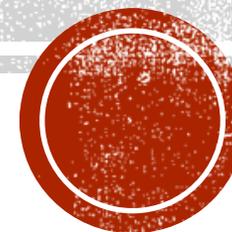


ECONOMÍA INTERNACIONAL

CARRERA DE ECONOMÍA –UNACH-

Ec. Patricio D. Juelas C. Mgs.



ECONOMÍAS DE ESCALA

Cuando una empresa se expande, reduce sus costos, es decir, cuanto más se produce, los costos son menores.

El beneficio se presenta por cada unidad extra que se produce. Los activos son la pieza clave en las economías de escala.



ECONOMÍAS DE ESCALA

Esta reducción del costo unitario de fabricación en las economías de escala tiene un límite. Cuando la empresa alcanza un determinado tamaño, empieza a ser más difícil esta gestión a escala.



TIPOS DE ECONOMÍAS DE ESCALA

Internas: Surgen dentro de la propia empresa. El costo unitario depende del tamaño de la empresa y no de la industria. Se generan estructuras de mercado imperfecto, porque las empresas grandes tienen ventajas de costos sobre las pequeñas.

Externas: Surgen de factores externos, como el tamaño de la industria. El costo unitario depende de la industria y no necesariamente del tamaño de la empresa. Se generan estructuras de mercado perfecto, porque está formado por muchas empresas pequeñas.



TIPOS DE ECONOMÍAS DE ESCALA INTERNA

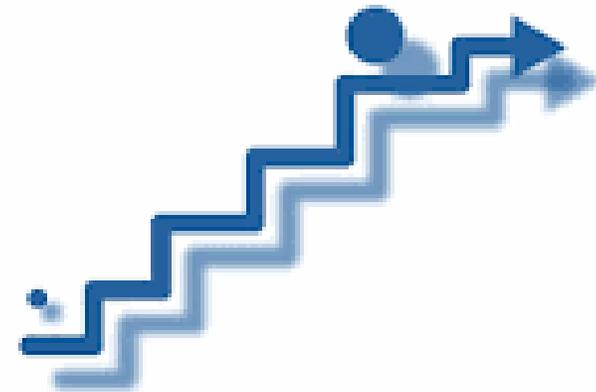
Son conceptos opuestos economías de escala externa. Se dan dentro de la empresa donde los costos unitarios bajan por decisiones de estrategias productivas de la propia gerencia.

Alfred Marshall fue el primer economista en distinguir a las economías de escala en internas o externas.



FACTORES IMPORTANTES EN ECONOMÍAS DE ESCALA INTERNAS

- ✓ **Abastecimiento:** Materia prima en un mayor volumen y por tanto con descuentos.
- ✓ **Especialización:** Al expandirse, la empresa impulsa las capacidades de sus empleados y ganan eficiencia.
- ✓ **Cambio de proveedor:** Para obtener insumos de mejor calidad, por tanto mayor rendimiento. Las empresas logran menor cantidad de materia prima por cada unidad producida.
- ✓ **Acceso a capital:** Las empresas reciben mayor financiamiento para inversiones y así aumentar eficiencia en sus procesos.
- ✓ **Innovación:** Si descubren tecnologías innovadoras reducen el costo unitario.



TIPOS DE ECONOMÍAS DE ESCALA EXTERNA

Este concepto se genera cuando todos los competidores de un mercado ganan eficiencia en sus procesos por factores que no pueden controlar.

- ✓ Trabajadores especializados.
- ✓ Proveedores especializados.
- ✓ Conocimiento
- ✓ Know How.



ECONOMÍAS DE ESCALA CONSTANTES, CRECIENTES Y DECRECIENTES

Estas economías de escala se estudian en microeconomía y se entiende como el grado de operaciones de las empresas medida por la producción generada y que incide en los costos medios de los productos finales. Es decir, cuando los costos medios disminuyen con el aumento de la producción, se habla de economías de escala.



POR QUÉ SON IMPORTANTES LAS ECONOMÍAS DE ESCALA?

- ✓ Crea una sólida estructura empresarial interna.
- ✓ Optimiza los niveles de rendimiento y los procesos productivos.
- ✓ Reduce ciertos costos como de publicidad y mercadeo.
- ✓ Consolida la imagen y marca en el mercado y, por tanto, accede de mejor manera a financiamientos.
- ✓ Optimiza valores en compras de materia prima e insumos.
- ✓ Mejora las capacidades de los trabajadores en el proceso productivo.
- ✓ Consigue mejor calidad en sus productos.



ECONOMÍAS Y RENDIMIENTOS A ESCALA DECRECIENTES, CONSTANTES Y CRECIENTES.

