

Capítulo 1: los diez principios de la economía.

Economía: es el estudio del modo en que la sociedad gestiona los recursos

Escasez: carácter limitado de los recursos de la sociedad.

Diez principios:

- **Como toman decisiones los individuos**

1º principio: los individuos se enfrentan a disyuntivas. “El que algo quiere, algo le cuesta”

Eficiencia: la sociedad aprovecha de mayor manera posible sus recursos escasos.

Equidad: la prosperidad económica se distribuye equitativamente entre los miembros de la sociedad.

Tarta económica y equidad es el como se reparten los recursos, para esto hay medidas, como la asistencia social, el seguro de desempleo o impuesto a la renta.

2º principio: el costo de una cosa es aquello a lo que se renuncia para conseguirla, se deben comparar los costos y beneficios.

Costo de oportunidad: aquello a lo que debe renunciarse para conseguir algo

3º principio: las personas racionales, piensan en términos marginales.

Cambios marginales: pequeños ajustes adicionales en un plan de acción.

4º principio: los individuos responden a incentivos.

Los incentivos llevan a cambiar la conducta que puede ser positiva o negativa.

- **Como interactúan los individuos.**

5º principio: el comercio puede mejorar el bienestar de todo el mundo.

Cuando dos personas o empresas compiten todos se benefician.

6º principio: los mercados normalmente constituyen un buen mecanismo para organizar la actividad económica.

Ejemplo: comunismo: planificadores centrales (unión soviética)

Economía de mercado: economía que asigna los recursos por medio de las decisiones descentralizadas de muchas empresas y hogares conforme interactúan en los mercados de bienes y servicios

7º principio: el estado puede mejorar a veces los resultados del mercado.

El estado interviene por eficiencia y equidad “tarta económica”

Fallo de mercado: situación en la que un mercado no asigna eficientemente los recursos por sí solo, causando externalidad y poder de mercado.

Externalidad: consecuencias de las acciones de una persona para el bienestar de otra.

Poder de mercado: capacidad de un único agente económico (o de un pequeño grupo de ellos), para influir considerablemente en los precios de mercado.

- **Como funciona la economía en su conjunto.**

8º principio: el nivel de vida de un país es su capacidad para producir bienes y servicios.

Productividad: cantidad de bienes y servicios producidos por cada hora de trabajo.

9º principio: los precios suben cuando el gobierno imprime demasiado dinero.

Inflación: aumento del nivel general de precios de la economía.

10º principio: la sociedad se enfrenta a una disyuntiva a corto plazo entre inflación y desempleo.

Capítulo 2: pensar como un economista.

Diagrama del flujo circular: modelo visual de la economía que muestra como fluyen los dólares por los mercados entre los hogares y las empresas.

Frontera de posibilidades de producción: grafico que muestra las diversas combinaciones de productos que puede producir la economía dados los factores de producción y la tecnología de producir existentes.

Resultado eficiente: si la economía esta sacando el mayor provecho posible a los recursos escasos que se disponen.

- **Microeconomía:** estudia del modo en que los hogares y las empresas toman decisiones y de la forma en que interactúan en los mercados.
- **Macroeconomía:** estudio de los fenómenos que afectan al conjunto de la economía, incluida la inflación, el desempleo y el crecimiento económico.

La economía que trata de mejorar el mundo es la que formula la **política económica**.

Afirmaciones positivas: describe el mundo tal y como es.

Afirmaciones normativas: describe el mundo como debería ser.

Capitulo 3: interdependencia y ganancias derivadas del comercio.

Ventaja absoluta: comparación entre los productores de un bien de acuerdo con su productividad. El productor que necesita menor cantidad de factores para producir ese bien se dice que tiene una ventaja absoluta en la producción de ese bien.

Los economistas emplean el termino de **ventaja comparativa** cuando describen el costo de oportunidad de producir un bien se dice que posee mayor ventaja comparativa en la producción de ese bien.

Las diferencias entre el costo de oportunidad y entre las ventajas comparativas crean las ganancias derivadas del comercio. Si cada persona se especializa en la producción del bien en la que tiene una ventaja comparativa, la producción total de la economía aumenta y este aumento de la tarta económica puede utilizarse para mejorar el bienestar de todo el mundo.

- **Importaciones:** bienes producidos en el extranjero y vendidos en el interior.
- **Exportaciones:** bienes producidos en el interior y vendidos en el exterior.

El comercio internacional no es como una guerra, en la que unos países pierden y otros ganan. El comercio le permite a ambos países aumentar su prosperidad.

La interdependencia y el comercio son deseables porque permiten a todo el mundo disfrutar de una mayor cantidad, variedad de bienes y servicios.

Capítulo 4: las fuerzas del mercado de la oferta y la demanda.

Un **mercado** es un grupo de compradores y vendedores de un determinado bien o servicio. Los compradores determinan el conjuntamente la demanda del producto y los vendedores la oferta.

Los mercados adoptan diferentes formas. A veces están muy organizados, como los mercados de muchos productores agrícolas, en estos mercados los compradores y vendedores se reúnen en un momento y lugar específico y un subastador ayuda a fijar los precios y a organizar las ventas, pero es más frecuente que los mercados estén menos organizados.

- **Mercado competitivo:** mercado en el que hay muchos compradores y muchos vendedores, por lo que cada uno de ellos ejerce una influencia insignificante en el precio del mercado.

Los **mercados perfectamente competitivos** tienen dos características principales:

- los bienes que se ofrecen en venta son todos iguales.
- los compradores y vendedores son tan numerosos que ningún comprador, ni ningún vendedor puede influir en el precio del mercado.

Como los compradores y los vendedores son tan numerosos en los mercados perfectamente competitivos deben aceptar el precio determinado por el mercado, se dice que son **precios-aceptantes**.

- **Monopolio:** mercado con uno solo vendedor y este fija los precios.
- **Oligopolio:** mercados que solo tienen unos cuantos vendedores y estos no siempre compiten ferozmente.

Cantidad demandada: cantidad de un bien que los compradores quieren y pueden comprar.

1. Determinantes de la demanda individual.

- **El precio:** como la cantidad demandada disminuye cuando sube el precio y aumenta cuando baja, decimos que la demanda esta relacionada negativamente con el precio.

Ley de la demanda: ley que establece que manteniéndose todo lo demás constante, la cantidad de demanda de un bien disminuye cuando sube su precio.

- **La renta:** si desciende la demanda de un bien cuando disminuye la renta, el bien se denomina bien normal o un bien es normal cuando aumenta la cantidad de demandada si aumenta la renta, manteniéndose todo lo demás constante.

No todos los bienes son normales, si la demanda de un bien aumenta cuando disminuye la renta, ese bien se denomina bien inferior.

- **Los precios de los bienes relacionados:**

Sustitutivos: dos bienes son sustitutivos cuando la subida del precio de uno de ellos provoca un aumento de la demanda del otro.

Complementarios: dos bienes son complementarios cuando la subida del precio de uno de ellos provoca una disminución de la demanda del otro bien.

- **Los gustos**
- **Las expectativas**

Tabla de demanda: cuadro que muestra la relación entre el precio de un bien y la cantidad.

Curva de demanda: grafico que muestra la relación entre el precio de un bien y la cantidad demandada.

La curva se traza suponiendo que la renta, los gustos y las expectativas de las personas y los precios relacionados con el producto no varían.

Ceteris paribus: expresión latina que significa “manteniéndose todo lo demás constante” y que se emplea para recordar que se supone que se mantienen constantes todas las variables, salvo la estudiada.

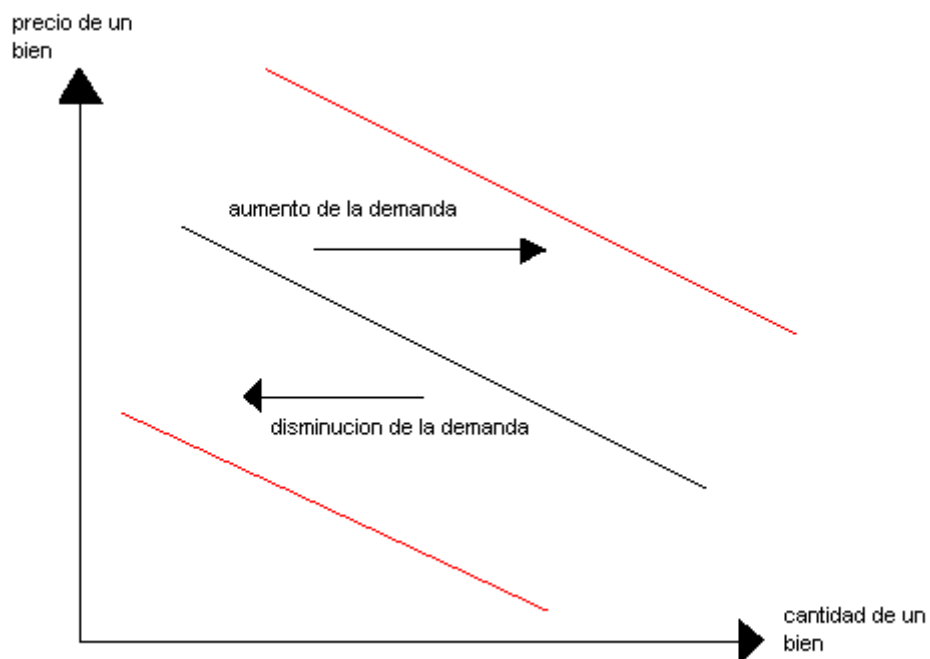
La curva de demanda tiene pendiente negativa porque, ceteris paribus, una reducción de los precios significa un aumento de la cantidad demandada.

Demanda del mercado: que es la suma de todas las demandas individuales de un determinado bien o servicio.

