Mercados, regulación y desarrollo

Mercados

Leandro Zipitría

Licenciatura en Desarrollo

dECON
Facultad de Ciencias Sociales
UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA

Índice

Presentación

- Previo

Mercados

- Presentación
- Componentes del mercado
- Estructuras
- Eficiencia

Fallas de mercado

- Introducción
- Poder de Mercado
- Externalidades
- Asimetría de Información
- Bienes Públicos y Comunes

Objetivos

1. Introducción a la materia.
2. Breve repaso de mercados y estructuras de mercado.
3. Fallas de mercado.

Índice

Presentación
- Previo

Mercados
- Presentación
- Componentes del mercado
- Estructuras
- Eficiencia

Fallas de mercado
- Introducción
- Poder de Mercado
- Externalidades
- Asimetría de Información
- Bienes Públicos y Comunes

Introducción

- Objetivo:
  - describir mercados,
  - comprender su funcionamiento y fallas,
  - comprender el comportamiento de empresas y
  - determinar los efectos de la regulación.
- Preguntas del curso: ¿Qué es un mercado?, ¿Cómo funcionan los mercados?, ¿Cómo compiten las empresas?, ¿Cuál es el rol de los intermediarios?,¿Qué significa regular?, ¿Donde es "recomendable" regular?, ¿Cuáles son los efectos de la regulación?

Dinámica

- Clases teórico prácticas.
- Dinámica de realización de ejercicios en clase y domiciliarios.
- Entorno virtual (EVA) de intercambio.

Materiales del curso

- Presentaciones
- Textos:
  - Core-econ
  - Domingo, Ponce, Zipitría "Regulación económica para economías en desarrollo"
  - Tarzijan y Paredes “Organización industrial para la estrategia empresarial”, 3a edición.

Evaluación

1. Preguntas múltiple opción (al final de cada tema, valor 20 % de la nota).
2. Trabajo individual domiciliario: análisis de una noticia económica vinculada a los temas del curso (30 % nota final).
3. Evaluación presencial final sobre el curso (obligatorio y eliminatorio, 50 % de la nota total).

Índice

Presentación
- Previo

Mercados
- Presentación
- Componentes del mercado
- Estructuras
- Eficiencia

Fallas de mercado
- Introducción
- Poder de Mercado
- Externalidades
- Asimetría de Información
- Bienes Públicos y Comunes

¿Qué hace un economista?

- Busca entender el comportamiento de los agentes: qué hacen.
- Supone que tienen algún/os objetivos que quieren cumplir (ej. obtener beneficios, consumir).
- Establece cuáles son las restricciones que enfrentan para cumplir su objetivo (ej. tecnología, ingresos, normas legales).
- En general, los supuestos determinan los resultados: en el curso vamos a levantar algunos que vieron en microeconomía.
- Mide: los modelos permiten extraer conclusiones para contrastar con los datos.
- ¿Qué importa a los economistas? Los incentivos de los agentes.

Índice

Presentación
- Previo

Mercados
- Presentación
- Componentes del mercado
- Estructuras
- Eficiencia

Fallas de mercado
- Introducción
- Poder de Mercado
- Externalidades
- Asimetría de Información
- Bienes Públicos y Comunes

Índice

Presentación
- Previo

Mercados
- Presentación
- Componentes del mercado
- Estructuras
- Eficiencia

Fallas de mercado
- Introducción
- Poder de Mercado
- Externalidades
- Asimetría de Información
- Bienes Públicos y Comunes

¿Qué es un mercado?

1. Un lugar de intercambio:
   - donde compradores y vendedores intercambian productos.
2. Una institución:
   - mecanismo para realizar transacciones entre empresas.
3. Un objeto de estudio en sí mismo:
   - en defensa de la competencia permite comprender la competencia entre empresas (mercado de producto y mercado geográfico).

