Capitulo 1 "Los diez principios de la economía"

Economía:

- Proviene de la palabra griega "el que administra el hogar"
- Es el estudio del modo en que la sociedad gestiona los recursos escasos.

La gestión de los recursos de la sociedad es importante por que éstos son escasos. La escasez significa que la sociedad tiene unos recursos limitados y, por lo tanto, no puede producir todos los bienes y servicios que los individuos desean tener.

Escasez: carácter limitado de los recursos de la sociedad

Los Diez Principios:

- **Como toman las decisiones los individuos?**

Una economía no es más que un grupo de personas que se interrelacionan en su vida diaria. Como su conducta refleja la conducta de los individuos que la componen, iniciamos el estudio de la economía con 4 principios por los que se rigen los individuos para tomar decisiones.

1. **Los individuos se enfrentan a disyuntivas:** Tomar decisiones es elegir entre 2 objetivos. La sociedad también se enfrenta a una disyuntiva entre la

a) **Eficiencia:** Propiedad según la cual la sociedad aprovecha de la mejor manera los rr.ee y se refiere al tamaño de la tarta económica.

b) **Equidad:** Propiedad según la cual la prosperidad económica se distribuye equitativamente entre los miembros de la sociedad y se refiere a cómo se reparte la tarta.

2. **El coste de una cosa es aquella a lo que se renuncia para conseguirla:** Los individuos deben comparar los costes para tomar decisiones y los beneficios de las distintas posibilidades.

Coste de Oportunidad: Es aquello a lo que debe renunciarse para obtener una cosa

3. **Las personas racionales piensan en términos marginales:** Término cambios marginales es usado por los economistas para describir los pequeños ajustes adicionales en un plan que ya existía.

Margen=borde: por lo que los cambios marginales son los ajustes que realizamos en los bordes de lo que hacemos.

Cambios marginales: Pequeños ajustes adicionales de un plan de acción.

Para tomar decisiones hay que comparar los beneficios marginales y los costes marginales. Los individuos y empresas pueden tomar mejores decisiones pensando en términos marginales. Una persona toma una decisión racional si y sólo si el beneficio marginal es superior al coste marginal.

4. **Los Individuos responden a incentivos:** Los individuos toman decisiones comparando los costes y los beneficios, su conducta puede cambiar cuando cambian los costes o los beneficios. Es decir, los individuos responden a incentivos.

- **Cómo interactúan los individuos**

Son 3 principios que se refieren a la forma en que interactúan los individuos

5. **El comercio puede mejorar el bienestar de todo el mundo:** Por competencia las empresas se ven beneficiadas. El comercio entre dos países puede mejorar el bienestar de los dos.

6. **Los mercados normalmente constituyen un buen mecanismo para organizar la actividad económica.**

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

La Mano Invisible (Smith): Smith afirma que los participantes en la economía son movidos por el interés personal y que "la mano invisible" del mercado lleva a este interés personal a promover el bienestar económico general.
Cuando un gobierno impide que los precios se ajusten a las condiciones naturales de la oferta y demanda, impide que la mano invisible coordine a los millones de hogares y empresas que constituyen la economía.
Este enunciado explica por qué los impuestos afectan negativamente a la asignación de los recursos: los impuestos distorsionan los precios y, por lo tanto, las decisiones de hogares y empresas.

Los precios reflejan tanto el valor que tiene un bien para la sociedad como el coste social de producirlo

7. **El estado puede mejorar a veces los resultados del mercado:** Existen dos grandes razones por las que el estado interviene en la economía: para fomentar la eficiencia y la equidad.

Fallos de mercado: Situación en la que un mercado no asigna eficientemente los recursos por si solo.

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**

8. **El nivel de vida de un país depende de su capacidad para producir Bienes y servicios.**

Productividad: Cantidad de bienes y servicios producidos con cada hora de trabajo

9. **Los precios suben cuando el gobierno imprime demasiado dinero**

Inflación: aumento del nivel general de precios de la economía

10. La sociedad se enfrenta a una disyuntiva a corto plazo entre la inflación y el desempleo

Curva de Phillips: Curva que muestra la disyuntiva o intercambio a corto plazo entre la inflación y el desempleo.

Cuando el gobierno reduce, por ejemplo, la cantidad de dinero, reduce la cantidad que gastan los individuos. Una disminución del gasto, junto con unos precios demasiado altos, reducen la cantidad de B y S que venden las empresas. Una disminución de las ventas lleva, a su vez, a las empresas a despedir trabajadores. Por lo tanto, la reducción de la cantidad de dinero eleva el desempleo temporalmente hasta que los precios se ajustan totalmente en respuesta al cambio.

Capitulo 2 "Pensar como un economista"

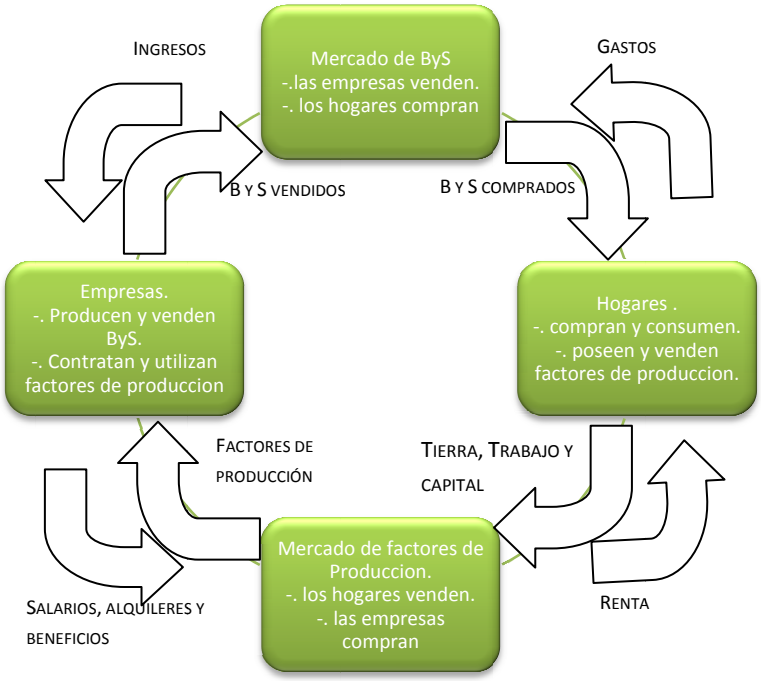
Modelos económicos:

- Formados por diagramas y ecuaciones
- Estos omiten muchos detalles para poder ver lo que es realmente importante
- Todos los modelos simplifican la realidad para comprenderla mejor

1er Modelo: Diagrama de Flujo Circular

- Modelo visual de la economía que muestra cómo fluyen los dólares por los mercados entre los hogares y las empresas.
- Hogares y empresas: Interactúan en 2 tipos de mercados.

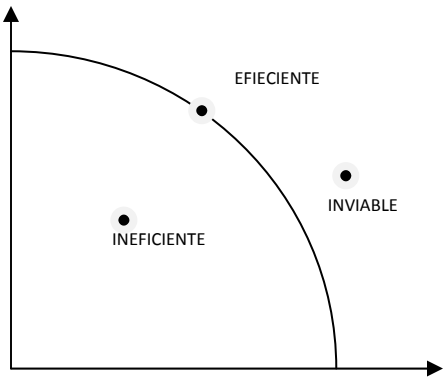
a) Mercado de Bienes y servicios-> hogares compran a empresas
b) Mercado de factores de producción->hogares venden a empresas



El circuito interior del diagrama representa los flujos de B y S entre los hogares y las empresas.
El circuito exterior del diagrama representa el flujo correspondiente de dólares.

2DO MODELO: LA FRONTERA DE POSIBILIDAD DE PRODUCCIÓN

Grafico que muestra las diversas combinaciones de productos que puede producir la economía dado los factores de producción y la tecnología de producción existente.
La FPP muestra una disyuntiva o intercambio a la que se enfrenta la sociedad.
La FPP muestra el coste de oportunidad de un bien expresado en el otro



Microeconomía: Estudio del modo en que los hogares y las empresas toman decisiones y de la forma en que interactúan los mercados.

Macroeconomía: Estudio de los fenómenos que afectan al conjunto de la economía, incluida la inflación, el desempleo y el crecimiento económico.

Afirmaciones positivas: Afirmaciones que intentan describir el mundo tal como es.

Afirmaciones normativas: Afirmaciones que intentan prescribir como debería ser el mundo.

Las conclusiones normativas no pueden basarse únicamente en un análisis positivo, también como juicio de valor.

Capitulo 3 “Interdependencia y ganancias derivadas del comercio”

Las posibilidades de producción: La FPP también muestra la frontera de posibilidades de consumo (sin 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.

Ventaja comparativa-> Comparación entre los productores de un bien de acuerdo con su coste de oportunidad.
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 les 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.

Capitulo 4 "Las Fuerzas del Mercado de la oferta y la demanda"

Oferta y Demanda

- Son fuerzas que hacen que funcionen las economías de mercado.
- Determina la Q producida de cada bien y el precio al que se vende
- Conductas de los individuos cuando interactúan en los mercados

Precio: Asigna los recursos escasos. El precio de un bien es su relación de cambio por dinero, o sea el número de unidades monetarias que se necesitan para obtener a cambio una unidad del bien. Además el precio suministra información y provee incentivos.

Mercado: Grupo de compradores y vendedores de un bien o de un servicio. Es toda institución social en la que los B y S, así como los factores productivos se intercambian libremente. Existen 4 tipos de mercados

a) **Mercado Perfectamente 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. Estos se llaman precio-aceptantes.**

Estos tienen 4 características:

i. Los bienes que se ofrecen en venta son todos iguales (homogéneos)
ii. Los compradores y vendedores son muchos y por lo tanto, ningún comprador o vendedor puede influir en el precio del mercado
iii. Que exista perfecta información
iv. Ausencia del costo de transporte

b) Competencia Imperfecta (Monopolio, Oligopolio, Competencia Monopolística)

La Demanda (dda)

Cantidad demandada (Qdda): Cantidad de un bien que los compradores quieren y pueden comprar.

Factores que influyen en la Qdda de un individuo:

- El precio: La Qdda está RELACIONADA NEGATIVAMENTE con el precio.
- La renta: Una reducción de la renta significa que tendría menos para gastar en total.
- Los gustos: Es el determinante mas evidente
- Las expectativas: Nuestras expectativas sobre el futuro pueden influir en nuestra demanda actual de un B y S.

Ley de Demanda: *Establece que manteniéndose todo los demás constante, la Qdda de un bien disminuye cuando sube su precio.*

Bien Normal: El bien es normal cuando aumenta la dda, si aumenta la renta, manteniéndose todo lo demás constante.

Bien Inferior: El bien es inferior cuando disminuye la dda, si aumenta la renta, manteniéndose todo lo demás constante.

Bien Sustituto: 2 bienes son sustitutos cuando la subida del precio de uno de ellos provoca un aumento de la dda del otro.

Bien Complementario: 2 bienes son complementarios cuando la subida del precio de uno de ellos provoca una disminución de la dda del otro.

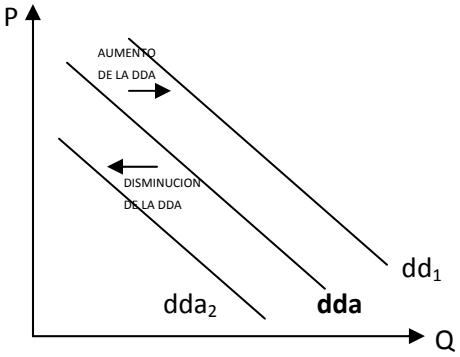
Tabla de dda: Cuadro que muestra la relación entre el precio de un bien y la Qdda.
Curva de dda: Grafico de la relación entre el Precio de un bien y la Qdda.

Ceteris Paribus: expresión en latín *"Manteniéndose todo los demás constante"* y que se emplea para recordar que se supone que se mantienen constantes todas las variables, salvo la estudiada.

Demanda de mercado: Es la suma de todas las ddas individuales de un determinado B ó S. La dda del mercado depende de las rentas, los gustos y las expectativas de los compradores y de los precios de los bienes relacionados con ese.

Desplazamiento de la curva de dda:

- Siempre que varía un determinante cualquiera de la dda que NO sea el PRECIO, la curva de dda se desplaza.
- Cualquier cambio que eleve la Q que deseen adquirir los compradores a un precio dado desplaza la curva hacia la derecha.
- Cualquier cambio que reduzca la Q que deseen adquirir los compradores a un precio dado desplaza la curva hacia la Izquierda
- Una variación el precio representa un movimiento a largo plazo.



Función de la Dda: = Qdda= D (Pa, Y, Pb, G)

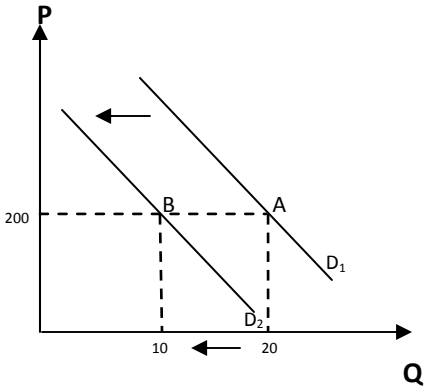
Cambios en la Demanda: La alteración de cualquier factor diferente del precio del bien desplazará toda curva a la derecha o hacia la izquierda, según sea el sentido del cambio de dicho factor.

