



VNIVERSITAT  VALÈNCIA

Departamento de Estructura Económica

Licenciatura de Economía
Departamento de Estructura Económica

ECONOMÍA INDUSTRIAL APLICADA

Curso 2007-2008

MODULO/ CODIGO ASIGNATURA
12107

Profesores:

Juan A. Mañez Castillejo (coordinador)

Francisco Requena Silvente

Amparo Sanchis Llopis

En los actuales Planes de Estudios de la Universidad de Valencia, la asignatura *Economía Industrial Aplicada* tiene el carácter de optativa en la Licenciatura en Economía. Con una asignación de seis créditos, se encuentra ubicada en el segundo semestre del segundo curso de la Licenciatura.

1. Objetivos

El objetivo de esta asignatura es el estudio del comportamiento de las empresas en mercados de competencia imperfecta. Con ella se pretende introducir a los estudiantes en el área de la *Economía Industrial* y familiarizarlos con el análisis de algunas de las líneas de investigación dominantes en esta disciplina.

El programa de la asignatura se divide en tres partes. En la primera, tras un tema introductorio en el que se presenta el paradigma estructura-conducta-resultados, se incluyen cuatro temas que constituyen el núcleo fundamental de análisis. En el primero, “Modelos de Comportamiento Oligopolístico”, que describe el sentido de causalidad “directo” dentro del paradigma, se examinan los modelos teóricos de competencia imperfecta y la interacción estratégica entre las empresas. Para ello se introducen y aplican las técnicas desarrolladas en el contexto de la teoría de juegos. Los dos siguientes temas se dedican a los llamados efectos “retroactivos” en el paradigma. Es decir, se analiza la posibilidad de que el comportamiento de las empresas sea un determinante fundamental de la estructura de mercado. Estos temas incluyen tanto modelos tradicionales basados en factores tecnológicos como teorías más sofisticadas que recogen el comportamiento estratégico de las empresas.

Los temas 6, 7 y 8, que constituyen la segunda parte del programa, pueden interpretarse como refinamientos de los temas 2 al 5. En ellos se analizan formas alternativas de competencia distinta de los precios: diferenciación de producto, y publicidad. Se estudian sus efectos sobre la estructura de mercado y sobre la intensidad de la competencia entre empresas. Para ello se utilizan modelos teóricos relativamente recientes.

La tercera parte del programa, que consta de un solo tema, se dedica a un breve análisis del papel de la intervención del estado en el contexto de la Economía Industrial.

El contenido práctico de la asignatura se encuentra íntimamente ligado a las explicaciones teóricas, intentando que el estudiante desarrolle su propia capacidad de

razonamiento, análisis y trabajo sobre aspectos concretos de la asignatura mediante la resolución de ejercicios numéricos

2. Bibliografía

Un curso básico de Economía Industrial como el que aquí se propone, hace necesario que el estudiante disponga de un material de estudio bien organizado en el que se aúnen claridad expositiva y facilidad de comprensión con desarrollos teóricos relativamente recientes y aplicaciones empíricas de los modelos expuestos. De los manuales de Economía Industrial disponibles en español, el que mejor se adapta al programa propuesto es CABRAL, L. (1997): *Economía Industrial*, McGraw-Hill, Madrid. No obstante, este manual no contiene algunos desarrollos teóricos que consideramos necesarios para un adecuado seguimiento del programa de la asignatura. Por ello estimamos conveniente completarlo con referencias adicionales tales como simplificaciones de artículos de investigación relativamente recientes llevados a cabo por profesores de la asignatura o, alternativamente, manuales sobre la materia en lengua inglesa. Es por ello que los profesores de la asignatura hemos optado por la elaboración de unos *Temas de Economía Industrial* [ESTEVE, S., MÁÑEZ, J. A. Y SANCHIS, A. (2004a) disponibles en la página web de la asignatura, que recogen tanto aquellas partes del temario incluidas en CABRAL (1997), aunque en ocasiones abordadas desde un enfoque distinto, como las ampliaciones que se han considerado pertinentes. Los *Temas de Economía Industrial* constituyen junto con CABRAL (1997) la bibliografía básica de la asignatura.

Por lo que se refiere a la bibliografía complementaria se ha optado por unas referencias auxiliares constituidas por los siguientes dos manuales de la asignatura:

CALLEJÓN, M (coordinadora) (2001): *Economía Industrial*, Civitas, Madrid.

TIROLE, J. (1988): *Teoría de la Organización Industrial*, Alianza Universidad, Madrid.