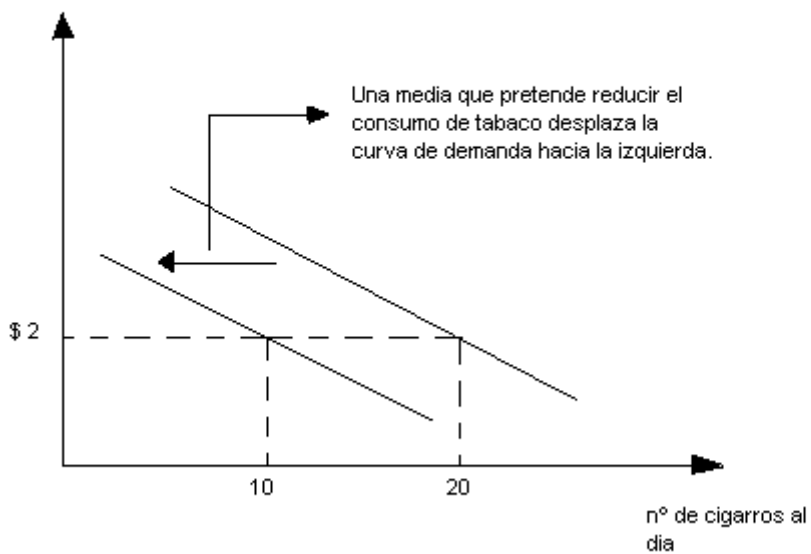
- **Desplazamiento de la curva de demanda**

Siempre que varía un determinante, cualquiera de la demanda que no sea el precio, la curva de demanda se desplaza.

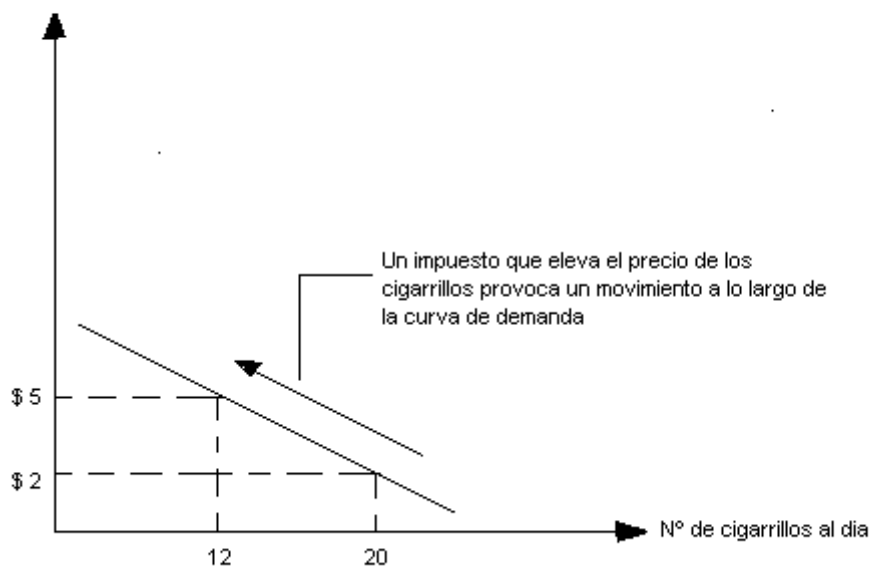
En resumen, la curva de demanda muestra que ocurre con la cantidad demandada de un bien cuando varía su precio, manteniéndose constantes todos los demás determinantes de la demanda. Cuando varía uno de estos otros determinantes, la curva de demanda se desplaza.



precio de los
gigarrros



precio de los
cigarrillos



- **la oferta:**

Cantidad ofrecida: cantidad de un bien que los vendedores quieren y pueden vender.

2. Determinantes de la oferta individual

- **el precio:** cuando el precio es alto de un bien es rentable, por lo tanto la cantidad ofrecida es alta y viceversa.

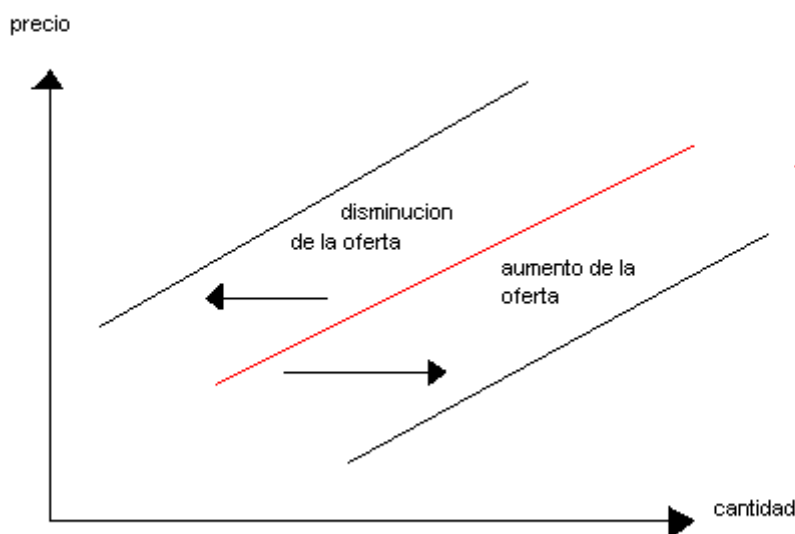
Como la cantidad ofrecida aumenta cuando sube el precio y disminuye cuando baja, decimos que la cantidad ofrecida esta relacionada positivamente con el precio del bien.

Ley de la oferta: ley que establece que manteniéndose todo lo demás constante, la cantidad ofrecida de un bien aumenta cuando sube su precio.

Los precios de los factores: cuando sube el precio de un factor o más, la producción de un bien es menos rentable, por lo que la empresa ofrece menos.

La cantidad ofrecida de un bien esta relacionada negativamente con el precio de los factores utilizados para producirlo.

- **La tecnología:** reduce los costos e incrementa la cantidad ofrecida.
- **Las expectativas**



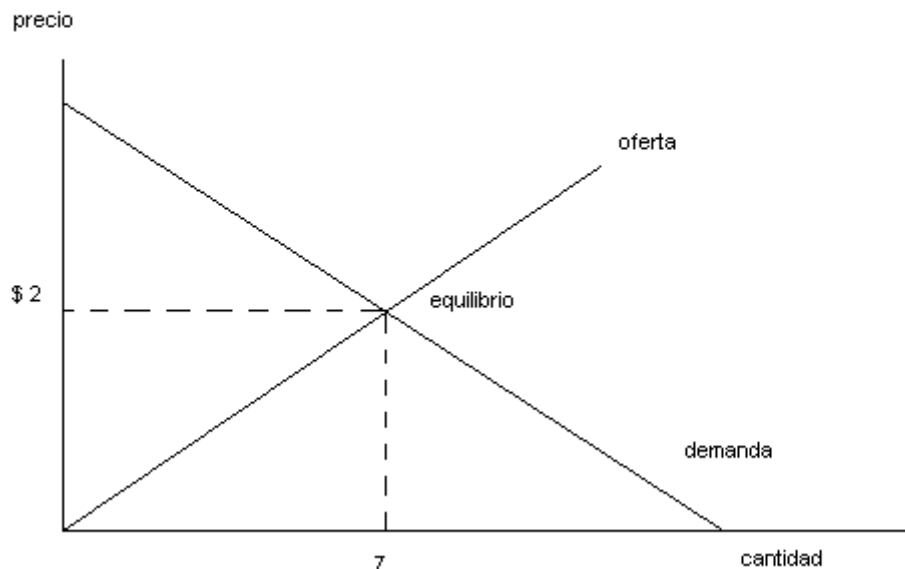
3. la oferta y la demanda juntas

Equilibrio: situación en que la cantidad de oferta y demanda se igualan.

Precio de equilibrio: es cuando el precio se ha ajustado para equilibrar la demanda y la oferta.

Cantidad de equilibrio: la cantidad se ajusta para equilibrar la demanda y la oferta.

Al precio de equilibrio, la cantidad del bien que los compradores quieren y pueden comprar, es exactamente igual a la cantidad que los vendedores quieren y pueden vender.



¿Qué ocurre cuando el precio de mercado no es igual al de equilibrio?

- Supongamos primero que es superior al de equilibrio

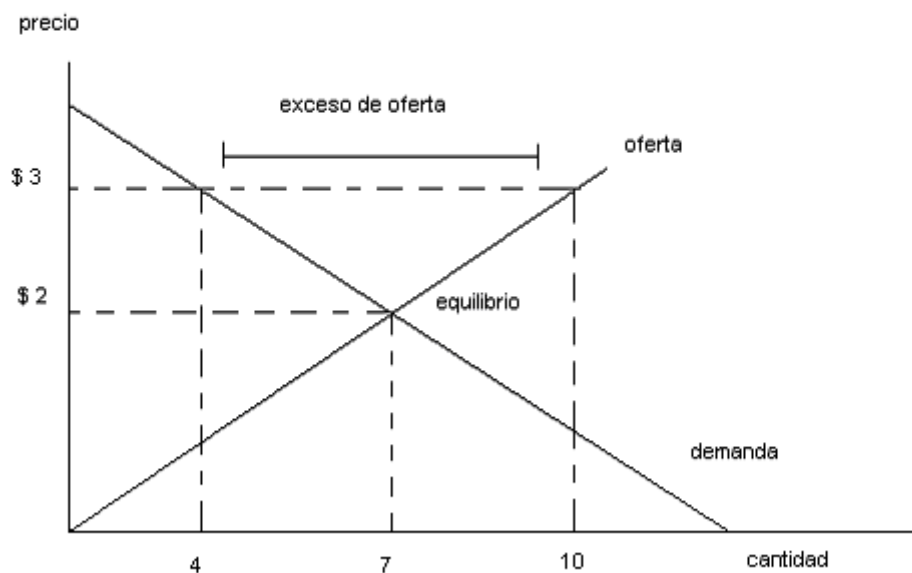
Hay un excedente del bien los oferentes no son capaces de vender todo lo que desean al precio vigente, esta situación se llama exceso de oferta. Responden al exceso de demanda bajando sus precios, estos continúan bajando hasta que el mercado alcanza el equilibrio.

