

UNIDAD 4

LOS GIGANTES DE LA INDUSTRIA (youtube.com)

11-10

Mercedes

Es la relación de cuentas demandantes / oferentes intervinientes en el mercado (s. la decisión de uno influye dentro del mercado implica que los pocos integrantes en ese mercado / s. no le afecta los muchos integrantes en ese mercado).

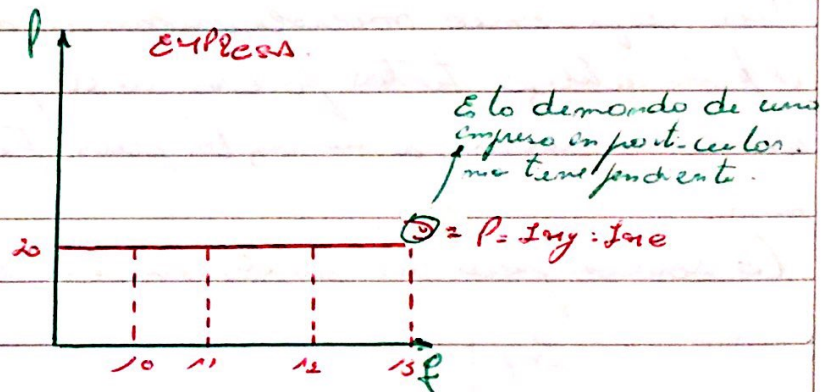
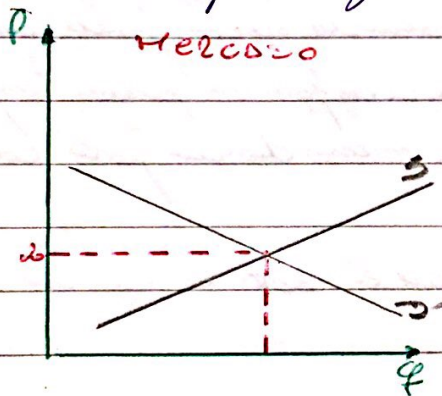
COMPRADORES				VENDIDORES
	UNO	Pocos	MUCHOS	
UNO	Relación bil. total	Monopolio restringido	Monopolio	
Pocos	Monopolio restringido	Oligopolio restringido (autopistas)	Oligopolio (Petróleo, Gas, autos, cigarrillos)	
MUCHOS	Monopolio (solo a nivel regional, es muy común)	Oligopolio	Competencia perfecta (no existe) Competencia monopolística (s. existe)	

Dentro de la economía el por. de los productos pertenecen a los mercados:

- ✓ Monopolísticos
- ✓ Oligopolísticos
- ✓ Competencia Monopolística

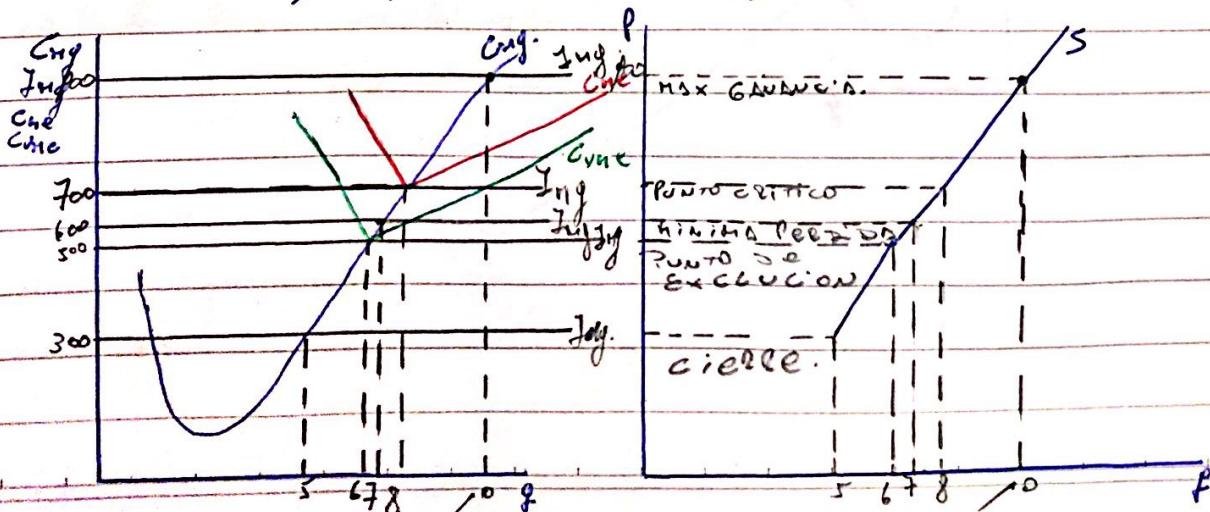
Competencia perfecta

- ✓ Muchos compradores y vendedores
- ✓ El producto a comercializar es homogéneo (Identico hasta lo primo de faja. Al comprador le da lo mismo comprarlo a cualquier vendedor. Esto es la razón por lo que no existe)
- ✓ Mercado absolutamente transparente (se conoce todo del producto, desde como se fabrica hasta como se comercializa y distribuye, esto es otro por lo que el mercado este no existe, los empresarios cada vez más resguardan la información)
- ✓ No hay barreras, ni al ingreso ni egreso del mercado (Mercado sin trabas para ingresar a comercializar)



Con $Img = Cmg$ se da lo q óptimo de prod. Así se garantiza que a ser lo mejor de todos

• Siempre que se cubra el costo variable por que permaneces en el mercado aunque pierdas el costo fijo en su totalidad



NOTA:

$$Q_{oferta} = (Q_{costo} \geq C_{me})$$

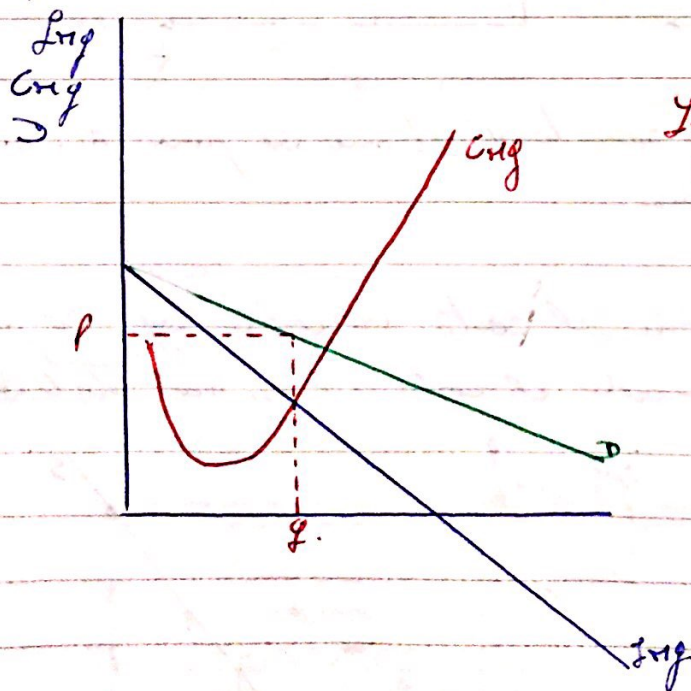
La función de oferta se iguala a la función de costo mg. cuando esta supera o iguala al costo variable medio.

Monopolio.

Uno de los casos por los que se puede generar monopolio es la ley de patentes. Otro es concesión del estado (explotación de un servicio, Eseror / Eseror). Monopolio natural, es la única empresa que puede explotar el recurso. Monopolio a escala, cuando una empresa explota solo a una escala natural (esto lo connota el estado).