El primero de estos manuales, con un nivel de complejidad similar al de las dos referencias incluidas en la bibliografía básica, presenta para algunos temas un enfoque alternativo y enriquecedor que puede servir al estudiante para aclarar determinadas dudas. La complejidad técnica de algunas secciones del libro de Jean Tirole, normalmente utilizado como bibliografía básica para cursos de Economía Industrial intermedios o avanzados, está por encima de las exigencias de este curso, por lo que se ha realizado una selección muy cuidadosa y ajustada de los apartados que pueden ser de utilidad para los estudiantes.

Por lo que respecta a la bibliografía del contenido práctico de la asignatura, este se estructura en torno a un cuadernillo de cuestiones y ejercicios numéricos titulado *Ejercicios de Economía Industrial Aplicada* [ESTEVE, S., MÁÑEZ, J. A. Y SANCHIS, A. (2004b)] disponible en la página web de la asignatura.

3. Evaluación

La evaluación consistirá en una prueba escrita en la que serán exigibles los contenidos íntegros del presente programa, que se explicará en las clases en su totalidad. Dicho examen estará integrado por preguntas con varios apartados en los que se plantearán cuestiones relativas tanto al contenido teórico como al práctico. Adicionalmente, los estudiantes tienen la posibilidad de entregar por escrito los ejercicios propuestos en las clases prácticas, lo que será considerado a efectos de la nota final.

4. La página web de la asignatura

Con el objetivo de aprovechar las posibilidades ofrecidas por las nuevas tecnologías de la información, se ha elaborado una página web:

<http://www.uv.es/jamc/=econind.html>

que recoge toda la información relevante sobre la asignatura. La información recogida es la siguiente:

- Programa de la asignatura
- Bibliografía básica de la asignatura: ESTEVE, S., MÁÑEZ, J. A. Y SANCHIS, A. (2004a): *Temas de Economía Industrial*
- Contenido práctico: *Ejercicios de Economía Industrial Aplicada* (ESTEVE, S., MÁÑEZ, J. A. Y SANCHIS, A., 2004b)
- Horario de tutorías de los profesores de la asignatura.
- Avisos relacionados con la asignatura.

5. Programa

PARTE I: ESTRUCTURA DE MERCADO E INTERACCIÓN ESTRATÉGICA

TEMA 1: Introducción

Resumen y objetivos

Este tema sirve de introducción a la asignatura y en él se describe la disciplina de la economía industrial de una forma amplia, se examinan las principales cuestiones que aborda y se presenta el enfoque básico de la Economía Industrial (el llamado paradigma estructura-conducta-resultados), que constituye el marco analítico tradicional de la disciplina. Asimismo, se describe brevemente la evolución histórica que ha seguido esta disciplina.

Contenido teórico

- 1.1. ¿Qué es la Organización Industrial o la Economía Industrial?
- 1.2. Principales cuestiones analizadas por la Economía Industrial.
- 1.3. Evolución histórica de la Economía Industrial.

Bibliografía básica:

CABRAL, L. (1997): Op. Cit.; capítulos 1 y 2.

ESTEVE, S, MAÑEZ, J.A. Y SANCHIS, A. (2004a): Op. Cit.; *Tema 1: Estructura y Concentración de Mercado*, <http://www.uv.es/jamc/=econind/econind1.html>

Bibliografía complementaria:

CALLEJÓN, M. (coordinadora) (2001): Op. Cit.; capítulo 1, secciones 1, 2 y 7.

Contenido práctico

ESTEVE, S, MAÑEZ, J.A. Y SANCHIS, A. (2004b): *Ejercicios de Economía Industrial Aplicada*, ejercicios 1.1 y 1.2, <http://www.uv.es/jamc/=econind/ejer1.html>

TEMA 2: Modelos de comportamiento oligopolístico

Resumen y objetivos

Este tema examina el comportamiento de las empresas en mercados oligopolísticos. Tras una breve introducción a los conceptos de equilibrio de Nash y de equilibrio perfecto, se estudian desde los modelos tradicionales de Cournot, Bertrand y Stackelberg hasta los enfoques más modernos basados en la teoría de juegos, como es el caso del “superjuego” a la Bertrand. El objetivo de este tema es el análisis de los comportamientos estratégicos de las empresas en situaciones en las que cada empresa reconoce que el precio y la producción de mercado, y por tanto sus beneficios, dependen de las acciones o estrategias que lleven a cabo las empresas competidoras; es decir, que existe una relación reconocida de interdependencia entre las empresas.