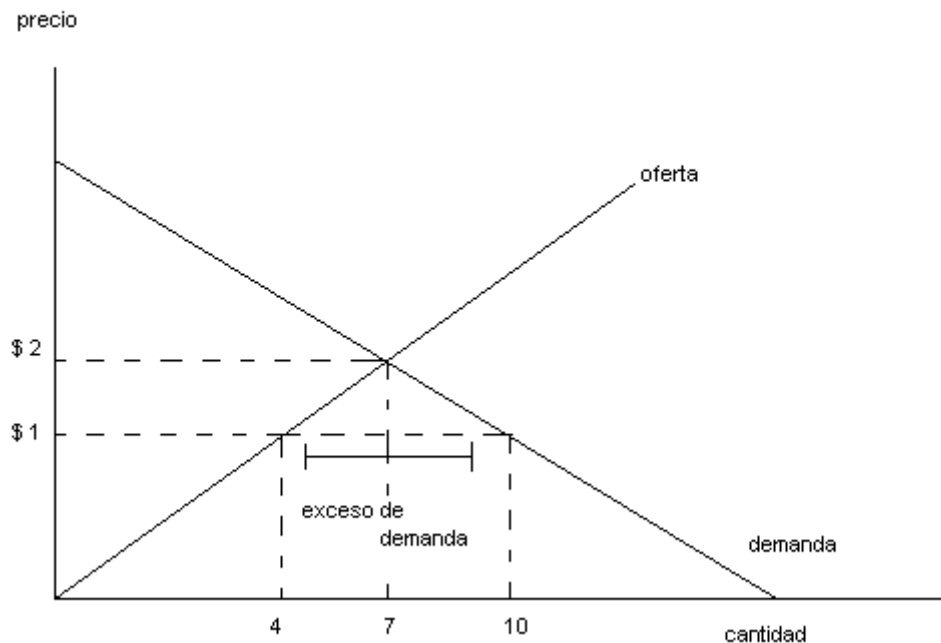
- Supongamos ahora que el precio de mercado es inferior al de equilibrio.

La cantidad demandada de un bien es superior a la ofrecida, hay una escasez del bien, esta situación se llama exceso de demanda.

Cuando hay demasiados compradores a la caza de demasiados pocos bienes, los vendedores pueden responder al exceso de demanda subiendo los precios, sin perder ventas. Cuando suben los precios se traslada de nuevo al equilibrio.

Ley de la oferta y la demanda: ley que establece que el precio de un bien se ajusta para equilibrar su oferta y su demanda.





Cuando un acontecimiento desplaza una de las curvas, cambia el equilibrio del mercado. El análisis de ese cambio se denomina **estática comparativa**, porque implica comparar el antiguo equilibrio con el nuevo.

- **Tres pasos para analizar los cambios de equilibrio:**

- 1.- averiguar si el acontecimiento desplaza la curva de oferta o de demanda (o quizás las dos).
- 2.- averiguar en que sentido se desplaza la curva.
- 3.- utilizar un grafico de oferta y demanda para ver como varia el equilibrio como consecuencia del desplazamiento.

Capitulo 6: La oferta, la demanda y la política económica

- **Los controles de los precios:** esto se puede llevar a cabo por intermedio de el precio máximo y precio mínimo.

Precio máximo: precio legal más alto al que puede venderse un bien.

Precio mínimo: precio legal más bajo al que puede venderse un bien.

Ejemplo: "precio máximo"

-Existe un precio de equilibrio \$3 y el gobierno impone como precio máximo \$4 ¿Qué pasa?

Esto es poco relevante, ya que las fuerzas de la oferta y la demanda tienden a llevarlo al equilibrio.

-Si ahora el gobierno fijara un precio máximo \$2 ¿Qué pasa?

Se produce escasez la gente quiere más de lo que los vendedores pueden ofrecer, ya que los productores no están dispuestos a vender a este precio.

Todo esto lleva a una restricción activa del mercado.

Los libres mercados racionan los bienes de acuerdo al precio.

Ejemplo: “precio mínimo”

-Existe un precio de equilibrio \$3 y el gobierno fija como precio mínimo \$2 ¿Qué pasa?

Esto es poco relevante, ya que las fuerzas de la oferta y la demanda tienden a llevarlo al equilibrio.

-Si ahora el gobierno fijara un precio mínimo \$4 ¿Qué pasa?

Se produce un excedente, ya que los productores quieren y pueden producir, pero la gente no puede acceder a estos precios.

- **Evaluación del control de los precios.**

Las medidas sobre el control de precios tienen ventajas y desventajas:

El gobierno a veces puede mejorar los resultados del mercado cuando este no responde.

Por ejemplo, las leyes del control de los alquileres tratan de que la vivienda sea más asequible y la legislación sobre el salario mínimo trata de ayudar a la gente a escapar de la pobreza, aunque es posible que la ley de alquileres desanime a los caseros a mantener sus edificios y la ley sobre el salario mínimo puede elevar las rentas de unos, como dejar a otros bajo el desempleo.

Los impuestos

La carga del impuesto la recibe consumidor y productor, la distribución del impuesto se llama incidencia del impuesto, esto estudia quien soporta la carga del impuesto.

- Como afectan los impuestos sobre los compradores a los resultados del mercado:

El impuesto afecta inicialmente la demanda del bien o servicio, el impuesto desplaza la curva de demanda. La curva de oferta no es alterada.

El impuesto reduce la actividad de mercado.

- Como afectan los impuestos sobre los vendedores a los resultados del mercado:

Aunque se sigue compartiendo la carga del impuesto, la curva de demanda no se ve afectada, pero la curva de oferta se desplaza hacia la izquierda.

La única diferencia entre los impuestos sobre los compradores y los vendedores se halla en quien entrega el dinero al Estado.

La elasticidad y la incidencia de los impuestos

Raras veces el impuestos se divide igualmente entre compradores y vendedores.

Cuando la oferta es más elástica que la demanda la incidencia del impuesto recae más en los consumidores que en los vendedores.

Cuando la demanda es más mastica que la oferta, la incidencia del impuesto, recae más en los productores que en los consumidores.

En conclusión, la carga del impuesto recae más en la parte menos elástica.

El impuesto reduce el tamaño de mercado y la incidencia del impuesto depende de la elasticidad precio de la demanda.

Capitulo 7: los consumidores, los productores y la eficiencia de los mercados.

El equilibrio de la oferta y la demanda en un mercado maximiza los beneficios totales que obtienen compradores y los vendedores.

Economía del bienestar: estudio de la eficiencia de la asignación de los recursos en el bienestar económico.

Excedente del consumidor

Esto tiene que ver con la disposición a pagar del consumidor.

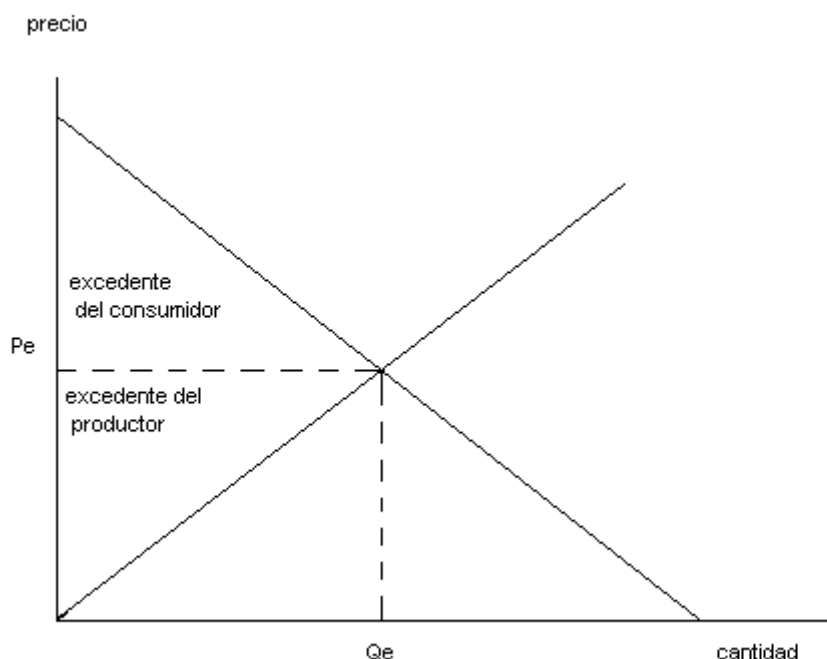
Disposición a pagar: cantidad máxima que pagaría un comprador por un bien.

El excedente del consumidor es la disposición a pagar de un comprador menos la que realmente paga.

También está lo que se llama el comprador marginal, que es el comprador que primero abandonaría el mercado si el precio fuera más alto.

Excedente del productor: cantidad que percibe un productor menos su costo de producirlo.

Costo: valor de todo aquello que debe renunciar un vendedor para producir un bien.



Eficiencias del mercado y fallo de mercado.

A los economistas les interesa la eficiencia y la equidad.

Eficiencia: propiedad de una asignación de los recursos según la cual esta maximiza el excedente total que reciben todos los miembros de la sociedad.

Equidad: justicia de la distribución del bienestar económico entre los miembros de la sociedad.

Poder de mercado + externalidades = fallo de mercado.

Externalidades: consecuencias negativas o positivas que afectan a los que no participan directamente del mercado, son efectos secundarios, son costos sociales.

Ejemplo: la contaminación.

Capítulo 8: Aplicación: los costes de tributación.

La pérdida irrecuperable de eficiencia es una variable provocada por la tributación.

Como afecta un impuesto a los participantes de un mercado:

Para ver como afecta:

1º vemos los beneficios que reciben los vendedores por el excedente.

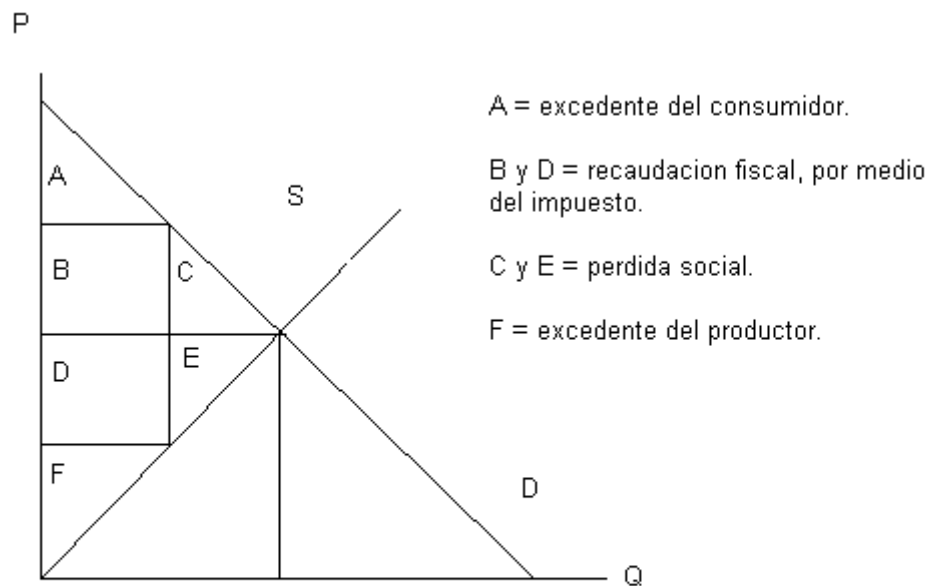
2º el beneficio que reciben los vendedores por el excedente productor.