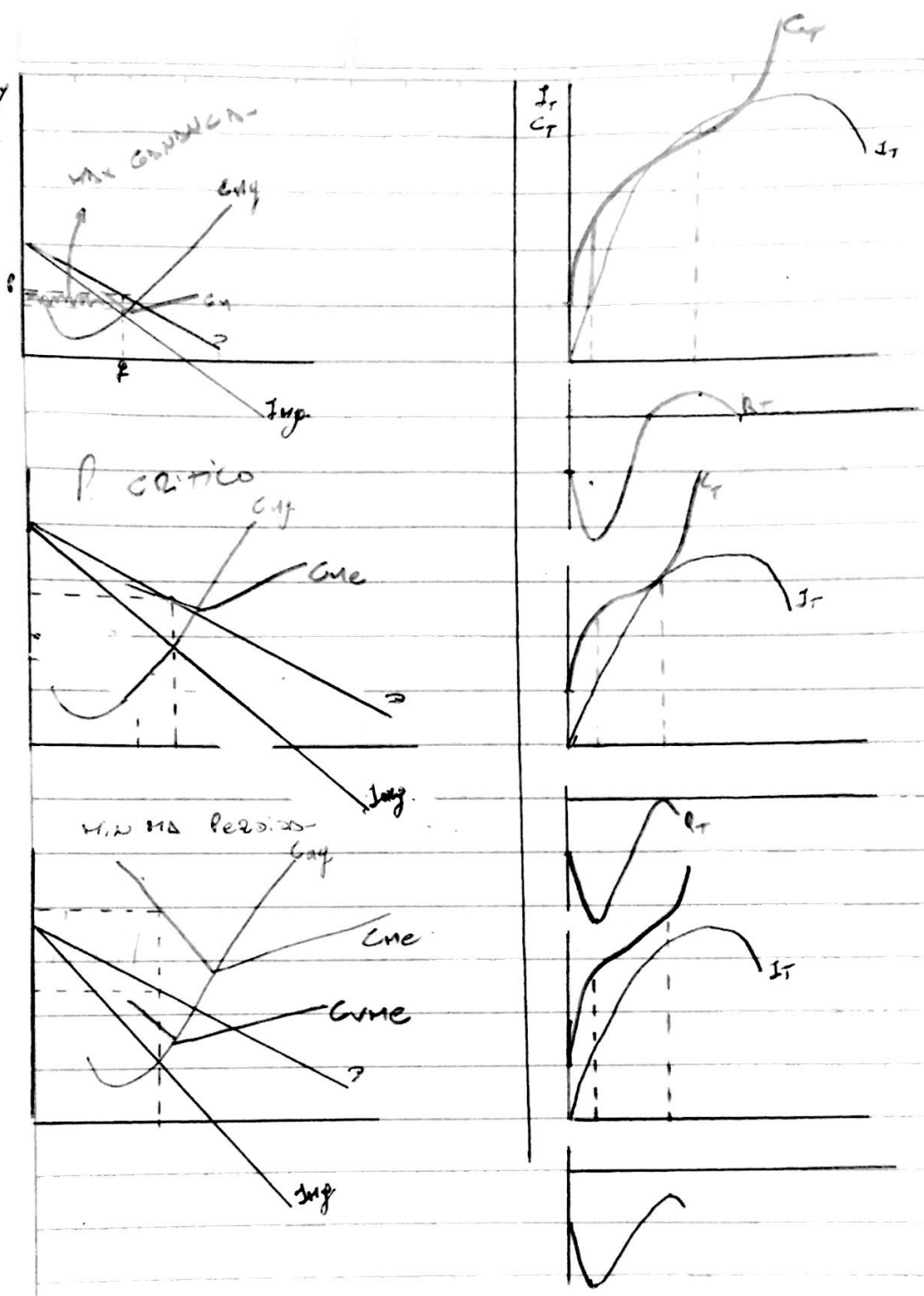
El estado no a conotar cuando, el consumidor solo perjudicados por deficiencias macroeconómicas, al producir poco por lo que aumentan el precio no utilizan todos los factores de la producción por lo que no generan tampoco una remuneración, a su vez los precios tienen menos dinero por consumir.

La solución puede ser multa, que se lo obligue a dividirse.



se remplaza en la demanda por el precio que el consumidor está dispuesto a pagar

Curva
Int
C_u



$R_{Top} = + \text{MAX GANANCA}$
 $R_{Top} = - \Rightarrow = C_F \text{ P. CRITICO}$
 $\quad \quad \quad < C_F$

NOTA:

g. ① A. $I_{ng} = C_{ng}$

$p = c_{ng}$ (por ser competencia perfecta)

