

## Examen Parcial

Paralelo: \_\_\_\_\_

Calificación: \_\_\_\_\_

### COMPROMISO DE HONOR

Yo \_\_\_\_\_ al firmar este compromiso reconozco que el presente examen está diseñado para ser resuelto de manera individual, que puedo usar una máquina para cálculos aritméticos, un lápiz o esferográfico, que solo puedo comunicarme con la persona responsable de la recepción del examen. No debo, además, consultar libros, notas ni apuntes adicionales a los que se entreguen en esta evaluación. Los temas debo desarrollarlos de manera ordenada.

Firmo a pie el presente compromiso, como constancia de haber leído y de aceptar la declaración anterior.

Firma \_\_\_\_\_

Número de matrícula \_\_\_\_\_

Como estudiante de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas, me comprometo a combatir la mediocridad y actuar con honestidad, por eso no copio ni dejo copiar.

### Sección 1 – Elija verdadero o falso según corresponda [20 puntos].

1. En Organización industrial se levanta el supuesto de competencia perfecta para estudiar el comportamiento de empresas en situaciones reales.  
V... F...
2. Bajo el paradigma tradicional, el hecho de que exista mayor concentración en una industria, generará mayor grado de interacción de las empresas que confirman esa industria, por ende existiría un mayor grado de competencia en esa industria.  
V... F...
3. A mayor certidumbre, menor uso del mercado y por lo tanto mayor integración de procesos.  
V... F...
4. En los mercado disputables, las empresas elegirían entrar a competir a una industria cuando el  $P > CME$ .  
V... F...
5. Demsetz (1968), Panzar y Willig (1982) enfatizan que las industrias con pocas firmas pueden ser poco competitivas si es que existe la amenaza de entrada de nuevas firmas.  
V... F...
6. En el análisis de competencia, primero se analiza la estructura de la industria y luego se define el mercado.  
V... F...
7. Según la Ley Orgánica de Libre Competencia Económica, Capítulo 2, artículo 5.- La definición de mercado relevante debe considerar tres dimensiones: a) La dimensión del mercado de producto relevante; b) La dimensión del mercado geográfico relevante; c) La dimensión del mercado de servicio relevante.  
V... F...

8. Al nivel 3 del código CIIU, se le denomina grupo y está conformado por 238 grupos.

V... F...

9. El mercado geográfico relevante estará definido, en función del área geográfica en donde se encuentren las fuentes alternativas de aprovisionamiento del producto relevante por parte de los consumidores.

V... F...

10. Las economías de escala de una firma establecida pueden constituirse en una barrera a la entrada para potenciales entrantes.

V... F...

**Sección 2 – Elija la opción correcta [5 puntos].**

1. Existe dos definiciones de competencia, una desde el punto de vista de la estrategia empresarial y la otra:
  - a. Desde el punto de vista de la realidad.
  - b. Desde el punto de la teoría microeconómica.
  - c. Desde el punto de la regulación de mercados.
2. La determinación del grado de competencia en un mercado está asociada, bajo cualquier paradigma, a:
  - a. La interacción que pueden tener las empresas.
  - b. El número de compradores.
  - c. Monopolios.
3. El paradigma tradicional de estructura - conducta - resultado, tuvo una aplicación importante en la disolución vertical y horizontal de la empresa:
  - a. IBM.
  - b. Google.
  - c. AT&T.
4. Según el modelo de Demsetz (1973), se esperaría el siguiente comportamiento del modelo  $R_{ij} = \alpha + \beta C_j + \delta T_{ij} + \mu_{ij}$ 
  - a.  $\beta$  no significativo;  $\delta$  significativo y positivo.
  - b.  $\beta$  significativo y positivo ;  $\delta$  no significativo
  - c.  $\beta$  no significativo;  $\delta$  significativo y negativo.
5. Que un agente sea neutral al riesgo significa que:
  - a. Está preocupado por la variabilidad de su ingreso.
  - b. Está preocupado de su ingreso promedio y no de la variabilidad de éste.
  - c. Se preocupa equitativamente del promedio de su ingreso y de la variabilidad del mismo.

**Sección 3 – Conteste - argumente sus respuestas [10 puntos].**

1. Al realizar un análisis de cointegración entre la mantequilla y marcadores de pizarra, los resultados muestran que las variables cointegran y el signo del beta estimado es positivo y significativo. Los investigadores concluyen que ambos productos están en el mismo mercado ¿Está de acuerdo con esta afirmación?

.....  
.....  
.....

2. Explique porque una panadería puede ser “más grande” que una empresa como IBM.

.....  
.....

**Sección 4 – Resuelva el siguiente ejercicio [15 puntos].**

Las ventas de las empresas (en millones de dólares) del mercado de automóviles en Ecuador para el año 2018 son las siguientes:

ECUADOR	
Empresa	Ventas 2018
1	20
2	100
3	60
4	10
5	10

En base a la información del cuadro anterior, se pide:

- a. Calcular el índice de concentración de las 2 primeras empresas y concluya.

Cálculos	Conclusión
	<input type="checkbox"/> Mercado poco concentrado <input type="checkbox"/> Mercado moderadamente concentrado <input type="checkbox"/> Mercado altamente concentrado

- b. Calcule el índice de Herfindhal– Hirschmann (IHH) y concluya.

Cálculos	Conclusión
	<input type="checkbox"/> Mercado poco concentrado <input type="checkbox"/> Mercado moderadamente concentrado <input type="checkbox"/> Mercado altamente concentrado

- c. Determine el índice de dominancia y concluya.

Cálculos	Conclusión
	<input type="checkbox"/> Probabilidad de dominancia baja <input type="checkbox"/> Probabilidad de dominancia media <input type="checkbox"/> Probabilidad de dominancia alta

d. Calcule el índice de entropía de Theil y concluya.

Cálculos	Conclusión
	<input type="checkbox"/> Mercado altamente desigual <input type="checkbox"/> Mercado moderadamente desigual <input type="checkbox"/> Distribución equitativa

e. Suponga que las ventas de las empresas automovilísticas en el Ecuador para el año 2019 fueron:

Empresa	Ventas 2019
1	10
2	100
3	80
4	5
5	5

Cálculos	Conclusión
	<input type="checkbox"/> Alta volatilidad <input type="checkbox"/> Mínima volatilidad