmente. Ciertamente, los consumidores cometen errores de vez en cuando. Es posible que quieran obtener un producto en particular, tome el equivocado del estante por error o haga un clic incorrecto al realizar un pedido desde un minorista en línea. Aunque los consumidores tienen la intención de elegir lo que más les gusta, pueden hacer errores sistemáticos en su toma de decisiones. Los economistas pueden lidiar con este tipo de error. Tal los errores (que son idiosincrásicos en la población) conducen a una heterogeneidad ex post entre consumidores.

$$x^2 + y^2 = z^2$$

$$x^n + y^n = z^n$$

### **Maximización de la utilidad**

La teoría del comportamiento del consumidor utiliza la ley de la utilidad marginal decreciente para explicar cómo los consumidores asignan sus ingresos. El modelo de maximización de la utilidad se basa en los siguientes supuestos: 1. Se supone que los consumidores son racionales, tratando de obtener el mayor valor por su dinero.

2. Los ingresos de los consumidores son limitados porque sus recursos individuales son limitados. Se enfrentan a una restricción presupuestaria.
3. Los consumidores tienen preferencias claras para diversos bienes y servicios, por lo tanto conocen su MU para cada unidad sucesiva del producto.
4. Cada artículo tiene una etiqueta de precio. Los consumidores deben elegir entre productos alternativos con sus ingresos monetarios limitados.

$$x$$

### **Excedente del consumidor**

El excedente del consumidor es una medida económica de los beneficios para el consumidor. El excedente del consumidor ocurre cuando el precio que los consumidores pagan por un producto o servicio es menor que el precio que están dispuestos a pagar. Es una medida del beneficio adicional que reciben los consumidores porque están pagando menos por algo de lo que estaban dispuestos a pagar.

Un excedente del consumidor ocurre cuando el consumidor está dispuesto a pagar más por un producto dado que el precio de mercado actual.

### **Variaciones compensatorias y equivalentes**

#### **Utilidad cuasilineal**

Utilidad cuasilineal y utilidad de métrica monetaria

Demanda de un bien discreto

Utilidad de construcción a partir de la demanda

Otras interpretaciones del excedente del consumidor

## Equilibrio

Casos especiales

Subastas

Una subasta es un proceso de compra y venta de bienes o servicios. Se ofera un bien y se oyen ofertas, vendiendo el artículo al mejor postor, es decir quien hizo la mejor ofera. Existen algunas excepciones a esta definición. La rama de la teoría económica que se ocupa de los tipos de subasta y el comportamiento de los participantes en las subastas se llama teoría de la subastas.

La subasta abierta de precios ascendentes es posiblemente la forma más común de subasta en uso a lo largo de la historia. Los participantes ofertan abiertamente uno contra el otro, y cada oferta posterior debe ser más alta que la oferta anterior. Un subastador puede anunciar los precios, los licitantes pueden presentar sus ofertas por sí mismos o hacer que un representante convoque una oferta en su nombre, o las ofertas pueden presentarse electrónicamente con la oferta actual más alta mostrada públicamente.

Las subastas se aplicaron y se aplican al comercio en diversos contextos. Estos contextos son antigüedades, pinturas, objetos de colección raros, vinos caros, productos básicos, ganado, espectro de radio, automóviles usados , incluso comercio de emisiones y muchos más.

## Teoría de Juegos

La teoría de juegos es el estudio de modelos matemáticos de interacción estratégica entre tomadores de decisiones racionales. Tiene aplicaciones en todos los campos de las ciencias sociales, así como en la lógica, la ciencia de sistemas y la informática. Originalmente, abordó los juegos de suma cero, en los que las ganancias o pérdidas de cada participante se equilibran exactamente con las de los otros participantes. Hoy en día, la teoría de juegos se aplica a una amplia gama de relaciones de comportamiento, y ahora es un término general para la ciencia de la toma de decisiones lógicas en humanos, animales y computadoras.

