

B. ESTUDIO DE MERCADO

B1. Estructura Económica del Mercado

B2. Análisis Estratégico del Mercado

B1. ESTRUCTURA ECONÓMICA DEL MERCADO

1. Objetivo:

Proveer un marco teórico que permita:

- Explicar el comportamiento de los mercados vinculados al proyecto de inversión.
- Evaluar el efecto del proyecto en el equilibrio de los mercados que afecta.
- Facilitar la valoración de los beneficios y costos del proyecto.

2. Bibliografía:

E. Engel, “Competencia Perfecta” y “Competencia Imperfecta”, apuntes del curso IN41A.

3. Competencia Perfecta

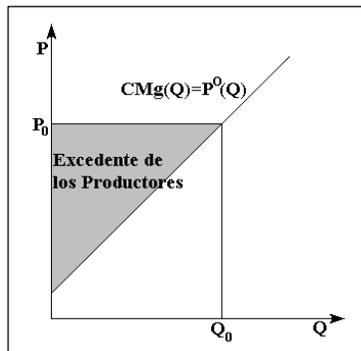
3.1 La Oferta:

Supuestos de una industria perfectamente competitiva:

- Los bienes producidos por las firmas son idénticos
- Las firmas maximizan sus utilidades en cada período
- Las firmas toman los precios como un dato, es decir, sus acciones no afectan los precios de sus productos ni los de sus insumos
- Las transacciones entre compradores y vendedores no tienen costos.

La función de oferta:

La función de oferta para un cierto bien asigna a cada precio el número de unidades del bien que los productores desearían vender a ese precio. La producción dependerá de los costos de los oferentes, los que, por razones tecnológicas y económicas, son diferentes para cada uno.



La curva de oferta de una firma coincide con la porción creciente de la curva de costos marginales.

La oferta del mercado corresponde a la suma de las ofertas de las firmas.

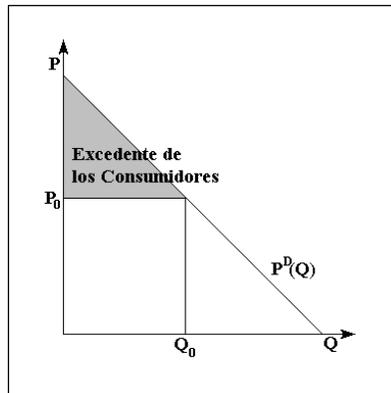
Cuando el precio de venta es superior al costo marginal o precio de oferta, entonces el productor obtiene un excedente, el que sumado se llama **excedente de los productores**

La función de oferta se desplazará al producirse variaciones en los siguientes factores:

- Precio de los factores de producción: Si los costos de los productores bajan, la curva se desplazará hacia afuera.
- Avance tecnológico: La curva se desplazará hacia afuera.

3.2 La Demanda

- La función de demanda de un cierto bien asigna a cada precio el número total de unidades que los consumidores desearía comprar a ese precio.



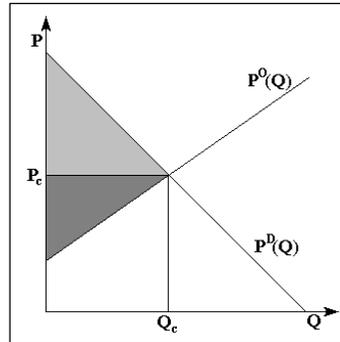
Si el precio de venta es inferior a la disposición a pagar o precio de demanda, el consumidor obtiene un excedente, el que sumado se llama **excedente de los consumidores**

La función de demanda se desplazará si varía cualquiera de los siguientes factores:

- Precio de bienes sustitutos: si el precio sube, la curva de demanda se desplaza hacia la derecha.
- Precio de bienes complementarios: Si el precio sube, la curva de demanda se desplaza hacia la izquierda.
- Ingreso de los consumidores: Si aumentan, la curva de demanda se desplaza hacia la derecha (salvo bien inferior).
- Gustos de los consumidores

3.3 Equilibrio Competitivo

- El equilibrio resultante ocurre en la intersección de la curva de oferta con la demanda. En este punto se determinan el precio y cantidad transada



3.4 Elasticidad

En todo proyecto es de vital importancia conocer la magnitud de la reacción de la cantidad demandada ante un cambio en el precio. Esto se conoce como la elasticidad-precio de la demanda, y se define como el porcentaje en que varía la cantidad demandada cuando el precio sube en un 1%.

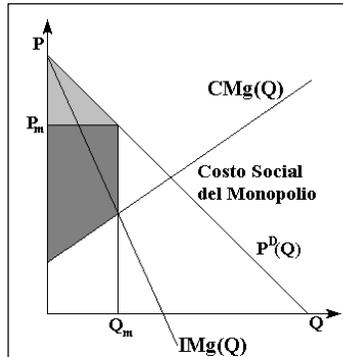
La elasticidad-precio de la oferta mide el grado de respuesta de los productores frente a cambios en el precio de un bien. Se define como el porcentaje en que varía la cantidad producida cuando el precio sube en un 1%.

$e = (dQ/dP) * (P/Q)$, la que será usualmente negativa en el caso de la demanda y positiva para la oferta.

$ e > 1$	Demanda elástica
$ e < 1$	Demanda inelástica

4. Monopolio

- Una sola firma satisface la demanda total del mercado.
- Los monopolios se originan por la existencia de barreras de entrada.



El monopolista conoce la demanda y elige el precio que más le conviene.

Maximiza su utilidad cuando el ingreso marginal iguala al costo marginal.

El equilibrio resultante tiene un precio mayor (P_m) y una cantidad transada menor (Q_m) que las obtenidas en el equilibrio competitivo.

- El excedente del monopolista es mayor que el que obtienen los productores en equilibrio competitivo. En tanto que los consumidores obtienen un menor excedente.
- Por otra parte, el excedente total es menor que el máximo posible, lo que explica la existencia de un costo social del monopolio (ineficiencia).

Monopolios Discriminantes:

- Primer grado: El monopolio puede cobrar a cada consumidor exactamente su disposición a pagar. En este caso la cantidad transada es igual a la del equilibrio competitivo.
- Segundo grado: El monopolio cobra diferentes precios según alguna característica observable en los consumidores que tenga algún grado de correlación con su disposición a pagar (actividad, sexo, edad, ubicación geográfica etc.).
- Tercer grado: El monopolio ofrece un conjunto de productos diferenciados en calidad para que los consumidores se autoseleccionen según su disposición a pagar

5. Oligopolio

- Situación intermedia entre competencia perfecta y monopolio.
- Hay varias firmas, pero no tantas como para que los precios sean tomados como un dato.
- Cada firma debe considerar el comportamiento de sus competidores para decidir cuánto producir y a qué precio.
- El producto puede ser homogéneo o diferenciado
- Dos tipos de comportamiento posible:
 - Cooperación (colusión): Cada firma elige un nivel de producción que maximiza la utilidad de la industria
 - No cooperación: cada firma maximiza sus utilidades, dada las estrategias de sus competidores.

6. Competencia Monopolística

- Se caracteriza porque existen numerosos vendedores de un producto diferenciado y porque, en el largo plazo, no hay dificultades para entrar o salir de esa industria
- Los productos pueden diferenciarse por su manufactura (un auto Chevrolet es diferente de un Toyota), por el servicio que ofrece el vendedor (dos bombas de bencina pueden vender el mismo combustible, pero en uno hay autoservicio y en la otra hay un bombero que además limpia el parabrisas).
- Así, cada firma puede ser modelada en una manera similar a un monopolio. No tiene competencia para el grupo de consumidores que los percibe como diferenciados.

