



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
EXAMEN PARCIAL
ECONOMÍA DE MERCADOS Y REGULACIÓN



Nombre: _____ Fecha: _____ Calificación: _____

Docente: Ec. Manuel Zambrano, Mg. Paralelo: _____ Matrícula: _____

“Como estudiante de ESPOL, me comprometo a combatir la mediocridad y actuar con honestidad, por eso no copio ni dejo copiar”.

FIRMA DE COMPROMISO DEL ESTUDIANTE

I PARTE

ELIJA LA OPCIÓN CORRECTA. PUEDE SER SOLO UNA (15 puntos cada una)

1. En un estudio sobre los efectos de la estructura de mercados se corrió la siguiente regresión:

$$Rentabilidad_{ij} = \beta_0 + \beta_1 Herfindhal_{ij} + \beta_2 Ventas_{ij} + U_{ij}$$

Donde U es un error y los subíndices ij denotan empresa e industria, respectivamente.

¿Qué signos de coeficiente esperaba obtener y por qué?

- Positivo para la variable asociada a concentración (si es que el paradigma ECR, en su versión clásica, tiene apoyo), y positivo para el signo de las ventas, pues es esperable la existencia de algún grado de economías de escala.
 - Negativo para la variable asociada a concentración (si es que el paradigma ECR, en su versión clásica, tiene apoyo), y positivo para el signo de las ventas, pues es esperable la existencia de algún grado de economías de escala y ámbito.
 - Positivo para la variable asociada a concentración (si es que el paradigma ECR, en su versión moderna, tiene apoyo), y negativo para el signo de las ventas, pues es esperable la existencia de algún grado de economías de escala.
 - Positivo para la variable asociada a concentración (si es que el paradigma ECR, en su versión moderna, tiene apoyo), y positivo para el signo de las ventas, pues es esperable la existencia de algún grado de economías de escala y ámbito.
 - Negativo para la variable asociada a concentración (si es que el paradigma ECR, en su versión clásica, tiene apoyo), y negativo para el signo de las ventas, pues es esperable la existencia de algún grado de economías de escala.
2. En Ecuador, Farmacias Fybeca compró a la extinta cadena de farmacias Victoria y Sumédica en el año 2009 concentrando el mercado de la distribución de medicamentos junto con el grupo DIFARE. El índice IHH antes de la compra fue de 1800 en la industria y cada firma tenía una participación del 35%, 10% y 5% respectivamente. Esta compra representa una amenaza según la Superintendencia de control de poder de mercado porque:
- El índice IHH post compra es de : 2025
 - El índice IHH post compra es de : 2550
 - El índice IHH post compra es de : 2500
 - El índice IHH post compra es de : 2950
 - Falta información para calcular el índice IHH.

II PARTE

CONTESTE EN BASE A LOS RESULTADOS MOSTRADOS EN LA TABLA (20 puntos)

Se obtienen los siguientes datos sobre la demanda de un producto (carne de pollo)

Source	SS	df	MS	Number of obs = 20		
Model	16.5826579	2	8.29132895	F(2, 17) = 132.84		
Residual	1.0610943	17	.062417312	Prob > F = 0.0000		
				R-squared = 0.9399		
				Adj R-squared = 0.9328		
				Root MSE = .24983		
<hr/>						
logcantidad	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
logprecio1	-.3642066	.1288815	-2.83	0.012	-.6361227	-.0922905
logprecio2	.6749112	.1329097	5.08	0.000	.3944963	.9553261
_cons	1.74877	.6043393	2.89	0.010	.4737256	3.023815

Donde logprecio1 es el logaritmo de precio del bien (carne de pollo), y logprecio2 es el logaritmo del precio del bien 2 (carne de res). En base a esto responda:

- ¿Cuál es el valor de la prueba de bondad de ajuste?
- En base al método de la elasticidad precio cruzada de la demanda, ¿se puede decir que la carne de pollo está en un mercado relevante? ¿por qué?

III PARTE

RESUELVA LOS SIGUIENTES EJERCICIOS(30 puntos el primer ejercicio y 20 puntos el segundo ejercicio)

- Suponga que hay dos grupos de consumidores (A y B), cada uno con 20 personas. Los individuos de cada grupo tienen la siguiente disposición a pagar por los *softwares* Excel y Word de Microsoft:

	Consumidor A	Consumidor B
Excel	15	6
Word	6	11

El costo marginal de cada *software* para Microsoft es cero (como efectivamente casi lo es en la realidad).

- Si no se pueden amarrar los productos (por ejemplo porque suponga que la legislación no lo permite), ¿cuánto debiese cobrar Microsoft por Excel? ¿Y por Word?
 - Si el producto sólo se vende amarrado, ¿cuál debiese ser el precio que fijara Microsoft?
 - Si Microsoft puede vender el producto tanto individualmente como en paquete, ¿qué precio debiese elegir para cada producto y qué precio debiese elegir para el paquete?
- Usted ha sido contratado por una empresa eléctrica para ayudar en la determinación de los precios. La empresa tiene una gran experiencia con la demanda de sus clientes, la que le sugiere que ellos pueden ser clasificados en dos grupos: uno con una demanda (como grupo) de $P = 20 - Q$ donde P es el precio en \$ por unidad de electricidad, y grupo con demanda $P = 12 - Q$. Asuma que producir electricidad cuesta \$2 por unidad y que producir electricidad tiene costos fijos de \$50.
 - Asuma que usted puede identificar qué consumidores están en cada grupo. Si se puede cobrar un precio diferente a cada grupo, ¿cuál es el precio óptimo para la empresa a cobrar a cada grupo? ¿Cuáles son las utilidades totales?
 - Suponga ahora que no puede separar a los dos grupos y debe cobrar un precio único a cada cliente. ¿Cuál es el precio óptimo? ¿Cuáles son las utilidades?