



UAEM

Universidad Autónoma
del Estado de México

Facultad de Economía

Licenciatura en Economía

Unidad de Aprendizaje: Regulación Económica

**Material didáctico: Naturaleza de la regulación económica y los
mercados**

Profesor: M. en E. Félix Héctor Alcántara Cruz

Octubre de 2017

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	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	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	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	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	6	7	7	6	6	

* Guion explicativo

* 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 casa 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



* 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**

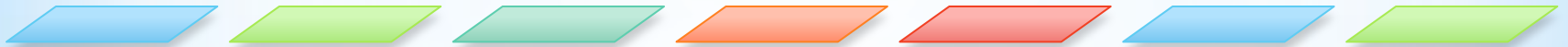
**Enfoque
Keynesiano**

**Neointerven
cionista**

**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:

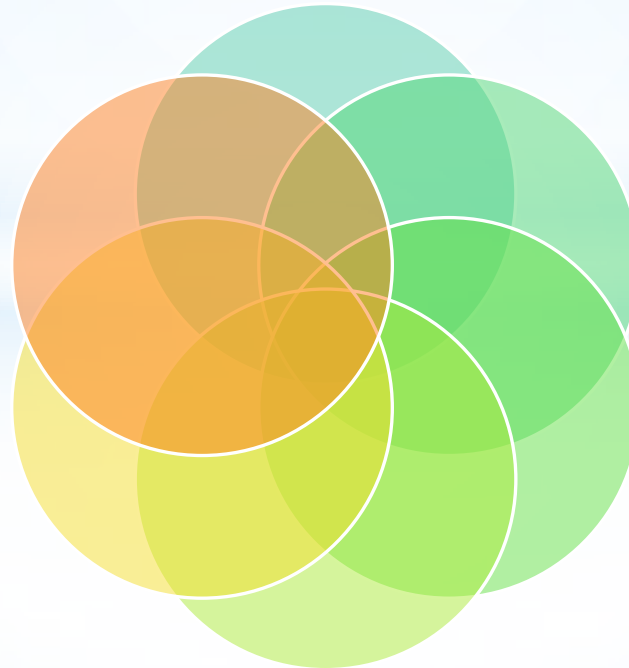
Asignaciones familiares

Vejez, invalidez y muerte

Desempleo

Enfermedad y maternidad

Accidentes de trabajo



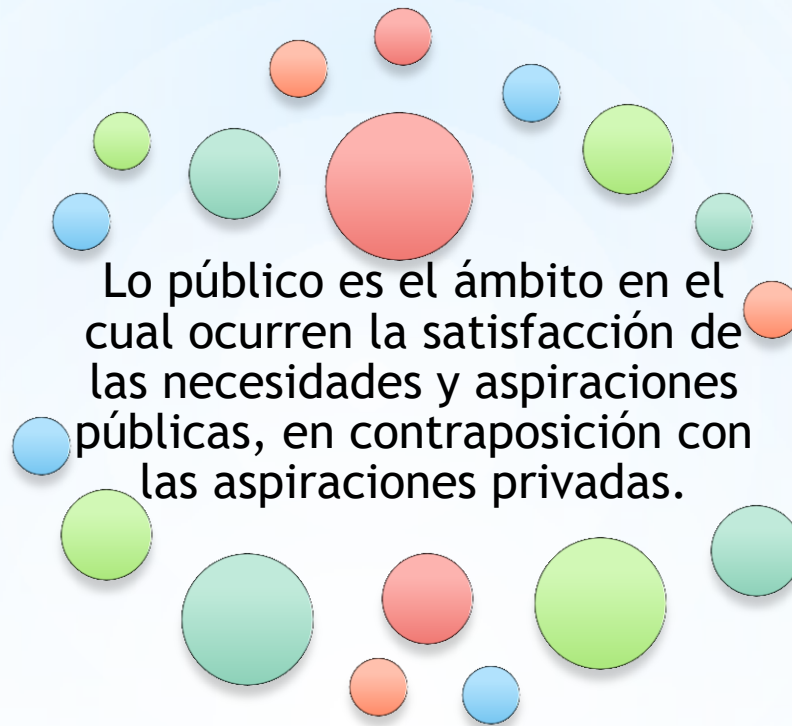
* El régimen obligatorio del IMSS comprende los seguros de:



* 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.