Participantes

1. Consumidores: demandan productos en base a sus preferencias, ingresos y precios de productos alternativos (sustitución o complementariedad).
2. Empresas: ofertan productos en base a su tecnología, precios de insumos, número de oferentes...

- Gobierno:
  - puede participar comprando bienes y servicios, como lo hacen también las empresas —o pueden producirlos ellos mismos—,
  - puede influir en las reglas de juego del mercado (distribuir ingresos, establecer reglas para el ingreso o salida de empresas de los mercados, estándares de calidad de los productos .... y un muy muuuuuy largo etc.).

¿Qué hace un mercado?

- Asigna recursos.
- Determina la producción —que bienes se produce y cuanto de cada uno— y precios... pero también otras variables como:
  - capacidad de las empresas,
  - variación (tipo) de los productos,
  - lugar físico de tiendas, comercios,
  - innovación ....
- Los mercados difieren en su estructura y el comportamiento de los agentes y, por tanto, difieren en sus resultados.

¡OJO!

- No hay que antropomorfizar al mercado: no es una entidad pensante con maquiavélicas intenciones.
- Es un conjunto de agentes con características similares —consumidores, empresas— que toman decisiones (en general) descentralizadas e independientes.
- Las empresas quieren hacer dinero, los consumidores quieren los productos.
- El "mercado" nos muestra el resultado de esas acciones individuales, pero no es una entidad con vida propia.
- Si es posible que hayan conductas individuales destacadas, por ejemplo porque hay un monopolio.
- Si no nos "gusta" el resultado, hay que entender su funcionamiento... ¡de esto va el curso!

El precio: la estrella del mercado.

- (Leandro, acordate que ibas a darles ejemplos acá, como el de zapatos a $100).
- Los precios de los productos dan señales:
  - para aumentar o disminuir la producción,
  - comprar los productos,
  - entrar y salir del mercado,
  - inventar nuevos productos.
- Los precios reflejan la escasez relativa de los bienes.
- Sin mercados, es muy difícil tomar decisiones (Leandro, acá vas a hablar de Cuba, no te olvides...).

Los mercados existen porque los humanos intercambian

- Los seres humanos han intercambiado bienes durante miles de años: es el único homínido que intercambia bienes (Harari y Ridley).
- La alternativa es la planificación centralizada de la economía (les recomiendo que lean el texto "Planificación, propiedad y monopolio" que escribí para Cuba).
- El problema es que esta planificación es compleja y fuertemente sujeta a intereses particulares.
- La planificación era vista como un problema "ingenieril", pero la economía demostró que es un problema humano: incentivos.

Índice

Presentación
- Previo

Mercados
- Presentación
- Componentes del mercado
- Estructuras
- Eficiencia

Fallas de mercado
- Introducción
- Poder de Mercado
- Externalidades
- Asimetría de Información
- Bienes Públicos y Comunes

Estructura

- Refiere a las reglas del mercado
  1. interacción oferentes - demandantes - potenciales entrantes;
     1.1 número y tamaño de los oferentes,
     1.2 número y tamaño de los demandantes,
     1.3 barreras (o no) a la entrada,
  2. el potencial número de variantes de un producto (grado de diferenciación de productos),
  3. estructura de costos (tecnología),
  4. condiciones de entrada.
- Pueden ser exógenas o endógenas.

Conducta

- Refiere a las acciones de las empresas
  1. precio,
  2. cantidad,
  3. inversión,
  4. I+D,
  5. capacidad,
  6. publicidad,
  7. localización...

Resultado

- Mide el desempeño del mercado
  1. Eficiencia.
  2. Beneficios.
  3. Variedad de productos.
  4. Innovación.

Estructuras de mercado

- Competencia perfecta.
- Monopolio.
- Oligopolio.