$10 = 3q^2 - 14q + 18$

$0 = 3q^2 - 14q + 8 \rightarrow q_p = 0,66$
 $q_0 = 4$

b. $R_{TOP} = I_T - C_T$
 $= (10 \cdot 4) - 36$

$|R_{TOP} = 4| \rightarrow \text{Max ganancia}$

$R_{TP} = (10 \cdot 0,66) - 21,22$
 $= -14,55$

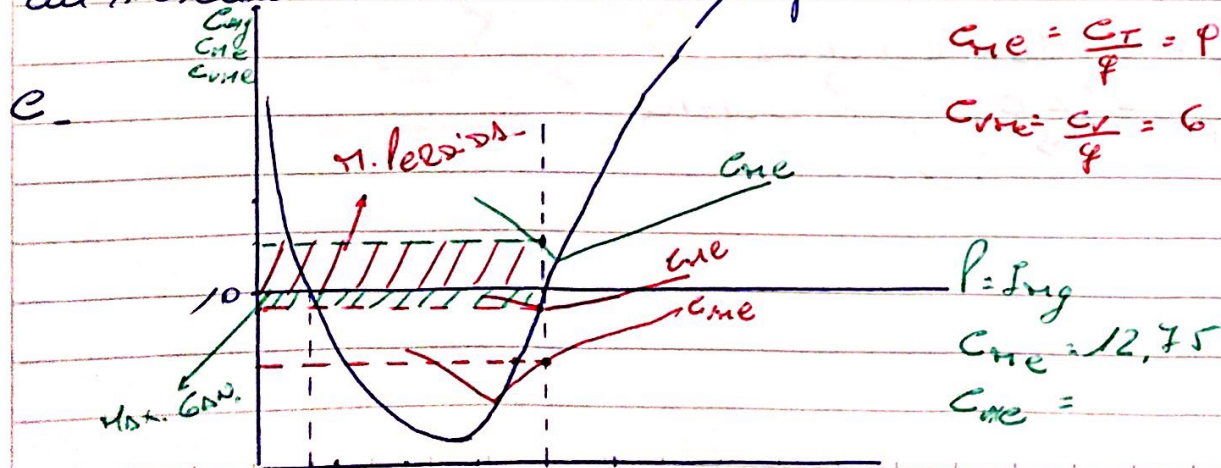
c. los mercados en competencia perfecta no se intervienen por el estado sino de ya de ser competencia perfecta.
 (A fines prácticos se hace este caso)

$C_T = q^3 - 7q^2 + 18q + 12 + \overbrace{15}^{CF} \rightarrow$ No se incluye en los q_0 / q_p sino en el resultado final.
 $C_T = q^3 - 7q^2 + 18q + 27$

$R_{TP} = -29,55$

$R_{TO} = ① \text{ MINIMA PÉRDIDA}$

d. En el corto plazo a la empresa le conviene quedarse dentro del mercado.

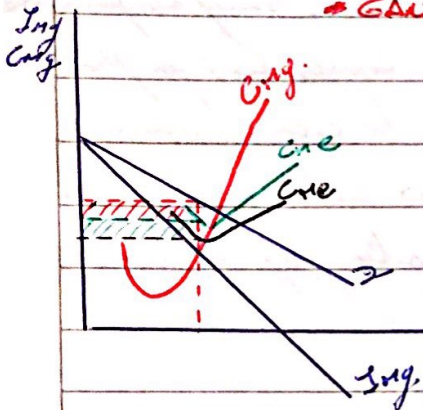


NOTA:

El estado puede, dividir la empresa, aplicar multas fijas a niveles, aplicación de precios controlados, que tiene otros una opción de la empresa. Estos son algunos de las intervenciones que puede hacer el estado a una empresa monopolista

Aplicación de impuesto (monción)