Cambios en la Q Demandada: Es el resultado de las alteraciones en el precio.

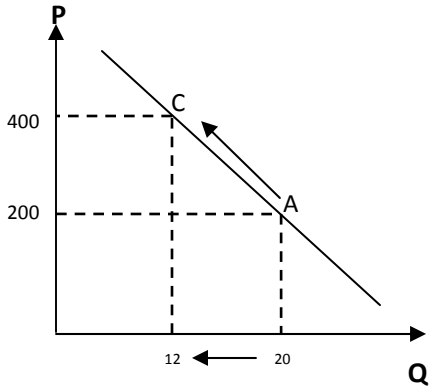
En resumen:

Variables que afectan a la Qdda	Una variación de esta variable
Precio	Representa una variación a lo largo de la curva de demanda.
Renta	Desplaza la curva de demanda.
Precios de otros bienes relacionados con el bien examinado	Desplaza la curva de demanda.
Gustos	Desplaza la curva de demanda.
Expectativas	Desplaza la curva de demanda.
Numero de compradores	Desplaza la curva de demanda.

Desplazamiento de la curva de dda



Movimiento a lo largo de la curva de dda



La Oferta (off)

Cantidad Ofrecida (Qoff): Cantidad de un bien que los vendedores quieren o pueden vender.

Factores que determinan la Q que ofrecen los individuos

- El Precio: Como la Q ofrecida aumenta cuando sube el precio y disminuye cuando baja, decimos que la Qoff esta RELACIONADA POSITIVAMENTE con el precio de un bien.
- Los precios de los factores: La oferta de un bien esta RELACIONADA NEGATIVAMENTE con el precio de los factores utilizados para producirlo (se ofrece menos cuando el precio de los factores sube).
- La Tecnología: Al reducir los costes de fabricación se incrementa la oferta
- Las Expectativas

Ley de Oferta: *Establece que ceteris paribus, la Qoff de un bien aumenta cuando sube su precio.*

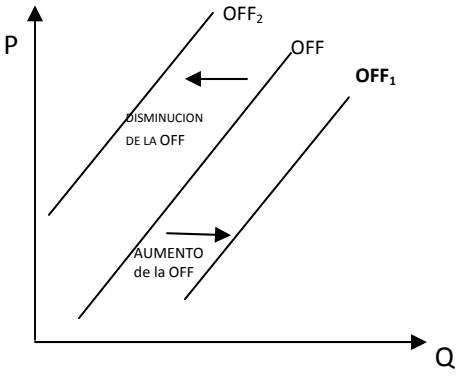
Tabla de off: Cuadro que muestra la relación entre el precio de un bien y la Qoff.
Curva de off: Grafico de la relación entre el Precio de un bien y la Qoff. Para hallar la curva de oferta del mercado sumamos horizontalmente las curvas de ofertas individuales.
La curva de oferta de mercado muestra como varia la Q total ofrecida cuando varía el precio del bien.

La oferta del mercado frente a la oferta individual

- La oferta del mercado es la suma de las ofertas de todos los vendedores
- La oferta de mercado depende de todos los factores que influyen en la oferta de los distintos vendedores.
- También depende del número de vendedores.

Desplazamiento de la curva de Oferta

- Siempre que varía cualquier determinante de la oferta que no sea el precio del bien, la curva de oferta se desplaza.



En resumen:

Variables que afectan a la QOff	Una variación de esta variable
Precio	Representa una variación a lo largo de la curva de oferta.
Precio de los factores	Desplaza la curva de oferta.
Tecnología	Desplaza la curva de oferta.
Gustos	Desplaza la curva de oferta.
Expectativas	Desplaza la curva de oferta.
Numero de vendedores	Desplaza la curva de oferta.

La Oferta y Demanda juntas

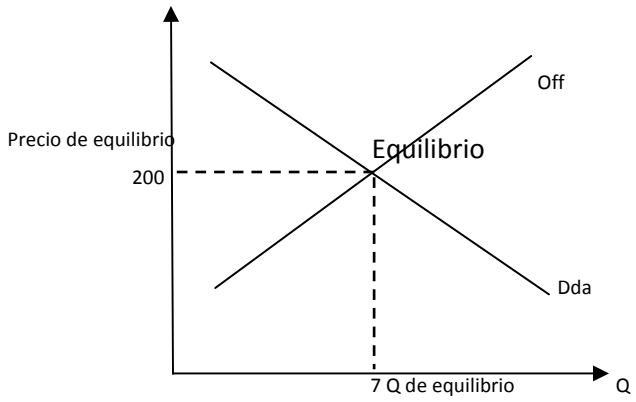
Equilibrio: *Situación en la que la oferta y la demanda se igualan.*

Precio de equilibrio: *Precio que equilibrio la oferta y la demanda.*

Cantidad de equilibrio: *Cantidad ofrecida y demanda cuando el precio se ha ajustando para equilibrar la oferta y la demanda.*

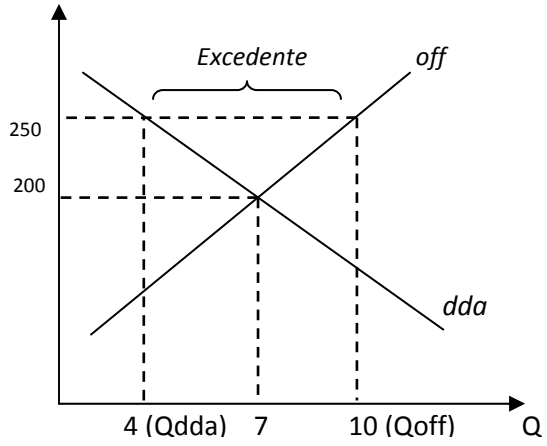
Al precio de equilibrio, la cantidad del bien que los compradores quieren y pueden comprar es exactamente igual a la cantidad que los vendedores quieren y pueden vender.

P

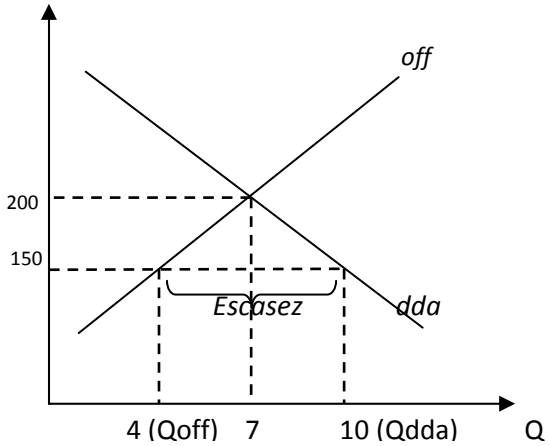


Excedente: *Situación en la que la cantidad ofrecida es mayor que la demandada.*
Escasez: *Situación en la que la cantidad demandad es mayor que la ofrecida.*

Exceso de oferta



Exceso de demanda



Ley de Oferta y Demanda: *Ley que establece que el precio de un bien se ajusta para equilibrar su oferta y su demanda.*

	Programa de 3 pasos para analizar las variaciones del equilibrio
1-.	Averiguar que curva se desplaza.
2-.	Averiguar en que sentido se desplaza la curva.
3-.	Utilizar un grafico de off y dda para ver como varia el equilibrio.

Capitulo 5 "La elasticidad y su Aplicación"

ELÁSTICA: SE DICE QUE ES ELASTICA SI LA QDDA RESPONDE SIGNIFICATIVAMENTE A LAS VARIACIONES DEL PRECIO.
INELASTICA: SE DICE QUE ES INELASTICA SI LA QDDA SÓLO RESPONDE LEVEMENTE A LAS VARIACIONES DEL PRECIO.

Elasticidad: *Medida de la sensibilidad que la Qdda o de la Qoff a uno de sus determinantes.*

Elasticidad precio de la demanda y sus determinantes

Elasticidad precio-dda: mide el grado en que la Qdda responde a una variación en el precio

1. **Bienes necesarios frente a bienes de lujo:** Los bienes necesarios tienden a tener una dda inelástica, mientras que los bienes de lujo, elástica. Un bien necesario o de lujo va a depender del as preferencias del comprador y no de las propiedades intrínsecas del bien.
2. **Existencia de bienes sustitutos cercanos:** Los bienes que tiene sustitutos cercanos tienden a tener una dda más elástica, porque es más fácil para los consumidores cambiarlos por otros.
3. **Definición de mercado:** Los mercados definidos es un sentido muy estricto tienden a tener una dda más elástica que los mercados definidos en un sentido muy amplio, ya que es más fácil encontrar sustitutos cercanos de los bienes definidos en un sentido muy estricto.
4. **Horizonte temporal:** Los bienes tienden a tener una dda más elástica cuando los horizontes temporales son mayores.

Calculo elasticidad-precio de la dda:

$$\frac{\Delta\% \text{ Qdda}}{\Delta\% \text{ P}}$$

Método del punto medio: Calcula la variación porcentual dividiendo la variación por el punto medio del nivel inicial y final.

$$Ep = \frac{\frac{\Delta Q}{(Q_1 + Q_2)/2}}{\frac{\Delta P}{(P_1 + P_2)/2}}$$

Elasticidad- renta de la dda: *mide el grado en que la Qdda responde a una variación en la renta de los consumidores*

$$\frac{\Delta\% \text{ Qdda}}{\Delta\% \text{ Y}}$$

La elasticidad- precio cruzada de la demanda: *medida del grado en que la Qdda de un bien responde a una variación del precio de otro.*

$$Ep = \frac{\frac{\Delta Q_i}{Q_i}}{\frac{\Delta P_j}{P_j}}$$

Bienes Sustitutos Cercanos: Tienden a tener una dda más elásticas, porque es más fácil para los consumidores cambiarlas por otros.

La elasticidad en la oferta

La elasticidad-precio de la oferta y sus determinantes

Elasticidad-precio de la oferta: *medida del grado en que la Qoff de un bien responde a una variación de su precio.*

1. Depende de la flexibilidad de los vendedores a una variación de la cantidad que producen del bien.
2. El periodo de tiempo examinado. La oferta es normalmente más elástica a largo plazo que a corto plazo.

Calculo elasticidad-precio de la off:

$$\frac{\Delta\% \text{ Qoff}}{\Delta\% \text{ P}}$$

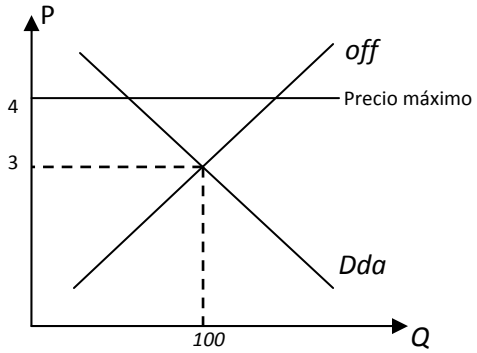
Capitulo 6 "La Oferta, la Demanda y la Política Económica"

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.*

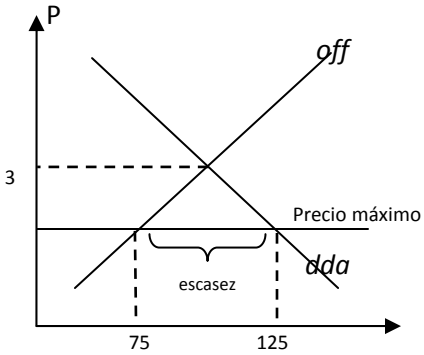
Como afectan los precios máximos a los resultados del mercado

Precio máximo no relevante



En este caso, como el precio que equilibra la oferta y demanda, es inferior al precio máximo, este no es relevante. Las fuerzas del mercado llevan a la economía al equilibrio por lo que el precio máximo no tiene consecuencia alguna.

Precio máximo relevante

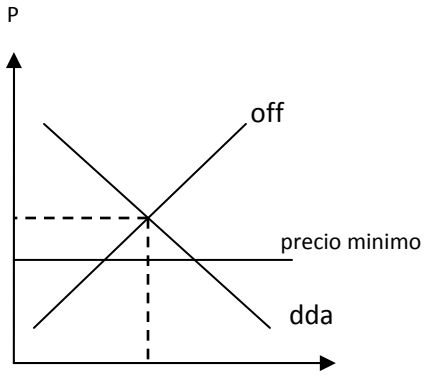


En este caso, el precio máximo es inferior al punto de equilibrio, este impone una restricción activa al mercado. Las fueras de la off y la dda tienden a llevar el precio al nivel de equilibrio, pero cuando el precio de mercado es igual al máximo, no se puede subir más.
Cuando surge una escasez debido al precio máximo, se desarrolla de forma natural un mecanismo para racionarlo.

Cuando el gobierno establece un precio máximo que impone una restricción activa en un mercado competitivo surge una escasez del bien, por lo que los vendedores deben racionar los bienes escasos entre un gran número de posibles compradores.

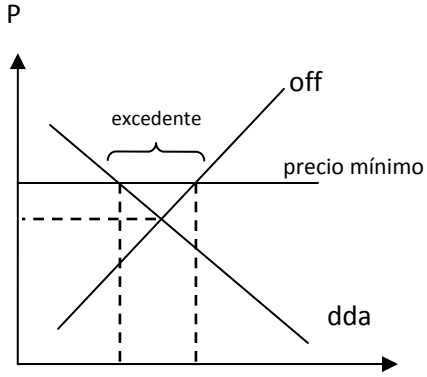
Como afectan los precios mínimos a los resultados del mercado

Precio mínimo no relevante



En este caso, como el precio de equilibrio es superior al precio mínimo, este no es relevante. Las fuerzas del mercado llevan naturalmente a la economía al equilibrio y el precio mínimo no tiene consecuencia alguna.