CRECIENTES. Se producen cuando, al aumentar la producción, el costo promedio por unidad de producto disminuye. Esto ocurre principalmente debido a mejoras en la eficiencia, la especialización del trabajo, el uso más intensivo de maquinaria y otros factores que permiten aprovechar mejor los recursos a medida que la producción crece.

CONSTANTES. Se dan cuando el costo por unidad de producción se mantiene constante a medida que aumenta la producción. Es decir, no hay cambios en la eficiencia o en los costos fijos, y la relación entre el incremento en la producción y los costos es proporcional.

DECRECIENTES. En este caso, a medida que aumenta la producción, el costo por unidad aumenta. Esto suele suceder cuando una empresa crece demasiado y empieza a enfrentar dificultades en la coordinación, el control, la sobrecarga de recursos o ineficiencias logísticas.



EJERCICIOS. ECONOMÍAS DE ESCALA

Una empresa incursiona en el mercado internacional y de inicio oferta 500 chompas. El exportador quiere conocer sus volúmenes de venta en economías de escala crecientes, decrecientes y constantes, el costo medio y el punto de equilibrio.

Resolución con los estudiantes en clases.



EJERCICIOS DE ECONOMÍAS DE ESCALA

- Los estudiantes desarrollan ejercicios demostrando las economías y rendimientos de escala crecientes, constantes y decrecientes.



DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTOS

Su objetivo es que el consumidor diferencie los productos o servicios ofrecidos por las empresas. Es una estrategia competitiva que adoptan las empresas para diferenciarse de la competencia.



DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTOS

La diferenciación de los productos o servicios puede aplicarse en un sinnúmero de atributos:

- ✓ Calidad,
- ✓ Tamaño,
- ✓ Color,
- ✓ Servicio,
- ✓ Asistencia,
- ✓ Localización,
- ✓ Entrega,
- ✓ Marca, etc.



DIFERENCIACIÓN HORIZONTAL Y VERTICAL

DIFERENCIACIÓN HORIZONTAL

Se basa en la variedad. Como los siguientes atributos: color, textura, empaque, tamaño, localización, etc. Depende de las preferencias de los consumidores.

El modelo de H. Hotelling sostiene que los consumidores se ubican en la “ciudad lineal” donde las empresas escogen el lugar donde ubicarse y luego determinan el precio de los productos. Según Hotelling los consumidores están distribuidos de manera uniforme a lo largo de una línea recta y los vendedores deben elegir su localización óptima, la diferenciación se basa en la localización y los consumidores preferirán un vendedor que se encuentre cercano a ellos a menos que la diferencia de precio sea significativa.



DIFERENCIACIÓN HORIZONTAL Y VERTICAL

DIFERENCIACIÓN VERTICAL

Se refiere a la diferenciación por calidad. En este caso, los consumidores están de acuerdo en qué bienes o servicios tienen una mayor o menor calidad. Los consumidores prefieren mayor calidad a menos precio. No obstante, no todos estarán dispuestos a pagar el precio.



COMERCIO INTRA-INDUSTRIAL E INTER-INDUSTRIAL

INTRA-INDUSTRIAL

Es el intercambio que se da entre sectores productivos similares de diferentes países.

Ejemplo:

La exportación argentina de autopartes para autos grandes al Brasil y la importación de autopartes para autos chicos del mismo país.

INTER-INDUSTRIAL

Es exactamente opuesto al anterior, y consiste en el intercambio desigual de trigo por maquinarias que hacen un país en vías de desarrollo y uno industrializado.



CAUSAS DEL COMERCIO INTRA-INDUSTRIAL

- ✓ **Estacionalidad:** Los productos agrícolas suelen tener temporadas de cosecha específicas, y estas pueden variar según la latitud del país y otros factores. Puede ser que mientras el país A produce, por ejemplo, uvas de noviembre a abril, el país B lo hace de mayo a octubre. Entonces, si estamos en diciembre, tiene sentido que el país A exporte uvas al país B, aunque este también las cultive.
- ✓ **Diferentes nichos de mercado:** Puede ser que los países se especialicen en distintos públicos objetivos. Por ejemplo, el país A puede vender móviles de alta gama, mientras que el país B, equipos de bajo coste.
- ✓ **Ampliar la oferta disponible:** Aunque los países comercien entre sí productos similares, quizás permita surtir al mercado de una mayor variedad de opciones. Por ejemplo, dos países pueden intercambiar coches entre ellos, lo que permite que el público tenga más alternativas entre las cuales elegir.



TIPOS DE COMERCIO INTRA-INDUSTRIAL

- ✓ **Bienes homogéneos:** Se comercializan mercancías casi idénticas, solo cambia la procedencia o también la marca.
- ✓ **Bienes diferenciados horizontalmente:** Se comercializan bienes sustitutivos. Ej: Audífonos con cable del país A y audífonos inalámbricos del país B.
- ✓ **Bienes diferenciados verticalmente:** Se comercializan partes distintas de la cadena de suministro. Ej: Un país exporta piezas de un vehículo, mientras que el otro exporta los vehículos.