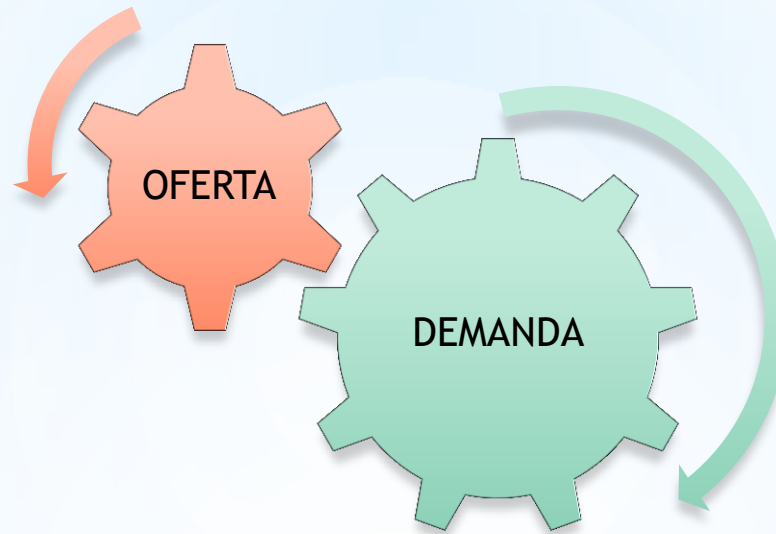
Lo público es el ámbito en el cual ocurren la satisfacción de las necesidades y aspiraciones públicas, en contraposición con las aspiraciones privadas.

*** Lo público y lo privado.**



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.



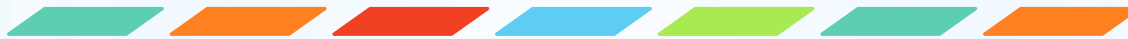
* LAS FALLAS DE MERCADO

* FALLOS DE GOBIERNO

Empresas públicas con altos costos



Programas de inversión muy ineficientes y costosos



Controles excesivos sobre el sector privado



Déficit públicos



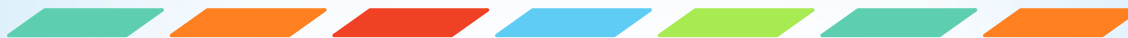
Deterioro de la infraestructura que elevan los costos



Desequilibrio regional



Desigualdad y pobreza extrema



Altos costos administrativos





LA JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA DE LA INTERVENCIÓN DEL ESTADO

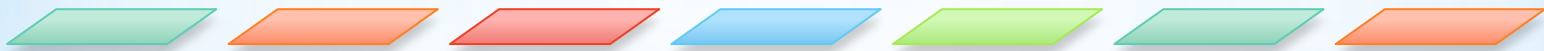
Los modelos de competencia perfecta y equilibrio general operan en una economía perfectamente descentralizada con mercados grandes en la que los consumidores maximizan su utilidad y los productores sus ganancias.

* 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.

