

## EJERCICIOS TEMA 3

1.- ¿Cuál es la diferencia entre un compromiso estratégico fuerte y un compromiso estratégico suave?

2.- ¿Cuál es la relación entre compromiso estratégico y coste irrecuperable?

3.- Comente porque los precios se consideran usualmente complementos estratégicos y las cantidades sustitutos estratégicos.

4.- Use la lógica del equilibrio de Cournot para explicar porque es más efectivo para una empresa ampliar capacidad antes que su rival que simplemente anunciar que va a hacerlo.

5.- Una empresa establecida esta considerando una expansión de capacidad para aprovechar un reciente crecimiento de la demanda. Puede llevara cabo esta expansión de capacidad de dos modos.

A) Mediante la compra de activos que pueden ser revendidos por un valor muy cercano a su precio de compra en caso de que su uso no resulte beneficioso.

B) Mediante la inversión en activos especializados con un escaso, sin alternativas de uso y con escaso de rescate.

Se supone además que cada una de las opciones tiene los mismos costes de instalación. ¿ Ante que opción es más probable que los competidores de la empresa decidan igualmente aumentar su capacidad?

6.- Considere un monopolista que produce un bien durable, como por ejemplo un superordenador. Suponga además que el bien no se deprecia. Una vez los consumidores compran el bien al monopolista tienen la posibilidad de venderlo en un mercado de "segunda mano".

A menudo en los mercados de bienes durables nuevos se observa el siguiente patrón de precios: el vendedor comienza cargando un precio elevado, pero a medida que pasa el tiempo carga un precio cada vez menor.

Explique porque el monopolista puede estar interesado en a comprometerse a mantener su precio de venta constante en el tiempo.

¿Se le ocurre algún modo mediante el cual el monopolista puede hacer creíble el compromiso de mantener el precio constante?

7. Indique si el efecto estratégico de los siguientes movimientos competitivos será positivo (beneficioso para la empresa que lo lleva a cabo) o negativo (perjudicial para la empresa que lo lleva a cabo).

A) Considere dos productores de motores diesel para locomotoras diferenciados horizontalmente. Uno de los productores está localizado en EE.UU y el otro está localizado en Europa. Estos dos productores compiten a la Bertrand en el mercado europeo. La empresa de EE.UU consigue que el gobierno de EE.UU le conceda un subsidio de exportación, siendo el montante de este subsidio directamente proporcional a la cantidad de motores que la empresa vende en el mercado europeo.

B) Un duopolista a la Cournot emite deuda para recomprar parte de sus propias acciones. La nueva emisión de deuda cierra completamente la posibilidad de emitir nueva deuda en el futuro próximo e impone una restricción a las posibilidades de modernización del aparato productivo de la empresa.

8.- Considere dos empresas que compiten en una industria a la Cournot. Una de las empresas (Acme S.A) considera la posibilidad de inversión en el desarrollo de una nueva tecnología de producción. Esta tecnología resultará en un aumento de eficiencia que rebajará sus costes variables de producción. La empresa competidora (Adams S.A) no tiene suficientes recursos para llevar a cabo una inversión similar. El departamento de finanzas de ACME ha estudiado el proyecto y ha constatado que con el nivel de producción actual el valor presente del ahorro de costes derivado del proyecto es ligeramente inferior al coste de proyecto. Suponga que ACME lo contrata como consultor. Usted señala, que un análisis más completo debería tener en cuenta el efecto de la inversión sobre el equilibrio de mercado en la industria. ¿Cuál sería la recomendación que se derivaría de este tipo de análisis que usted propone?

9. Suponga un mercado en el que dos empresas compiten a la Cournot. Dada la producción actual ambas empresas tienen los mismos coste medios pero mientras que la empresa 1 ya ha alcanzado su escala mínima eficiente, la empresa 2 no la ha alcanzado y está trabajando en el tramo decreciente de su curva de costes medios. Analice el signo del efecto estratégico para la empresa 2 de entrar en un nuevo mercado en el que actúa como monopolista.