Forma compacta

Forma extensiva

```
library(rpart)
library(rpart.plot)
```

```
## Warning: package 'rpart.plot' was built under R version 3.6.3
```



```
# Create a decision tree model
#tree <- rpart(survived~., data=TitanicData, cp=.02)
# Visualize the decision tree with rpart.plot
#rpart.plot(tree, box.palette="RdBu", shadow.col="gray", nn=TRUE)
```

<https://www.guru99.com/r-decision-trees.html>

## Diferentes juegos

### Batalla de los sexos

Battle of the sexes ( BoS ) es un juego de coordinación de dos jugadores. Algunos autores se refieren al juego como Bach o Stravinsky y designan a los jugadores simplemente como Jugador 1 y Jugador 2, en lugar de asignar sexo.

Imagine una pareja que acordó reunirse esta noche, pero no puede recordar si asistirán a la ópera o un partido de fútbol (y el hecho de que se olvidaron es de conocimiento común ). El esposo preferiría ir al partido de fútbol. La esposa preferiría ir a la ópera. Ambos preferirían ir al mismo lugar en lugar de diferentes. Si no pueden comunicarse, ¿a dónde deben ir?

## Oligopolio de Bertrand

La competencia de Bertrand es un modelo, llamado así por Joseph Louis François Bertrand (1822–1900). Describe las interacciones entre empresas (vendedores) que establecen precios y sus clientes (compradores) que eligen cantidades a los precios establecidos. El modelo fue formulado en 1883 por Bertrand en una revisión del libro de Antoine Augustin Cournot Recherches sur les Principes Mathématiques de la Théorie des Richesses (1838) en el que Cournot había presentado el modelo de Cournot.

Cournot argumentó que cuando las empresas eligen cantidades, el resultado de equilibrio implica que las empresas valoren por encima del costo marginal y, por lo tanto, del precio competitivo. En su revisión, Bertrand argumentó que si las empresas eligen precios en lugar de cantidades, entonces el resultado competitivo ocurriría con un precio igual al costo marginal. El modelo no fue formalizado por Bertrand: sin embargo, la idea fue desarrollada en un modelo matemático por Francis Ysidro Edgeworth en 1889.

## Subastas

### Clasificación de las subastas

1. Subastas de oferta ascendente, también llamadas subastas inglesas. Estas subastas se llevan a cabo. interactivamente en tiempo real, con postores presentes ya sea física o electrónicamente. los el vendedor aumenta gradualmente el precio, los postores abandonan hasta que finalmente solo queda un postor, y ese postor gana el objeto a este precio final. Subastas orales en las que los oferentes gritar precios, o enviarlos electrónicamente, son formas de subastas de oferta ascendente.
2. Subastas de oferta descendente, también llamadas subastas holandesas. Esta es también una subasta interactiva formato, en el que el vendedor baja gradualmente el precio desde un alto valor inicial hasta el primer momento en que un postor acepta y paga el precio actual. Estas subastas se llaman subastas holandesas porque las flores se han vendido durante mucho tiempo en los Países Bajos utilizando este procedimiento.

3. Subastas de oferta sellada de primer precio. En este tipo de subasta, los licitantes presentan simultáneamente “Ofertas selladas” al vendedor. La terminología proviene del formato original para tal subastas, en las cuales las ofertas se anotaron y se entregaron en sobres sellados a vendedor, que luego los abriría todos juntos. El mejor postor gana el objeto y paga el valor de su oferta.
4. Subastas de oferta sellada de segundo precio, también llamadas subastas Vickrey. Los postores presentan ofertas selladas simultáneas a los vendedores; el mejor postor gana el objeto y paga el valor de la segunda oferta más alta. Estas subastas se llaman subastas Vickrey en honor de William Vickrey, quien escribió el primer análisis de subastas de teoría de juegos (incluyendo la subasta de segundo precio). Vickrey ganó el Premio Nobel de Economía en 1996 para este cuerpo de trabajo.

## **Diseño de la subasta**

### **Bases del concurso**

## **Estrategia y conductas de negocios**

### **Precios no uniformes**

### **Incentivo y condiciones para la Discriminación de precios**

### **Comportamiento estratégico no cooperativo**

### **Precios depredadores**

### **Límite de precios**

### **Inversiones para reducir los costos de producción**

### **Elevar los costos de los rivales**

## **Datos para Mexico**

Grether, Ewald T. 1970. “Industrial Organization: Past History and Future Problems.” *The American Economic Review* 60 (2): 83–89.