Contenido teórico

- 2.1. Introducción a la Teoría de Juegos: equilibrio de Nash, equilibrio perfecto.
- 2.2. Modelos estáticos: Bertrand, Cournot y Stackelberg.
- 2.3. Un modelo dinámico de competencia oligopolística: un Superjuego a la Bertrand.
- 2.4 Los modelos de la empresa dominante y competencia monopolística.

Bibliografía básica:

- CABRAL, L. (1997): Op. Cit.; capítulos 3 y 4.
- ESTEVE, S, MAÑEZ, J.A. Y SANCHIS, A. (2004a): Op. Cit.; *Tema 2: Modelos de comportamiento oligopolístico*, <http://www.uv.es/jamc/=econind/econind2.html>

Bibliografía complementaria:

- CALLEJÓN, M. (coordinadora) (2001): Op. Cit.; capítulo 3.
- TIROLE, J. (1988): Op. Cit.; secciones 5.1, 5.2, 5.4, 6.3.1 y 11.1-11.3.

Contenido práctico

- ESTEVE, S., MÁÑEZ, J. A. Y SANCHIS, A. (2004b): *Ejercicios de Economía Industrial Aplicada*, <http://www.uv.es/jamc/=econind.html>]

TEMA 3: Costes de entrada, estructura de mercado y bienestar

Resumen y objetivos

En los temas anteriores de este programa, la estructura de mercado se ha tomado como dada. Sin embargo, tanto en el tema 4 como en el tema 5 analizamos la determinación endógena de la estructura de mercado. Así, este tema se dedica al análisis del papel de los costes de entrada, diferenciando entre costes exógenos y endógenos.

Contenido teórico

- 3.1. Introducción.
- 3.2. Costes de entrada y estructura de mercado.
- 3.3 Costes de entrada exógenos y endógenos.
- 3.4 Libre entrada y bienestar social

Bibliografía básica:

ESTEVE, S., MÁÑEZ, J. A. Y SANCHIS, A. (2004a): *Tema 3: Barreras de entrada*, <http://www.uv.es/jamc/=econind/econind3.html>

Contenido práctico

ESTEVE, S., MÁÑEZ, J. A. Y SANCHIS, A. (2004b): *Ejercicios de Economía Industrial Aplicada*, <http://www.uv.es/jamc/=econind.html>]

TEMA 4: La entrada de nuevos competidores.

Resumen y objetivos

Este tema estudia la competencia potencial y las barreras a la entrada de empresas rivales al mercado. Tras analizar el concepto de barrera de entrada basado en el trabajo pionero de Bain, se discute la teoría del precio límite que constituye el enfoque tradicional sobre las barreras de entrada y la determinación de precios en mercados oligopolísticos. Por último, se revisan algunos modelos más recientes basados en los comportamientos estratégicos que llevan a cabo las empresas ya instaladas en un mercado para impedir o limitar la entrada de empresas rivales, como son la instalación de un exceso de capacidad productiva, la proliferación de productos o marcas y los comportamientos depredadores.

Contenido teórico

- 4.1. Barreras de entrada tradicionales y sus críticas.
- 4.2. Teoría del Precio Límite.
- 4.3. Otros comportamientos estratégicos para limitar la entrada: capacidad excesiva, proliferación de productos, comportamientos depredadores.

Bibliografía básica:

CABRAL, L. (1997): Op. Cit.; capítulo 5.

ESTEVE, S., MÁÑEZ, J. A. Y SANCHIS, A. (2004a): *Tema 4: Barreras de entrada*, <http://www.uv.es/jamc/=econind/econind4.html>

Bibliografía complementaria:

CALLEJÓN, M. (coordinadora) (2001): Op. Cit.; capítulo 4.

TIROLE, J. (1988): Op. Cit.; introducción al capítulo 8 y sección 8.2 (excepto 8.2.2.2-final).

Contenido práctico

ESTEVE, S., MÁÑEZ, J. A. Y SANCHIS, A. (2004b): *Ejercicios de Economía Industrial Aplicada*, <http://www.uv.es/jamc/=econind.html>]