Precio mínimo relevante



El precio mínimo pone una restricción activa al mercado. Las fuerzas de off y dda tienden a llevar el precio hasta el nivel de equilibrio, pero cuando el precio de mercado llega a este nivel mínimo, no puede bajar más. El precio de mercado es igual al mínimo. Por lo tanto, un precio mínimo que imponga una restricción activa provoca un excedente.

Los precios mínimos, al igual que los máximos, son un intento de los gobiernos de mantener los precios en niveles que no son de equilibrio. Mientras que un precio máximo limita el precio legal más alto que se puede cobrar, un precio mínimo limita el precio legal mas bajo.

Los precios mínimos y los excedentes pueden dar lugar a mecanismos de racionamiento poco deseables, exactamente igual que los precios máximos y la escasez. En el caso del precio mínimo, algunos vendedores no pueden vender todo lo que desean al precio de mercado.

Evaluación del control de los precios

Los mercados constituyen normalmente un buen mecanismo para organizar la actividad económica. Este principio explica por qué los economistas suelen oponerse a los precios máximos y mínimos.

Los precios tienen la misión fundamental de equilibrar la oferta y la demanda y, por lo tanto, de coordinar la actividad económica. Cuando los responsables de la política económica fijan los precios por decreto, ocultan las señales que guían normalmente la asignación de los recursos de la sociedad.

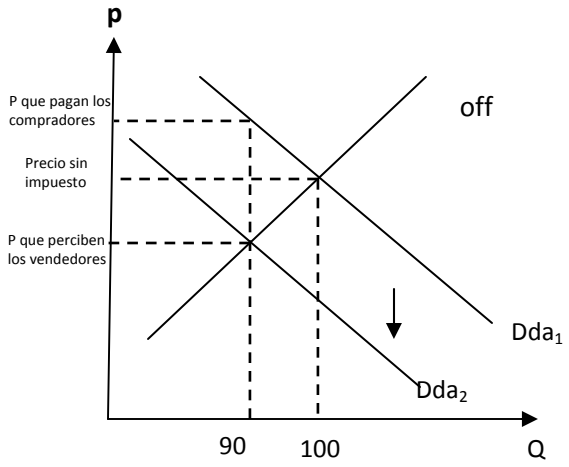
Es posible que la legislación sobre el salario mínimo eleve la renta de algunos trabajadores, pero también lleva a otros al desempleo. Asimismo, las subvenciones salariales elevan el nivel de vida de los trabajadores pobres sin disuadir a las empresas de contratarlos.

Los Impuestos

Como los impuestos constituyen un instrumento tan importante de la política económica y como afecta a nuestra vida de muchas formas.
Cuando el estado recauda el impuesto de un bien ¿Quién soporta la carga de ese impuesto? ¿Qué de termina como se reparte?

Incidencia de Impuesto: *Estudio de quien soporta la carga del impuesto.*

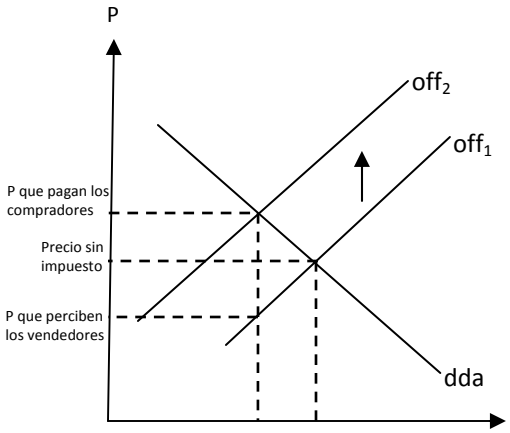
Como afectan los impuestos sobre los compradores a los resultados del mercado



La curva de dda se desplaza hacia la izquierda. Por lo tanto, el impuesto desplaza la curva de dda en sentido ascendente.

1) Los impuestos reducen la actividad de mercado. Cuando se grava un bien, la cantidad vendida es menor en el nuevo equilibrio.
2) Los compradores y los vendedores se reparten la carga de los impuestos. En el nuevo equilibrio, los compradores pagan más por el bien y los vendedores perciben menos.

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

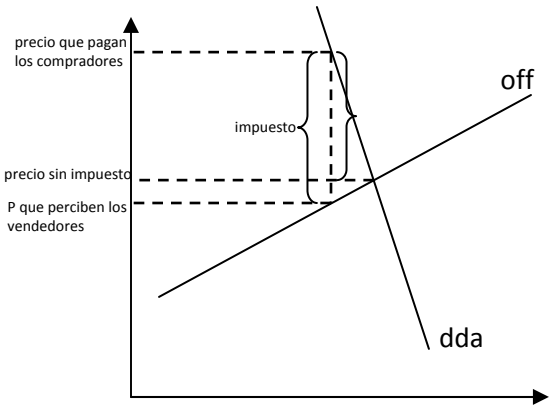


En comparación:
Los impuestos sobre los compradores y los impuestos sobre los vendedores son equivalentes. En ambos casos, el impuesto establece una brecha entre el precio que pagan los compradores y el que perciben los vendedores.
Una vez que el mercado alcanza su nuevo equilibrio, los compradores y vendedores se reparten la carga, independientemente de cómo se recauda el impuesto.

La elasticidad y la incidencia de los impuestos

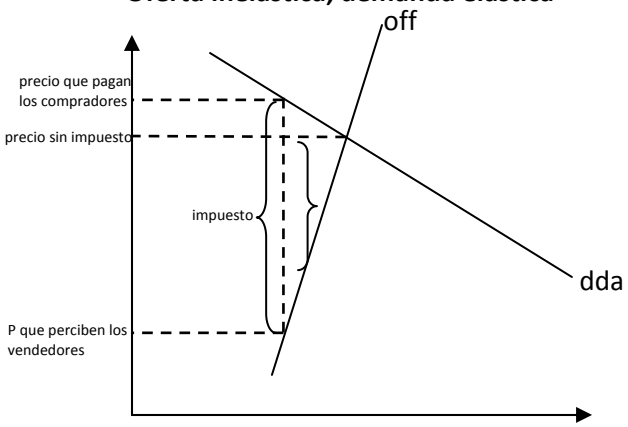
Cuando se grava un bien, sus compradores y sus vendedores se reparten la carga de ese impuesto. Sólo raras veces se reparten por igual.

Oferta elástica, demanda inelástica



Se muestra un impuesto en un mercado cuya oferta es muy elástica y cuya dda es relativamente inelástica. Es decir, los vendedores son muy sensibles al precio del bien, mientras que los compradores no lo son. Cuando se establece un impuesto en un mercado que tiene estas elasticidades, el precio que perciben los vendedores no baja mucho, por lo que estas sólo soportan una pequeña carga. En cambio, el precio que pagan los compradores sube significativamente, lo cual indica que éstos soportan la mayor parte de la carga del impuesto.

Oferta inelástica, demanda elástica



Muestra un impuesto en un mercado cuya oferta es relativamente inelástica y cuya dda es muy elástica. En este caso, los vendedores no son muy sensibles al precio, mientras que los compradores si lo son. La figura muestra que cuando se establece un impuesto al precio que pagan os compradores no sube mucho, mientras que el que perciben los vendedores baja significativamente. Por lo tanto, los vendedores soportan la mayor parte de la carga del impuesto.

En ambos casos, la figura muestra la curva inicial de dda, la curva inicial de off y un impuesto que crea una brecha entre la Q pagada por los compradores y la Q percibida por los vendedores, (en ninguno de los dos paneles de la figura se ha trazado la curva de off o de dda; se desplazara una u otra curva dependiendo de que el impuesto se establezca sobre los compradores o sobre los vendedores).

Ambos paneles muestran una lección general sobre la forma en que se reparte la carga de un impuesto: ***la carga de un impuesto recae más en la parte del mercado que es menos elástica.***

La elasticidad mide esencialmente la disposición de los compradores o de los vendedores a abandonar el mercado cuando la situación es desfavorable. Cuando la elasticidad de la dda es baja, los compradores no tienen buenas alternativas a consumir el bien. Cuando la elasticidad de la off es baja los vendedores no tienen buenas alternativas a este bien.

La mayoría de los economistas laborales creen que la oferta de trabajo es mucho menos elástica que la dda. Eso significa que son los trabajadores, en lugar de las empresas, los que soportan la mayor parte de la carga del impuesto sobre las nominas. En otras palabras, la carga del impuesto no se reparte por igual como pretenden los legisladores.

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 de bienestar: estudio de la influencia de la asignación de los rr en el bienestar económico.

Según los 10 ppios de la economía, los mercados constituyen normalmente un buen mecanismo para organizar la actividad económica. El estudio de la economía de bienestar explica más intensamente este ppio.

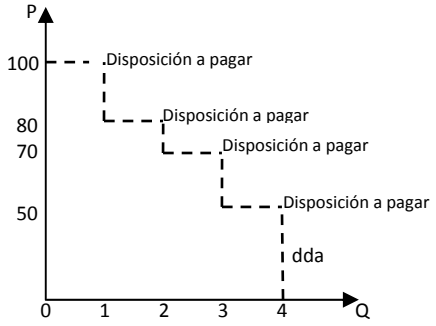
El excedente del consumidor

La disposición a pagar: Cantidad máxima que pagaría un comprados por un bien.

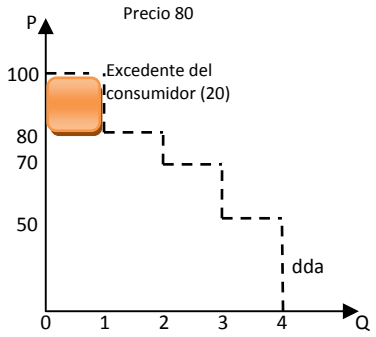
Excedente del consumidor: es la disposición a pagar de un comprador menos la que realmente paga .Mide el beneficio que obtienen los compradores participando en un mercado.

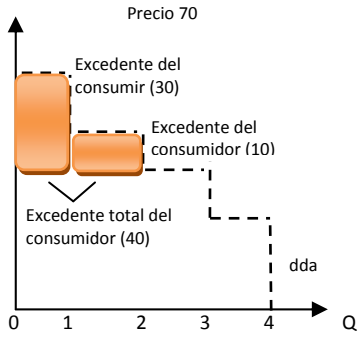
La medición del excedente del consumidor por medio de la curva de demanda

El excedente del consumidor está estrechamente relacionado con la curva de dda de un producto.



Obsérvese la relación entre la altura de la curva y la disposición de los compradores a pagar. Dada una cantidad cualquiera, el precio que viene dado por la curva de dda muestra la disposición a pagar del **comprador marginal,** que es el comprador que primero abandonaría el mercado si el precio fuera más alto.
Como la curva de dda refleja la disposición de los compradores a pagar, también podemos utilizarla para medir el excedente del consumidor.



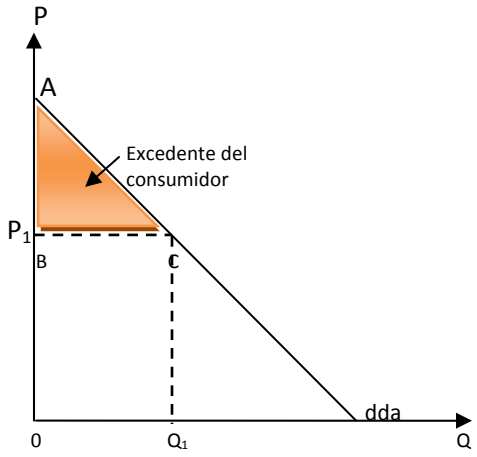


El área situada debajo de la curva de demanda y encima del precio mide el excedente del consumidor en un mercado. La razón se halla en que la altura de la curva de dda mide el valor que conceden los compradores al bien, expresado por su disposición a pagar por él. La diferencia entre esta disposición a pagar y el precio de mercado es el excedente del consumidor de cada comprador. Por lo tanto, el área total situada debajo de la curva de dda y encima del precio es la suma del excedente del consumidor de todos los compradores en el mercado de un B o S.

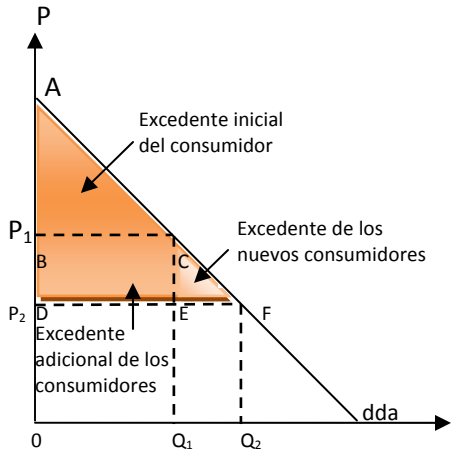
Como aumenta el excedente del consumidor cuando baja el precio

Como los compradores siempre quieren pagar menos por los bienes que adquieren, una reducción del precio mejora su bienestar.