3º vemos el impuesto que impone el estado.

4º vemos como beneficia el impuesto a la sociedad.

Los impuestos provocan pérdidas irrecuperables de eficiencia, porque impiden a los compradores y los vendedores conseguir algunas de las ganancias derivadas del comercio.

Los impuestos provocan pérdidas irrecuperables de eficiencia, porque impiden a los compradores y los vendedores conseguir algunas de las ganancias derivadas del comercio.

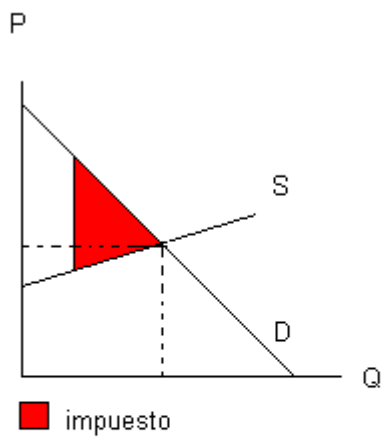


Los determinantes de la pérdida irrecuperable de la eficiencia.

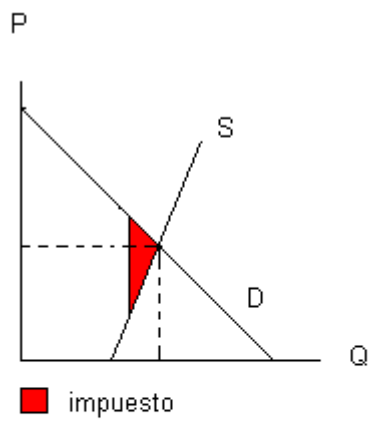
Esto depende la elasticidad precio de la oferta y la demanda.

Como afecta a la oferta

- si una curva de demanda se mantiene y la curva de oferta es elástica, entonces la pérdida irrecuperable de eficiencia por impuesto es alta.

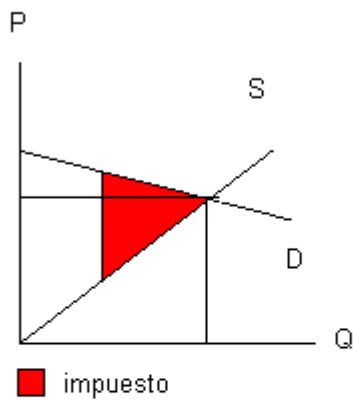


- Si una curva de demanda se mantiene y la curva de oferta es inelástica entonces la pérdida irrecuperable de eficiencia provocada por un impuesto es pequeña.

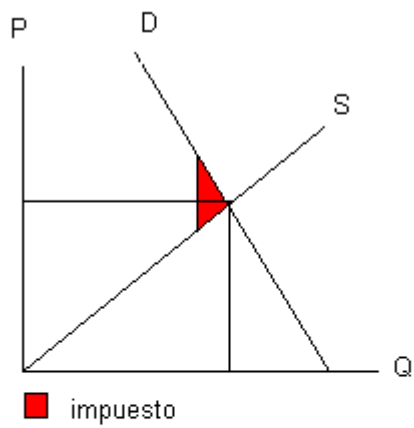


Referido a la demanda

- Si la oferta se mantiene y la demanda es elástica la pérdida irrecuperable de eficiencia causada por el impuesto es alta.



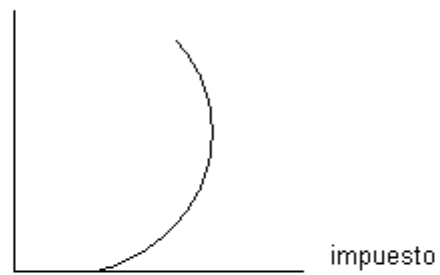
- Si la oferta se mantiene y la demanda es inelástica la pérdida irrecuperable de eficiencia causada por el impuesto es pequeña.



Conclusión: cuanto mayores sean las elasticidades de la oferta y la demanda, mayor será la pérdida irrecuperable de eficiencia provocada por el impuesto.

Otros gráficos que representan el impuesto:

perdida social



A medida que aumenta el impuesto, aumenta la perdida social

ingresos
fiscales

curva de laffer



los ingresos fiscales aumentan y despues disminuyen.

Capítulo 9: el comercio internacional.

Para analizar el comercio internacional se debe comenzar por investigar el mercado interno, después el externo y el equilibrio. Se compara el precio mundial con el precio sin comercio.

Se compara el precio mundial con el precio sin comercio.

Precio mundial: precio de un bien vigente en el mercado mundial de ese bien.

La comparación del precio mundial y el precio interior vigente antes del comercio indica si un país tiene una ventaja comparativa en la producción de un bien. El precio del interior refleja el costo de oportunidad, nos dice a cuanto debe renunciar el país para conseguir cada unidad de ese bien.

¿Quiénes ganan y quienes pierden con el comercio?

- **Las ganancias y pérdidas de un país exportador.**

Según las ganancias y pérdidas de un exportador (excedente), si el precio de mundial es mayor al interior, no todos se benefician, los consumidores interiores ven afectado su bienestar, los vendedores.

- **Las ganancias y pérdidas de un país importador.**

Si el precio interior es superior al precio mundial, se ven afectados los vendedores y ganan los consumidores.

El comercio beneficia a todo el mundo, las ganancias son superiores a las perdidas, aunque se puede agrandar la tarta económica, se puede recibir una porción más pequeña.

Los efectos del arancel

Arancel: impuesto sobre los bienes producidos en el extranjero y vendidos en el interior.

Por ende, si un país es exportador el arancel no tendría efecto.

El arancel trata de igualar el precio del exterior al interior, tratando de beneficiar a los oferentes.

Los efectos un contingente sobre las importaciones.

Contingente sobre las importaciones: limitación de la cantidad de un bien que puede producirse en el extranjero y venderse en el interior.

Contingente = restricción.

El arancel trata de llevar un equilibrio entre los extranjeros y los internos del país, poniendo límites a las importaciones que ingresan. Se restringe vendiendo licencias de importación.

Tanto los aranceles como los contingentes sobre las importaciones elevan el precio interior del bien, reducen el bienestar de los consumidores interiores, aumenta el bienestar de los productores interiores y provocan pérdidas irreversibles de eficiencia.

Argumentos a favor de la restricción del comercio:

- **El argumento de los puestos de trabajo:** si bien el comercio internacional reduce los puestos de trabajo en la industria interior, este crea nuevos puestos de trabajo.
- **El argumento de la seguridad nacional:** un país al comercializar puede depender de otra nación, respecto de algún bien o servicio, si ese país entrara en conflicto, la seguridad nacional sería de vital importancia.
- **El argumento de la industria naciente:** protegen a la industria nacional hasta ser lo suficientemente fuerte para sobrevivir.
- **El argumento de la competencia desleal:** esto se da en realidad cuando una empresa puede llegar a monopolizarse.
- **El argumento de la utilización de la protección de las negociaciones:** la amenaza de una restricción comercial puede ayudar a eliminar una restricción ya impuesta por un gobierno extranjero. El problema de esta estrategia de negociación se halla en que la amenaza puede no dar resultado. Se puede llevar a cabo su amenaza y aplicar la restricción comercial, lo que reducirá su propio bienestar económico, o puede dar marcha atrás en su amenaza, lo que le llevaría a perder prestigio en los asuntos internacionales.

Capítulo 10: las externalidades.

Externalidad: influencia de las acciones de una persona en el bienestar de otra.

El punto de equilibrio no es suficiente para ver los efectos externos, ya que solo controla al precio y la cantidad de equilibrio.

Las externalidades son consecuencias negativas o positivas que afectan a los que no participan directamente del mercado, son efectos secundarios, son costos sociales.

- Ejemplo de externalidades positivas:

Edificios históricos, investigación de nuevas tecnológicas, etc.

- Ejemplo de externalidades negativas:

Los gases de los automóviles, ladridos de perros, tóxicos emitidos por las industria, etc.

El estado puede influir en las externalidades interfiriendo para regularlas y dar un mejor bienestar a la población.

Internalización de una externalidad: es la alteración de los incentivos de tal manera que las personas tengan en cuenta los efectos externos de sus actos, para que así recapaciten de lo que hacen.

Si es negativa la externalidad la cantidad óptima debe ser menor a la cantidad de mercado (esto es el valor social).

Si es positiva la externalidad la cantidad optima de debe ser mayor a la cantidad de mercado.

Soluciones para las externalidades

- Códigos morales y sanciones sociales. Ejemplo: no hagas, lo que no te gustaría que te hicieran a ti.
- Instituciones benéficas.
- Mercado privado: integración de diferentes negocios, contratos de mutua ayuda.
- **Teorema de Coase.**

Este sugiere que si las externalidades son proposición según de la cual si las partes privadas pueden negociar sin ningún costo sobre la asignación de los recursos, pueden resolver por sí solas el problema de las externalidades.

¿Por qué no siempre dan resultados las soluciones privadas?

- Por el coste de transacción que el costo en que incurren en el proceso de ponerse de acuerdo y de velar por su cumplimiento.
- Por el rompimiento de las negociaciones.
- Soluciones publicas para las externalidades.
- Regulación: exigiendo o prohibiendo ciertas conductas.
- Los impuestos y las subvenciones pigovianas.

Impuesto pigoviano: impuesto aprobado para corregir los efectos de una externalidad negativa.

Si la externalidad fuese positiva el gobierno puede también puede subvencionarlas para que así ayuden a la población.

Los permisos transferibles de contaminación:

Si me dan dinero puede ceder, para resolver otros problemas, quizás más graves.

Capitulo 11: los bienes públicos y los recursos comunes.

Diferentes tipos de bienes:

Bien excluible: un bien es excluible cuando es posible impedir que lo utilice una persona.

Bien rival: un bien es rival cuando su uso por parte de una persona reduce su uso por parte de otra.

Los bienes privados son tanto excluibles como rivales.

Los bienes públicos no son ni excluibles, ni rivales.

