



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

Facultad de Economía

Licenciatura en Economía

Unidad de Aprendizaje: Regulación Económica

**Material didáctico: Diapositivas de los fundamentos de la regulación
económica**

Profesor: M. en E. Félix Héctor Alcántara Cruz

Octubre de 2016

Trayectoria LEC

	PRIMERO	SEGUNDO	TERCERO	CUARTO	QUINTO	SEXTO	SÉPTIMO	OCTAVO	NOVENO	DÉCIMO
	INTRODUCCIÓN A LOS MÉTODOS CUANTITATIVOS	ECUACIONES DIFERENCIALES Y EN DIFERENCIA	ECONOMÍA MATEMÁTICA	INGLÉS C1	INGLÉS C2	TEORÍA DE JUEGOS	ECONOMÍA INDUSTRIAL	TÉCNICAS DE OPTIMIZACIÓN	INVESTIGACIÓN DE OPERACIONES	ECONOMÍA MEXICANA
CR 10	10	10	10	6	6	7	10	6	10	8
	CALCULO DIFERENCIAL E INTEGRAL	PROBABILIDAD Y ESTADÍSTICA	ESTADÍSTICA INFERENCIAL	MODELOS ECONÓMICOS	SERIES DE TIEMPO	ECONOMÍA DEL MEDIO AMBIENTE	FINANZAS INTERNACIONALES	ECONOMÍA DEL DESARROLLO	REGULACIÓN ECONÓMICA	TALLER DE INVESTIGACIÓN
CR 10	10	10	10	10	10	6	6	10	10	4
	HISTORIA ECONÓMICA GENERAL	HISTORIA DEL PENSAMIENTO ECONÓMICO	CONTABILIDAD SOCIAL	GEOGRAFÍA ECONÓMICA	HISTORIA ECONÓMICA DE MÉXICO	HACIENDA PUBLICA	OPTATIVA 1	OPTATIVA 2	OPTATIVA 3	OPTATIVA 4
CR 8	8	8	6	6	8	8	10	10	10	10
	METODOLOGÍA Y FILOSOFÍA DE LA ECONOMÍA	MATEMÁTICAS FINANCIERAS	COMERCIO INTERNACIONAL	MACROECONOMÍA	MACROECONOMÍA DEL CRECIMIENTO	MACROECONOMÍA DINÁMICA	CONTABILIDAD GENERAL Y DE COSTOS	FORMULACIÓN DE PROYECTOS	EVALUACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL DE PROYECTOS	DEMOGRAFÍA
CR 6	10	10	6	10	10	10	6	6	6	6
	Optativa A	MICROECONOMÍA I	MICROECONOMÍA II	MICROECONOMÍA AVANZADA	MACROECONOMÍA DE ECONOMÍAS ABIERTAS	Optativa B	TEORÍA Y POLÍTICA MONETARIA	TEORÍA Y POLÍTICA FISCAL	Optativa C	PRONÓSTICOS Y PROSPECTIVA ECONÓMICA
CR 6	10	10	10	10	10	6	7	7	6	6

Guion explicativo

TEMAS DE REGULACIÓN ECONÓMICA

Unidad de competencia I

Naturaleza de la regulación

Origen y enfoques conceptuales de la regulación

Diversos Enfoques Teóricos sobre Regulación Económica

El dilema: Mercado vs. Estado

Las fallas del Mercado

Las fallas del Estado

La justificación económica de la intervención del Estado

Función de los reguladores

Unidad de competencia 2

Los mercados y el ambiente competitivo

Tipos o clases de mercados

Medidas de concentración y estructura de los mercados

Índice Herfindahl-Hirschman

Aplicación a casos de la economía mexicana

La regulación Económica en los mercados

Los costos de la regulación

Regulación del monopolio y oligopolio

Regulación y desregulación

Ley antimonopolios

Unidad de competencia 3

Marco legal de la Regulación Económica en México

Artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

Ley Federal de Competencia Económica

Ley Federal de Protección al Consumidor

Ley de la Propiedad Industrial

Instrumentos de Regulación Económica en México

El concepto de incentivo

Control de precios, precios administrados o regulados

Impuestos

Concesiones, permisos

Licitaciones

Funciones de Instituciones de Regulación y Competencia Económica en México

Comisión Federal de Competencia

Procuraduría Federal del Consumidor

Comisión Federal de Mejora Regulatoria (COFEMER)