Excedente del consumidor al precio P_1



Excedente del consumidor al precio P_2



Este aumento del excedente del consumidor está formado por 2 partes. En primer lugar, los compradores que ya estaban comprando la cantidad Q_1 del bien al precio más alto, P_1, disfrutan de un bienestar mayor porque ahora pagan menos. El aumento del excedente del consumidor de los compradores ya existentes es la reducción de la cantidad que pagan; es igual al área del rectángulo BCDE. En segundo lugar, entran algunos nuevos compradores en el mercado porque ahora están dispuestos a comprar el bien al precio más bajo. Como consecuencia, la cantidad demandada en el mercado aumenta de Q_1 a Q_2. El excedente del consumidor que reciben estos nuevos compradores es el área del triangulo CEF.

¿Qué mide el excedente del consumidor?

El excedente del consumidor, que es la cantidad que los compradores están dispuestos a pagar por un bien menos la que pagan realmente, mide el beneficio que obtienen los compradores de un bien *tal como lo perciben ellos*.

En la mayoría de los mercados el excedente del consumidor refleja el bienestar económico. Los economistas normalmente suponen que los compradores son racionales cuando toman decisiones y que deben respetarse sus preferencias. En este caso, los consumidores son los mejores jueces en la cantidad de beneficios que obtienen de los bienes que compran.

El excedente del productor

Los costes y la disposición a pagar

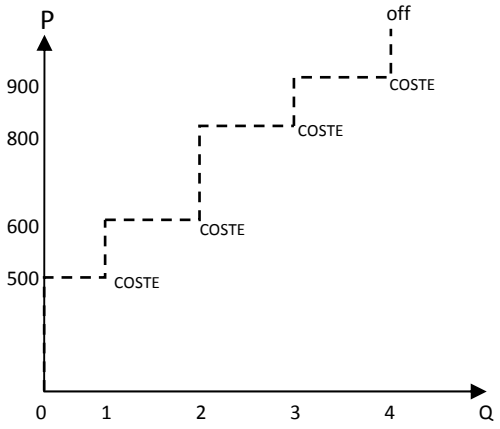
Cada persona esta dispuesta a aceptar el trabajo si el precio que perciba es superior al coste de hacerlo. Aquí el término coste debe concebirse como el coste de oportunidad del trabajador: comprende tanto los gastos de su bolsillo como el valor que conceden a su propio tiempo. Cada trabajador desearía vender sus servicios a un precio superior a su coste y se mostraría indiferente ante la posibilidad de venderlos a un precio exactamente igual a su coste.

Coste: Valor de todo aquello a lo que debe renunciar un vendedor para producir un bien.

Excedente del productor: Cantidad que percibe un vendedor por un bien menos el coste de producirlo.

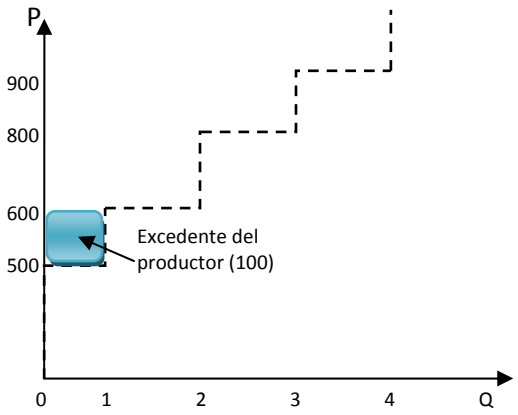
La medición de la curva de oferta por medio del excedente del productor.

El excedente del productor está estrechamente relacionado con la curva de oferta.

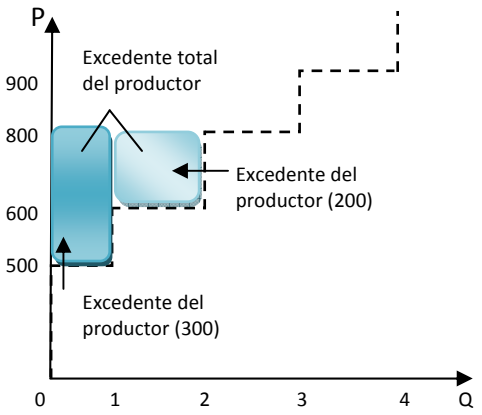


Obsérvese que su altura esta relacionada con los costes de los vendedores. Dada una cantidad cualquiera, el precio que viene dado por la curva de oferta muestra el coste del **vendedor marginal**, que es le vendedor que primero abandonaría el mercado si el precio fuera más bajo.
Como la curva de oferta refleja los costes de los vendedores, podemos utilizarla para medir el excedente del productor.

Precio 60



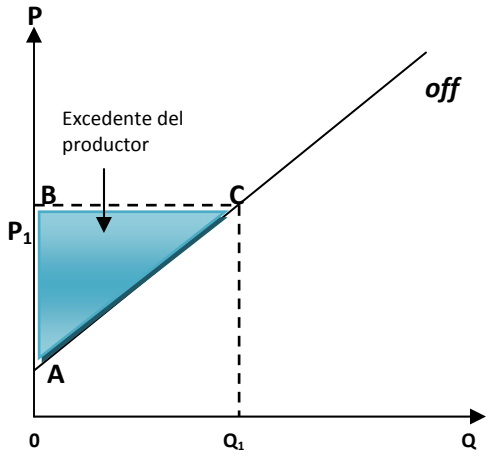
Precio 80



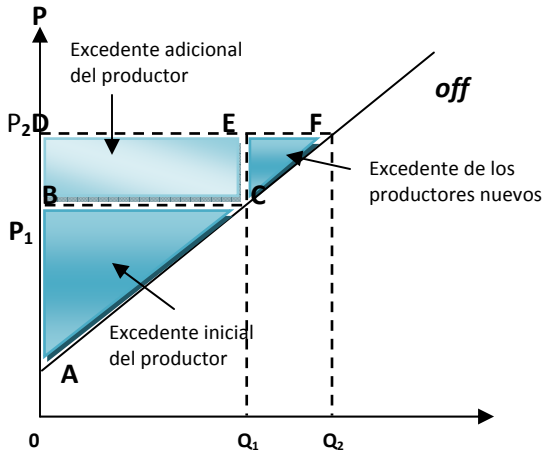
El área situada debajo del precio y encima de la curva de off mide el excedente del productor en un mercado. La lógica es sencilla: la altura de la curva de oferta mide los costes de los vendedores, y la diferencia entre el precio y el coste de producción es el excedente del productor de cada vendedor. Por lo tanto, el área total es la suma del excedente del productor de todos los vendedores.

Cómo aumenta el excedente del productor cuando sube el precio

Excedente del productor al P_1



Excedente del productor al P_2



El excedente del productor es el área situada debajo del precio y encima de la curva de oferta. En primer lugar, los vendedores que ya estaban vendiendo la cantidad Q_1 del bien al precio más bajo P_1 disfrutan de un bienestar mayor porque ahora reciben más por lo que venden. El aumento del excedente del productor de los vendedores ya existentes es igual al área del rectángulo BCED. En segundo lugar, entran algunos nuevos vendedores en el mercado por que ahora están dispuestos a producir el bien al precio, por lo que aumenta la cantidad ofrecida de Q_1 a Q_2. El excedente del productor de estos nuevos vendedores es el área del triángulo CEF.

La eficiencia de mercado

El excedente del consumidor y el excedente del productor son los instrumentos básicos que emplean los economistas para estudiar el bienestar de los compradores y de los vendedores en un mercado. Estos instrumentos pueden ayudarnos a abordar una cuestión económica fundamental: ¿es deseable la asignación de los recursos determinados por los libres mercados?

El planificador social benevolente

Este se trata de maximizar el bienestar económico de todos los miembros de la sociedad.
Se debe decidir como va a medir el bienestar económico de la sociedad. Una medida posible es la suma de los excedentes del consumidor y productor, que llamaremos *excedente total.*

Excedente del consumidor: Es el beneficio que obtienen los compradores participando en el mercado.

Excedente del productor: Es el beneficio que obtienen los vendedores participando en el mercado.

Excedente total en un mercado: es el valor total para los compradores de los bienes, expresado por su disposición a pagar, menos los costes totales que tiene para los vendedores la producción de esos bienes.

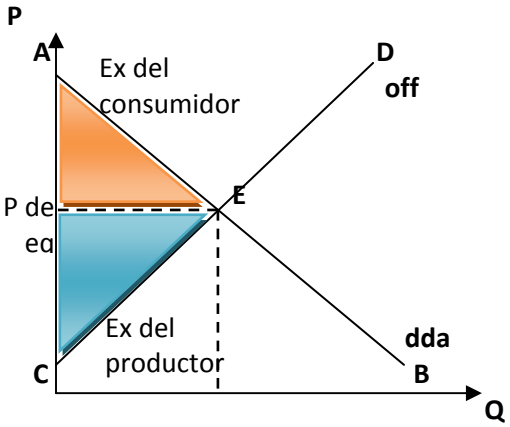
Si una asignación de los recursos maximiza el excedente total, decimos que muestra eficiencia.

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

Al planificador social podría interesarle no sólo la eficiencia, sino también la equidad, que es la justicia de la distribución del bienestar entre los distintos compradores y vendedores.

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

La evaluación del equilibrio del mercado



Recuérdese que el excedente del consumidor es igual área situada encima del precio y debajo de la curva de dda, y el excedente del productor es igual al área situada debajo del precio y sobre la curva de off.
Por lo tanto, el área total situada entre las curvas de off y dda hasta el punto de equilibrio representa el excedente total de este mercado.

Los compradores que conceden al bien un valor superior al precio (representado por el segmento AE en la curva de dda) deciden comprar el bien; los que conceden un valor inferior al precio (representado por el segmento EB) no lo compran. Asimismo, los vendedores cuyos costes son más bajos que el precio (representado por el segmento CE en la curva de off) deciden producir y vender el bien; aquellos cuyos costes son mas altos que el precio (representado por el segmento ED) no lo producen ni lo venden.

Estas observaciones permiten extraer conclusiones sobre los resultados del mercado:

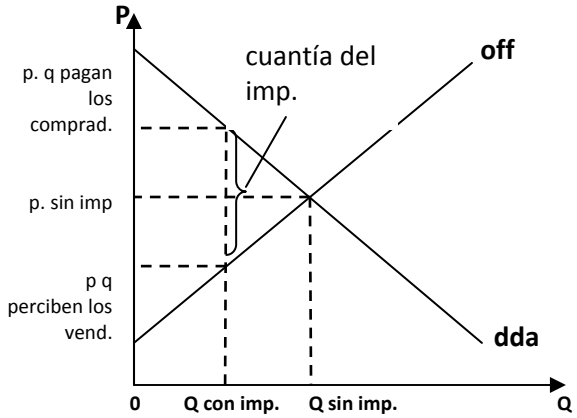
1. Los libres mercados asignan la oferta de bienes a los compradores que les conceden más valor, representado por su disposición a pagar.
2. Los libres mercados asignan la dda de bienes a los vendedores que los pueden producir con el menor coste.
3. Los libres mercados producen la cantidad de bienes que maximiza la suma del excedente del consumidor y del productor.

Estas 3 conclusiones sobre los resultados del mercado indican que el equilibrio de la off y dda maximiza la suma del excedente del consumidor y del productor. En otras palabras, el resultado de equilibrio es una asignación eficiente de los recursos. La tarea del planificador social benevolente es, pues, muy fácil: puede dejar el resultado del mercado tal como lo encuentra. Esta política se denomina ***laissez-faire***, que significa dejar hacer.

Capitulo 8 "Aplicación: Los Costes de la Tributación"

La pérdida irrecuperable de eficiencia provocada por la tributación

Cuando se establece un impuesto sobre los compradores, la curva de dda se desplaza en sentido descendente en la cuantía del impuesto; cuando se establece sobre los vendedores, la curva de oferta se desplaza en sentido ascendente en esa cuantía. En cualquiera de los 2 casos, cuando se establece el impuesto, sube el precio pagado por los compradores y baja el precio percibido por los vendedores. Al final, los compradores y los vendedores comparten la carga del impuesto, independiente de cómo se recaude.



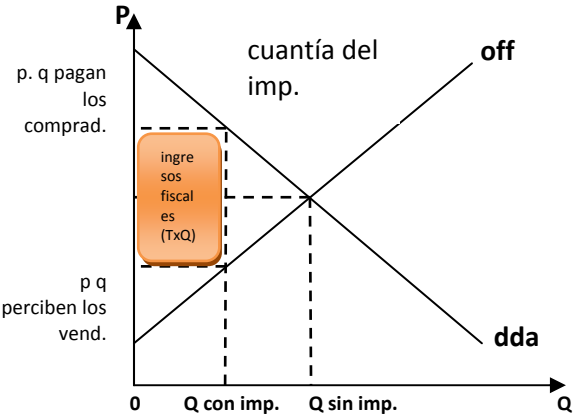
El impuesto crea una brecha entre el precio que pagan los compradores y perciben los vendedores. Como consecuencia de esta brecha, la cantidad vendida es inferior de la que se vendería sin un impuesto. En otras palabras, un impuesto sobre un bien provoca una reducción del tamaño del mercado de ese bien.

Cómo afecta un impuesto a los participantes en un mercado

El beneficio que reciben los compradores en un mercado se mide por medio del excedente del consumidor, que es la cantidad que están dispuestos a pagar los compradores por el bien menos lo que pagan realmente por el. El beneficio que reciben los vendedores se mide por medio del excedente del productor, que es la cantidad que reciben los vendedores por el bien menos sus costes.