Índice

Presentación
- Previo

Mercados
- Presentación
- Componentes del mercado
- Estructuras
- Eficiencia

Fallas de mercado
- Introducción
- Poder de Mercado
- Externalidades
- Asimetría de Información
- Bienes Públicos y Comunes

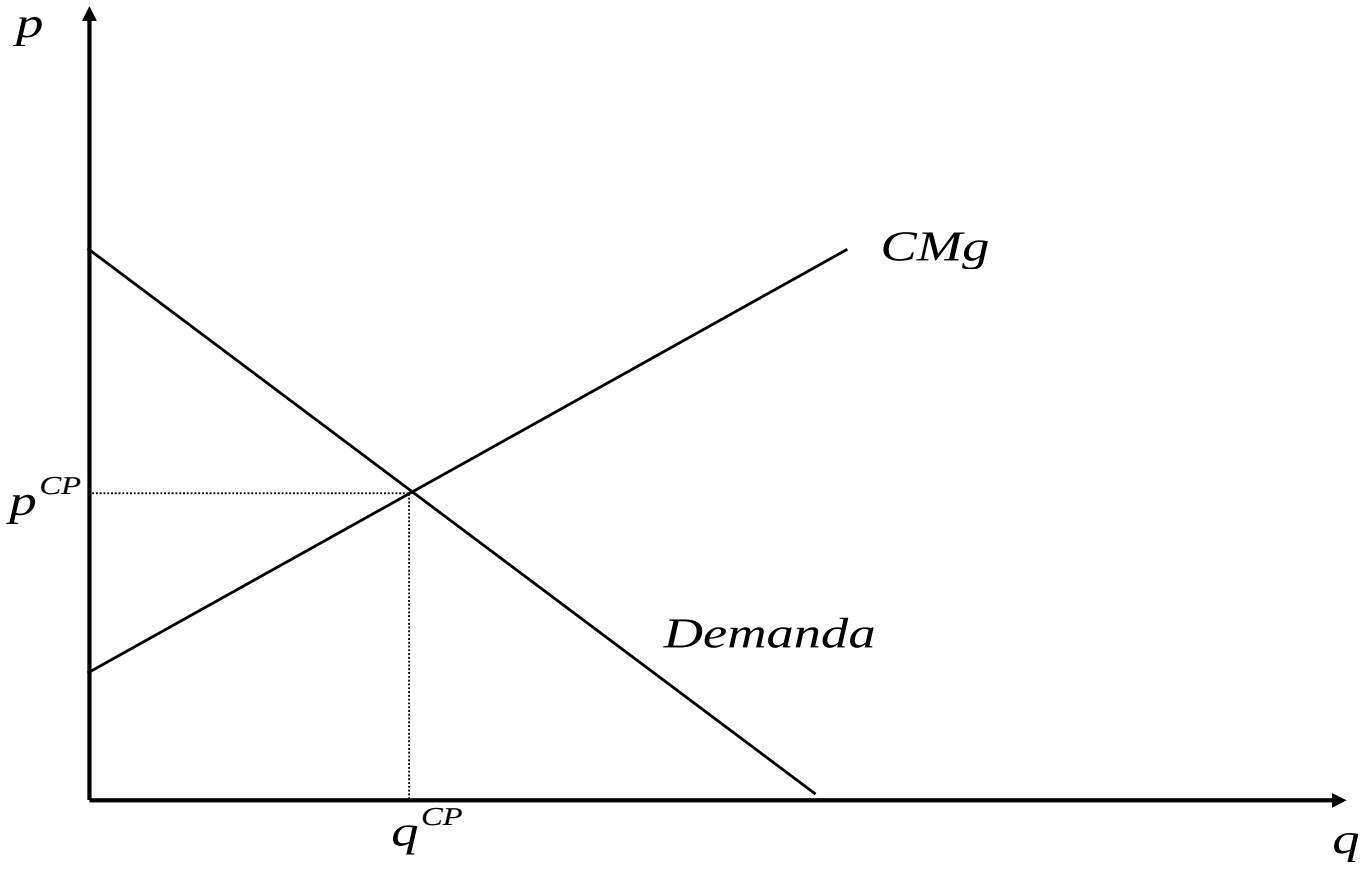
Competencia Perfecta (I)

- Supuestos:
  1. atomicidad de los agentes,
  2. homogeneidad,
  3. información perfecta,
  4. igual acceso a la tecnología,
  5. libre entrada y salida.