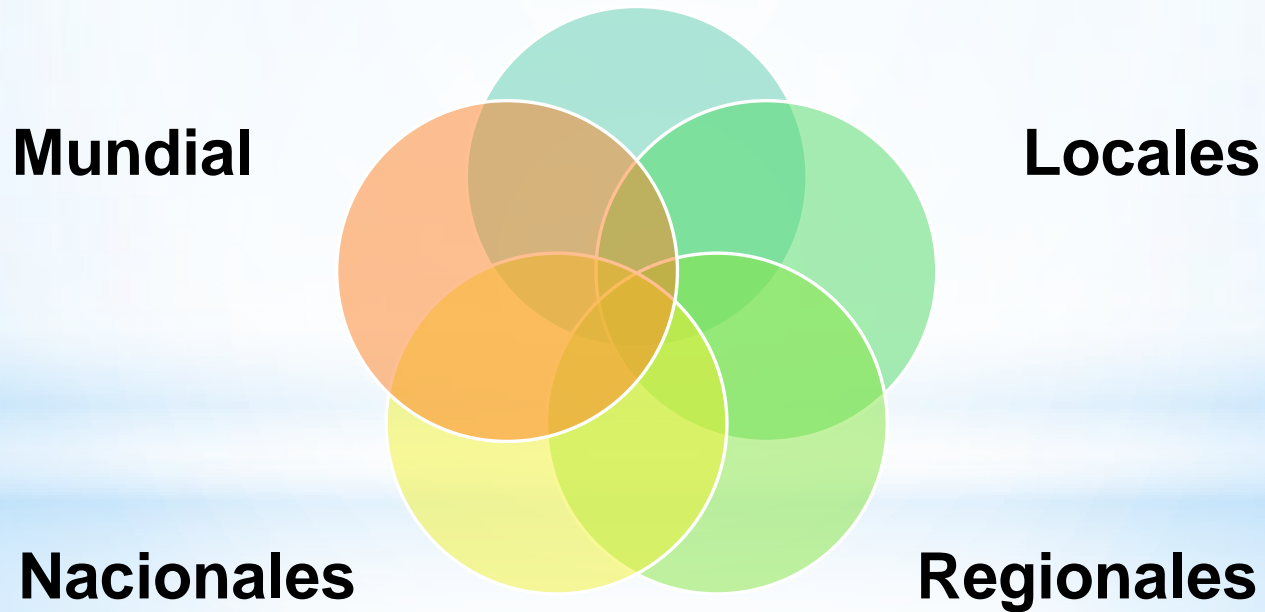


El mercado se considera como una institución a través de la cual operan las fuerzas determinantes de los precios.



* Clasificación de mercados

a). Área geográfica:



**b). Tipo de
producto
ofrecido:**

**De
mercancías**

**De
servicios**

c). Tiempo de formación del precio:

De corto plazo

De oferta instantánea

De largo plazo

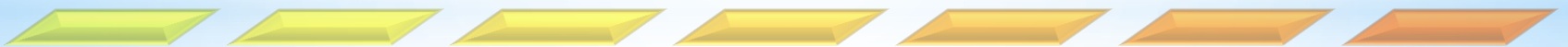
d). De acuerdo con la competencia que se establece en el mercado:



De competencia perfecta



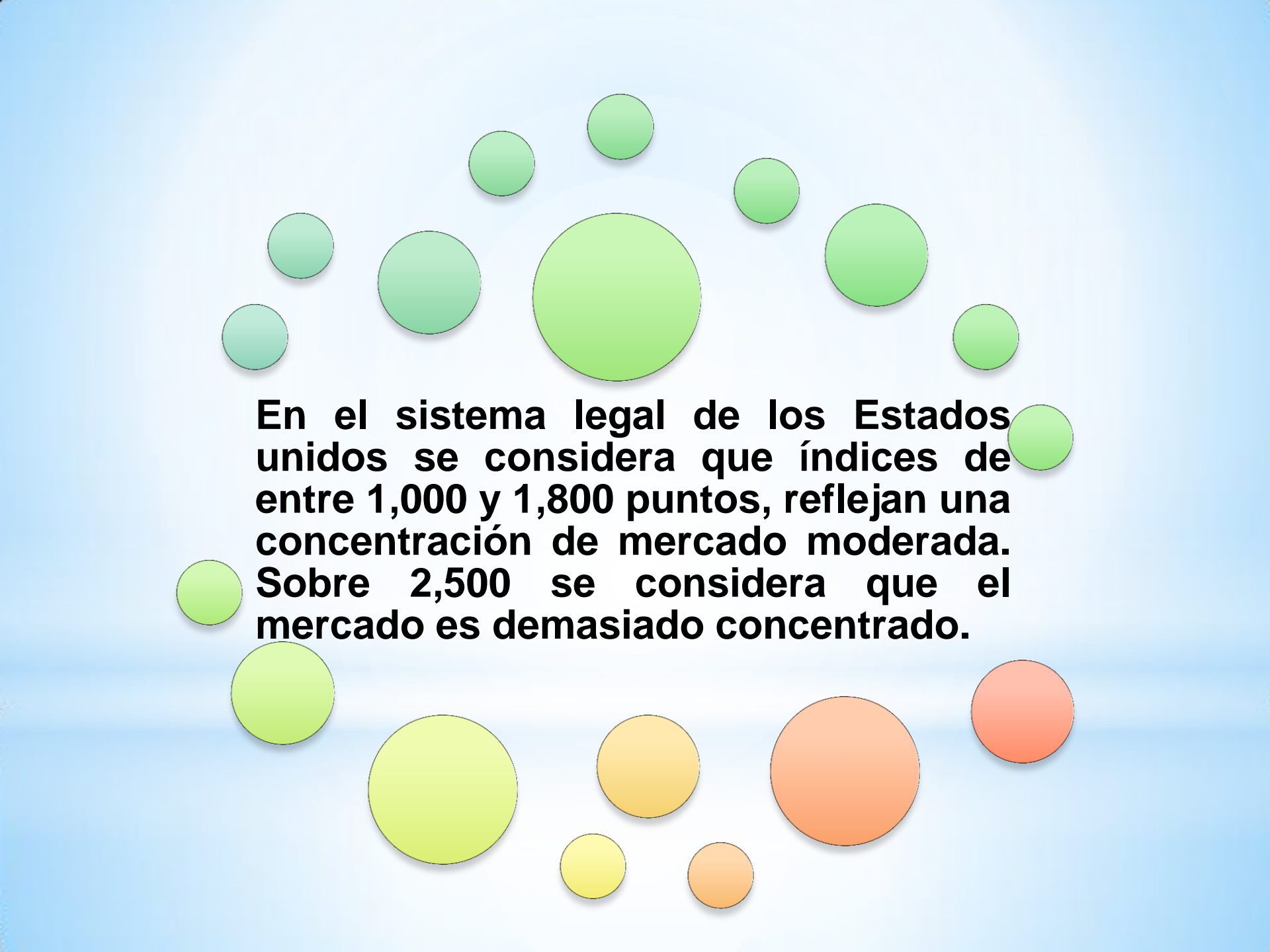
De competencia imperfecta



*ÍNDICE DE HERFINDAHL

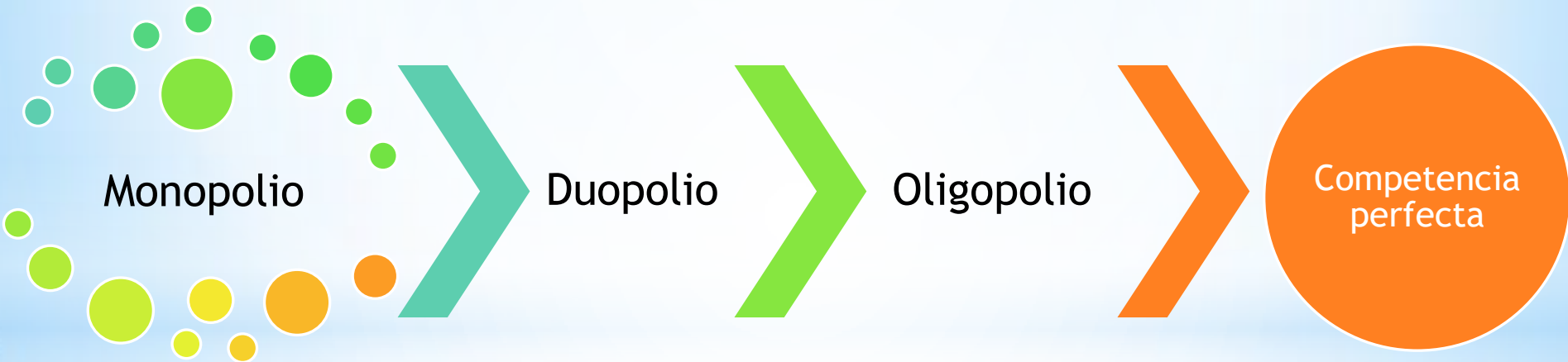
Es una medida de concentración económica en un mercado, o la medida de falta de competencia en un sistema económico. Entre más alto sea el índice mayor es la concentración.