• REVENUE
• GANANCIA



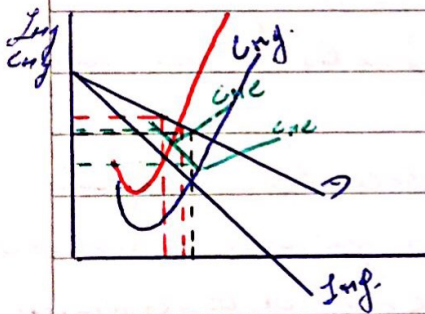
$$C_T = Q^3 - 8Q^2 + 20Q + 100 + 100$$

$$C_T = Q^3 - 8Q^2 + 20Q + 200$$

lo puede una menor capacidad de ganancias
y el estado se puede con el momento

$$C_T = Q^3 - 8Q^2 + 20Q + 100 + 2Q$$

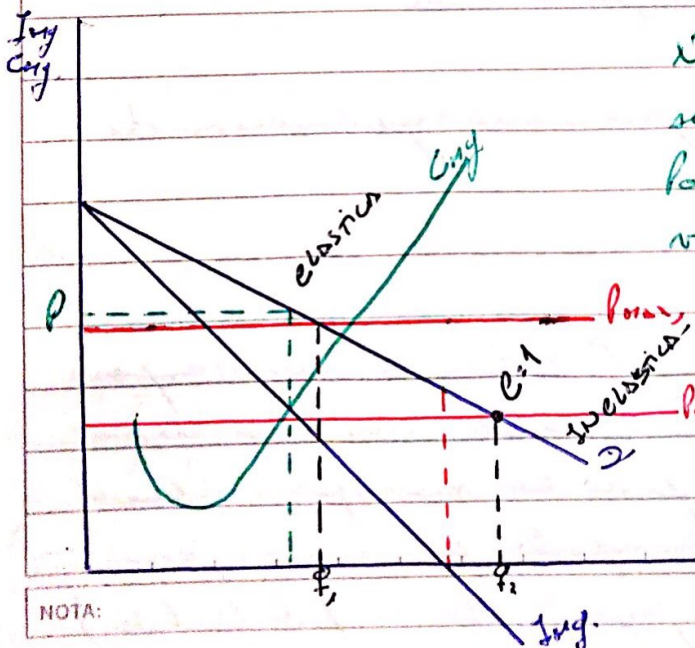
$$C_T = Q^3 - 8Q^2 + 22Q + 100.$$



Con el Imp variable también reduce la ganancia de la empresa.

En la actualidad se utiliza el Imp fijo ya que no modifica el Costo y por lo tanto no está obligado, la empresa, a fabricar lo mismo.

Control de Precio en monopolios



Quiero en monopolio la máxima ganancia se da cuando el IT sea máxima. Por lo tanto nunca la elasticidad va a ser unitaria

De los dos precios le conviene siempre el que se encuentre en la zona elástica, antes de llegar al max del IT, por lo que el IT sigue subiendo. En el max al estar en el tramo inelástico disminuyen los IT / aumento el Costo.

NOTA:

Pero si por \uparrow y \downarrow la empresa o el país debe de subsidiarlo cuando el \uparrow cae en la zona inelástica. En cambio en la zona elástica no es necesario por el estado subsidio.

Oligopolio.

Pocos vendedores y muchos compradores. Se corre el riesgo de complicidad entre las empresas y generar un monopolio por lo tanto el estado también los puede sancionar. Los productos son muy importantes respecto de los ventas (telecomunicaciones, cemento, cobre, etc) por eso mueven mucho dinero representando el 80% de la economía. El riesgo por las empresas, ocurren juicios se llaman colusión y son sancionados aquellas empresas que pactan entre sí por eso está prohibido. Generan el mayor marketing por competir.

Tipos.

- Oligopolio homogéneo = los productos son iguales (Hierro, cemento) Es el que más riesgo de colusión tiene
- Oligopolio diferenciado = (Automotrices, tabaco, bancos, telefonía celular) la diferenciación por ej. puede ser un mejor servicio, innovación tecnológica. Las empresas toman estrategias para combatir la persecución del cliente.

En el oligopolio la pelea con los precios fijos se da

La colusión puede existir OPEC que es una organización de países que administran el petróleo.

Oligopolio con empresa líder.

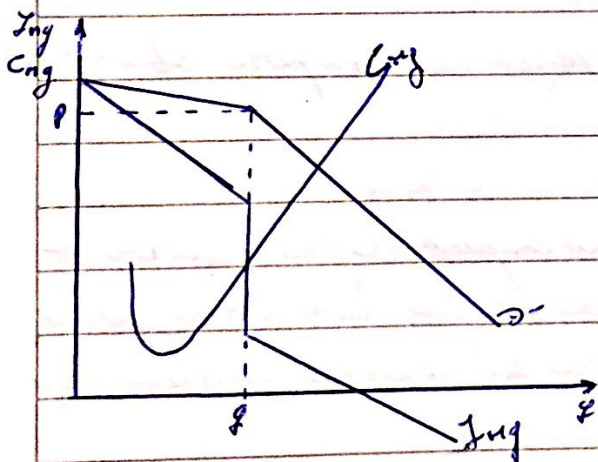
- Liderazgo por porcentaje de ventas = Cuando una empresa ocupa entre el 70% / 80% se la considera líder del mercado y la maneja como si fuera un monopolio. Pero el resto de las empresas se manifiestan en el mercado como si estuvieran en competencia perfecta / temen a la líder.