Los recursos comunes son rivales pero no excluibles.

Cuando un bien es excluible pero no rival, se dice que hay monopolio natural.

El problema del parásito.

Parásito: persona que recibe el beneficio de un bien pero evita pagarlo.

Algunos bienes públicos importantes:

- La defensa nacional: la defensa del país de los agresores extranjeros es el ejemplo clásico de bien público, también es el más caro.
- La investigación básica: la creación de conocimientos es un bien público. Si un matemático demuestra un nuevo teorema, este entra al acervo general de conocimientos que pueden ser utilizados gratuitamente por cualquiera. Los conocimientos tecnológicos específicos son excluibles (por el sistema de patentes), mientras que los conocimientos generales no lo son.
- Los programas de la lucha contra la pobreza: los defensores de los programas de la lucha contra la pobreza sostienen que esta es un bien público.

La difícil labor del análisis costo-beneficio.

El estado suministra bienes públicos porque el mercado privado no produce por su cuenta una cantidad eficiente. Debe decidirse entonces el tipo de bienes públicos que va a suministrar, así como las cantidades. Para esto debe hacerse una análisis de costo-beneficio esto es el estudio que compara los costos y los beneficios que tiene para la sociedad la provisión de un bien público.

Los recursos comunes.

Tragedia de los bienes comunales: parábola que muestra por qué los recursos comunes se utilizan más de lo deseable desde el punto de vista de la sociedad en su conjunto.

Cuando una persona utiliza un recurso común, reduce su uso por parte de otra, como consecuencia esta externalidad negativa, los recursos tienden a utilizarse excesivamente. El estado puede resolver el problema reduciendo su uso por medio de la regulación o de impuestos. A veces también puede convertir el recurso común en un bien privado.

Algunos recursos comunes importantes: el aire y el agua limpios, los yacimientos de petróleo, las carreteras congestionadas, los peces, las ballenas y otras especies salvajes.

Capítulo 12: la elaboración del sistema tributario. Este debe ser eficiente y equitativo.

Déficit presupuestario: exceso del gasto público sobre los ingresos del Estado.

Superávit presupuestario: exceso de ingresos del Estado sobre los gastos públicos.

Tipo impositivo medio: impuestos totales pagados divididos por la renta total.

Tipo impositivo marginal: impuestos pagados por un dólar adicional de renta.

Impuesto de cuantía fija: impuesto que es de la misma cuantía para todas las personas.

Principio de los beneficios: idea según la cual los individuos deben pagar unos impuestos basados en los beneficios que reciben de los servicios públicos.

Principio de la capacidad de pago: idea de que los impuestos deben establecerse de tal forma que cada persona pague de acuerdo con la medida que puede soportar la carga.

Equidad vertical: idea de que los contribuyentes que tienen una capacidad mayor de pagar impuestos deben pagar mayores cantidades.

Equidad horizontal: idea de que los contribuyentes que tienen una capacidad similar para pagar impuestos deben pagar la misma cantidad.

Impuesto proporcional: impuestos por el que los contribuyentes de renta alta y de renta baja pagan la misma proporción de la renta.

Impuesto regresivo: impuesto por el que los contribuyentes de renta alta pagan una proporción menor de su renta que los contribuyentes de renta baja.

Impuesto progresivo: impuesto por el que los contribuyentes de renta alta pagan una proporción mayor de su renta que los contribuyentes de renta baja.

Los impuestos tienen dos costos:

- El primero es la distorsión que introducen a la asignación de los recursos al alterar los incentivos y la conducta.

- El segundo es la carga administrativa del cumplimiento de la legislación tributaria.

Según el principio de los beneficios es justo que los individuos paguen unos impuestos basados en los beneficios que reciben del estado.

Según el principio de pago, es justo que los individuos paguen unos impuestos basados en su capacidad de para abordar la carga financiera.

Cuando consideran la posibilidad de modificar la legislación tributaria, los responsables de la política tributaria suelen enfrentarse a una disyuntiva entre la eficiencia y la equidad.

Capitulo 13: los costos de producción.

En este capitulo se examina la conducta de la empresa más detalladamente. Se presenta la economía llamada **organización industrial**, que es el estudio del modo en que las decisiones de las empresas sobre los precios y las cantidades dependen de la situación del mercado.

Para estudiar la organización industrial, tomamos como punto de partida los costos de producción.

Para comprender las decisiones que toma, debemos comprender lo que trata de hacer. Los economistas suponen que el objetivo de una empresa es maximizar los beneficios.

De esto nacen los siguientes conceptos:

- **Ingreso total:** cantidad que recibe una empresa por la venta de su producción.
- **Costo total:** cantidad que paga una empresa para comprar los factores de producción.
- **Beneficio:** ingreso total menos costo total.

Los costos concebidos como costos de oportunidad.

Una empresa puede tener costos **explícitos** que son los costos que forman parte de la empresa, o puede tener costos **implícitos** que son los costos que no forman parte de la empresa.

Ejemplo de costo explícito: costos como salarios.

Ejemplo de costo implícito: por cada hora que se trabaja, se pierde en trabajar en algo mejor remunerado o en descansar.

Diferencia de cómo ven los costos los economistas y los contables.

Economistas	Contables
Estos ven los costos explícitos e implícitos.	Estos ven solo los costos explícitos.

El costo de capital concebido como un costo de oportunidad.

Un importante costo implícito de casi todo negocio es el costo de oportunidad del capital financiero que se ha invertido en él.

Ejemplo: si yo invierto para comenzar mi negocio \$1.000.000, pierdo haber ganado por interés \$150.000 que me hubiese dado una cuenta de ahorro al depositar la misma suma, un economista considera esto como un costo implícito, sin embargo su contable no reflejara estos \$150.000 como un costo, ya que no sale dinero de la empresa para pagarlo.

Diferencia de cómo ven los beneficios económicos y contables entre los economistas y los contables.

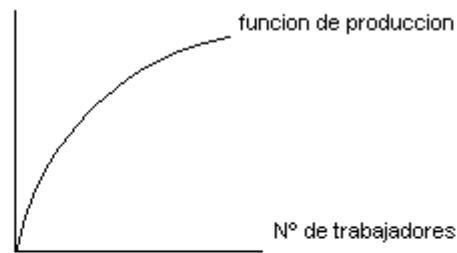
Economistas	Contables
El beneficio económico es el ingreso total menos los costos de oportunidad de la producción.	El beneficio contable es el ingreso total menos los costos explícitos de la producción

La producción y los costos

La función de producción: relación de la cantidad de factores utilizados para producir un bien y la cantidad producida de ese bien.

Producto marginal: aumento que experimenta la producción con una unidad adicional de factor. Cuando se incrementa el número de trabajadores, la producción aumenta, hay que tener en cuenta que a medida se incrementan el número de trabajadores el producto marginal disminuye. Esta propiedad se denomina producto marginal decreciente.

cantidad de produccion



La pendiente de la funcion de produccion mide el producto marginal de un trabajador.

producto marginal decreciente: propiedad según la cual el producto marginal de un factor disminuye conforme se incrementa su cantidad.

coste total



Una curva de costo total muestra la relacion entre la cantidad producida y el costo total. la curva de costo total es cada vez mas inclinada a medida que aumenta la cantidad de produccion debido al producto marginal decreciente.

Las distintas medidas del costo

El costo total de una empresa refleja la función de producción.

Costos fijos: costos que no varían cuando varía la cantidad de producción.

Costos variables: costos que varían cuando varía la cantidad producida.

El costo medio y marginal

Cuando una empresa decide cuánto va a producir debe hacerse dos preguntas:

¿Cuánto cuesta hacer un bien?

Para hallar el costo de la unidad representativa, se utiliza el costo total medio, que es el costo total dividido por la cantidad de producción.

El costo total medio también puede expresarse como la suma de el costo fijo medio y el costo variable medio.

Costo fijo medio: costos fijos divididos por la cantidad de producción.

Costo variables medio: costo variable dividido por la cantidad de producción.

El costo total medio no nos dice cuánto variara el costo total cuando la empresa altere su nivel de producción.

¿Cuánto cuesta aumentar la producción en una unidad más?

Esto se ve por intermedio del costo marginal que es el aumento que experimenta el costo total cuando se produce una unidad más.

Las curvas de costos y su forma.

El costo marginal decreciente: aumenta cuando se incrementa la cantidad producida, debido a la propiedad del producto marginal decreciente, por lo tanto es una recta con pendiente positiva.

El costo total medio en forma de U: el costo total medio es la suma del costo fijo medio y el costo variable medio.

El costo fijo medio disminuye cuando aumenta la producción porque el costo fijo se reparte entre un número mayor de unidades; el costo variable medio aumenta cuando se incrementa la producción por el producto marginal decreciente, por lo tanto tiene forma de U el costo

total medio porque refleja las curvas de costo fijo medio y costo variable medio. El fondo de la U es la cantidad que minimiza el costo total medio, esta cantidad se llama **escala eficiente**.

Relación entre el costo marginal y el costo total medio.

La curva de costo marginal corta a la curva de costo total medio en la escala eficiente, este punto de intersección es el punto mínimo del costo total medio.

Los costos a largo plazo: estos se ven en las siguientes definiciones.

Economías de escalas: propiedad según la cual el **costo total medio** a largo plazo disminuye conforme se incrementa la cantidad de producción.

Deseconomías de escala: propiedad según la cual el **costo total medio** a largo plazo aumenta conforme se incrementa la cantidad de producción.

Rendimientos constantes de escala: propiedad según la cual el **costo total medio** a largo plazo se mantiene constante cuando varía la cantidad de producción.

Muchos costos son fijos a largo plazo, por lo que cuando la empresa altera su nivel de producción, el costo total medio puede aumentar más a corto plazo que a largo plazo.

El objetivo de una empresa a largo plazo es disminuir sus costos variables más que sus costos fijos.

Capítulo 14: las empresas de los mercados competitivos

“LA COMPETENCIA MONOPOLISTICA”

Introducción

- Un mercado es competitivo si cada uno de los compradores o de los vendedores son pequeños en comparación con el tamaño del mercado y tienen poca capacidad para influir en este, cada uno de los “vendedores” y “consumidores” son denominados **precio-aceptantes**.
- Una empresa influye en el mercado cuando esta tiene el llamado **poder de mercado**.