TEMA 5: Fusiones y relaciones verticales

Resumen y objetivos

La primera parte de este tema analiza los aspectos estratégicos relacionados con las fusiones (y adquisiciones) horizontales. Dejaremos de lado el análisis de los motivos financieros que puede haber detrás de estas operaciones para centrarnos en el análisis “trade-off” entre aumento de la eficiencia y aumento de poder de mercado. Cuando dos empresas de un mismo mercado se unen suelen aparecer mejoras en la eficiencia; sin embargo, la fusión genera también un aumento de la concentración de mercado. Normalmente, este aumento de concentración conlleva un aumento de precio que tiene consecuencias negativas sobre el bienestar social porque disminuye el excedente del consumidor. En la segunda parte del tema se analizan los incentivos de un monopolista para integrarse hacia delante. Estos incentivos varían en función de la estructura de mercado de la industria “aguas abajo”. Si la industria “aguas abajo” es un monopolista, la integración hacia delante resuelve el problema de la doble marginalización y resulta beneficiosa tanto para la empresa que la lleva a cabo como para los consumidores. Si la industria “aguas abajo” opera en un régimen de competencia perfecta, la integración hacia delante ni aumenta los beneficios de la empresa que la lleva a cabo ni el excedente del consumidor.

Contenido teórico

5.1. Introducción

5.2. Fusiones y adquisiciones.

5.3. Relaciones verticales.

5.3.1. Integración vertical.

5.3.2. Monopolios sucesivos: doble marginalización y tarifa en dos partes.

5.3.3. Otros instrumentos de control vertical.

Bibliografía básica:

CABRAL, L. (1997): Op. Cit.; secciones 6.1, 6.2 y 6.3.

ESTEVE, S., MÁÑEZ, J. A. Y SANCHIS, A. (2004a): *Tema 5: Fusiones y Relaciones verticales*: [//www.uv.es/~jamc/econind5](http://www.uv.es/~jamc/econind5)

Bibliografía complementaria:

CALLEJÓN, M. (coordinadora) (2001): Op. Cit.; capítulo 2, sección 2.2.

CABRAL, L. (2001): Op. Cit., cap.11, 15.3 y 3.2.

Contenido práctico

ESTEVE, S., MÁÑEZ, J. A. Y SANCHIS, A. (2004b): *Ejercicios de Economía Industrial Aplicada*, <http://www.uv.es/jamc/=econind.html>]

PARTE II: FORMAS ALTERNATIVAS DE COMPETENCIA

TEMA 6: Diferenciación de producto (I): patrones de fijación de precios

Resumen y objetivos

En los modelos de oligopolio que se han analizado en temas anteriores hemos supuesto que el producto vendido por cada una de las empresas es homogéneo. En este tema se relaja este supuesto y se considera la posibilidad de que las empresas vendan productos diferenciados. Desde un punto de vista teórico podemos distinguir dos formas de diferenciación: la diferenciación horizontal y la diferenciación vertical. Los modelos presentados en este tema son modelos de diferenciación horizontal, el motivo es que los modelos de diferenciación vertical resultan demasiado complejos para un programa básico de Economía Industrial como el propuesto. Así, con el objetivo de analizar los efectos de la diferenciación de productos sobre la intensidad de la competencia en precios, se presenta el modelo de Hotelling (tanto con costes de transporte cuadráticos como con costes de transporte lineales).

Contenido teórico

- 6.1. Diferenciación horizontal *versus* diferenciación vertical.
- 6.2. El modelo de la ciudad lineal: costes de transporte lineales y costes de transporte cuadráticos.
- 6.3 Competencia en precios con productos diferenciados: Coca-Cola *versus* Pepsi-Cola.

Bibliografía básica:

CABRAL, L. (1997): Op. Cit.; secciones 8.1 y 8.4.

ESTEVE, S., MÁÑEZ, J. A. Y SANCHIS, A. (2004a): Op. Cit.; *Tema 6: Diferenciación de producto (I): patrones de fijación de precios*, <http://www.uv.es/jamc/=econind/econind6.html>

Bibliografía complementaria:

CALLEJÓN, M. (coordinadora) (2001): Op. Cit.; capítulo 4, secciones 1 y 3.1.

TIROLE, J. (1988): Op. Cit.; sección 7.1.1.

Contenido práctico

ESTEVE, S., MÁÑEZ, J. A. Y SANCHIS, A. (2004b): *Ejercicios de Economía Industrial Aplicada*, <http://www.uv.es/jamc/=econind.html>

TEMA 7: Diferenciación de producto (II): estructura de mercado

Resumen y objetivos

En este tema se presenta el modelo de la ciudad circular (Salop ,1979) para analizar los efectos de la diferenciación de producto sobre la estructura de mercado. Del mismo modo, se analiza la proliferación de productos como una estrategia para impedir la entrada usando como referencia el modelo de Salop.