Centro Nacional de Metrología (CENAM)

Comisión Nacional de Arbitraje Médico (CONAMED)

Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial

Procuraduría Federal del Medio Ambiente

Unidad de competencia 4

**Marco normativo e institucional de la Regulación Económica y Competencia:
Experiencia Internacional**

Caso de España

Caso Argentina

Caso Brasil

Caso Estados Unidos

Caso Canadá

Unidad de competencia 5

**Instrumentos de la Regulación Económica y Competencia: Experiencia Sectorial
Nacional e Internacional**

Telecomunicaciones

Transportes

Sector Energético

Sector Financiero

Sector Salud

Otros sectores

Concepto de regulación económica

Acción y efecto de medir, ajustar o computar una cosa por comparación o deducción.

Forma de gestión pública dirigida a conseguir los fines del regulador (el Estado) mediante la modificación del entorno en que se desenvuelve un agente económico que posee autonomía de decisión: empresas privadas, organismos públicos, consumidores, etc.

Objetivo de la regulación económica

Mejorar la eficacia de los mercados de bienes y servicios. Se trata de restricciones impuestas por el Estado en el poder de decisión de la empresa en materia de precios, cantidades, calidad, servicios, y entradas y salidas del mercado.

Teorías de la regulación

Teoría tradicional de la regulación.

- Regulación por tasa de retorno (TIR).

Teoría económica de la regulación.

- Liberar a la economía de la intervención estatal.
- Eliminación de las barreras de entrada.

La nueva economía institucional.

- Las estructuras de gobernanza deben adecuarse a la dotación institucional.

Regulación y promoción de la competencia.

- Mejorar la calidad de las políticas públicas.
- Política pública como constructora de la competencia.

Desregulación.

- Desregulación como camino a los mercados competitivos.

Enfoques Económicos sobre el Papel del Estado.

Enfoque Liberal Clásico

Enfoque Marxista – Leninista

Enfoque Keynesiano

Neointervencionista

Enfoque Neoliberal

Las funciones del Estado en un sistema económico.

Asignación eficiente de recursos.

Coordinación macroeconomía.

Regulación económica mediante leyes e instituciones.

Distribución del ingreso y la riqueza para alcanzar la justicia social.

Bienes Públicos.

Las características técnicas: no tienen rivales en el consumo, no son exclusivos y no son rechazables.

Los Programas de Asistencia Social.

Ninguna persona debe pasar hambre, carecer de alguna de las necesidades básicas.

Como formas indirectas de asistencia social, la salud, la educación, la vivienda y mercado laboral.

La asistencia social proporciona algún seguro contra los tipos de contingencia (externalidades).

La seguridad social.

La seguridad social incluye cinco rubros básicos:

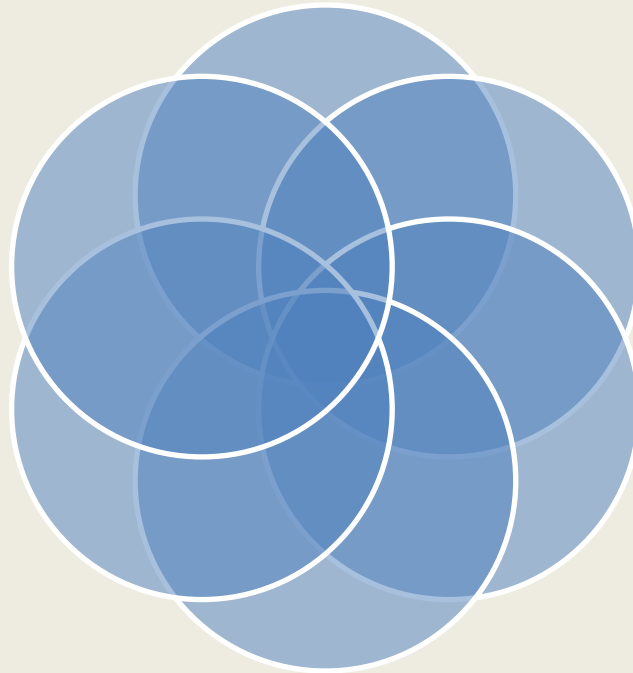
Asignaciones familiares

Vejez, invalidez y muerte

Desempleo

Enfermedad y maternidad

Accidentes de trabajo



El régimen obligatorio del IMSS comprende los seguros de:

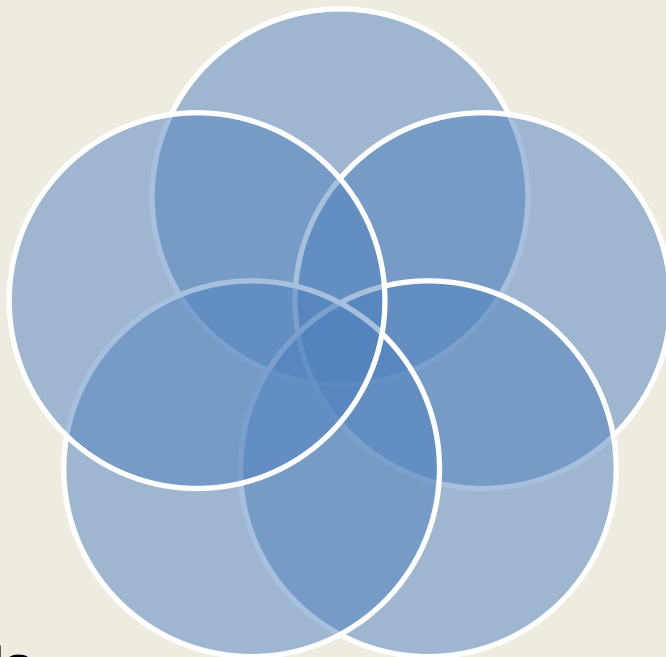
**Riesgos de
trabajo**

**Guarderías y
prestaciones
sociales**

**Enfermedades
y maternidad**

**Retiro,
cesantía en
edad avanzada
y vejez**

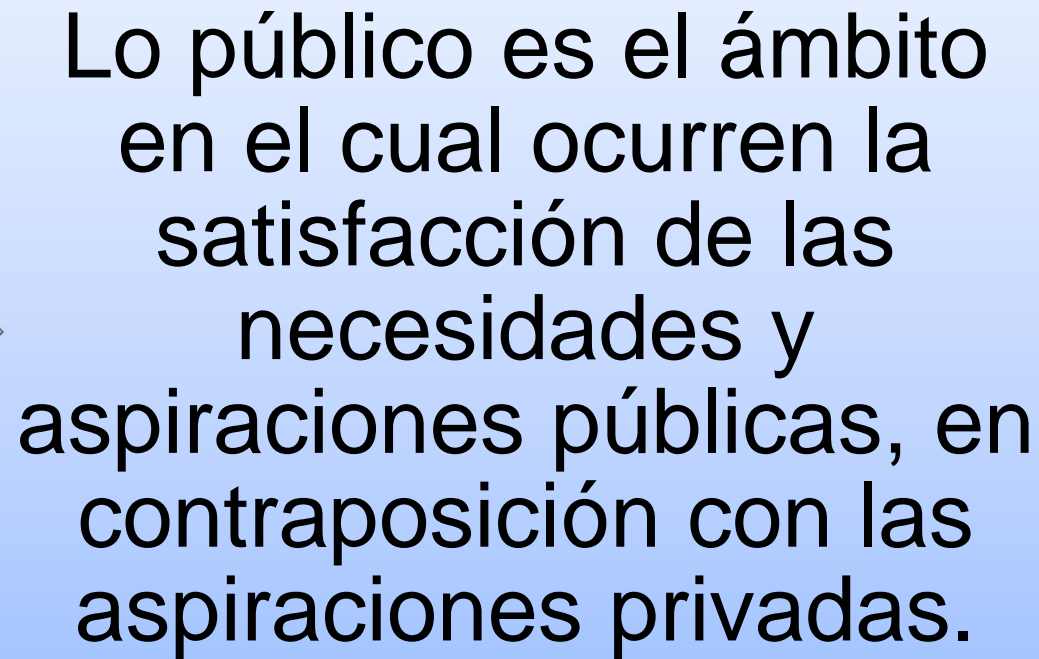
**Invalidez y
vida**



Servicios Públicos.

Entendemos por Servicios Públicos, las actividades, entidades u órganos públicos o privados con personalidad jurídica creados por Constitución o por ley, para dar satisfacción en forma regular y continua a cierta categoría de necesidades de interés general, bien en forma directa, mediante concesionario o a través de cualquier otro medio legal con sujeción a un régimen de Derecho Público o Privado, según corresponda.

