

ÍNDICE

PREFACIO	XV
LOS AUTORES.....	XX
AGRADECIMIENTOS.....	XXI

PARTE I | MICROECONOMÍA PARA LA ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL2

CAPÍTULO 1 ELEMENTOS DE MICROECONOMÍA PARA LA ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL	4
1. Introducción.....	4
2. Escasez e incentivos.....	4
3. El costo económico.....	5
4. La asignación de recursos: precios y competencia.....	6
5. La demanda y la oferta: un modelo para determinar los precios.....	8
5.1 La demanda.....	8
5.2 La oferta.....	19
5.3 Equilibrio de mercado.....	25
6. Síntesis.....	31
Ejercicios.....	33

PARTE II | ÁMBITO DE LA EMPRESA, GOBIERNO CORPORATIVO Y ESTRUCTURA DE MERCADO..... 34

CAPÍTULO 2 NATURALEZA Y ÁMBITO DE LA FIRMA.....	36
1. Introducción.....	36
2. Naturaleza de la empresa.....	37
2.1 Límites a las empresas: razones y extensión de la integración vertical.....	38
2.2 Ahorro de costos triviales.....	39
2.3 Costos de transacción no triviales.....	41
3. El tamaño de la empresa.....	44
4. El objetivo de la empresa.....	46
4.1 La crítica a la teoría de agencia.....	48
5. Contratos como una forma de resolver el problema de agencia.....	50
5.1 Contrato con un agente y un principal.....	50
5.2 Problema de agencia en equipos.....	54
6. Síntesis.....	55
Ejercicios.....	57

CAPÍTULO 3 GOBIERNO Y CONTROL CORPORATIVO.....	58
1. Introducción.....	58
2. Control corporativo y naturaleza de la empresa.....	58
3. Tipos de gobierno corporativo.....	59
4. Estructuras de control minoritario.....	61
4.1 Control piramidal.....	62
4.2 Control cruzado.....	62
4.3 Acciones de distinta clase.....	62
5. Estructura de propiedad: factor clave del gobierno corporativo.....	63
5.1 Tamaño patrimonial eficiente de la empresa.....	65
5.2 Control potencial, riesgo específico y competencia.....	66
5.3 Regulación.....	66
5.4 El caso de los grupos económicos.....	69
6. Tomas y valor del control.....	72
6.1 Fusiones y adquisiciones como mecanismos de control.....	72
6.2 Bloqueo a las adquisiciones.....	73
7. Síntesis.....	75
Ejercicios.....	77
CAPÍTULO 4 ESTRUCTURA DE MERCADO Y COMPETENCIA.....	78
1. Introducción.....	78
2. Distintas visiones sobre la organización industrial.....	79
2.1 Paradigma estructura-conducta-desempeño.....	79
2.2 Enfoque de eficiencia o la nueva relación ECD.....	80
3. Mercado, estructura y competencia.....	81
3.1 Definición de mercado.....	83
3.2 Número, distribución y concentración del mercado.....	88
3.3 La tecnología como determinante de la estructura.....	91
3.4 Desafiabilidad de mercado y desempeño.....	95
4. Síntesis.....	96
Ejercicios.....	97
CAPÍTULO 5 BARRERAS A LA ENTRADA Y A LA SALIDA Y ESTRATEGIA COMPETITIVA.....	98
1. Introducción.....	98
2. Tipos de barreras a la entrada.....	99
2.1 Barreras legales.....	99
2.2 Barreras naturales.....	99
2.3 Barreras estratégicas.....	101
2.4 Barreras a la entrada e irreversibilidad de las inversiones.....	111
3. Barreras a la salida.....	111
4. Síntesis.....	112
Ejercicios.....	113
PARTE III POLÍTICAS DE PRECIO E INCERTIDUMBRE.....	114
CAPÍTULO 6 POLÍTICA DE PRECIOS Y SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.....	116
1. Introducción.....	116
2. Esquema conceptual.....	116
2.1 Discriminación desde la óptica de la organización industrial.....	117
2.2 El caso estándar: discriminación monopólica bajo perfecta información.....	118
2.3 Arbitraje y discriminación de precios.....	122
3. Estrategias de precios.....	125

3.1 Prácticas hacia consumidores tipo.....	125
3.2 Prácticas para la segmentación de mercados con información imperfecta.....	129
4. Síntesis.....	135
Ejercicios.....	136

CAPÍTULO 7 | ADMINISTRACIÓN DE INGRESOS Y POLÍTICA DE PRECIOS..... 138

1. Introducción.....	138
2. La administración de ingresos y la competencia.....	139
2.1 La inversión y eficiencia.....	139
2.2 Determinación y uso de capacidad.....	140
3. Aplicación de AI a la industria aérea.....	143
3.1 Razones de la tecnología: capacidad rígida.....	144
3.2 Demanda fluctuante, incierta y compuesta por distintos grupos.....	144
3.3 Valoración por la seguridad.....	144
3.4 Uso práctico.....	145
4. Administración de ingresos y bienes complementarios.....	148
5. Síntesis.....	150
Ejercicios.....	151