¿Qué ocurre con el Estado, que es la tercera parte interesada?

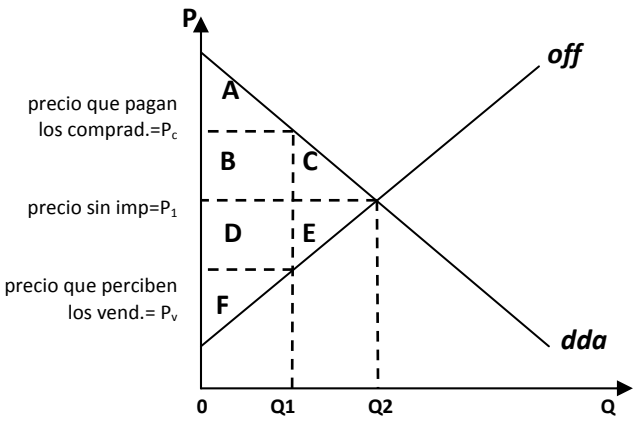
Si T es la cuantía del impuesto y Q es la cantidad vendida del bien, el Estado obtiene unos ingresos fiscales totales de TxQ.



Los ingresos fiscales del estado están representados por el rectángulo situado entre las curvas de off y dda. La altura de este rectángulo es la cuantía del impuesto, T, y la base es la cantidad vendida del bien, Q.

El bienestar sin un impuesto

Sin un impuesto, el precio y la cantidad se encuentran en el punto de intersección de las curvas de off y dda. El precio es P_1 y la cantidad vendida en Q_1. Como la curva de dda refleja la disposición de los compradores a pagar, el excedente del consumidor es el área situada entre la curva de dda y el precio, A+B+C. Asimismo, como la curva de off refleja los costes de los vendedores, el excedente del productor es el área situada entre la curva de off y el precio D+E+F. En este caso, como no hay ningún impuesto, los ingresos fiscales son igual a 0. El excedente total es igual al área A+B+C+D+E+F.



El bienestar con impuesto

El precio pagado por los compradores sube de P_1 a P_C, por lo que ahora el excedente del consumidor es igual al área A solamente. El precio percibido por los vendedores baja de P_1 a P_V, por lo que ahora el excedente del productor es igual al área F solamente. La cantidad vendida disminuye de Q_1 a Q_2 y el Estado recauda unos ingresos fiscales iguales al área B+D.

Los cambios en el bienestar

El impuesto provoca una disminución del excedente del consumidor en el área B+C y del excedente del productor en el área D+E. Los ingresos fiscales aumentan en el área B+D. Como es lógico, el impuesto empeora el bienestar de los compradores y de los vendedores, y mejoran el del Estado.

El cambio del bienestar total incluye el cambio del excedente del consumidor (que es negativo), el cambio del excedente del productor (que también es negativo) y el cambio de los ingresos fiscales (que es positivo).

Por lo tanto, las pérdidas que experimentan los compradores y los vendedores como consecuencia de un impuesto son superiores a los ingresos que recauda el Estado.

L a reducción que experimenta el excedente total cuando un impuesto (o cualquier otra política) distorsiona el resultado del mercado se llama **perdida irrecuperable de eficiencia.**

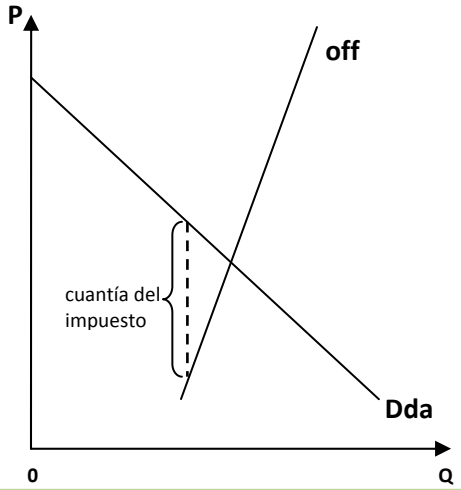
Perdida irrecuperable de eficiencia: reducción del excedente total provocada por una distorsión del mercado, como un impuesto.

Cuando un impuesto eleva el precio que pagan los compradores y baja el que perciben los vendedores, da a los compradores un incentivo para consumir menos y a los vendedores un incentivo para producir menos. El tamaño del mercado se reduce y es inferior al óptimo. Por lo tanto, como los impuestos distorsionan los incentivos, hacen que los mercados asignan los recursos ineficientemente.

Los determinantes de la pérdida irrecuperable de eficiencia

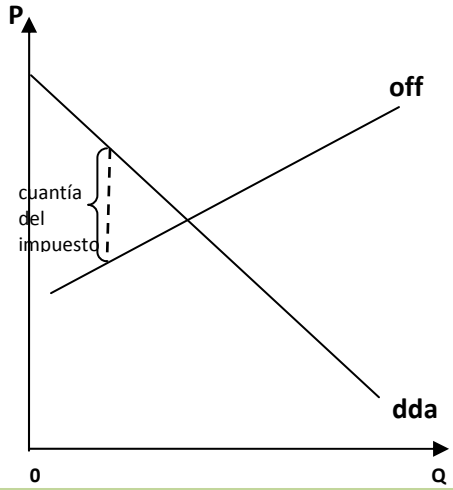
¿De que depende que la pérdida irrecuperable de eficiencia provocada por un impuesto sea grande o pequeña?
De las elasticidades-precio de la off y de la dda, que miden cuánto responden la Qoff y la Qdda a las variaciones del precio.

Off inelástica



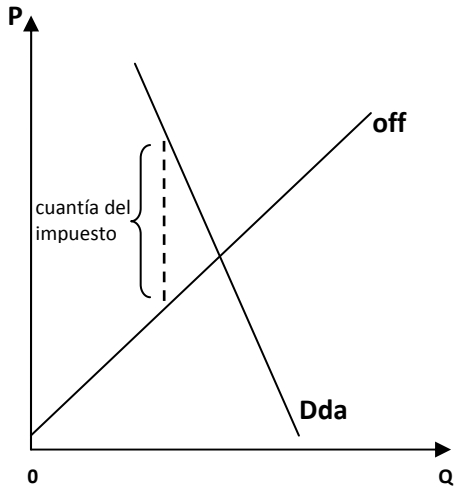
La Qoff sólo responde levemente a las variaciones del precio

Off elástica



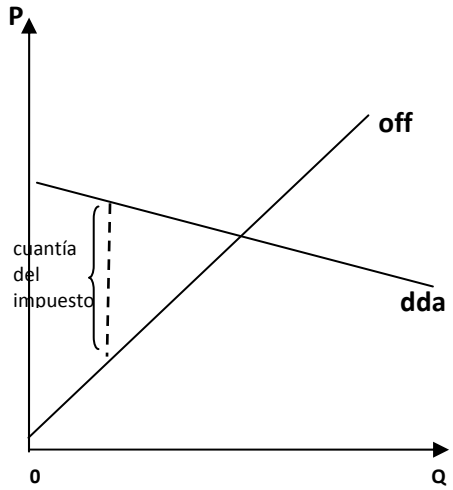
La Qoff responde significativamente a las variaciones del precio

Dda inelástica



La perdida irrecuperable de eficiencia es pequeña

Dda elástica



La perdida irrecuperable de eficiencia provocada por el impuesto es mayor

Las elasticidades de la off y dda miden cuánto responden los vendedores y los compradores a las variaciones del precio, y, por lo tanto, indican cuanto distorsionan el resultado del mercado como consecuencia del impuesto. Así pues, cuánto mayores sean las elasticidades de la off y dda, mayor será la perdida irrecuperable de eficiencia provocada por un impuesto.

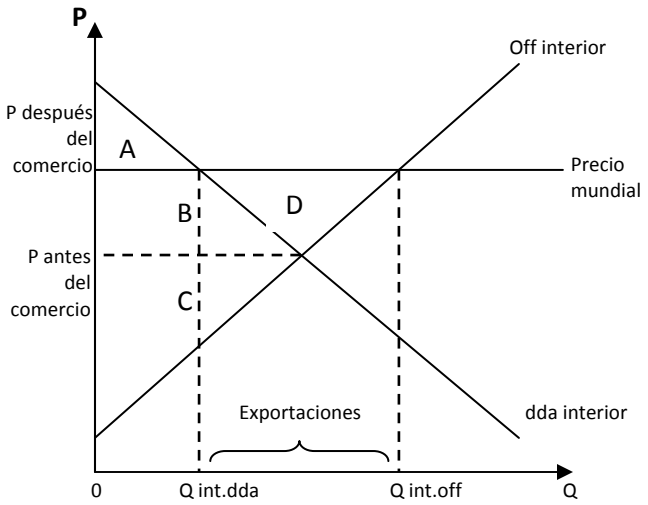
Capitulo 9 "El Comercio Internacional"

El precio mundial y la ventaja comparativa

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

Si el precio mundial de un bien es más alto que el precio interior, el país se convertiría en exportador del bien una vez que se permitiera el comercio. Los productores del bien estarían deseosos de percibir los precios más altos existentes en el extranjero y comenzarían a vender el bien a compradores de otros países. En cambio, si el precio mundial del bien es más bajo que el precio interior, el país se convertiría en un importador del bien. Como los vendedores extranjeros ofrecen un precio mejor, los consumidores del país del bien comenzarían rápidamente a comprar el bien a otros países.

Las ganancias y las pérdidas de un país exportador



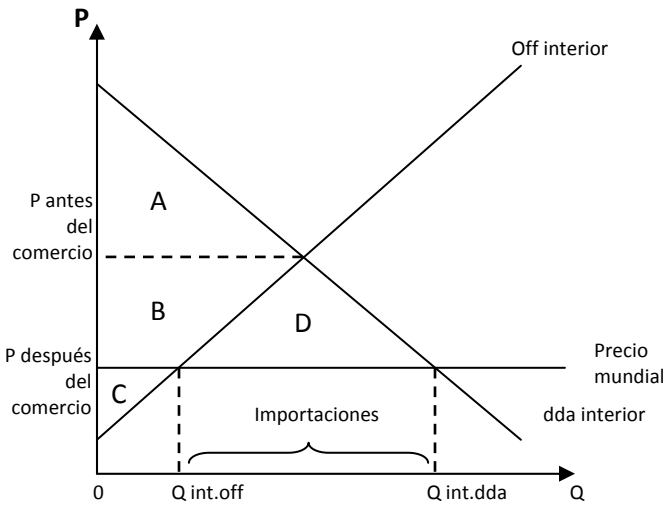
Una vez que se permite el comercio, el precio interior sube hasta ser igual al precio mundial. La curva de oferta muestra la cantidad del bien producida en el interior, y la curva de demanda muestra la cantidad consumida en el interior. Las exportaciones del país son iguales a la diferencia entre la cantidad interior ofrecida y la cantidad interior demandada al precio mundial.

Cuando el precio interior sube hasta ser igual al mundial, mejora el bienestar de los vendedores (B+C+D) y empeora el de los compradores (A). El excedente total aumenta en una cuantía igual al área D, lo que indica que el comercio aumenta el bienestar económico del país en su conjunto.

Este análisis de un país exportador autoriza extraer dos conclusiones:

- Cuando un país permite el libre comercio y se convierte en exportador de un bien, mejora el bienestar de los productores interiores del bien y empeora el de los consumidores interiores del bien.
- El comercio mejora el bienestar económico de un país, pues las ganancias de los que salen ganando son superiores a las perdidas de los que salen perdiendo.

Las ganancias y las pérdidas de un país importador



Una vez que se permite el comercio, el precio interior baja hasta ser igual al precio mundial. La curva de oferta muestra la cantidad del bien producida en el interior, y la curva de demanda muestra la cantidad consumida en el interior. Las importaciones del país son iguales a la diferencia entre la cantidad interior demandada y la cantidad interior ofrecida al precio mundial.

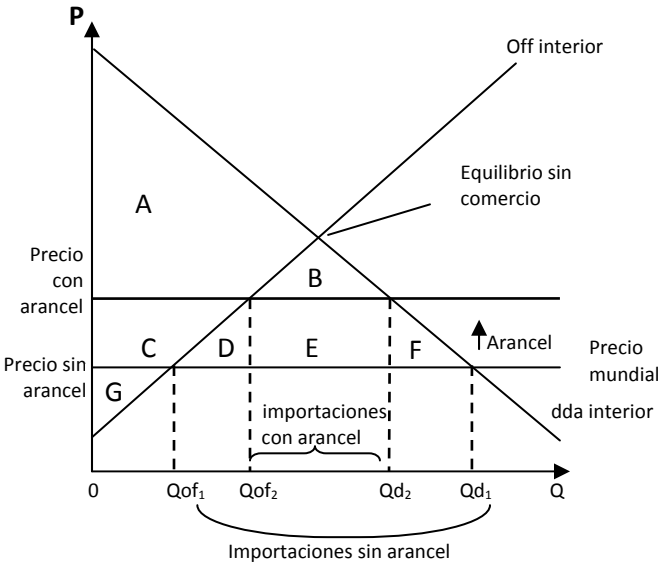
Cuando el precio interior baja hasta ser igual al mundial, mejora el bienestar de los compradores (A+B+D) y empeora el de los vendedores (C). El excedente total aumenta en una cuantía igual al área D, lo que indica que el comercio mejora el bienestar económico del país en su conjunto.