Lo público y lo privado.

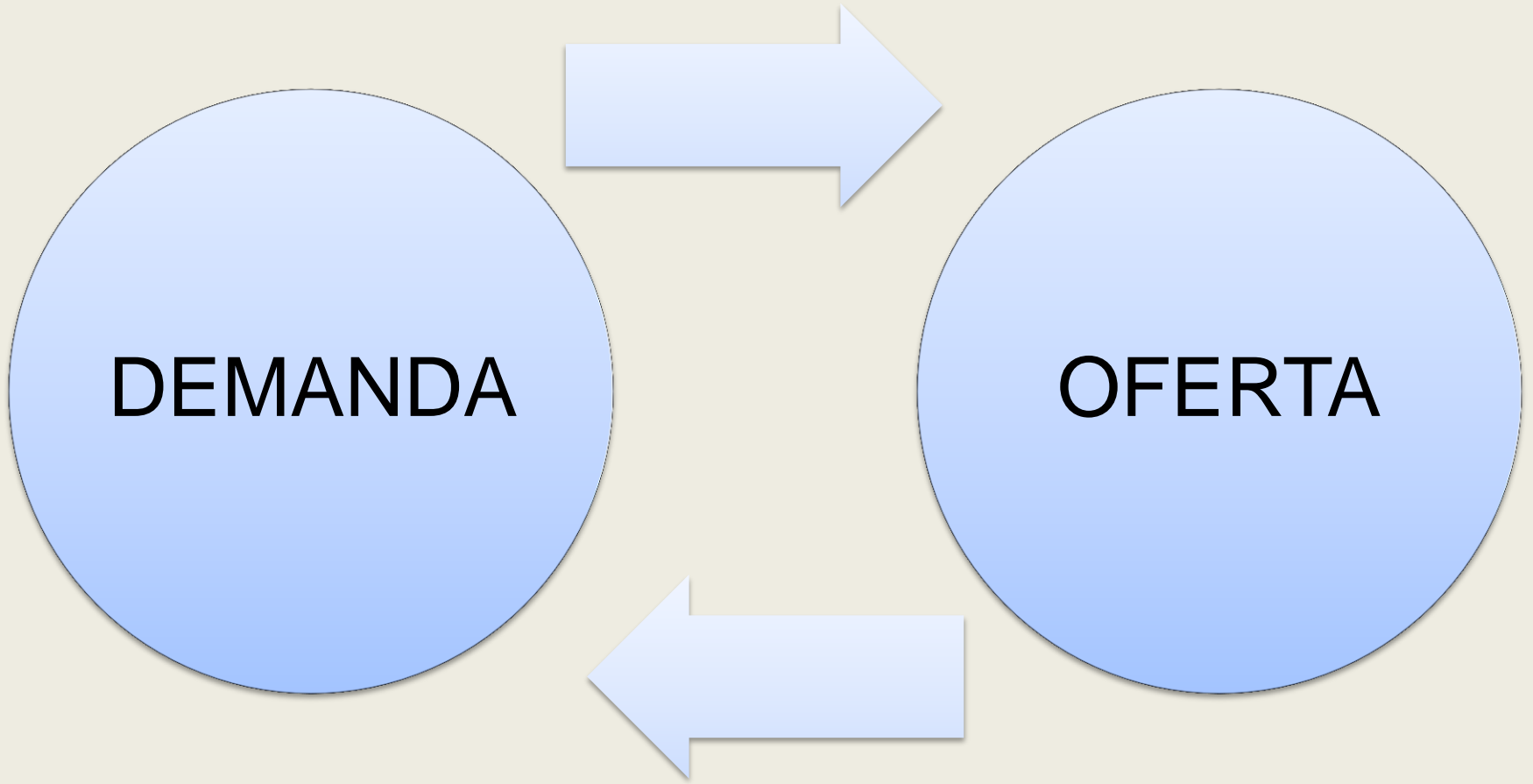


Lo público es el ámbito en el cual ocurren la satisfacción de las necesidades y aspiraciones públicas, en contraposición con las aspiraciones privadas.

LAS FALLAS DE MERCADO

Los fallos de Mercado surgen cuando se presentan en los mercados competitivos: información incompleta, externalidades negativas, un poder de mercado excesivo, entre otros.

