

# Introducción

## Organización Industrial

Leandro Zipitría

Universidad de Montevideo

Licenciatura en Economía

# Índice

- 1 Presentación
  - Presentación
- 2 Programa
- 3 Origen de la OI
  - Origen de la OI

# Índice

- 1 **Presentación**
  - **Presentación**
- 2 Programa
- 3 Origen de la OI
  - Origen de la OI

# Objetivos

- 1 Presentar los contenidos del curso
- 2 Explicar la mecánica del curso
- 3 Introducir la temática de la Organización Industrial o el estudio de los mercados

# Bibliografía

- Texto: Paul Belleflame y Martin Peitz “Industrial Organization: Markets and Strategies”, 2010, Cambridge University Press.

# Objetivos

- Presentar las principales estructuras de mercado
- Determinar las estrategias de los agentes en los mercados
- Evaluar estas estrategias y su impacto en el bienestar

# Programa (I)

## 1) Estructuras

- Competencia perfecta: Equilibrio competitivo de corto y largo plazo; limitaciones del equilibrio parcial; predicciones empíricas.
- Monopolio: problema de optimización y poder de mercado; monopolio natural; teoría de los mercados disputables.
- Teoría de juegos: juegos en forma normal, juegos con información asimétrica, juegos en forma extensiva, juegos repetidos.
- Oligopolio: Cournot, Bertrand, empresa dominante
- ->Diferenciación de productos: modelos de diferenciación horizontal (modelo sencillo, competencia monopolística, modelo de ciudad lineal); modelo de diferenciación vertical.

# Programa (II)

## 2) Características de los mercados

- Concentración y poder de mercado: medidas de concentración de mercado, eficiencia asignativa, eficiencia productiva.
- Entrada: oligopolio con libre entrada; evidencia empírica.
- Costos hundidos: barreras a la entrada; concentración; oligopolios naturales
- Barreras legales: justificación económica; evidencia empírica
- Intermediarios: problema del doble margen; problema de free riding; rol de los intermediarios



## Programa (III)

- Comportamiento estratégico: Dixit-Spence; taxonomía de comportamientos; evidencia empírica
- Políticas de precio en mercados vinculados: costos y demanda interdependiente
- Discriminación de precios: tipos de discriminación; efectos sobre la eficiencia

# Índice

- 1 Presentación
  - Presentación
- 2 Programa
- 3 Origen de la OI
  - Origen de la OI

# Orígenes

- OI estudia el comportamiento de las empresas y la estructura de los mercados
- Nombre: influencia de los primeros estudios empíricos sobre el sector industrial manufacturero de USA
- Hasta 1930: competencia perfecta y monopolio
- A partir de 1930: evidencia empírica (Bain) y nuevos desarrollos teóricos de competencia imperfecta

# Bain

- Postula que el paradigma para estudiar los mercados es la competencia imperfecta
- Desarrolla el concepto de Estructura - Conducta - Resultado
- Estructura: interacción oferentes - demandantes - potenciales entrantes; el potencial número de variantes de un producto (número y tamaño de los oferentes; número y tamaño de los demandantes; grado de diferenciación de productos; estructura de costos (tecnología); condiciones de entrada)
- Conducta: comportamiento de las empresas en los mercados (precio, cantidad, I+D, inversión, publicidad, capacidad)
- Resultado: desempeño de las industrias en el mercado (grado de eficiencia en el uso de los recursos, beneficios, variedad de productos; innovación)

# La escuela de Chicago

- Reacción al postulado de la competencia imperfecta
- El paradigma relevante es el de la competencia perfecta
- Si los mercados no ajustan, existe intervención de los gobiernos que lo impide
- Se utilizó como base para las políticas de desregulación en los 70' en EE.UU.

# La NOIE

- A partir de los 70' desarrollo de la teoría de juegos
- Demuestra la existencia de comportamientos estratégicos de los agentes
- Desarrollo de la econometría empírica: se enfoca en mercados específicos más que en *cross section*
- Modelos predictivos más potentes y evidencia empírica más sólida

```
graph LR; T[Tecnología] -.-> E[Estructura]; T -.-> C[Conducta]; D[Demanda] -.-> E; D -.-> C; ES[Esfuerzo de ventas] --> C; E --> E2[Estructura]; E --> C; C --> E; C --> R[Resultado]; E -.-> R; P[Progreso técnico] --> T; B[Beneficios] --> E
```

El diagrama ilustra un modelo de gestión con los siguientes elementos y flujos:

- Factores de Entrada:** Tecnología, Demanda, Esfuerzo de ventas.
- Procesos Internos:** Estructura, Estrategia, Conducta.
- Salidas y Retroalimentación:** Resultado, Progreso técnico, Beneficios.

Las relaciones se representan mediante flechas:

- Flechas sólidas indican influencias directas: Esfuerzo de ventas a Conducta; Conducta a Resultado; Estructura a Resultado; Progreso técnico a Tecnología; Beneficios a Estructura.
- Flechas punteadas indican relaciones secundarias o de influencia indirecta: Tecnología a Estructura y Conducta; Demanda a Estructura y Conducta; Estructura a Conducta y viceversa.