Competencia

Un mercado es perfectamente competitivo cuando tiene una serie de características como:

- **muchos compradores y vendedores**
- **los bienes ofrecidos por los distintos vendedores son en gran medida idénticos**
- **Las empresas no incurrir en ningún factor para determinar el precio del mercado y la venta o compra es influyente.**
- **Las empresas pueden salir libremente de este.**

Ingreso de una empresa competitiva:

Hay que tener claro que las empresas tratan de maximizar los beneficios pero para hacerlo, debemos analizar detalladamente los ingresos y los costes de esta.

Maximización de beneficios = Ingreso total - Costo total

Para sacar el ingreso es importante tener claros conceptos claves como:

Ingreso medio: es el encargado de indicar cuanto ingreso se tiene por cada unidad vendida y matemáticamente se puede resumir como:

El ingreso medio = Ingreso total / por la Cantidad vendida o producida.

- EL PRECIO MEDIO ES IGUAL AL PRECIO DE UN BIEN.

Ingreso marginal: es la variación que experimenta el ingreso total como consecuencia de la venta de cada unidad de producción.

- EN LAS EMPRESAS **COMPETITIVAS** EL INGRESO MARGINAL ES IGUAL AL PRECIO DE UN BIEN.

Formulario:

PRECIO: **P**

CANTIDAD: **Q**

INGRESO TOTAL: **IT = P * Q**

COSTO TOTAL: **CT**

BENEFICIOS: **IT = CT**

INGRESO MARGINAL: VARIACIÓN **IT** / VARIACIÓN **Q** (CANTIDAD)

COSTE MARGINAL: VARIACIÓN **CT** / VARIACIÓN **Q** (CANTIDAD)

La maximización de los beneficios y la curva de oferta de la empresa competitiva.

- Cuando los **ingresos marginales** > **costes marginales**, → se aumenta la cantidad producida → hay mas beneficios.
- Si el **ingreso marginal** < **coste marginal** → se debería reducir la producción para aumentar los beneficios.

La curva de coste marginal y la decisión de oferta de la empresa:

Análisis de maximización de los beneficios en la mayoría de las empresas su grafico se ve así:

- La curva coste marginal **CM** tiene pendiente +.
- la del coste total medio **CTMe** tiene forma en U.
- La curva de coste marginal **CM** corta a la del coste total medio **CTMe** por un pto. Mínimo. Y al ser interceptadas con el precio, forman un punto que nos muestra la **Q** maximizadora del mercado.
- El precio es una línea horizontal porque todos son precio-aceptantes.
- El precio **P** = al ingreso medio **IMe** = ingreso marginal **IM**.

- **Por lo tanto se deduce, que cuando se sube el precio, la cantidad maximizadora. Sube, y como la curva de coste marginal de una empresa determina la cantidad ofrecida un precio cualquiera, en este caso la curva de coste marginal es también considerada como la curva de oferta de la empresa competitiva.**

La decisión a corto plazo de cerrar

Un cierre: se refiere a la decisión a corto plazo de cerrar

Y la salida: se refiere a la decisión a largo plazo de abandonar el mercado

- **Si una empresa cierra temporalmente no puede evitar sus costes fijos y pierde los beneficio sus Costos son IRRECUPERABLES, ya que no estaría produciendo, en cambio la empresa que se sale... puede ahorrar todos esos costos fijos y volver a “batalla”, incluso ahorrando también sus costos variables.**

Se deduce que una empresa cierra si:

- $\text{INGRESO TOTAL} < \text{COSTO VARIABLE}$
- $\text{INGRESO TOTAL} / \text{CANTIDAD} < \text{COSTO VARIABLE} / \text{CANTIDAD}$
- $\text{PRECIO} < \text{COSTO VARIABLE MEDIO}$.

Costes irrecuperables: costos que ya se han comprimido y que no pueden recuperarse., es lo contrario al coste de oportunidad, este no puede evitarse.

Decisión de salir a largo plazo

Es similar a la decisión de cerrar, si la empresa sale, pierde todo el ingreso derivado de la venta de sus productos, aunque ahorra todos sus COSTOS FIJOS Y VARIABLES.

Por lo tanto una empresa sale sí:

Todo el ingreso que obtendrá produciendo es $<$ que sus costos totales.

SE DEDUCE ENTONCES QUE UNA EMPRESA CIERRA SÍ:

- Su ingreso total es $<$ costo total
- Su ingreso total / cantidad $<$ costo total / cantidad
- Si su Precio es $<$ que el costo total medio.

Si La curva de oferta a corto plazo de la empresa competitiva es la curva de coste marginal y esta, está situada por encima del coste variable medio.

Observación:

Si el precio baja y es inferior al coste variable medio entonces la empresa mejora su situación cerrando.

NOTA:

UTILIDAD ES IGUAL A DECIR BENEFICIOS

Ahora, sí: la curva de oferta a largo plazo de la empresa competitiva esta puede ser considerada como el segmento de la curva de coste marginal situado por encima del coste medio.

Observación:

Si el precio baja y es inferior al coste total medio, entonces la empresa mejora su situación saliendo del mercado.

Medición grafica de beneficios:

Recordamos las siguientes formulas:

- $U = IT - CT$

Esta también puede expresarse multiplicándose por Q como:

- $U = (IT / Q - CT / Q) * Q$

Pero si sabemos que $IT / Q = AL$ ITMe (ingreso total medio) y eso es igual al precio... y también que CT / Q es igual CTMe (costo total medio), por lo tanto:

- $U = (P - CTMe) * Q$

POR LO TANTO CON NUESTRA ULTIMA FORMULA PODREMOS SACAR NIVEL DE BENEFICIOS

CASO A

La empresa tiene utilidades o beneficios y esta debe seguir en el Mercado o entrar en él.

CASO B

No hay ni entradas ni salidas de dinero... la utilidad se mantiene nula
→ beneficio también

La empresa tiene utilidades negativas por lo tanto conviene que se retire del mercado o cierre.

CASO C

La curva de oferta en un mercado competitivo:

Se examinan en dos casos, relacionados con el periodo de tiempo en que se encuentren:

- En un mercado que hay un número fijo de empresas
- Un mercado en que las empresas pueden variar algunas salen y otras entran.

A corto plazo:

La oferta del mercado cuando el número de oferta es fijo.

- La cantidad de producción ofrecida es igual a la suma de las cantidades del mercado y para hallar la curva de oferta se suman también todas estas cantidades.

A largo plazo:

La oferta del mercado cuando hay entrada o hay salida:

- Si todas tiene la misma tecnología para producir un bien... entonces todas las empresas (incluso las potenciales) tienen el mismo costo.

Las decisiones de entrar o salir de un mercado tienen que ver con el tipo de incentivos que tengan las empresas y los empresarios.

Ahora:

Si las empresas son rentables → hay incentivo para entrar.

En cambio, si las empresas que están en los mercados están experimentando pérdida en sus beneficios, las personas existentes en el mercado lo abandonan.

Es importante decir que:

- El proceso de entrada y salida solo concluye cuando el precio y el costo medio son iguales.
- cuando hay equilibrio en un mercado competitivo se muestra eficiencia

(APUNTE DE CLASE. IMPORTANTE)

La diferencia entre el corto y el largo plazo es, según el Pto. De vista económico cuando el:

Largo plazo los costos fijos se transforman en costos variables

Y en Corto Plazo los costos están definidos por las existencias de costos variables.

Resumen: Las empresas pueden salirse del mercado, solo a largo plazo.

Un desplazamiento de la demanda a corto y largo plazo.

- La respuesta de un mercado a la variación de dda. Depende del horizonte temporal. A corto plazo un aumento de la dda. Eleva

los precios y genera beneficios y una reducción disminuye precios y provoca pérdidas.

- A largo plazo la demanda se ajusta para quedar en equilibrio

Capítulo 15: el monopolio

Mientras que una empresa competitiva es **precio-aceptante**, una empresa monopolística es un **precio-decisor**.

En una empresa competitiva los precios son iguales al costo marginal.
En una empresa monopolística los precios son superiores al costo marginal.

Los monopolios no pueden cobrar un precio demasiado elevado, porque no pueden conseguir el nivel de beneficio deseado, ya que reducen la cantidad de personas que pueden acceder al producto.

Empresas monopolísticas o competitivas tienen el mismo objetivo "maximizar sus beneficios".

Empresa competitiva	Empresa monopolística
---------------------	-----------------------

Tiene un bienestar económico general, dado por la “mano invisible”.	No tienen el freno de la competencia, la sociedad no tiene el resultado más conveniente.
---	--

Una empresa es monopolio cuando es la única que vende un producto y si este no tiene sustitutos cercanos.

Las empresas son monopolios porque no tienen quien pueda entrar en su mercado.

Barreras de entrada de un monopolio

- Propiedad exclusiva de un bien.
- Si el gobierno concede derechos exclusivos.
- Los costos de producción son más eficientes con un único productor.

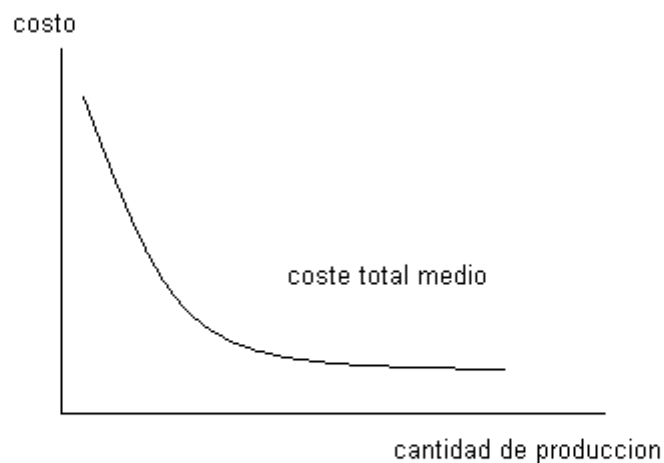
Monopolios creados por los gobiernos

Estos a veces surgen, porque el Estado concede permisos exclusivos, esto trae beneficios y costo.

Beneficio	Costo
Incentiva las actividades creativas.	El precio monopolístico.

Los monopolios naturales: monopolio que surge porque una única empresa puede ofrecer un bien o un servicio con menos costos que dos o más empresas.

El monopolio natural tiene la propiedad de tener una economía de escala , si aumenta el numero de empresas, es menor el nivel de producción por empresa y mayor el costo total medio.



cuando la curva de costo total medio de una empresa desciende continuamente, ésta tiene lo que se llama un monopolio natural.