CAPÍTULO 8 | LAS LICITACIONES O SUBASTAS..... 152

1. Introducción.....	152
2. La revelación de la valoración y los compromisos.....	153
2.1 Equilibrio bajo monopolio bilateral.....	154
3. Tipos de licitación.....	155
3.1 Licitación inglesa o de precio ascendente.....	155
3.2 Licitación holandesa o de precio descendente.....	155
3.3 Licitación de sobre cerrado de primer precio.....	156
3.4 Licitación de sobre cerrado de segundo precio (licitación de Vickrey).....	156
4. Elementos clave en la modelación de las licitaciones.....	156
4.1 El modelo de referencia.....	157
5. Problemas asociados a las licitaciones.....	160
5.1 Los riesgos de la corrupción.....	160
5.2 Maldición del ganador.....	161
6. Síntesis.....	162
Ejercicios.....	163

CAPÍTULO 9 | INFORMACIÓN INCOMPLETA, SELECCIÓN ADVERSA Y RIESGO MORAL..... 164

1. Introducción.....	164
2. Elementos de incertidumbre.....	165
2.1 El modelo básico de incertidumbre.....	165
2.2 Equivalente cierto y seguros.....	167
3. Políticas de empresas en contextos de incertidumbre.....	168
3.1 Selección adversa.....	168
3.2 Riesgo moral.....	174
4. Síntesis.....	178
Ejercicios.....	179

PARTE IV | COSTOS DE CAMBIO, PLATAFORMAS Y RESTRICCIONES VERTICALES..... 180

CAPÍTULO 10 | COSTOS DE CAMBIO Y POLÍTICAS DE PRECIO..... 182

1. Introducción.....	182
2. Tipos de costos de cambio.....	182

2.1 Necesidad de compatibilidad con el equipo existente.....	183
2.2 Costos de transacción de cambiar de oferente.....	183
2.3 Costo de aprendizaje de uso.....	183
2.4 Incertidumbre debido a desconocimiento de la calidad.....	183
2.5 Premios por consumo repetido.....	183
2.6 Efectos psicológicos.....	184
3. Efectos de costos de cambio sobre la competencia.....	187
3.1 Caso en que consumidores ya tienen costos de cambio.....	187
3.2 Consumidores sin costos de cambio: competencia por adquirir clientes.....	189
4. Costos de cambio y entrada.....	192
4.1 Entrada a pequeña escala.....	192
4.2 Entrada a gran escala.....	193
4.3 Evidencia de costos de cambio y entrada.....	195
5. Síntesis.....	197
Ejercicios.....	199
CAPÍTULO 11 ESTRATEGIAS DE NEGOCIOS BASADAS EN PLATAFORMAS.....	200
1. Introducción.....	200
2. Ejemplos de plataformas de dos o más lados.....	201
3. Externalidades directas e indirectas de red.....	202
4. políticas de precios aplicables en plataformas.....	205
4.1 Precio por uso o por membresía.....	208
5. <i>Multihoming</i> y competencia.....	209
6. Plataformas de múltiples lados y estructura de mercado.....	210
7. <i>Lock-in</i> y costos de cambio en plataformas.....	211
8. Comentarios de análisis de bienestar en plataformas.....	211
9. Síntesis.....	212
Ejercicios.....	213
CAPÍTULO 12 CONTROL VERTICAL Y ESTRATEGIA COMPETITIVA.....	214
1. Introducción.....	214
2. Desalineamiento de objetivos.....	215
3. El problema del doble margen.....	216
4. Fijación de precios de reventa.....	217
4.1 Fijación de precios máximos de reventa (RPM).....	218
4.2 Fijación de precios mínimos de reventa.....	219
4.3 El modelo de Klein y Murphy.....	222
5. Franquicias.....	224
6. Distribución exclusiva.....	225
7. Restricciones territoriales.....	226
8. Análisis cuando hay un proveedor y más de un distribuidor.....	227
9. Síntesis.....	230
Ejercicios.....	231
PARTE V COMPORTAMIENTO ESTRATÉGICO DE LAS FIRMAS Y TEORÍA DE JUEGOS.....	232
CAPÍTULO 13 NOCIONES BÁSICAS DE TEORÍA DE JUEGOS PARA LA ESTRATEGIA.....	234
1. Introducción.....	234
2. Tipos de interdependencia entre las decisiones de las empresas.....	236
3. Juegos simultáneos.....	237
3.1 Herramientas básicas.....	237
3.2 Casos de juegos simultáneos con dilema del prisionero.....	239
3.3 Solución para los juegos simultáneos.....	241