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

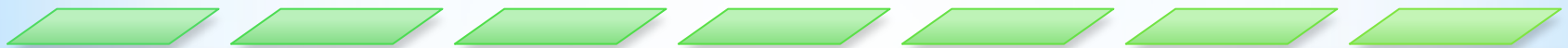


* La regulación económica del monopolio

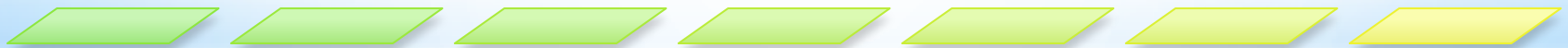
La regulación económica tiene por objeto corregir las ineficiencias que resultan de las actividades monopolísticas.



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.

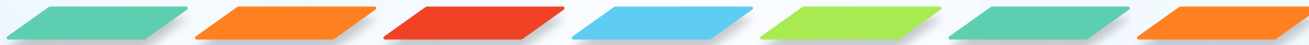


* La teoría del monopolio

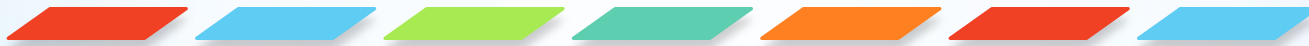
Existe una persona o una sola empresa



El bien o servicio no tiene un sustituto



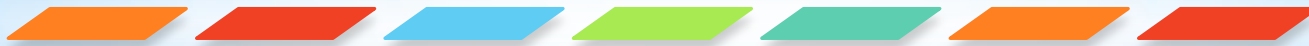
Control sobre el precio



Control de una rama de la economía



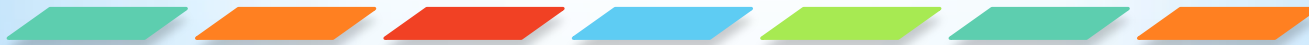
Existen barreras a la entrada de otros productores



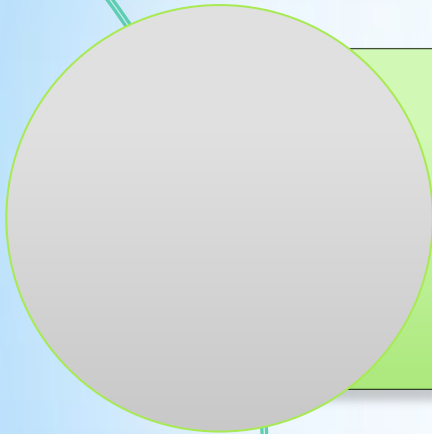
No tienen ningún incentivo para incorporar tecnología



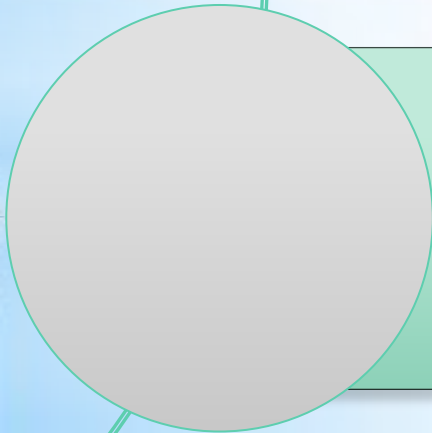
Servicios públicos prestados en exclusiva por una empresa pública



* El monopsonio



Este implica un análisis del poder del mercado, analizado desde el lado los compradores.