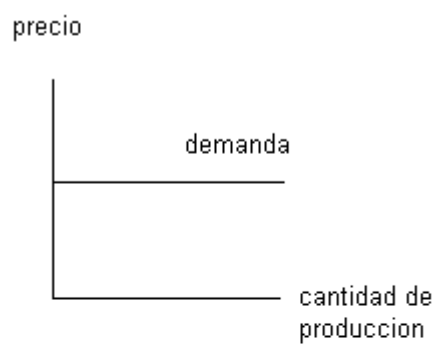
Cuando una empresa tiene un monopolio natural le preocupa menos que entren otras empresas, ya que los aspirantes saben que no pueden conseguir los mismos bajos costos que el monopolista.

A medida que el mercado se expande, un monopolio natural puede convertirse en un mercado competitivo, porque hay veces que el monopolio no da abasto.

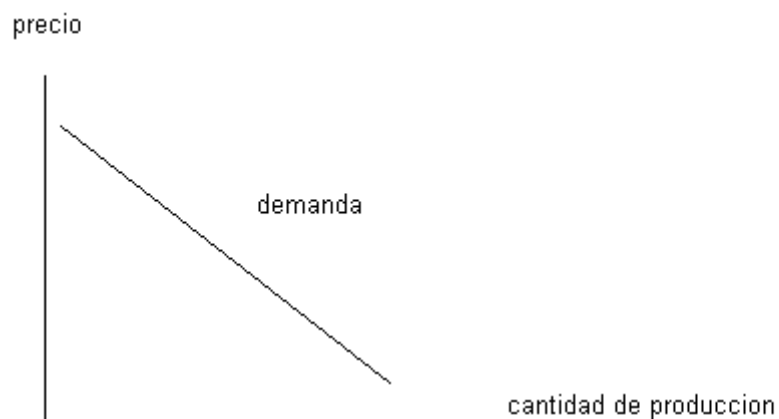
Como toman los monopolios sus decisiones de producción y de precios.

Monopolio frente a la competencia.

Esto se puede explicar con la curva de demanda:



empresas monopolisticas son precio-aceptantes, es un curava horizontal, se puede vender todo lo que se quiera a un precio.



cuando una empresa es monopolistica se enfrenta a curva de pendiente negativa, tien que aceptar un precio más bajo si quiere vender más producción.

el punto que se debe elegir dentro de la curva de demanda lo indica el ingreso.

El ingreso de un monopolio

El ingreso marginal de un monopolista siempre es menor que el precio de un bien, porque este se enfrenta a una curva de demanda de pendiente negativa.

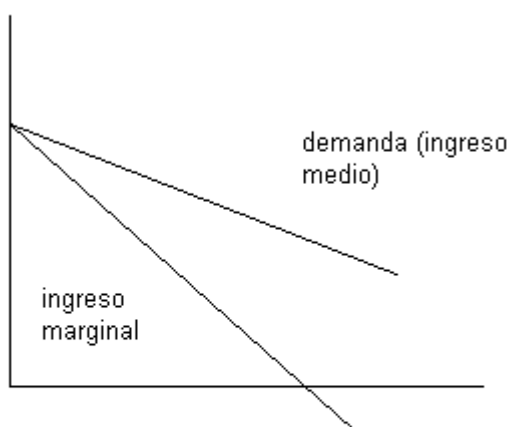
Nota: en un mercado competitivo su ingreso marginal es igual al precio de su bien.

Cuando un monopolio incrementa su producción en una unidad, debe bajar los precios de cada unidad y esto reduce su ingreso.

El ingreso marginal del monopolista es muy diferente al ingreso marginal de las empresas competitivas. Cuando un monopolio aumenta la cantidad que vende, produce dos efectos en el ingreso total:

Efecto-producción: se vende más producción, por lo que Q es mayor.

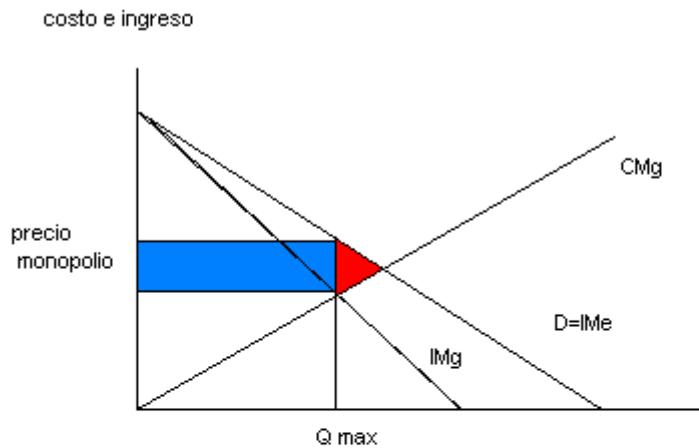
Efecto-precio. El precio baja, por lo que P es menor, conforme la cantidad aumenta.



el ingreso marginal del monopolista es menor que el precio del bien, por lo tanto la curva de ingreso marginal del monopolio se encuentra por debajo de su curva de demanda.

nota: como su precio en una empresa competitiva es igual al a su ingreso medio, la curva de demanda también es su ingreso medio.

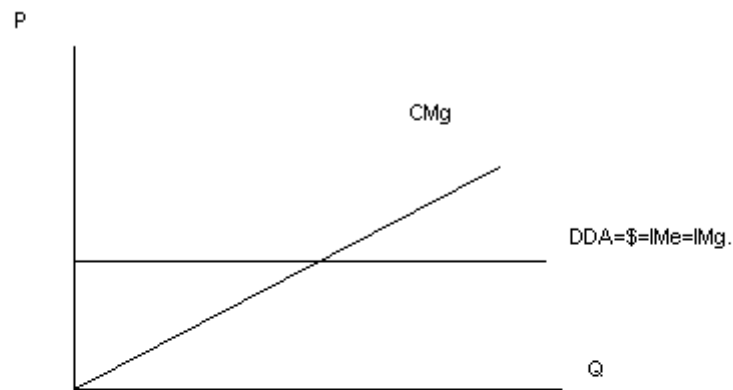
La maximización de los beneficios



donde $CMg=IMg$ producción máxima del monopolio. Desde este punto la curva de demanda determinará el precio monopolístico, coherente con esa cantidad

- beneficio monopolístico
- pérdida irrecuperable de eficiencia, costo social

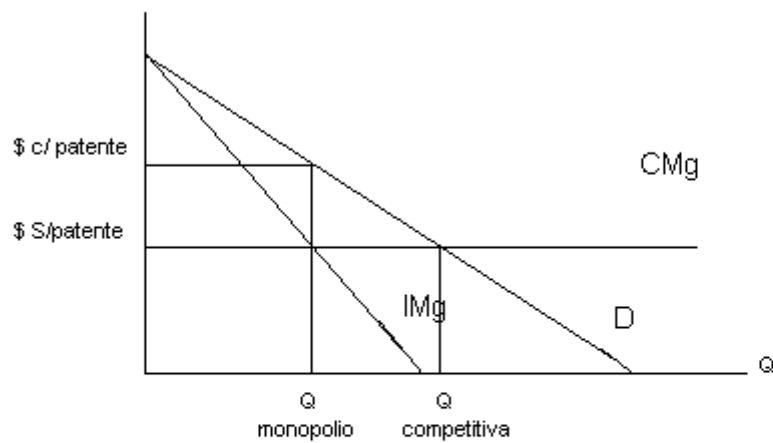
Tanto las empresas competitivas como las empresas monopolísticas maximizan sus beneficios donde el IMg es igual al CMg , la diferencia se encuentra en que la empresa monopolística tiene el $precio > CMg$ y la empresa competitiva tiene el $precio = CMg$.



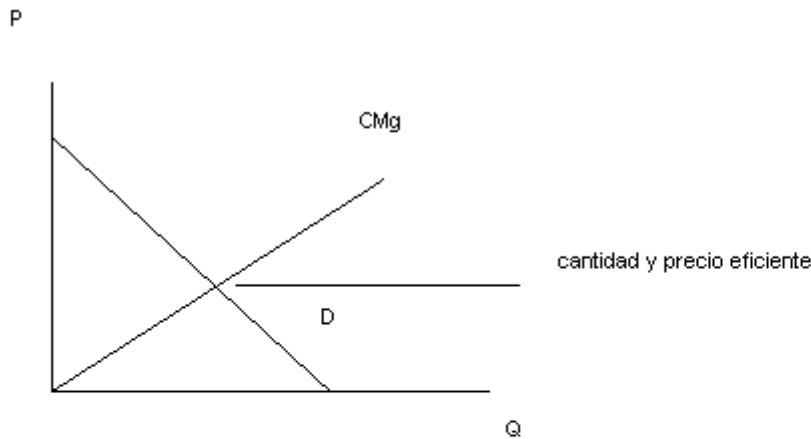
nota: bajo competencia perfecta el precio surge de la oferta y la demanda, donde la curva de demanda intersecta al CMg .

Caso practico:

costo e ingreso.



Perdida irrecuperable de eficiencia.



aquí se muestra donde no hay pérdida de eficiencia, el gráfico donde se muestra la pérdida de eficiencia es el gráfico de la maximización de beneficios del monopolista, en este mismo capítulo.

Beneficios del monopolio

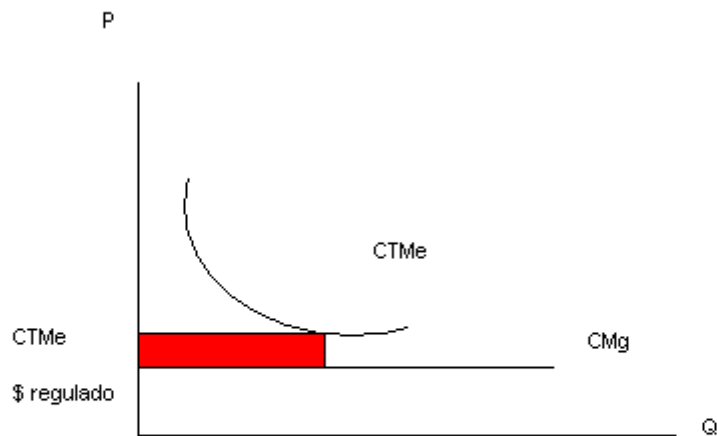
El monopolio no afecta el excedente total, no representa una reducción de la tarta económica el beneficio monopolístico, hay una disminución de la parte de los consumidores, y hay un aumento de la parte de los productores.