Este análisis de un país importador permite extraer dos conclusiones:

- Cuando un país permite el libre comercio y se convierte en importador de un bien, mejora el bienestar de los consumidores interiores del bien y empeora el de los productores interiores del bien.
- El comercio mejora el bienestar económico de un país, pues las ganancias de los que salen ganando son superiores a las perdidas de los que salen perdiendo.

Los efectos de un arancel

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



Un arancel reduce la cantidad de importaciones y lleva a un mercado más cerca del equilibrio que existiría sin comercio. El excedente total disminuye en una cuantía igual al área D+F. Estos dos triángulos representan la perdida irrecuperable de eficiencia provocada por el arancel.

La variación del precio afecta a la conducta de los compradores y de los vendedores interiores. Como el arancel sube el precio del bien, reduce la cantidad interior dda de Qd_1 a Qd_2 y eleva la cantidad interior ofrecida de Qof_1 a Qof_2. Por lo tanto, el arancel reduce la cantidad de importaciones y acerca al mercado interior a su equilibrio sin comercio.

Consideremos ahora las ganancias y las perdidas derivadas del arancel. Como éste eleva el precio interior, mejora el bienestar de los vendedores interiores y empeora el de los compradores. Por otra parte, el Estado recauda ingresos.

	Antes del arancel	**Después del arancel**	**Cambio**
Excedente del consumidor	A+B+C+D+E+F	A+B	-(C+D+E+F)
Excedente del productor	G	C+G	+C
Excedente del Estado	Ninguno	E	+E
Excedente Total	A+B+C+D+E+F+G	A+B+C+E+G	-(D+F)
El área D+F muestra la disminución del excedente total y representa la perdida irrecuperable de eficiencia provocada por el arancel.			

Los argumentos a favor de la restricción del comercio

El argumento de:

- **Los puestos de trabajo**
- **La seguridad nacional**
- **La industria naciente**
- **La competencia desleal**
- **La utilización de la protección como baza de negocios**

Capitulo 10 “Externalidades”

Los fallos del mercado, se engloban en una categoría general llamada *externalidades*.

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

Si una influencia es negativa, se llama externalidad negativa
Si una influencia es positiva, se llama externalidad positiva.

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

Como los compradores y vendedores no tienen en cuenta los efectos externos de sus actos cuando deciden la cantidad que van a demandar o a ofrecer, el equilibrio del mercado no es eficiente cuando hay externalidades. Es decir, el equilibrio no maximiza el beneficio total de la sociedad en su conjunto.

Ejemplo de externalidades positivas:

- Edificios históricos restaurados
- La investigación sobre nuevas tecnologías.

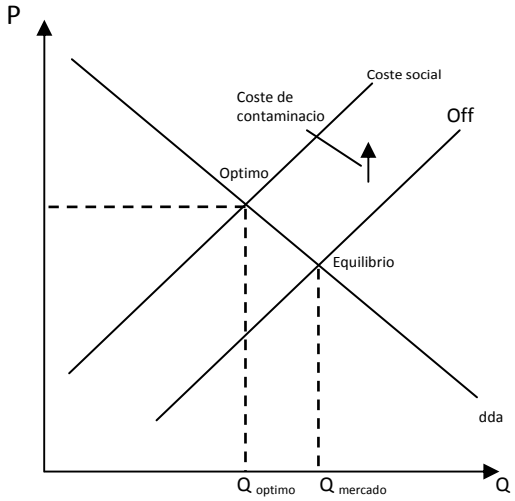
Ejemplo de externalidades negativas:

- Los gases que emiten los automóviles
- Los perros que ladran, creando un ruido molesto a sus vecinos.

Las externalidades y la ineficiencia del mercado

Externalidades negativas en la producción

Suponiendo que las fábricas de un bien determinado contaminan: por cada unidad producida del bien, entra una determinada cantidad de humo en la atmosfera. Como este humo supone un riesgo para la salud de las personas que respiran el aire, es una externalidad negativa. *¿Cómo afecta esta externalidad a la eficiencia del resultado del mercado?*



Como consecuencia de la externalidad, el coste que tiene para la sociedad la producción del bien es mayor que el coste que tiene para sus productores. Por cada unidad producida del bien, el coste social comprende los costes privados de los productores del bien más los costes de los que resultan afectados negativamente por la contaminación. La curva de coste social se encuentra por encima de la curva de off porque tiene en cuenta los costes externos que imponen a la sociedad los productores de ese bien. La diferencia entre estas dos curvas refleja el coste de la contaminación emitida.

Pero que cantidad debería producirse?
El planificador social benevolente desea maximizar el excedente total derivado del mercado, es decir, el valor que tiene el bien para sus consumidores menos el coste de producirlo. Sin embargo, el planificador comprende que el coste de producir el bien incluye los costes externos de la contaminación. El planificador elegiría el nivel de producción de aluminio en el que la curva de dda corta a la de coste social.

Esta intersección determina la cantidad óptima del bien desde el punto de vista de la sociedad en su conjunto. Por debajo de este nivel de producción, el valor que tiene el bien para los consumidores (medido por la altura de la curva de dda) es superior al coste social de producirlo (medido por la altura de la curva de coste social). El planificador no produce una cantidad una cantidad superior a este nivel porque el coste social de producir más del bien es superior al valor que tiene para los consumidores. Obsérvese que la $Q_{mercado}$, es mayor que la socialmente óptima, Q_{optimo}. La causa de esta ineficiencia se halla en que el equilibrio del mercado solo refleja los costes privados de producción.

¿Cómo puede conseguir un resultado óptimo un planificador social?

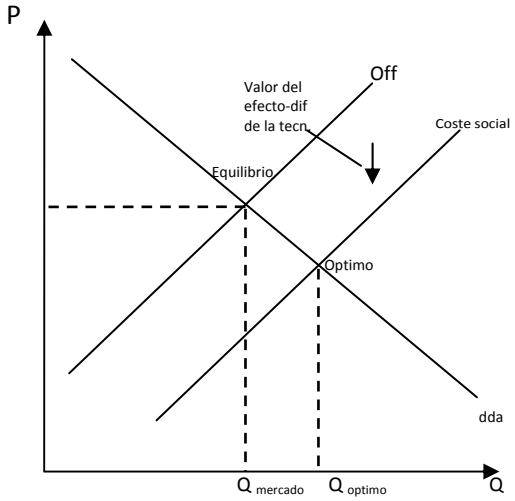
Una posibilidad es gravar a los productores del bien por cada tonelada vendida del bien. El impuesto desplazaría la curva de oferta del bien en sentido ascendente en la cuantía del impuesto.

Se dice que un impuesto de esa clase *internaliza una externalidad* porque da a los compradores y a los vendedores del mercado un incentivo para tener en cuenta los efectos externos de sus acciones.

Internalización de una externalidad: Alteración de los incentivos para que las personas tengan en cuenta los efectos externos de sus actos.

Externalidades positivas en la producción

En estos mercados, la externalidad beneficia a otras personas, por lo que el coste social de producción es menor que el coste privado.



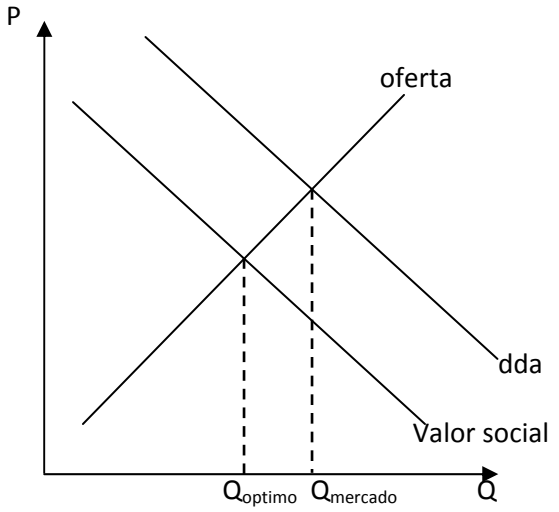
Un ejemplo, es el mercado de robots industriales. Los robots se encuentran a la vanguardia de una tecnología que está sufriendo rápidos cambios. Siempre que una empresa construye un robot, existe alguna posibilidad de que descubra un diseño nuevo y mejor. Este nuevo diseño beneficia no sólo a esta empresa, sino también a la sociedad en su conjunto, ya que entra en el acervo de conocimientos tecnológicos de la sociedad. Este tipo de externalidad positiva se denomina *efecto-difusión dela tecnología.*

En este caso, el coste social de producción es menor que el coste privado reflejado en la curva de oferta. En particular, el coste social de producir un robot es el coste privado menos el valor del efecto-difusión de la tecnología. Por lo tanto, el planificador social decidiría producir una cantidad una cantidad de robots mayor que la que decidiría el mercado privado.

En este caso, el gobierno puede internalizar la externalidad subvencionando la producción de robots. Si pagara a las empresas una subvención por cada robot producido, la curva de oferta se desplazaría en sentido descendente a la cuantía de la subvención, y este desplazamiento aumentaría la cantidad de robots de equilibrio. Para garantizar que el equilibrio del mercado es igual al óptimo social, la subvención debe ser igual al valor del efecto-difusión de la tecnología.

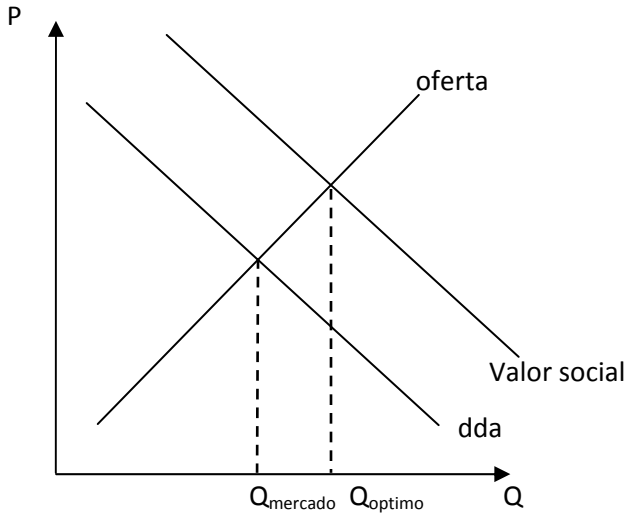
Externalidades en el consumo

Externalidad negativa en el consumo



En este caso, el valor social es menor que el valor privado, y la cantidad socialmente optima es menor que la cantidad determinada por el mercado privado.

Externalidad positiva en el consumo



En este caso, el valor social es mayor que el valor privado, y la cantidad socialmente óptima es mayor que la cantidad determinada por el mercado privado

Las externalidades negativas en la producción o en el consumo llevan a los mercados a producir una cantidad mayor de la que es socialmente deseable. Las externalidades positivas en la producción o en el consumo llevan a los mercados a producir una cantidad menor de la que es socialmente deseable. Para resolver este problema, el Estado puede internalizar la externalidad gravando los bienes que generan externalidades negativas y subvencionando las que generan externalidades positivas.

Soluciones privadas para resolver las externalidades

Hemos visto por qué las externalidades llevan a los mercados a asignar ineficientemente los recursos, pero sólo hemos mencionado brevemente cómo puede resolverse esta ineficiencia. En la practica, tanto los agentes privados como los responsables públicos responden a las externalidades de distintas formas. Todas las soluciones comparten el objetivo de acercar más la asignación de los recursos al óptimo social. En este apartado examinaremos soluciones privadas.

Los tipos de soluciones privadas

Aunque las externalidades tienden a hacer que los mercados sean ineficientes, no siempre es necesaria la intervención del Estado para resolver el problema. En algunas circunstancias, los particulares pueden buscar soluciones privadas. A veces el problema de las externalidades se resuelve con códigos morales y sanciones sociales. Estos mandamientos morales nos dicen que debemos tener en cuenta las consecuencias de nuestros actos para otras personas. En términos económicos, nos dice que debemos internalizar las externalidades. Otra solución privada para

resolver las externalidades son las instituciones benéficas, muchas de las cuales se crean para resolver las externalidades.
El mercado privado puede resolver a menudo el problema de las externalidades recurriendo a los intereses personales de las partes involucradas. A veces la solución consiste en la integración de diferentes tipos de negocios. El mercado privado también puede abordar los efectos externos haciendo firmar un contrato a las partes interesadas.

> *Teorema de Coase*
> Proposición según la cual si las partes privadas pueden negociar sin ningún coste sobre la asignación de los recursos, pueden resolver por sí solas el problema de las externalidades.
>
> *El teorema de Coase establece que los agentes económicos privados pueden resolver el problema de las externalidades entre ellos. Cualquiera que sea la distribución inicial de los derechos, las partes interesadas siempre pueden llegar a un acuerdo en el que mejore el bienestar de todo el mundo y el resultado sea eficiente.*

Por que <u>no</u> siempre dan resultado las soluciones privadas

A pesar de la atractiva lógica del teorema de Coase, los agentes privados no suelen resolver por sí solos los problemas que causan las externalidades. El teorema de Coase sólo es valido cuando las partes interesadas no tienen ningún problema para llegar a un acuerdo y aplicarlo.
A veces las partes interesadas no resuelven un problema de externalidades debido a los costes de transacción.