LAS FALLAS DE MERCADO



FALLOS DE GOBIERNO

Empresas públicas con altos costos

Programas de inversión muy ineficientes y costosos

Controles excesivos sobre el sector privado

Déficit públicos

Deterioro de la infraestructura que elevan los costos

Desequilibrio regional

Desigualdad y pobreza externa

Altos costos administrativos

LA JUSTIFICACION ECONÓMICA DE LA INTERVENCIÓN DEL ESTADO

Los modelos de competencia perfecta y equilibrio general operan en una economía perfectamente descentralizada con mercados grandes en la que los consumidores maximizan su utilidad y los productores sus ganancias.

El Papel del Estado y Competencia Perfecta

Derechos de propiedad claramente definidos.

Productos homogéneos en todos los mercados.

No hay barreras de entrada.

La información está disponible y libre de costos.

No existe poder de mercado.

Las empresas maximizan ganancias.



TIPO DE MERCADO Y SU REGULACIÓN

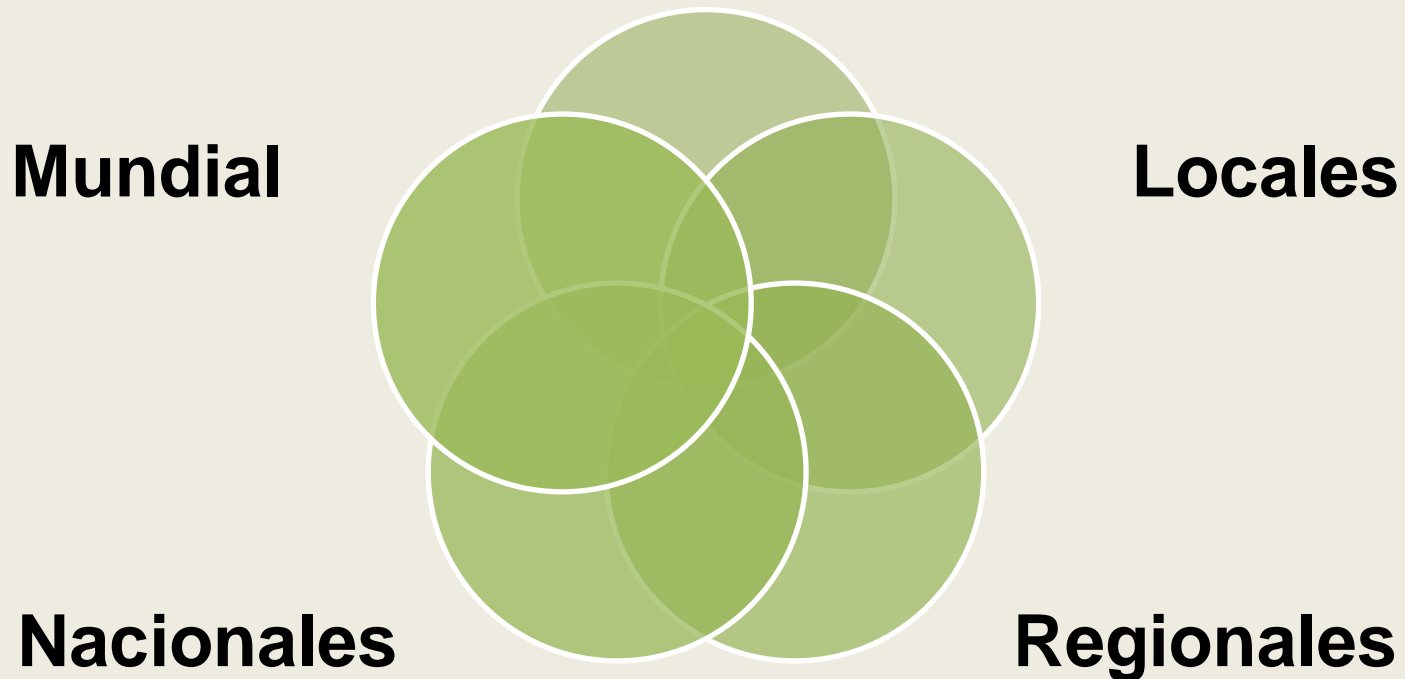
EL MERCADO Y EL AMBIENTE COMPETITIVO

Un mercado es una colección de compradores y vendedores que, mediante interacciones reales o potenciales.