Competencia Perfecta (II)

- Un agente se comporta en forma competitiva si supone o cree que el precio está dado (y no puede afectarlo).
- Equilibrio: $p = CMg$.
- (Técnico) Existen equilibrios de CP siempre que no haya RCE.

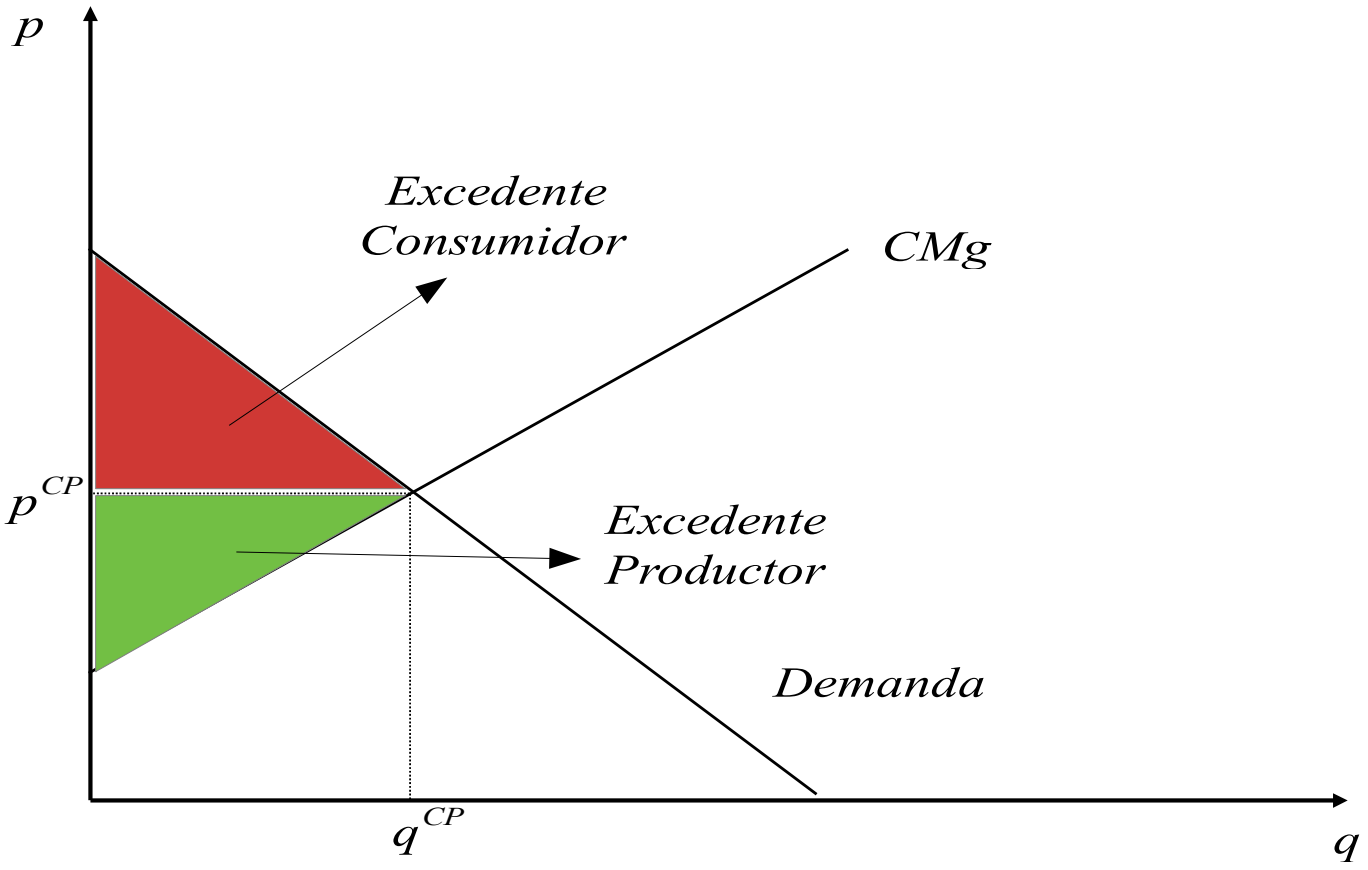
CP figura



Competencia Perfecta (III)

- CP permite obtener el máximo excedente social.
- Se maximizan las ganancias de comercio:
  - los consumidores tienen valoración decreciente por los productos —saciedad, alternativas– y pagan el mismo precio,
  - las empresas (pueden) tener costos unitarios distintos —crecientes o decrecientes—por los productos, y cobran el mismo precio.
- Pensar en la competencia perfecta es útil para:
  - entender como funcionan los mercados,
  - tener una referencia para ordenar o comparar resultados.