4. Juegos secuenciales.....	243
5. Juegos secuenciales y simultáneos.....	245
6. Síntesis.....	247
Ejercicios.....	248
ANEXO DEL CAPÍTULO.....	250
1. Definiciones y conceptos básicos de la teoría de juegos.....	250
1.1 Definición completa de un juego.....	250
1.2 Verificación de la lista.....	250
1.3 Solución para juegos simultáneos mediante estrategias dominadas y dominantes.....	250
1.4 Juegos secuenciales de información completa.....	256
1.5 Juegos secuenciales y equilibrio perfecto en subjuegos.....	258
CAPÍTULO 14 MODELOS DE OLIGOPOLIO.....	260
1. Introducción.....	260
2. Modelo de Cournot.....	260
3. Modelo de Stackelberg.....	264
4. Modelo de Bertrand.....	265
5. ¿Cournot o Bertrand?.....	267
6. Síntesis.....	268
Ejercicios.....	269
CAPÍTULO 15 FIRMAS DOMINANTES.....	270
1. Introducción.....	270
2. Teoría de la empresa dominante y liderazgo en precios.....	271
3. Determinantes de la dominancia de una empresa.....	272
3.1 Nivel de inversiones irreversibles.....	273
3.2 Ventajas de costo: economías de aprendizaje y economías de escala.....	274
3.3 Reputación.....	274
3.4 Externalidades de red.....	274
3.5 Portafolio de múltiples productos.....	275
3.6 Barreras a la entrada.....	276
3.7 Estimulación y creación de demanda.....	277
4. Síntesis.....	278
Ejercicios.....	279
CAPÍTULO 16 ESTRATEGIAS DE JUDO.....	280
1. Introducción.....	280
2. Estrategias de judo.....	281
3. Restricción al cobro de un solo precio.....	282
3.1 Compromiso a permanecer pequeño.....	283
3.2 Un ejemplo de compromisos y estrategias de judo.....	284
3.3 Diferencia en la disposición a pagar y estrategias de judo.....	286
3.4 Disciplina y castigo en las estrategias de judo.....	288
3.5 Riesgos en las estrategias de judo.....	288
4. Síntesis.....	289
Ejercicios.....	291
CAPÍTULO 17 COLUSIÓN Y GUERRA DE PRECIOS: DOS CARAS DE UNA MONEDA.....	292
1. Introducción.....	292
2. Colusión, interacción estratégica y guerra de precios.....	293
2.1 Guerra de precios.....	294
2.2 Mecanismos para inducir la cooperación en situaciones de dilema del prisionero.....	296

2.3 Interacción repetida y reputación.....	301
2.4 Determinantes estructurales de la colusión.....	304
3. Síntesis.....	309
Ejercicios.....	310

CAPÍTULO 18 | CONTACTO MULTIMERCADO E INCENTIVOS PARA COMPETIR..... 312

1. Introducción.....	312
2. Contacto multimercado y estrategia.....	313
2.1 Causas y consecuencias del contacto multimercado.....	313
2.2 Contacto multimercado y líneas de productos.....	317
2.3 Contacto multimercado y economías de ámbito.....	319
3. Síntesis.....	320
Ejercicios.....	321

PARTE VI | COMPROMISOS ESTRATÉGICOS Y APLICACIONES 322

CAPÍTULO 19 | COMPROMISOS ESTRATÉGICOS Y CREDIBILIDAD..... 324

1. Introducción.....	324
2. Decisiones estratégicas bajo la forma de compromisos.....	324
3. Decisiones tácticas.....	328
4. Los riesgos de tomar compromisos estratégicos.....	329
4.1 Compromisos estratégicos <i>versus</i> flexibilidad.....	329
4.2 Otros riesgos de los compromisos estratégicos.....	331
5. Efectos directos y estratégicos de los compromisos.....	332
6. Compromisos estratégicos e impacto en la competencia.....	335
6.1 Compromisos que disminuyen la agresividad de la empresa que los realiza.....	336
6.2 Compromisos que aumentan la agresividad de la empresa que los realiza.....	338
7. Sustitutos estratégicos y complementos estratégicos.....	340
8. Efecto directo y estratégico de una inversión: análisis gráfico.....	341
9. Aplicación de compromisos estratégicos: compensación a ejecutivos.....	343
10. Síntesis.....	344
Ejercicios.....	347