El mercado se considera como una institución a través de la cual operan las fuerzas determinantes de los precios.

Clasificación de mercados

a). Área geográfica:



b). Tipo de producto ofrecido:

De servicios

De mercancías

**c). Tiempo
de formación
del precio:**

**De oferta
instantánea**

De corto plazo

De largo plazo

d). De acuerdo con la competencia que se establece en el mercado:

De competencia perfecta

De competencia imperfecta

ÍNDICE DE HERFINDAHL

Es una medida de concentración económica en un mercado, o la medida de falta de competencia en un sistema económico. Entre más alto sea el índice mayor es la concentración.

El índice se calcula elevando al cuadrado la cuota del mercado (porcentaje que acapara una empresa en el mercado) que cada empresa posee y sumando esas cantidades, se obtiene el índice.

En el sistema legal de los Estados Unidos se considera que índices de entre 1,000 y 1,800 puntos, reflejan una concentración de mercado moderada. Sobre 2,500 se considera que el mercado es demasiado concentrado.

LA REGULACIÓN ECONÓMICA DE LOS MERCADOS

Monopolio

Duopolio

Oligopolio

Competencia perfecta

La regulación económica del monopolio

La regulación económica tiene por objeto corregir las ineficiencias que resultan de las actividades monopolísticas.

Los órganos reguladores inducen al monopolio a alcanzar resultados eficientes.

Induce a las empresas a menores precios y mayor oferta, similares a los que resultarían de un mercado competitivo.

Establece estándares de servicio para las actividades con características monopolísticas.

La teoría del monopolio

Existe una persona o una sola empresa

El bien o servicio no tiene un sustituto

Control sobre el precio

Control de una rama de la economía

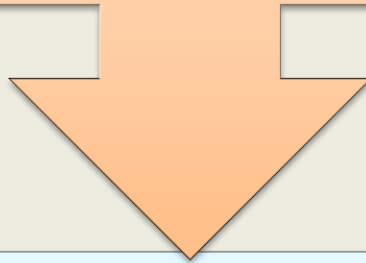
Existen barreras a la entrada de otros productores

No tienen ningún incentivo para incorporar tecnología

Servicios públicos prestados en exclusiva por una empresa pública

El monopsonio

Este implica un análisis del poder del mercado, no analizado desde el lado de los productores, sino desde los compradores.



El monopsonio aparece cuando en un mercado existe un único comprador.

El oligopolio

Existe un número pequeño de empresas de un mismo sector, las cuales dominan y tienen control sobre el mercado

Cada productor, dado que produce una cantidad significativa del total, tiene un control importante sobre el mercado

Tiene poder de intervenir y manipular los precios

Una de las barreras de entrada más comunes es la cantidad de dinero necesario para ingresar a ese selecto grupo

Política económica y regulación económica

Estabilidad monetaria

Estabilidad del sector externo

Estabilidad de precios

Redistribución del ingreso

Elevación de vida de la población

Reducción de desempleo y subempleo

Explotación racional de los recursos naturales

Política fiscal

Política de ingresos

- **Impuestos**
- **Derechos**
- **Productos**
- **Aprovechamientos**
- **Otros**

Política de gastos

- **Gasto publico**
- **Subsidios y transferencias**

La política monetaria

Política financiera y bancaria

- **Oferta monetaria**
- **Tasas de interés**

Política cambiaria

- **Tipo de cambio**
- **Operaciones de mercado abierto en divisas**

La política de empleo (costos del desempleo)

Costos monetarios

Costos no monetarios

Costos de la hacienda pública

Costos macroeconómicos

Costos sociales

Costos políticos

Consideraciones que explican el desempleo

Estacional


Cíclico

Depresivo

Estructural

Friccional





**MARCO LEGAL DE LA
REGULACIÓN
ECONÓMICA EN MÉXICO**

Artículo 28

No constituirán monopolios las funciones que el Estado ejerza de manera exclusiva en las siguientes áreas estratégicas: correos, telégrafos y radiotelegrafía; minerales radiactivos y generación de energía nuclear; la planeación y el control del sistema eléctrico nacional, así como el servicio público de transmisión y distribución de energía eléctrica, y la exploración y extracción del petróleo y de los demás hidrocarburos.