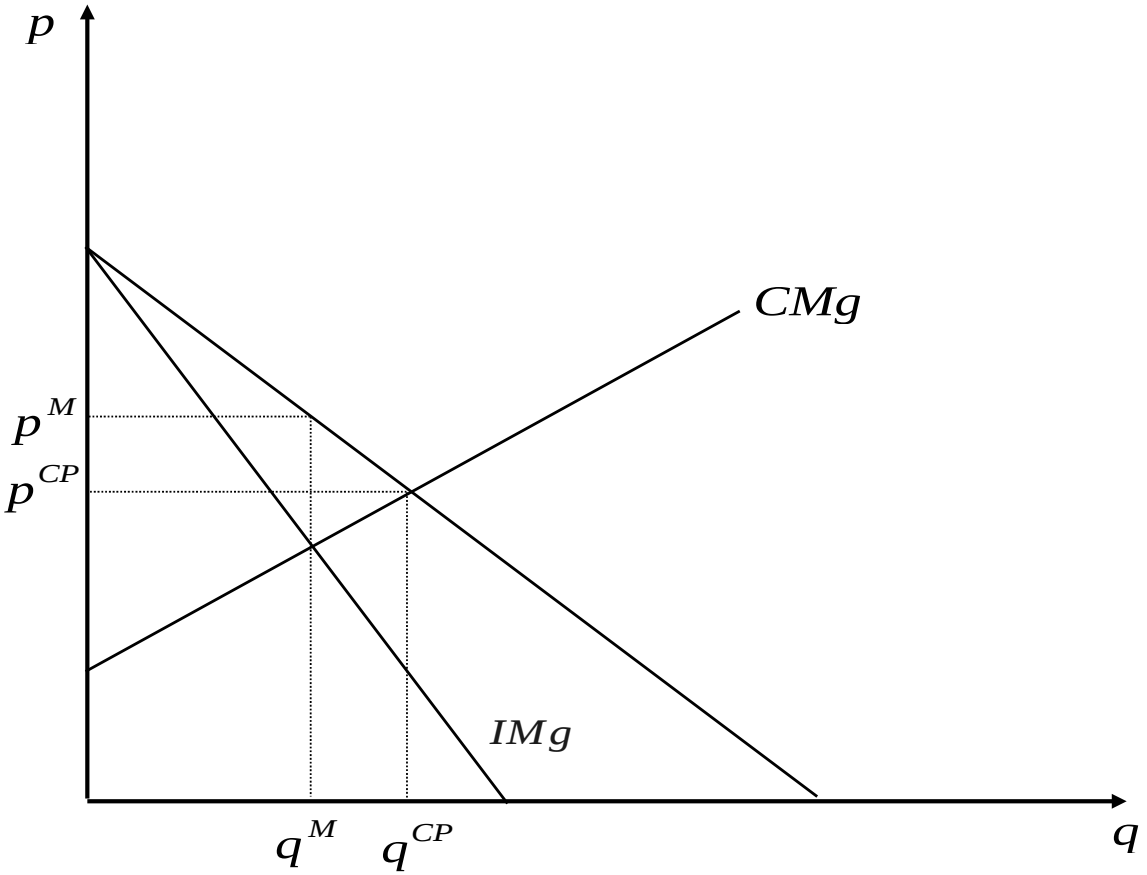
Ganancias de comercio



Monopolio

- Estructura de mercado con único oferente.
- Máximo poder para controlar el mercado (máximo p).
- Incentivos a restringir la cantidad ofertada de forma de crear escasez y aumentar el precio (**poder de mercado**).
- Índice de Lerner $\frac{p-CMg}{p} = \frac{1}{\varepsilon}$. (Sí, los modelos son lindos porque permiten cuantificar!).
- El excedente que se genera es el menor para la sociedad (comparado con un mercado más competitivo).
- El monopolio fija el precio tal que $IMg(q) = CMg(q)$.

Monopolio: figura



Índice

Presentación
- Previo

Mercados
- Presentación
- Componentes del mercado
- Estructuras
- Eficiencia

Fallas de mercado
- Introducción
- Poder de Mercado
- Externalidades
- Asimetría de Información
- Bienes Públicos y Comunes