El mercado monopolístico produce y vende una cantidad inferior a la que maximiza el excedente total.

Actitud de los poderes públicos hacia los monopolios:

- Aumento de la competencia por medio de de leyes antimonopolio: permite impedir las fusiones de empresas o dividir las que considere que tienen demasiado poder de mercado, para ello hay que hacer un análisis costo-beneficio.
- Regulación: regular el precio por intermedio de organismos públicos.

Por ejemplo:



un monopolio natural tiene un costo total medio decreciente esto es $CMg < TMe$, si el Estado fija un precio igual al costo marginaly ese precio es menor que el costo total medio la empresa perdera dinero, para ello existe la solución de subvencionar a la empresa.

- Propiedad pública: estatizar los servicios como públicos.
- simplemente no hacer nada.

Discriminación de precio: vender el mismo bien a precio diferentes a los distintos clientes. (esto no es aplicable a una empresa de mercado competitivo).

La discriminación de precios no tiene pérdida de eficiencia.

Discriminación perfecta de los precios: situación en la que el monopolista conoce exactamente la disposición a pagar de cada cliente y puede cobrarle un precio diferente.

Ejemplos de discriminación de precios:

- Las entradas de los cines.
- Los recios de las líneas aéreas.
- Los vales de descuento.

- La ayuda financiera.
- Los descuentos basados en la cantidad comprada.

Capítulo 16: el oligopolio

Las empresas que tienen competidores, pero no enfrentan tanta competencia como para ser precio-aceptante, son los oligopolios, a esta situación los economistas le llaman **competencia imperfecta**.

Existen dos tipos de competencia imperfecta:

Oligopolio: estructura del mercado en la que solo unos cuantos vendedores ofrecen productos similares o idénticos.

Competencia monopolística: estructura del mercado en la que muchas empresas venden productos similares pero no idénticos.

Monopolísticamente competitivo: muchas empresas venden productos diferenciados.

Mercado perfectamente competitivo: muchas empresas venden productos idénticos.

Característica del oligopolio: existe la tensión entre la cooperación y el interés personal.

La competencia, los monopolios y los cárteles.

Ejemplo del mercado de un bien X

- En un mercado competitivo:

Costo marginal = \$, por lo tanto en condiciones de competencia el precio nos daría el costo de producir el bien X y tendríamos una cantidad eficiente.

- En un monopolio:

El $P > C_{mg}$ por lo tanto el resultado sería ineficiente.

- En un duopolista (caso de dos oligopolistas)

Estos podrían hacer una colusión, que es el acuerdo entre las empresas de un mercado sobre las cantidades que van a producir y los precios que van a cobrar y además podrían hacer un cártel, esto es un grupo de empresas que actúan como un unísono. Por lo tanto el

duopolio actuaría como monopolio maximizando los beneficios totales que pueden obtener los productores, una vez más, el precio sería superior al costo marginal, por lo que el resultado sería ineficiente.

El equilibrio en el caso del oligopolio.

A los oligopolistas les gustaría formar cárteles y obtener beneficios monopolísticos, a menudo no es posible, ya que la legislación antimonopolio prohíbe los acuerdos explícitos entre los oligopolistas.

Si los oligopolistas deciden por separado la cantidad que van a producir, se esperaría que llegaran igualmente a un resultado de monopolio, sin embargo, en ausencia de acuerdo vinculante, es improbable que se llegue a dicho resultado. A lo que se podría llegar es un equilibrio de Nash, que es la situación en que los agentes económicos interactúan entre sí y eligen la mejor estrategia, dadas las estrategias que han elegido los demás. Aunque los oligopolistas mejorarían su situación cooperando y alcanzando el resultado monopolístico.

Nota: en el oligopolio el aumento de la cantidad producida reduce el precio del bien, al igual que en el monopolio.

El precio del oligopolio es más bajo que el del monopolio, pero más alto que el competitivo.

Como afecta al resultado del mercado el tamaño de un oligopolio.

Esto depende del efecto-producción o efecto-precio.

- Efecto-producción: como el precio es superior al costo marginal, la venta de una unidad más elevará los beneficios.
- Efecto-precio: el aumento de la producción elevará la cantidad total vendida, lo que reducirá el precio del bien y los beneficios generados por los bienes vendidos.

Efecto-producción > efecto-precio se aumentará la producción y viceversa no lo aumentará.

A medida que aumenta el oligopolio, disminuye el efecto-precio, cuando el oligopolio es muy grande, el efecto-precio desaparece, quedando solo el efecto-producción.

Por lo tanto a medida aumenta el numero de vendedores de un oligopolio, este se parece mas a un mercado competitivo. El precio se aproxima al costo marginal y la cantidad producida se aproxima a la cantidad socialmente eficiente.

	confesar	No confesar
Confesar	8 años para cada uno	Bonnie 20 años de condena y Clyde sale libre
No confesar	Bonnie sale libre y Clyde 20 años de condena.	1 año para cada uno.

Teoría de los juegos: estudio del comportamiento de los individuos en situaciones estratégicas.

Dilema del prisionero: “juego” entre dos prisioneros capturados que muestra por qué es difícil mantener la cooperación incluso cuando es mutuamente beneficiosa

Decisión de bonnie

Decisión de Clyde

Estrategia dominante: estrategia que es mejor para un jugador de un juego independiente de las que hayan elegido los demás.

Otros ejemplos del dilema del prisionero: la carrera armamentista, la publicidad, los recursos comunes.

El dilema del prisionero muestra lo difícil que es mantener la cooperación ¿Qué los oligopolios no se cooperen es beneficioso para la sociedad?

Cuando los oligopolistas no cooperan es mejor para la sociedad porque maximiza el excedente total, acercándose mas al nivel optimo.

La actitud de los poderes públicos hacia los oligopolios.

El Estado debe incentivar a los oligopolistas a competir en lugar de cooperar.

Esto lo hacen por intermedio de:

La restricción del comercio y la legislación antimonopolio: son leyes que impiden la fusión de empresas, para que estas no tengan un excesivo poder de mercado.

Controversias sobre la política antimonopolio.

- El mantenimiento de los precios de reventa:

Se dice que infringe la legislación porque los minoristas no pueden competir por medio del precio, aunque los economistas discrepan dicen que el poder de mercado lo puede tener el oligopolio por intermedio del precio al por mayor y no por el precio de reventa, lo que asegura también que todos recibamos un buen servicio, y no que los minoristas para ganar mas bajen la calidad del bien o servicio.

- La fijación depredadora de los precios:

Estos es bajar los precios para eliminar a mi competidor, pero para que una guerra de precios expulse a un rival, deben fijarse precios inferiores al costo.

- La venta conjunta.

Esto es vender en conjunto dos bienes o servicios, aunque el comprador solo quiera comprar uno, el hecho de que estos vengan en conjunto lo obliga a comprar ambos, esta practica puede traer beneficios por lo que no esta claro que tenga una consecuencia negativa para la sociedad en su conjunto.

Capitulo 17: la competencia monopolística

Características de la competencia monopolística:

Muchos vendedores, diferenciación del producto (cada empresa produce un producto que al menos en algo se diferencia de los demás), libertad de entrada (el numero de empresas que hay en el mercado se ajusta hasta que los beneficios económicos son ceros).

Competencia monopolística: estructura del mercado en la que muchas empresas venden productos similares pero no idénticos.

Las empresas monopolísticas a largo plazo:

En un mercado monopolísticamente competitivo, cada empresa es en muchos aspectos un monopolio, la empresa monopolísticamente competitiva sigue la regla del monopolista para maximizar los beneficios: elige la cantidad con la que el ingreso marginal es igual al costo marginal y utiliza a continuación su curva de demanda para hallar el precio coherente con esa cantidad.

El equilibrio a largo plazo.

Cuando las empresas están obteniendo beneficios, entran más empresas, este aumento reduce la demanda de las empresas que ya se encuentran en el mercado, desplazando las curvas de demanda hacia la izquierda de las empresas que ya existen.

Si las empresas experimentan pérdidas, el incentivo es salir, al reducirse las empresas aumenta la demanda de las que se quedan en el mercado, las empresas que quedan obtienen mas beneficio(es decir, menos perdidas).

Resumiendo: $P > \text{costo marginal}$.

La maximización $IMg = CMg$

La curva de demanda hace que el ingreso marginal sea menor que el

Precio.

Al igual que en un mercado competitivo, el precio es igual al CTMe. Esto

se debe a que la libre entrada y salida reducen los beneficios económicos a cero.

Competencia monopolística frente a competencia perfecta.

Las empresas perfectamente competitivas producen a escalas eficientes, mientras que la monopolísticamente competitivas

producen una cantidad inferior. Se dice que estas empresas tienen un exceso de capacidad en condiciones de competencia monopolística. En otras palabras se dice que una empresa monopolísticamente competitiva, a diferencia de una empresa perfectamente competitiva, podría aumentar la cantidad que produce y reducir el costo total medio de producción.

El margen sobre el coste marginal:

Una empresa perfectamente competitiva el precio = coste marginal, los beneficios de una unidad adicional vendida es cero. Una empresa monopolísticamente competitiva $\text{precio} > \text{CMg}$, una unidad adicional vendida significa mas beneficio.

La competencia monopolística y el bienestar de la sociedad.

La externalidad relacionada con la variedad de productos: el consumidor obtiene un excedente por la introducción de un nuevo producto.

La externalidad relacionada con el robo de negocio: las empresas pierden clientes y beneficios por la introducción de nuevos productos.

Los mercados monopolísticamente competitivos no tienen todas las propiedades deseables del bienestar del mercado competitivo perfecto. Es decir, la mano invisible no garantiza que se maximiza el excedente total en condiciones de competencia monopolística.

El debate sobre la publicidad:

La crítica: sostiene que las empresas anuncian para manipular los gustos de los consumidores.

La defensa: las empresas la utilizan para transmitir información a los clientes.

Las marcas:

La crítica: sostienen que lleva a los consumidores a percibir diferencias que no existen.

La defensa según los economistas: la marca transmite al consumidor información sobre la calidad y estas dan un incentivo para mantener la calidad.