COMPETENCIA IMPERFECTA

La competencia imperfecta se presenta cuando los ofertantes o empresas tienen la capacidad de afectar de manera significativa sobre el precio de mercado de sus productos o servicios.



EJEMPLOS DE COMPETENCIA IMPERFECTA

Ejemplos de Competencia Imperfecta en el mercado internacional:

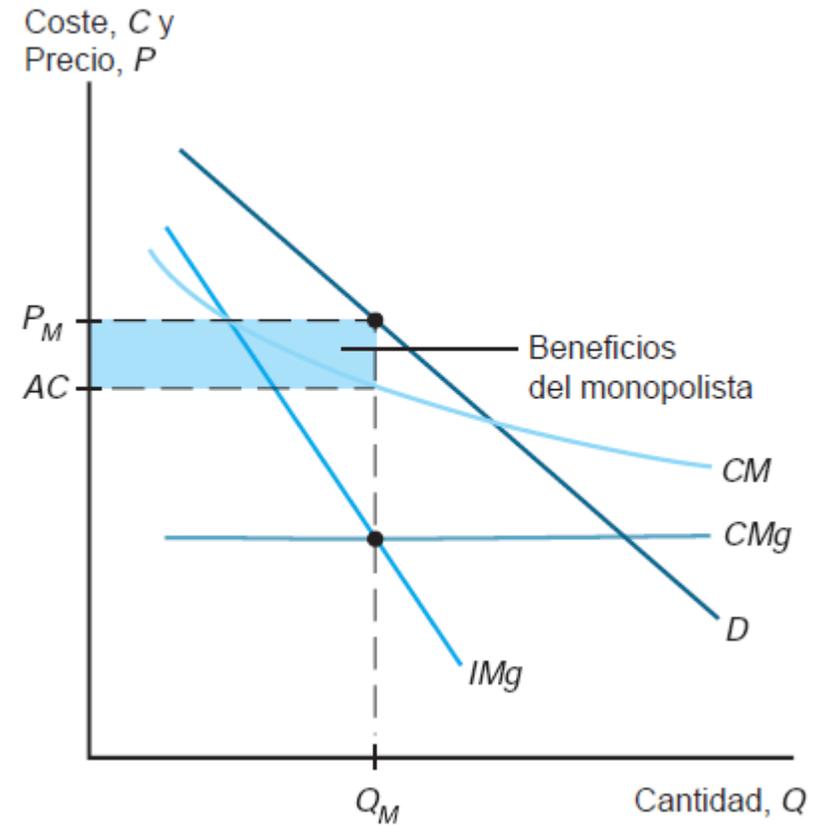
1. Las empresas de tarjetas de crédito, tales como Visa, MasterCard o American Express. Pocos oferentes y gran cantidad de demandantes.
2. Las empresas de exportación de aviones, en cuyo **mercado** existen pocos vendedores.
3. El GLP, pocos ofertantes y gran cantidad de demandantes.
4. Empresas farmacéuticas.



MONOPOLISTA Y COMPETENCIA MONOPOLISTA

Una empresa monopolista escoge una producción tal que el ingreso marginal, el incremento del ingreso al vender una unidad adicional, iguale al coste marginal, el coste de producir una unidad adicional. Esta producción maximizadora del beneficio viene dada por Q_M ; el precio al que esta producción es demandada es P_M .

La curva del ingreso marginal, IMg , se sitúa por debajo de la curva de demanda, D , porque, para un monopolio, el ingreso marginal es siempre menor que el precio. Los beneficios del monopolista corresponden al área del rectángulo sombreado, es decir, la diferencia entre el precio y el coste medio multiplicada por la cantidad vendida, Q_M .



EQUILIBRIO EN EL MERCADO DE COMPETENCIA MONOPOLISTA

El número de empresas en un mercado de competencia monopolista, y los precios que establecen, son determinados por dos relaciones. Por un lado, cuantas más empresas hay, más intensamente compiten y, por tanto, menor es el precio de la industria. Esta relación se representa por PP . Por otro lado, cuantas más empresas hay, menos vende cada empresa y, por tanto, mayor es el coste medio. Esta relación se representa por CC . Si el precio es superior al coste medio (es decir, si la curva PP está por encima de la curva CC), la industria obtendrá beneficios y otras empresas entrarán en la industria; si el precio es inferior al coste medio, la industria incurrirá en pérdidas y algunas empresas saldrán de la industria. El precio y el número de empresas de equilibrio se determina cuando el precio iguala al coste medio, en la intersección de PP y CC .