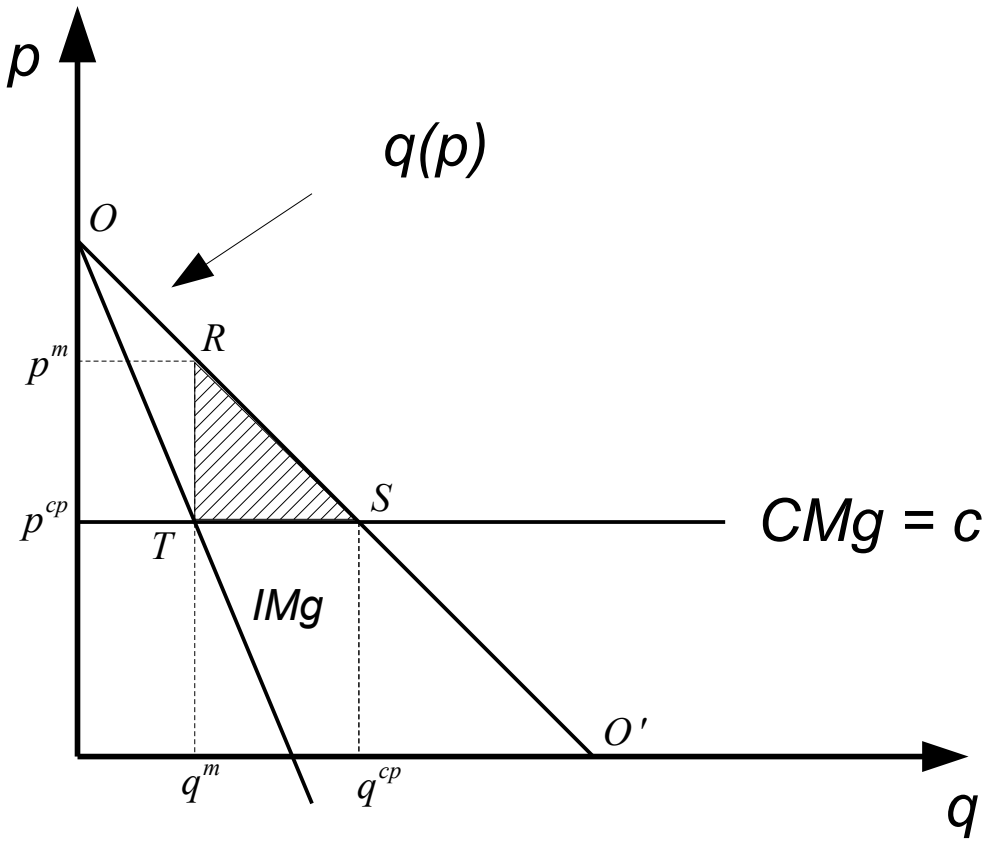
Eficiencia

- Refiere a la forma en la que se utilizan los recursos por parte de los agentes.
- Dos situaciones (involucran distintos tipos de competencia):
  - estática,
  - dinámica.
- **Estática**:
  - **Asignativa**: los recursos se asignan -o no- en el lugar donde tienen un uso más valioso.
  - **Productiva**: si la producción se realiza con el menor costo posible.
- **Dinámica:** incentivos a: entrar en mercados; introducir nuevos productos; adoptar nuevas tecnologías de producción.

Resultados (eficiencia)

- **Eficiencia asignativa**: monopolio genera pérdida para la sociedad en términos de excedentes.
- **Eficiencia productiva**: puede ir en la misma dirección, o contraria:
  - los incentivos del monopolio son menores a lograr eficiencia de costos.
  - duplicación de estructuras es ineficiente (monopolio natural).
- **Eficiencia dinámica**:
  - monopolio: menores incentivos a introducir bienes o tecnologías de producción que sustituyan las propias (efecto reemplazo).
  - tensión entre competencia y monopolio (patentes).

Pérdida de eficiencia asignativa



Búsqueda de rentas

- Una pérdida adicional del monopolio a la ineficiencia asignativa es la búsqueda de rentas.
- Los beneficios de monopolio generan incentivos a las empresas a competir por las rentas, o a sostenerlas.
- El empresario hará lobby para intentar sostener su renta:
  - FNC para sostener beneficios fiscales,
  - Facebook para impedir que la graven (esto no es dinero directo, pero...).
- El lobby implica redistribuir rentas entre agentes.
- Los beneficios de monopolio no son útiles socialmente, no se usan para generar nuevos productos.

Índice

Presentación
- Previo

Mercados
- Presentación
- Componentes del mercado