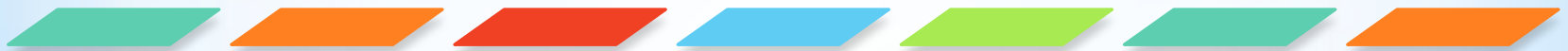
El monopsonio aparece cuando en un mercado existe un único comprador.

* 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

The diagram consists of two white circles on the left side, connected by a vertical line. The top circle is connected to an orange horizontal bar, and the bottom circle is connected to a red horizontal bar. Each bar contains text and a bulleted list.

Política financiera y bancaria

- Oferta monetaria
- Tasas de interés

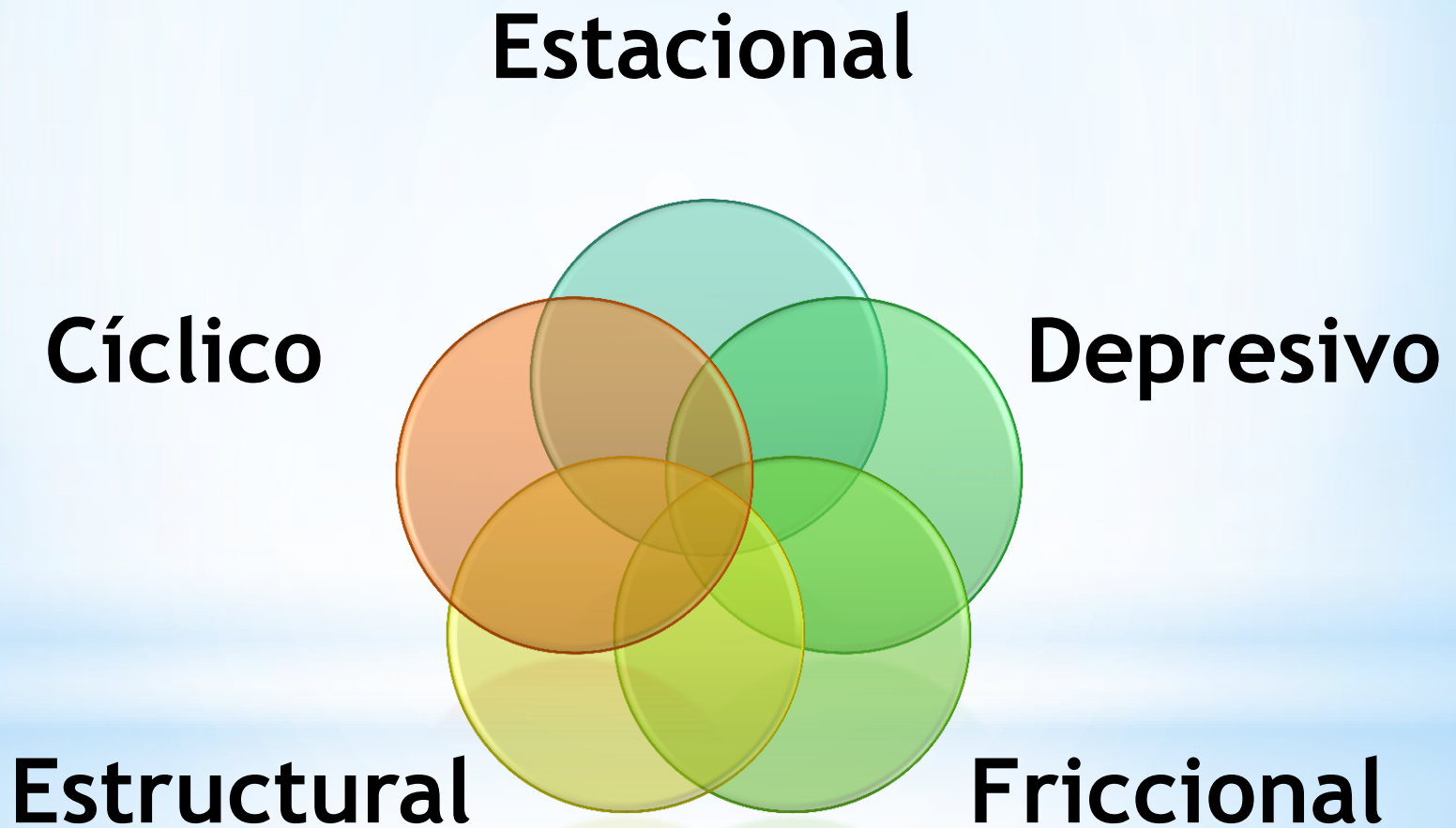
Política cambiaria

- Tipo de cambio
- Operaciones de mercado abierto en divisas

* La política de empleo (costos del desempleo)



* Consideraciones que explican el desempleo





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:

- 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

Patentes

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

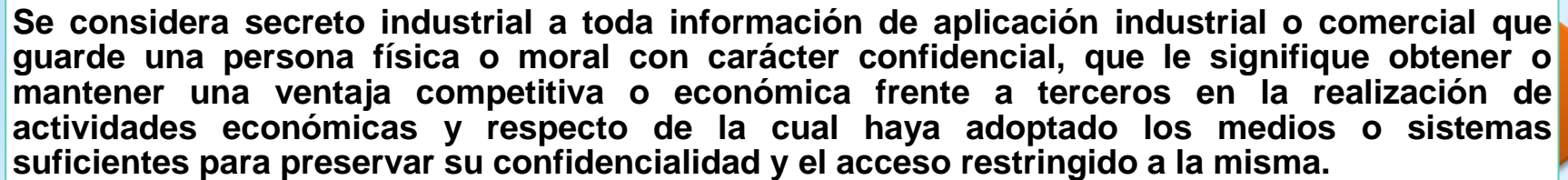
Modelos de Utilidad

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.

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

Secretos industriales