generalmente el π es menor el de los empresarios intentos al que lo empresarios lo establece pero no generan monopolios y que puedan ser sancionados (En nuestro país no lo, excepto de campos en líneas como lo es ML)

- Empresas lider por trayectoria: Empresas que no es relevante el porcentaje que tengas en el mercado pero si le marcas una impronta al mercado que el resto sigue. (Marcas tendencias, calidad) Tampoco define precios sino que marca la actitud que tiene el mercado.

Modelos de demanda probada.

Gráficamente es igual al monopolio pero la demanda corresponde a una empresa en particular.



Kerner-Sutcliffe

Se dio en los decada del 30 (crisis económica + grande del mundo). Surge porque los oligopolios no bajan sus precios y el consumo no crece. Los costos bajaron pero se mantenían estables los precios y la cont. for. se redujo por lo que había un quiebre porque seguían en el tramo elástico.

01-11-17

Discriminación de precios: Es la tarifa diferente a distintos consumidores. Hay de 1°, 2° y 3° grado. Los de 1° grado son respecto de la cont. de v. de compo. Los de 2° grado son respecto a la diferenciación de cliente. Los de 3° grado son los que existen pero únicamente puede hacer el Monopolista, por que cuando se divide al mercado. Todos entran al mercado a la misma.

NOTA:

vez. Pero lo torpo será diferenciado dependiendo del tipo de consumidores, y por lo tanto residencial; negocios. Son los casos en los que si no se cumplen ciertos requisitos no se brinda el servicio / fin.

La diferenciación de precios busca aumentar los ingresos.

Competencia Monopolica o Monopolística.

1. Muchos compradores / Muchos vendedores

1. El producto a comercializar es similar al del resto.

La polibotro monopolica o monopolística se dice por que le dan al producto ciertas características que lo hacen único en su mercado, lo hacen diferente.

1. Los productos que tienen que ver con la alimentación, los textiles, pertenecen a esto. Por lo tanto de volumen que se demandan permanentemente. Lo ropa deportiva y deportiva que no son de marca pertenecen a estos.

La idea en este mercado es la diferenciación para obtener un precio más alto que el resto.

No hay riesgo de colusión.

Los demandados son elásticos, sea una empresa diferenciada o no. Pero en la diferenciada la caída del consumo, por el aumento de precios, será menor que en aquella empresa que no logró la diferenciación.

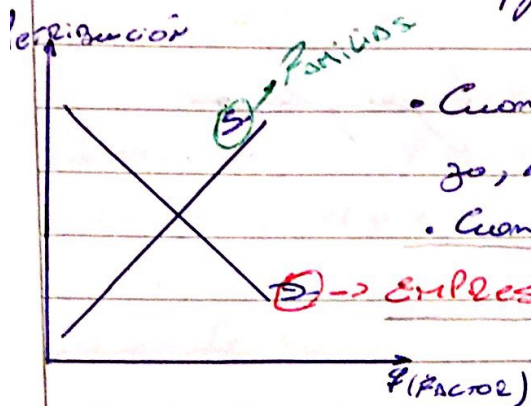
Si es una empresa que no logró diferenciarse debe tener el mejor precio (el más bajo posible).

La empresa debe tener en cuenta los costos para diferenciarse y los ingresos compensen los costos. Además debe tener en cuenta la mejor demanda que puede llegar a lograr la diferenciación (Publicidad y calidad).