- Estructuras
- Eficiencia

Fallas de mercado
- Introducción
- Poder de Mercado
- Externalidades
- Asimetría de Información
- Bienes Públicos y Comunes

Índice

Presentación
- Previo

Mercados
- Presentación
- Componentes del mercado
- Estructuras
- Eficiencia

Fallas de mercado
- Introducción
- Poder de Mercado
- Externalidades
- Asimetría de Información
- Bienes Públicos y Comunes

Introducción

- En general, los mercados —en realidad, los precios— dan señales adecuadas a los agentes.
- **Falla de mercado**: situación donde la asignación de recursos por parte de los mercados no es óptima.
- El sistema de precios no asigna eficientemente los recursos.
- Existe la ***posibilidad*** de que el estado intervenga para corregirlos.
- Sin embargo, no cualquier intervención resuelve las fallas de mercado, algunas las agravan.

Tipos de Fallas de Mercado

- Poder de mercado.
- Externalidades.
- Asimetría de información (riesgo moral, selección adversa).
- Bienes públicos y bienes comunes.
- Todos ellos tienen soluciones diferentes.

Índice

Presentación
- Previo

Mercados
- Presentación
- Componentes del mercado
- Estructuras
- Eficiencia

Fallas de mercado
- Introducción
- Poder de Mercado
- Externalidades
- Asimetría de Información
- Bienes Públicos y Comunes

Poder de Mercado

- **Poder de mercado**: la posibilidad que tienen las empresas de cobrar precios excesivos (en relación a otras estructuras de mercado).
- Cuando existen monopolios, el mercado genera un nivel menor al óptimo de producto.
- En los mercados donde existe segmentos de monopolios naturales $\Longrightarrow$ regulación.
  - Ejemplos: agua, electricidad, gas, telefonía básica.
- En el resto de los mercados $\Longrightarrow$ normas de defensa de la competencia.