Artículo 28

La comunicación vía satélite y los ferrocarriles son áreas prioritarias para el desarrollo nacional ... el Estado al ejercer en ellas su rectoría, protegerá la seguridad y la soberanía de la Nación, y al otorgar concesiones o permisos mantendrá o establecerá el dominio de las respectivas vías de comunicación

LEY FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA

Objeto

- Proteger el proceso de competencia y libre concurrencia, mediante la prevención y eliminación de monopolios, prácticas monopólicas y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados de bienes y servicios.
- Quedan prohibidos los monopolios, así como las prácticas que disminuyan, dañen o impidan la competencia y la libre concurrencia en la producción, procesamiento, distribución y comercialización de bienes o servicios.

LEY FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA

Son prácticas monopólicas absolutas cuyo objeto o efecto sea cualquiera de los siguientes:

- **Fijar, elevar, concertar o manipular el precio de venta o compra de bienes o servicios**
- **Establecer solamente una cantidad restringida o limitada de bienes o de servicios**
- **Establecer, concertar o coordinar posturas en las licitaciones, concursos, subastas públicas.**

LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

Objeto:

- Establecer las bases para que, en las actividades industriales y comerciales del país
- Promover y fomentar la actividad inventiva de aplicación industrial
- Propiciar e impulsar el mejoramiento de la calidad de los bienes y servicios en la industria y en el comercio
- Proteger la PI mediante la regulación y otorgamiento de patentes; diseños industriales, marcas, y avisos comerciales
- Establecer condiciones de seguridad jurídica entre las partes en la operación de franquicias

LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

De las Patentes

- Serán patentables las invenciones que sean nuevas, resultado de una actividad inventiva y susceptibles de aplicación industrial.

LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

De los Modelos de Utilidad

- **Se consideran modelos de utilidad los objetos, utensilios, aparatos o herramientas que, como resultado de una modificación en su disposición, configuración, estructura o forma, presenten una función diferente respecto de las partes que lo integran o ventajas en cuanto a su utilidad.**

LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

De los Diseños Industriales

- **Serán registrables los diseños industriales que sean nuevos y susceptibles de aplicación industrial. Se consideran nuevos los diseños que sean de creación independiente y difieran en grado significativo, de diseños conocidos o de combinaciones de características conocidas de diseños**

LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

De los secretos industriales

- **Se considera secreto industrial a toda información de aplicación industrial o comercial que guarde una persona física o moral con carácter confidencial, que le signifique obtener o mantener una ventaja competitiva o económica frente a terceros en la realización de actividades económicas y respecto de la cual haya adoptado los medios o sistemas suficientes para preservar su confidencialidad y el acceso restringido a la misma.**

LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

De las marcas y de los avisos y nombres comerciales

- Se entiende por marca a todo signo visible que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado.

LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

De las marcas colectivas

- **Las asociaciones o sociedades de productores, fabricantes, comerciantes o prestadores de servicios, legalmente constituidas, podrán solicitar el registro de marca colectiva para distinguir, en el mercado, los productos o servicios de sus miembros respecto de los productos o servicios de terceros.**

LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

De las marcas notoriamente conocidas y famosas.

- **Para efectos de su estimación o declaración por el Instituto, se entenderá que una marca es notoriamente conocida en México, cuando un sector determinado del público o de los círculos comerciales del país, conoce la marca como consecuencia de las actividades comerciales desarrolladas en México o en el extranjero por una persona que emplea esa marca en relación con sus productos o servicios o bien, como consecuencia de la promoción o publicidad de la misma.**

LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

De los avisos comerciales

- **Se considera aviso comercial a las frases u oraciones que tengan por objeto anunciar al público establecimientos o negociaciones comerciales, industriales o de servicios, productos o servicios, para distinguirlos de los de su especie.**

LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

De los nombres comerciales

- El nombre comercial de una empresa o establecimiento industrial, comercial o de servicios y el derecho a su uso exclusivo estarán protegidos, sin necesidad de registro. La protección abarcará la zona geográfica de la clientela efectiva de la empresa o establecimiento al que se aplique el nombre comercial y se extenderá a toda la República si existe difusión masiva y constante a nivel nacional del mismo.

LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

Denominación de origen

- Se entiende por denominación de origen, el nombre de una región geográfica del país que sirva para designar un producto originario de la misma, y cuya calidad o característica se deban exclusivamente al medio geográfico, comprendido en éste los factores naturales y los humanos.

LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

Objeto

- **Promover y proteger los derechos y cultura del consumidor y procurar la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores**

LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

Consumidor

- **Persona física o moral que adquiere, realiza o disfruta como destinatario final bienes, productos o servicios. Se entiende también por consumidor a la persona física o moral que adquiera, almacene, utilice o consuma bienes o servicios con objeto de integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización.**

LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

Proveedor

- **Persona física o moral en términos del Código Civil Federal, que habitual o periódicamente ofrece, distribuye, vende, arrienda o concede el uso o disfrute de bienes, productos y servicios.**

LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

Las autoridades

- **La Secretaría está facultada para expedir normas oficiales mexicanas y normas mexicanas respecto de:**
- **Productos que deban expresar los elementos, substancias o ingredientes de que estén elaborados o integrados así como sus propiedades, características, fecha de caducidad, contenido neto y peso ó masa drenados.**
- **Características de productos, procesos, métodos, sistemas o prácticas industriales, comerciales o de servicios que requieran ser normalizados de conformidad con otras disposiciones.**

Atribuciones de la procuraduría del consumidor

Promover y proteger los derechos del consumidor

Procurar y representar los intereses de los consumidores

Representar a los consumidores ante autoridades jurisdiccionales y administrativas, y ante los proveedores

Recopilar, elaborar, procesar y divulgar información objetiva

Formular y realizar programas de educación para el consumo

LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

Orientar a la industria y al comercio respecto de las necesidades y problemas de los consumidores

Realizar y apoyar análisis, estudios e investigaciones en materia de protección al consumidor

Prestar asesoría a consumidores y proveedores

Promover nuevos o mejores sistemas y mecanismos que faciliten a los consumidores el acceso a bienes y servicios en mejores condiciones de mercado.

Actuar como perito y consultor en materia de calidad de bienes y servicios y elaborar estudios relativos

LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

Celebrar convenios con proveedores y consumidores y sus organizaciones

Celebrar convenios y acuerdos de colaboración con autoridades de los 3 ordenes de gobierno en beneficio de los consumidores

Vigilar y verificar el cumplimiento de las disposiciones en materia de precios y tarifas

Verificar que las pesas, medidas y los instrumentos de medición que se utilicen en transacciones sean adecuados

Registrar los contratos de adhesión que lo requieran

LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

Procurar la solución de problemas entre consumidores y proveedores

Denunciar ante el Ministerio Público los hechos que puedan ser constitutivos de delitos

Promover y apoyar la constitución de organizaciones de consumidores, proporcionándoles capacitación y asesoría

Aplicar las sanciones

Coadyuvar con las autoridades para salvaguardar los derechos de la infancia, adultos mayores, personas con discapacidad e indígenas

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, F.; et al. (2007). *Economía Pública. Una introducción*. España: Ed. Ariel Economía.
- Ayala Espino, J. (2001). *Economía del Sector Público Mexicano*. México: Esfinge Grupo Editorial.
- CFC (2012) Competencia Económica en México. Ed. Comisión federal de Competencia Económica. México.
- Estavillo Flores (2007), María Elena; La prevención de colusiones; Porrúa-ITAM; México.
- Flores Bernés, Miguel y Rivera Pedroza, José Abel; (2010). "Las enseñanzas del caso American Needle v. NFL para la competencia económica en México", Pauta, Núm. 62, México.
- González de Cossío, Francisco; (2010). "Oligopolio a la mexicana", Pauta, Núm. 62, México.
- OCDE (2004) Políticas y Ley de Competencia Económica en México.
- OCDE (2004) Revisiones sobre las mejoras regulatorias en México, París.
- Parkin, Michael y otros (2006). *Microeconomía. Versión para Latinoamérica*, Séptima edición. Editorial Pearson. México.
- Rivera, Eugenio (2004). *Teorías de la Regulación en la perspectiva de las políticas públicas*.
- Roldán Xopa, José y Mena Labarthe, Carlos, coords.; (2007). Competencia económica. Estudios de Derecho, Economía y Política; Porrúa-ITAM, México
- Samuelson, Paul y otros (2006). *Microeconomía con aplicaciones a Latinoamérica*, Décimo séptima edición. Editorial McGraw Hill. México.