1. En el largo plazo, los que se diferencian tienen ganancias, los que no se diferencian se resultan a cero.

UNIDAD 5 - DISTRIBUCIÓN

Para determinar un p/f de equilibrio en el mercado de factores

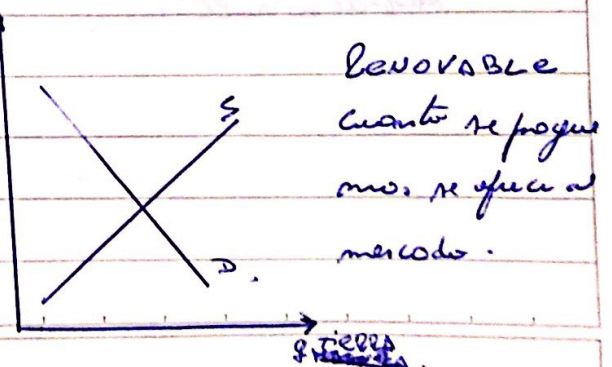
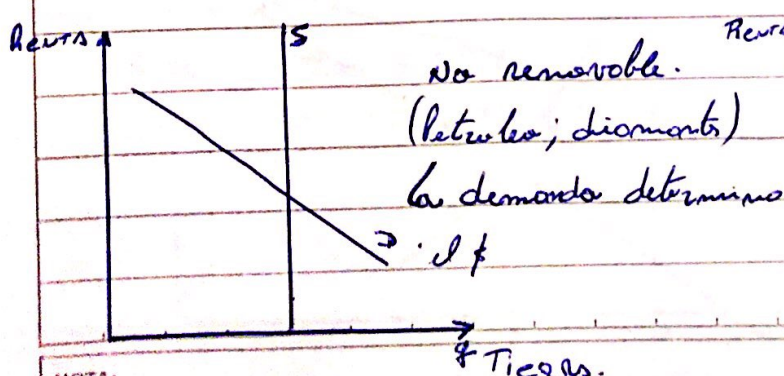


- Cuanto más tiempo se remunera menos factores utilizo, es decir que menos utilizo de ese factor.
- Cuanto + me pagan + ofrezco al mercado de ese factor.

- La demanda:
 - ✓ Es una demanda derivada de... (se manifiesta de la demanda de bienes).
 - ✓ Siempre tiene pendiente negativa.
 - ✓ Con crecimiento de la economía la demanda se desplaza hacia la derecha y si decrece hacia la izquierda.
 - ✓ Es una demanda interdependiente: si crece un factor crece el resto.
- La oferta:
 - ✓ Los grandes inmigrantes generan un desplazamiento de la oferta hacia la derecha.

Mercado de la Tierra.

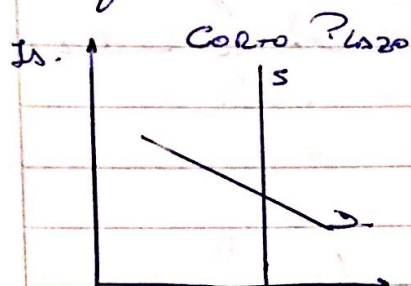
Se la considera factor cuando pueda extraer uno o varios recursos de ella. Los RR NN pueden ser renovables o no renovables.



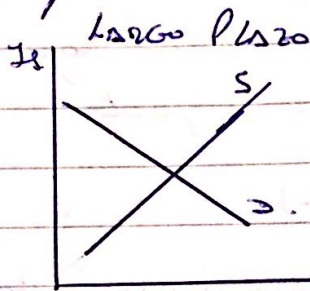
Renovables: Inelástica, por más que se demande más se necesita de un poco por y de un tiempo para obtenerlo. Se ofrece menos de lo que se demanda

mercado del capital

Se hace un análisis de corto plazo y largo plazo.
los flujos son los dueños del capital



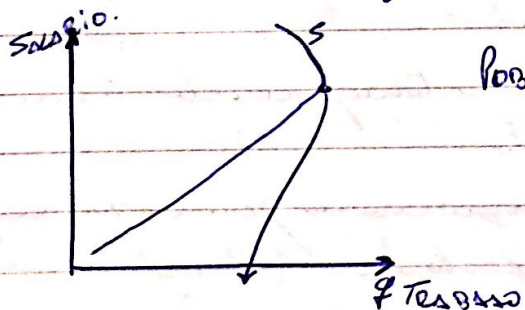
Lo que sube a los empresarios demandan capital.



Cuando aumenta el r que se obtiene la oferta es inelástica.

mercado del trabajo

Toda el esfuerzo físico y mental.