Índice

Presentación
- Previo

Mercados
- Presentación
- Componentes del mercado
- Estructuras
- Eficiencia

Fallas de mercado
- Introducción
- Poder de Mercado
- Externalidades
- Asimetría de Información
- Bienes Públicos y Comunes

Externalidades

- Se dan cuando una transacción entre partes tiene efectos sobre un tercero ajeno a la misma.
- Pueden ser positivas o negativas.
- Como los agentes participantes no internalizan los costos (beneficios) de sus acciones, tienen incentivos a realizar más (menos) transacciones de lo óptimo desde el punto de vista social.
- El precio de mercado puede ser menor —externalidad negativa— o mayor —externalidad positiva— al que regiría si se incorporara la externalidad al comportamiento de los agentes.

Externalidades

- Externalidades negativas:
  - Desechos tóxicos.
  - Polución.
  - Sobre explotación de recursos (pesca, forestación) cuando son recursos comunes.
- Externalidades positivas:
  - Abejas – flores.
  - Investigación básica.
  - Vacunación.

Índice

Presentación
- Previo

Mercados
- Presentación
- Componentes del mercado
- Estructuras
- Eficiencia

Fallas de mercado
- Introducción
- Poder de Mercado
- Externalidades
- Asimetría de Información
- Bienes Públicos y Comunes

¿Qué es estooooo?

- Existe información asimétrica entre agentes cuando una de las parte conoce algo que la contra parte no.
- Esta información es fundamental para el bienestar de ambas partes.
- **Información oculta** (selección adversa): lo que ES el agente no puede ser observado
- **Acción oculta** (riesgo moral): cuando lo que HACE un agente no puede ser observado

Ejemplos

- Ej. información oculta:
  - Las empresas conocen mejor cuanto contaminan.
  - Las empresas conocen mejor el impacto -y riesgo- de sus proyectos de inversión.
  - Las empresas reguladas tienen más información respecto de sus costos.
- Ej. acción oculta:
  - Los trabajadores tienen mayor información sobre el esfuerzo que aplican a sus tareas.
  - Los empresarios tienen mayor información respecto del esfuerzo que ponen en mejorar el resultado de sus empresas.

Resultados

- El agente informado tiene una ventaja sobre el no informado.
- El no informado deberá evaluar si vale la pena obtener la información.
- Obtener la información es costoso: implica dar renta a la parte informada.
- La clave es comprender que renta hace que el informado revele su información.
- Ej.: salarios atados a resultados, préstamos bancarios parciales o con garantías.
- Imponer incentivos tiene costos para el agente informado: si la asimetría de información —y la valoración– es muy grande, entonces el intercambio puede caerse (ej. autos de calidades distintas).

Índice

Presentación
- Previo

Mercados
- Presentación
- Componentes del mercado
- Estructuras
- Eficiencia

Fallas de mercado
- Introducción
- Poder de Mercado
- Externalidades
- Asimetría de Información
- Bienes Públicos y Comunes

Bienes Públicos / Bienes Comunes

- Los mercados asignan correctamente los llamados bienes privados.
- Los bienes tienen dos características:
  - Exclusión: si es posible excluir o no de su consumo a los agentes.
  - Rivalidad: si el consumo de un bien por parte de un agente, disminuye la cantidad disponible para los restantes.

Bienes Públicos

- Son bienes donde no es posible excluir del consumo a los agentes **y** su consumo no disminuye el la cantidad disponible para los demás.
- Ejemplos:
  - Defensa nacional.
  - Aire.
  - Televisión abierta.
  - Ciencia básica.

Bienes Comunes

- Son bienes donde no es posibles excluir del consumo a los agentes.
- El problema es que los derechos de propiedad no están bien definidos.
- Ejemplos:
  - Pesca.
  - Agua (a veces).
  - Tala de árboles.

Hasta aquí por ahora

Próxima: Teoría de juegos.