Contenido teórico

7.1. El modelo de Salop (modelo de la ciudad circular).

7.2. La proliferación de productos como estrategia para impedir la entrada.

Bibliografía básica:

CABRAL, L. (1997): Op. Cit.; sección 5.3.2.

ESTEVE, S., MÁÑEZ, J. A. Y SANCHIS, A. (2004a): Op. Cit.; *Tema 7: Diferenciación de producto (II): Estructura de mercado*, <http://www.uv.es/jamc/=econind/econind7.html>

Bibliografía complementaria:

CALLEJÓN, M. (coordinadora) (2001): Op. Cit.; capítulo 4, secciones 3.2-3.5.

TIROLE, J. (1988): Op. Cit.; sección 7.1.2

Contenido práctico

ESTEVE, S., MÁÑEZ, J. A. Y SANCHIS, A. (2004b): *Ejercicios de Economía Industrial Aplicada*, <http://www.uv.es/jamc/=econind.html>

TEMA 8: Publicidad

Resumen y objetivos

En este tema se analiza la decisión óptima de gasto en publicidad de la empresa. Mientras que en los temas anteriores suponíamos que la empresa disponía de una sola variable de elección (precio o cantidad) para maximizar sus beneficios, en este tema supondremos que la empresa puede elegir tanto precio como gasto en publicidad para maximizar sus beneficios. El tema comienza presentando los conceptos de publicidad informativa y publicidad persuasiva. A continuación se analizan los determinantes del nivel óptimo de publicidad del monopolista. Los resultados de este análisis se resumen en la condición de Dorfman-Steiner que establece que el gasto en publicidad con respecto a las ventas será mayor cuanto mayor sea la sensibilidad de la demanda al gasto en publicidad y menor cuanto más sensible sea la demanda a variaciones en el precio. Finalmente, se estudia el impacto de la estructura de mercado sobre el nivel óptimo de publicidad de la empresa, analizándose la posible existencia de una relación no lineal entre gasto en publicidad y concentración.

Contenido teórico

- 8.1. Publicidad informativa y publicidad persuasiva. Efectos sobre la competencia.
- 8.2. Nivel óptimo de publicidad para un monopolista.
- 8.3. Estructura de mercado y publicidad.

Bibliografía básica:

CABRAL, L. (1997): Op. Cit.; secciones 8.1 y 8.5.

MÁÑEZ, J. A. Y SANCHIS, A. (2004a): Op. Cit.; *Tema 8: Publicidad*, <http://www.uv.es/jamc/=econind/econind8.html>

Bibliografía complementaria:

CALLEJÓN, M. (coordinadora) (2001): Op. Cit.; capítulo 4, sección 6.

Contenido práctico

ESTEVE, S., MÁÑEZ, J. A. Y SANCHIS, A. (2004b): *Ejercicios de Economía Industrial Aplicada*, <http://www.uv.es/jamc/=econind.html>

PARTE III: INTRODUCCIÓN A LA REGULACIÓN

TEMA 9: Introducción a política de competencia y regulación

Resumen y objetivos

Dada la importancia creciente en las economías modernas de las políticas de competencia y de las actividades de regulación, el último tema del curso se dedica a una breve e introductoria descripción de ambas. Así, el tema comienza analizando, por medio de un juego, cuáles son los posibles efectos de la intervención del estado sobre el funcionamiento del mercado y las empresas. Se introduce el concepto de monopolio natural y los problemas de regulación que conlleva. A continuación se hace un somero repaso de las instituciones responsables de la política de la competencia. El tema finaliza con el análisis de tres mecanismos de regulación de precios: regulación basada en el coste (rate-of return regulation), regulación por precios máximo (price cap regulation) y regulación por comparación (yardstick competition).

Contenido teórico

- 9.1. Introducción: efectos de la intervención del estado sobre el mercado y las empresas.
- 9.2. El monopolio natural.
- 9.3. Política de la competencia
- 9.4. Mecanismos de regulación de precios.

Bibliografía básica:

CABRAL, L. (1997): Op. Cit.; capítulo 10.

MÁÑEZ, J. A. Y SANCHIS, A. (2004a): *Tema 9: Introducción a política de competencia y regulación*, <http://www.uv.es/jamc/=econind/econind9.html>

Bibliografía complementaria:

CALLEJÓN, M. (coordinadora) (2001): Op. Cit.; capítulo 6, sección 4.

Contenido práctico

ESTEVE, S., MÁÑEZ, J. A. Y SANCHIS, A. (2004b): *Ejercicios de Economía Industrial Aplicada*, <http://www.uv.es/jamc/=econind.html>