Costes de transacción: Costes en que incurren las partes en el proceso de llegar a un acuerdo y velar por su cumplimiento.

En otras ocasiones, la negociación simplemente se rompe. El problema suele hallarse en que cada una de las partes trata de resistir para conseguir un acuerdo mejor. Llegar a un acuerdo eficiente es especialmente difícil cuando el número de partes interesadas es alto, ya que es costoso coordinar a todo el mundo. Cuando no da resultado la negociación privada, a veces el Estado puede desempeñar un papel importante. El Estado es una institución destinada a la acción colectiva.

Medidas para resolver el problema de las externalidades

Cuando una externalidad hace que un mercado asigne ineficientemente los recursos, el Estado puede responder de una de las 2 formas siguientes:

- Las medidas de orden y control regulan la conducta directamente
- Las medidas basadas en el mercado dan incentivos para que los particulares puedan resolver el problema por si solos.

La regulación:
El Estado puede resolver una externalidad exigiendo o prohibiendo determinadas conductas. Muchas veces el Estado adopta una política de orden y control que prohíbe totalmente ese acto; otras veces la sociedad tiene que sopesar los costes y los beneficios con el fin de decidir los tipos y cantidades de contaminación que permitirá. Las reglamentaciones sobre el medio ambiente pueden adoptar muchas formas.

Los impuestos pigovianos y las subvenciones:
En lugar de regular la conducta en respuesta a una externalidad, el Estado puede adoptar medidas basadas en el mercado para ajustar los incentivos privados y la eficiencia social. Por ejemplo, el Estado puede internalizar la externalidad gravando las actividades que tienen externalidades negativas y subvencionando las que tienen externalidades positivas. Los impuestos aprobados para corregir los efectos de las externalidades negativas se llaman *impuestos pigovianos*.

Impuestos Pigovianos: Impuesto aprobado para corregir los efectos de una externalidad negativa.

Los economistas prefieren normalmente los impuestos pigovianos a las reglamentaciones para resolver el problema de la contaminación, porque pueden reducirla con un coste menor para la sociedad.

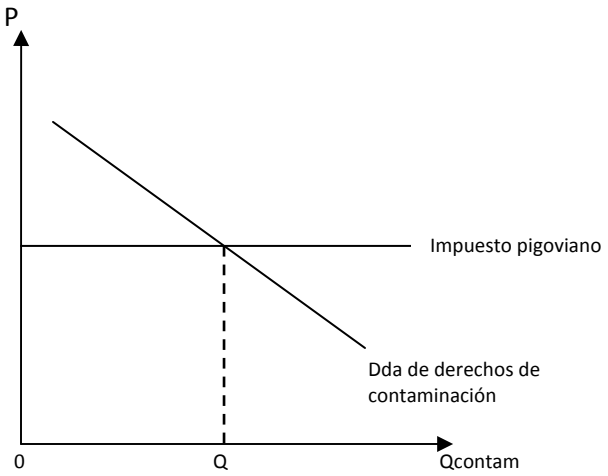
Los impuestos pigovianos no son como la mayoría de los impuestos; la mayoría de los impuestos distorsionan los incentivos y alejan la asignación de los recursos del óptimo social. La reducción del bienestar económico- es decir, del excedente del consumidor y del productor- es superior a la cantidad de ingresos que recauda el Estado, lo que provoca una pérdida irrecuperable de eficiencia. En cambio, cuando las externalidades, la sociedad también se interesa por el bienestar de los que resultan afectados. Los impuestos pigovianos corrigen los incentivos para que tengan en cuenta la presencia de externalidades y, por lo tanto, acercan más la asignación de los recursos al óptimo social. Así pues, los impuestos pigovianos, además de recaudar ingresos para el Estado, mejoran la eficiencia económica.

Los permisos de contaminación transferibles:
La lógica es la misma en el caso de cualquier transferencia voluntaria de una empresa a otra el derecho a contaminar. Si el organismo encargado de la protección del medio ambiente permite a las empresas hacer otros tratos, habrá creado en esencia un nuevo recurso escaso: los permisos de contaminación. Surgirá finalmente un mercado para negociar estos permisos que se regirá por las fuerzas de la oferta y demanda. La mano invisible garantizara que este nuevo mercado asigne eficientemente el derecho de contaminar. Las empresas que sólo puedan reducir la contaminación con un alto coste estarán dispuestas a pagar el máximo por los permisos de contaminación. Las que puedan reducir la contaminación con un bajo coste preferirán vender los permisos que tengan.
Una de las ventajas del mercado de permisos de contaminación se halla en que la distribución inicial de los permisos entre las empresas no importa desde el punto de vista de la eficiencia económica. La lógica en la que se basa esta conclusión es similar a la lógica en la que se basa el teorema de Coase. Las empresas que pueden reducir más fácilmente la contaminación estarán dispuestas a vender los permisos que obtengan, y las que pueden reducir la contaminación únicamente con un alto coste estarán dispuestas a comprar los permisos que necesiten. En la

medida en que exista un libre mercado de derechos de contaminación, la asignación final será eficiente cualquiera que sea la asignación inicial.

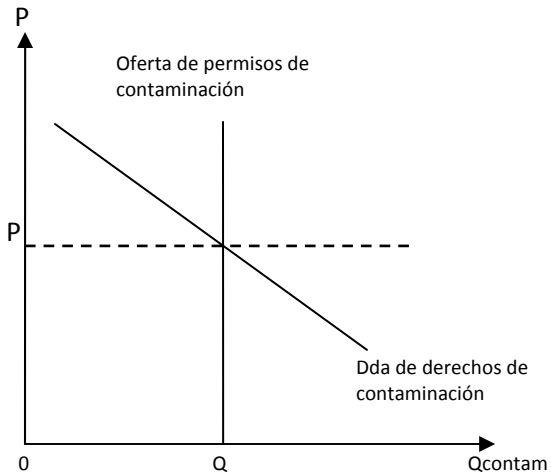
Aunque la reducción de la contaminación por medio de permisos parezca muy diferente de la reducción por medio de impuestos pigovianos, en realidad las dos medidas tienen mucho en común. En ambos casos, las empresas pagan por su contaminación. Con los impuestos pigovianos, las empresas contaminantes deben pagar un impuesto al Estado. Con los permisos de contaminación, deben pagar para comprar el permiso (incluso las que ya poseen permisos deben pagar para contaminar: el coste de oportunidad de contaminar es lo que podrían haber recibido vendiendo sus permisos en mercado abierto). Tanto los impuestos pigovianos como los permisos de contaminación internalizan la externalidad de la contaminación al hacer que sea costoso para las empresas contaminar.

Impuesto Pigoviano



El organismo encargado de la protección del medio ambiente utiliza un impuesto pigoviano para poner un precio a la contaminación. En este caso, la curva de oferta de los derechos de contaminación es perfectamente elástica (por que las empresas pueden contaminar todo lo que deseen pagando el impuesto) y la posición de la curva de dda determina la cantidad de contaminación.

Permisos de Contaminación



El organismo fija una cantidad de contaminación emitiendo permisos. En este caso, la curva de oferta de los derechos de contaminación es perfectamente inelástica (ya que la cantidad de contaminación se fija por medio del número de permisos) y la posición de la curva de dda determina el precio de la contaminación.

Los dos paneles muestran la curva de demanda del derecho a contaminar. Esta curva indica que cuanto más bajo es el precio de la contaminación, más empresas deciden contaminar.

Objeciones al análisis económico dela contaminación:

Un medio ambiente limpio es un bien como otros. Como todos los demás bienes, tiene una elasticidad-renta positiva: los países ricos pueden permitirse un medio ambiente más limpio que los pobres y, por lo tanto, normalmente tienen una protección más rigurosa del medio ambiente. Además al igual que casi todos los demás bienes, el aire y el agua limpios obedecen la ley de demanda: cuanto más bajo sea de la protección del medio ambiente, mas querrá el público. El enfoque económico de los permisos de contaminación y de los impuestos pigovianos reduce el coste de la protección del medio ambiente, y, por lo tanto, debería aumentar la demanda de medio ambiente limpio por parte del público.

Conclusiones

Cuando los compradores y los vendedores de un mercado son las únicas partes interesadas, este resultado es eficiente desde el punto de vista de la sociedad en su conjunto. Pero cuando hay efectos externos, como la contaminación, para evaluar un resultado del mercado hay que tener en cuenta también el bienestar de las terceras partes. En este caso, la mano invisible del mercado puede no asignar eficientemente los recursos.

El teorema de Coase sugiere que las partes interesadas pueden negociar entre ellas y acordar una solución eficiente. Sin embargo, a veces no es posible llegar a un resultado eficiente, debido quizá a que el elevado número de partes interesadas hace difícil la negociación.

Cuando los individuos no pueden resolver el problema de las externalidades privadamente, a menudo interviene el Estado.

El Estado puede resolver el problema obligando a los responsables de tomar decisiones a soportar todos los costes de sus actos. Los impuestos pigovianos sobre las emisiones y los permisos de contaminación, por ejemplo, pretenden internalizar la externalidad de la contaminación. Las fuerzas del mercado, debidamente reorientadas, sueles ser la mejor solución para resolver los fallos del mercado.

Capitulo 11 "Los Bienes Públicos y los Recursos Comunes"

Los diferentes tipos de bienes

Para estudiar los distintos tipos de bienes de la economía resulta útil agruparlos de acuerdo con 2 características:

- ¿Es **excluible** el bien? ¿Es posible impedir que lo utilicen algunas personas?
- ¿Es **rival**? ¿Reduce el uso del bien por parte de una persona su disfrute por parte de otra?

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.

Basándonos en estas dos características, se dividen los bienes en 4 categorías:

¿Excluible? \ ¿Rival?	Sí	No
Sí	Bienes Privados ▪ Helados ▪ Ropa	Monopolios Naturales ▪ Protección contra incendios. ▪ TV por cable
No	Recursos Comunes ▪ Peces del océano ▪ Medio ambiente	Bienes Públicos ▪ Defensa nacional ▪ Conocimiento

1. Los **Bienes Privados** son tanto excluibles como rivales.
2. Los **Bienes Públicos** no son ni excluibles ni rivales.
3. Los **Recursos Comunes** son rivales, pero no excluibles.
4. Es un **Monopolio Natural**, cuando el bien es excluible, pero no rival.

En este capitulo hemos examinado bienes que no son excluibles y que, por lo tanto, están gratuitamente a disposición de todo el mundo: los bienes públicos y los recursos comunes. Como veremos, este tema está estrechamente relacionado con el estudio de las externalidades. Tanto en el caso de los bienes públicos como en el de los recursos comunes, surgen externalidades, porque algo que tiene valor carece de precio.

Como consecuencia de estos efectos externos, las decisiones privadas sobre el consumo y sobre la producción pueden dar lugar a una asignación ineficiente de los recursos, por lo que la intervención del Estado puede aumentar el bienestar económico.

El problema del parasito

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

Algunos bienes públicos importantes:

- **La defensa nacional,** los economistas que son partidarios de que el Estado sea pequeño están de acuerdo en que la defensa nacional es un bien público que debe ser suministrado por el Estado.
- **La investigación básica,** la creación de conocimientos es un bien público. Para evaluar la política que debe adoptarse en relación con la creación de conocimientos, es importante distinguir los conocimientos generales de los conocimientos tecnológicos específicos. El Estado trata de suministrar el bien público de los conocimientos generales de distintas formas.
- **Los programas de lucha contra la pobreza.**

La difícil labor del análisis coste-beneficio

Decidir que el Estado debe intervenir no es más que el primer paso. Debe decidir entonces el tipo de bienes públicos que va a suministrar, así como las cantidades.
Supongamos que el gobierno está considerando la posibilidad re realizar un proyecto publico, como la construcción de una nueva autopista. Para saber si debe construirla, ha de comparar los beneficios totales de todos los que la utilizarían con los costes de su construcción y mantenimiento. Para tomar esta decisión, puede contratar a un equipo de economistas e ingenieros a fin de que realicen un estudio, llamado ***análisis coste-beneficio,*** cuyo objetivo es estimar los costes y los beneficios totales que tiene el proyecto para la sociedad en su conjunto.

Análisis Coste-Beneficio: Estudio que compara los costes y los beneficios que tiene para la sociedad la provisión de un bien público.

Los Recursos Comunes

Los recursos comunes, al igual que los bienes públicos, no son excluibles: están gratuitamente a disposición de todo el que quiera utilizarlos. Sin embargo, los recursos comunes son rivales: su uso por parte de una persona reduce se uso por parte de otra.

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. (La tragedia de los bienes comunales ocurre debido esencialmente a una externalidad.)

Conclusiones: La importancia de los derechos de propiedad

Hemos visto que hay algunos “bienes” que el mercado no suministra debidamente. Los mercados no garantizan que el aire que respiramos está limpio o que nuestro país es defendido de los agresores extranjeros. Las sociedades recurren, pues, al Estado para proteger el medio ambiente o suministrar defensa nacional.

Capitulo 12 “La Elaboración del Sistema Tributario”

*El Sistema Tributario debe ser **Eficiente** y **Equitativo**.*

La administración Federal

Ingresos: La mayor fuente de ingresos de la administración federal es el impuesto sobre la renta de las personas. La renta imponible se calcula restando de la renta total una cantidad basada en el número de dependientes (principalmente hijos) y ciertos gastos que las autoridades consideran “deducibles” (como los intereses de un crédito hipotecario y las donaciones a instituciones benéficas)
Hay que observar que los beneficios de las sociedades se gravan dos veces, una por medio del impuesto sobre la renta de las sociedades cuando estas obtienen beneficios y otra por medio del impuesto sobre la renta de las personas cuando las sociedades utilizan sus beneficios para repartir dividendos entre sus accionistas.