Población económicamente activa (PEA)

Significa que el trabajador no puede seguir resignando la por más plato sino que puede trabajar menos y ganar más. Es volar a más bajo en países desarrollados que en países subdesarrollados.

Mercedo de Trabajo (P. 54.)

Valor del producto mg. = Cuanto le sumo en incorporación de unidades por incorporar un trabajador más en medida de dinero

$$P_{mg} \cdot Ing = V_{mg} \quad (\text{competencia perfecta } Ing = P)$$

$$1000 \cdot 0,05 = 50 \quad / \quad 1500 \cdot 0,05 = 75 \quad / \quad 500 \cdot 0,05 = 25 \quad / \quad 100 \cdot 0,05 = 5 \quad / \quad 100 \cdot 0,05 = 5$$

Res. Total Optima

+ MAX GANANCIA

= 0 PUNTO MIN. EXPLOTACION

- 1 < C_f MIN. PÉRDIDA

= C_f PUNTO DE EXCLUSIÓN

> C_f CIERRE.

08-11

EFFECTOS- SUSTITUCION: Es la pendiente positiva de la función del mercado del trabajo. Consiste en sacar o sustituir ls. de ocio por ls. de trabajo. $\uparrow S \uparrow R$

Efecto Ingreso o renta: Se da en la parte de la pendiente negativa de la función del mercado de trabajo. Consiste en reemplazar ls. de trabajo por ls. de ocio y solo se da en los casos de especialización a grande escala donde al aumentar el salario se sigue trabajando menos. $\downarrow S \uparrow R$

UNIDAD 6-

Fallas del mercado: Se da cuando hay ineficiencia en el mercado y cuando el producto a comercializar no tiene un precio justo. El único que tiene un precio es el de competencia perfecta, el resto de los mercados imperfectos son ineficientes.

MEERCADOS IMPERFECTOS

NOTA:

- ✓ Bienes Públicos
- ✓ ASIMETRÍA DE INFORMACIÓN
- ✓ EXTERNALIDADES.

ASIMETRÍA DE INFORMACIÓN

La información del producto a comercializar me es lo mismo que tiene un consumidor que el vendedor. y venta de autos usados. Pero a veces esto puede ser encontrado con menos información trata de equiparar las cosas, ^{además} buscar + info acerca del producto pero que la transacción sea lo + justo.

Esta búsqueda de información tiene un costo que será adecuado al mercado que se trate. Ej. Mercado de seguros de automóvil; Mercado de medicina popular, Mercados de autos usados, Mercado de inmuebles usados, son muy pocos en los que estos mercados se dan en mayor medida en los mercados de cosas usadas.

En el mercado de factores se da en el mercado de trabajo porque tiene fallos. En estos casos el que tiene mayor info son los oferentes (trabajadores) / los demandantes (empresas) buscan estrategias para reducir esa brecha. Ej. Certificado de estudios leídos.

EXTERNALIDADES.

Es Costo o beneficio ~~para~~ de un hecho que produce otros (consumidores o productores) y que me afecta positivo o negativamente.

E. CONSUMO

- ✓ NEGATIVAS = Fumar. No reciclar los residuos domiciliarios. No cumplir las normas de tránsito.
- ✓ POSITIVAS = Vacunarse gratuitamente. Educación

E Producción

Positiva: Empresas que se dedican a la limpieza del medio ambiente, Forestación, Dificultado, Granjas orgánicas. Empresas que se dedican al desarrollo e investigación (siempre cuando sea para mejorar la sociedad). Educación

NEGATIVA: Contaminación. Todo proceso productivo contaminante

+ Costo Privado: Costo de producción
- EXTERNO: - - contaminación por la producción

Costo Social

En la economía al tomar como costo solo el Costo Privado no dice que hay un exceso de oferta.

Beneficio Privado

Beneficio Externo

Beneficio Social \rightarrow Exceso de oferta.

Distribución del Ingreso

Coeff. de Gini: Mide la x distribución

Problema redistribución de ingresos = El que redistribuye es el mercado de factores
10 ciento
70 salarios
100 \rightarrow 20 Is.

El problema es que el trabajo se distribuye inequiciamente, lo que no solo que se mal distribuye sino que es el que más dinero distribuye