A decorative graphic consisting of a horizontal arrow pointing to the right. The arrow is composed of several segments in shades of green, yellow, and orange. A white rectangular text box is superimposed on the arrow, containing the definition of industrial secrets.

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.

Marcas, 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.

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.

Marcas notoriamente conocidas y famosas.

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.

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.

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.

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

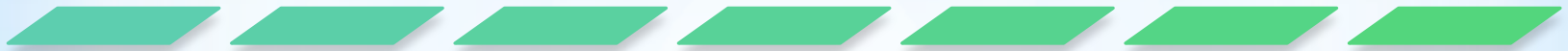
La Secretaría está facultada para expedir normas oficiales mexicanas y normas mexicanas respecto de:

Productos que deban expresar los elementos, sustancias 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.

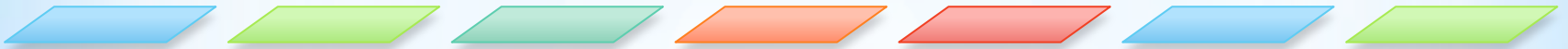


Actuar como perito y consultor en materia de calidad de bienes y servicios y elaborar estudios relativos



* 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

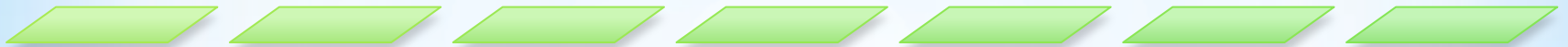


Registrar los contratos de adhesión que lo requieran



* 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.