ANEXO DEL CAPÍTULO 349

1. Análisis formal del efecto directo y estratégico de los compromisos estratégicos.....	349
--	-----

CAPÍTULO 20 | DECISIONES DE CAPACIDAD COMO COMPROMISOS..... 350

1. Introducción.....	350
2. Motivaciones estratégicas para inversiones en sobrecapacidad.....	351
2.1 Condiciones para el éxito de las estrategias de expansión en sobrecapacidad.....	353
2.2 Inversión en sobrecapacidad y desaliento a la entrada.....	353
2.3 Riesgos de las estrategias de inversión en sobrecapacidad.....	355
3. Motivaciones estratégicas para la autolimitación y coordinación de capacidades.....	356
3.1 Condiciones para el éxito de estrategias de autolimitación en capacidad.....	356
3.2 Riesgos de las estrategias de autolimitación en capacidad.....	357
4. Síntesis.....	358
Ejercicios.....	359

CAPÍTULO 21 | PROLIFERACIÓN DE PRODUCTOS COMO COMPROMISOS..... 360

1. Introducción.....	360
2. Demanda por variedad.....	360

3. Proliferación para impedir el crecimiento y la entrada de competidores.....	362
3.1 Línea de variedad de productos y detención de la entrada.....	363
4. Costos de salida y proliferación de productos.....	364
5. Otros objetivos estratégicos de la proliferación de productos.....	366
6. Síntesis.....	369
Ejercicios.....	371

CAPÍTULO 22 | SEÑALIZACIÓN Y ESTRATEGIA..... 372

1. Introducción.....	372
2. Señalización y estrategia.....	373
3. Formalización de las señales.....	375
3.1 Un modelo básico de señales.....	376
3.2 Equilibrio en señalización.....	377
4. Síntesis.....	380
Ejercicios.....	382

PARTE VII | REGULACIÓN Y ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL..... 384

CAPÍTULO 23 | REGULACIÓN DE MONOPOLIOS Y POLÍTICA ANTIMONOPOLIOS..... 386

1. Introducción.....	386
2. Visión neoclásica de la teoría de la regulación.....	386
2.1 Objetivo de la regulación.....	388
3. La crítica del <i>public choice</i>	389
3.1 El tema institucional.....	390
3.2 Algunos problemas de la regulación.....	393
4. Regulación de monopolios naturales.....	393
4.1 Criterios prácticos tradicionales de regulación de monopolios.....	395
4.2 Competencia por comparación y empresa modelo.....	398
4.3 Alternativas a la regulación directa.....	399
5. Políticas antimonopolios o procompetencia.....	402
5.1 Objetivo de la ley.....	402
5.2 ¿Flexibilidad o reglas?.....	404
6. Síntesis.....	405
Ejercicios.....	407

CAPÍTULO 24 | REGULACIÓN DE CONDUCTAS..... 408

1. Introducción.....	408
2. Regulación de conductas (relaciones) verticales.....	409
3. Restricciones verticales y libre competencia.....	409
4. Tipos de restricciones verticales.....	410
4.1 <i>Franchising</i>	410
4.2 Fijación de precios de reventa (FPR).....	410
4.3 Ventas atadas.....	413
4.4 Territorios exclusivos.....	419
4.5 Distribución exclusiva.....	419
5. Regulación sobre conductas horizontales que pueden reducir la competencia.....	421
5.1 Regulación a la colusión.....	421
5.2 Discriminación monopólica de precios.....	426
6. Síntesis.....	428
Ejercicios.....	429

CAPÍTULO 25 PRECIOS DEPREDATORIOS.....	430
1. Introducción.....	430
2. Secuencia de depredación.....	430
3. Debate sobre los precios depredatorios.....	431
3.1 Crítica conceptual.....	431
3.2 Evaluación de la práctica.....	432
4. Evidencia: ¿precios depredatorios o guerra de precios?.....	437
4.1 Telefonía de larga distancia.....	437
4.2 Mercado aéreo.....	437
4.3 Laboratorios veterinarios.....	438
4.4 Jurisprudencia de depredación de precios en Estados Unidos.....	440
5. Síntesis.....	442
Ejercicios.....	443
CAPÍTULO 26 REGULACIÓN DE ESTRUCTURAS.....	444
1. Introducción.....	444
2. Integración horizontal.....	444
2.1 Integración horizontal y poder de mercado.....	446
2.2 Evolución en la regulación de las fusiones horizontales.....	447
2.3 Barreras a la entrada e integración horizontal.....	451
3. Integración vertical.....	453
3.1 Integración vertical sin regulación.....	453
3.2 Incentivos para la integración vertical con regulación.....	454
4. Desafíos para la práctica de regulación de fusiones.....	455
4.1 Integración de emisores de tarjetas de crédito.....	455
4.2 Integración vertical en electricidad: Enersis y Endesa.....	456
4.3 Concentración en seguridad.....	458
5. Aplicación de regulación de estructuras o conductas: competencia en infraestructura o desagregación en telecomunicaciones.....	459
5.1 Competencia en infraestructura.....	460
5.2 Desagregación.....	461
6. Síntesis.....	462
Ejercicios.....	463
GLOSARIO.....	465
ÍNDICE ANALÍTICO.....	471
BIBLIOGRAFÍA.....	477