Los gastos: el principal gasto es la Seguridad Social, la segunda categoría es el gasto en la defensa nacional; tercero es el mantenimiento de las familias pobres, etc.

Superávit presupuestario: exceso de ingresos del Estado sobre el gasto público.

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

Administraciones de los estados y municipios

Ingresos: Los dos impuestos más importantes para la administración de los estados y municipios son los impuestos sobre las ventas y los impuestos sobre bienes inmuebles. Estos 2 impuestos representan conjuntamente más de un tercio de todos los ingresos de las administraciones de los estados y municipios.

Los gastos: El mayor gasto de estas administraciones es, con mucho, la educación. Las administraciones del estado contribuyen a financiar las universidades públicas. La segunda categoría mayor del gasto es la asistencia social pública. Esta categoría contiene algunos programas federales que son administrados por los Estados y los Municipios. La siguiente son las autopistas, que comprende la construcción de nuevas carreteras y la conservación de las que ya existen. La categoría “otros” comprende los numerosos servicios prestados por estas administraciones, como bibliotecas, policía, recogida de basuras, protección contra incendios, etc.

Los Impuestos y la Eficiencia

Una vez que hemos visto cómo recauda y gasta dinero el Estado (en este caso, la administración de Estados Unidos) en todos sus niveles, veamos cómo podría evaluarse su política tributaria. Evidentemente, el objetivo de un sistema tributario es recaudar ingresos para el Estado. Pero hay muchas formas de recaudar una determinada cantidad de dinero. Los responsables de la política tributaria, cuando elaboran un sistema tributario, tienen dos objetivos: *la eficiencia y la equidad*.

Un sistema tributario es más eficiente que otro si recauda la misma cantidad de ingresos con un coste menor para los contribuyentes. ¿Cuáles son los costes de los impuestos para los contribuyentes? El más evidente es el propio pago de los impuestos. Esta transferencia de dinero del contribuyente al Estado es una característica inevitable de todo sistema tributario. Sin embargo, los impuestos también imponen otros dos costes, que una política tributaria bien concebida trata de evitar o, al menos, de reducir lo más posible:

- Las pérdidas irrecuperables de eficiencia provocadas cuando los impuestos distorsionan las decisiones que toman los individuos.
- Las cargas administrativas que soportan los contribuyentes cuando cumplen las leyes tributarias.

Un sistema tributario eficiente es aquel que impone pocas pérdidas irrecuperables de eficiencia y pocas cargas administrativas.

Las pérdidas irrecuperables de eficiencia

Los impuestos afectan a las decisiones que toman los individuos.
Como los impuestos distorsionan los incentivos, entrañan pérdidas irrecuperables de eficiencia. La perdida irrecuperable de eficiencia provocada por un impuesto es la reducción del bienestar económico de los contribuyentes, que es superior a la cantidad de ingresos recaudados por el Estado. Es la ineficiencia que crea un impuesto cuando los individuos asignan los recursos de acuerdo con los incentivos fiscales, y no de acuerdo con los verdaderos costes y beneficios de los bienes y servicios que compran y venden.

Tipos impositivos marginales y medios

Cuando se analiza la eficiencia y la equidad de los impuestos sobre la renta, los economistas distinguen entre dos conceptos del tipo impositivo: el medio y el marginal.

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

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

Los tipos impositivos marginales y medios contienen cada uno útil información. Si estamos tratando de valorar el sacrificio que realiza un contribuyente, es mejor el tipo impositivo medio, ya que mide la proporción de la renta que se paga en impuestos. En cambio, si estamos tratando de valorar cuanto distorsionan el sistema tributario los incentivos, tiene más sentido el tipo impositivo marginal.
Una conclusión de este principio es que el tipo impositivo marginal mide el grado en que el sistema tributario disuade a los individuos de trabajar mucho. Por lo tanto, es el tipo impositivo marginal el que determina la pérdida irrecuperable eficiencia provocada por el impuesto sobre la renta.

Los impuestos de cuantía fija

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

Este impuesto muestra claramente la diferencia entre el tipo impositivo medio y marginal. Como las decisiones de una persona no alteran la cantidad que debe, el impuesto no distorsiona los incentivos y, por lo tanto, no provoca pérdidas irrecuperables de eficiencia.

Si los impuestos de cuantía fija son tan eficientes, ¿por qué raras veces se ven en el mundo real? La razón se halla en que la eficiencia no es el único objetivo del sistema tributario. Un impuesto de cuantía fija se llevaría la misma cantidad de los pobres que de los ricos, resultado que la mayoría de las personas considerarían injustos. Para comprender los sistemas tributarios que observamos, debemos considerar, pues, el otro gran objetivo de la política tributaria: la equidad.

Los impuestos y la equidad

El principio de los beneficios

Según uno de los principios de la tributación, llamado *principio de los beneficios*, los individuos deben pagar impuestos en función de los beneficios que les reportan los servicios públicos. Este principio trata de hacer que los bienes públicos se parezcan a los bienes privados.

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

El principio de la capacidad de pago

Existe otra manera de evaluar la equidad de un sistema tributario, que se denomina *principio de la capacidad de pago* y que establece que los impuestos deben establecerse de tal forma que cada persona pague de acuerdo con la medida en que puede soportar la carga.

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 en que puede soportar la carga.

Del principio de la capacidad de pago se deducen dos conceptos de equidad:

***Equidad Vertical**: Idea de que los contribuyentes que tienen una capacidad mayor para pagar impuestos deben pagar mayores cantidades.*

***Equidad Horizontal:** Idea de que los contribuyentes que tienen una capacidad de similar para pagar impuestos deben pagar la misma cantidad.*

La Equidad Vertical

Los sistemas se diferencian en el ritmo al que suben los impuestos conforme aumenta la renta.

3 sistemas tributarios

	Impuesto proporcional		Impuesto regresivo		Impuesto progresivo	
Renta ($)	Cantidad de impuestos ($)	Porcentaje de la renta	Cantidad de impuestos ($)	Porcentaje de la renta	Cantidad de impuestos ($)	Porcentaje de la renta
50.000	12.500	25	15.000	30	10.000	20
100.000	25.000	25	25.000	25	25.000	25
200.000	50.000	25	40.000	20	60.000	30

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

La Equidad Horizontal

Si los impuestos se basan en la capacidad de pago, los contribuyentes similares deben pagar una cantidad similar de impuesto. Pero ¿de que depende que dos contribuyentes sean o no similares? Las familias se diferencian en muchos aspectos. Para averiguar si una legislación tributaria es equitativa horizontalmente, debemos averiguar qué diferencias son relevantes para la capacidad de pago de una familia y cuáles no.

La incidencia y la equidad de los impuestos

La incidencia de los impuestos- el estudio de quién soporta su carga – es fundamental para evaluar su equidad. La persona que soporta la carga de un impuesto no siempre es la que recibe la factura tributaria del Estado. Como los impuestos alteran la oferta y la demanda, alteran los precios de equilibrio.
Muchos análisis de la equidad de los impuestos no tienen en cuenta los efectos indirectos de los impuestos, y se basan en lo que los economistas llaman con disimulo *teoría de la tira matamoscas* de la incidencia de los impuestos. Según esta teoría, la carga de un impuesto, como la mosca en la tira matamoscas, se pega allí donde primero se posa. Sin embargo, ese supuesto rara vez es válido.

Conclusiones: la disyuntiva entre la equidad y la eficiencia

Casi todo el mundo está de acuerdo en que la equidad y la eficiencia son los 2 objetivos más importantes del sistema tributario, pero estos 2 objetivos suelen estar en conflicto. Muchos de los cambios propuestos de la legislación tributaria aumentan le eficiencia y reducen la equidad, o aumentan la equidad y reducen la eficiencia. La gente discrepa sobre la política tributaria debido a menudo a que concede un peso distinto a estos 2 objetivos.

La economía no puede indicar por sí sola cuál es la mejor manera de equilibrar los objetivos de la eficiencia y la equidad. En esta cuestión interviene la filosofía política, así como la economía. Pero los economistas desempeñan un importante papel en el debate político sobre la política tributaria: pueden aportar luz sobre las disyuntivas a las que se enfrenta la sociedad y ayudarnos a evitar las medidas que sacrifican la eficiencia sin obtener ningún beneficio en lo que a equidad se refiere.

Capitulo 13 "Los Costes de Producción"

Organización Industrial: Estudio del modo en que las decisiones de las empresas sobre los precios y sobre las cantidades dependiendo de la situación del mercado.

El ingreso total, el coste total y el beneficio

BENEFICIO = INGRESO TOTAL – COSTE TOTAL

Ingreso Total: Q que recibe una empresa por la venta de su producción.

Coste Total: Valor de mercado de los factores que utiliza una empresa en la producción.

Beneficio: Ingreso total menos Coste total.

PRECIO * CANTIDAD

(P*Q)

Los Costes concebidos como Costes de Oportunidad

Costes Explícitos: Costes de los factores que exigen un gasto de dinero por parte de la empresa.

Costes Implícitos: Costes de los factores que no exigen un gasto de dinero por parte de la empresa.

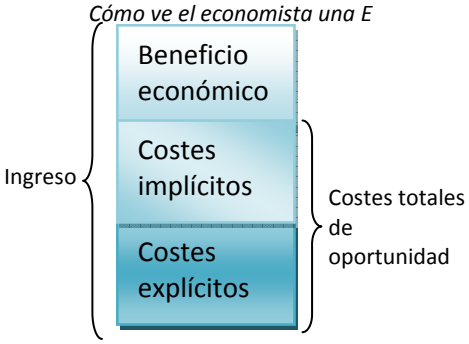
Esta distinción entre los costes explícitos y los implícitos pone de relieve una importante diferencia entre la forma en que analizan las empresas los economistas y la forma en que las analizan los contables. A los economistas les interesa ver cómo toman las empresas sus decisiones de producción y de precios. Como estas decisiones se basan tanto en los costes explícitos como en los implícitos, incluyen ambos cuando calculan los costes. En cambio, los contables tienen la misión de llevar la cuenta del dinero que entra y sale de las empresas, por lo que calculan los costes explícitos, pero suelen pasar por alto los implícitos.

Beneficio económico y beneficio contable

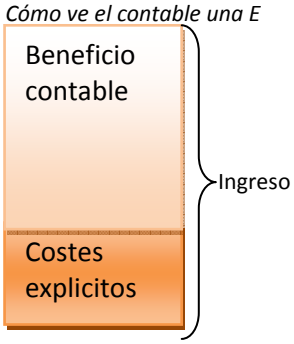
Beneficio Económico: Ingreso total menos coste total, incluidos tanto los costes explícitos como los implícitos.

Beneficio Contable: Ingreso total menos coste explicito total.

Cómo ve el economista una E



Cómo ve el contable una E



Los economistas frente a contables. Los economistas incluyen todos los costes de oportunidad cuando analizan una empresa, mientras que los contables sólo miden los costes explícitos. Por lo tanto, el beneficio económico es menor que el beneficio contable.

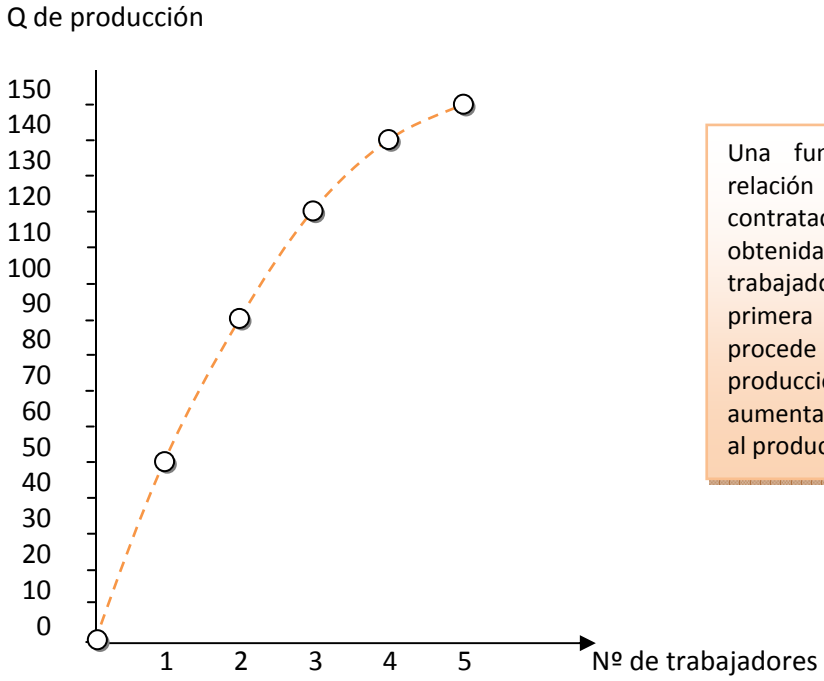
La función de producción

Función de producción: Relación entre la calidad de factores utilizados para producir un bien y la cantidad producida de ese bien.

Numero de trabajadores	Producción	Producto marginal del trabajo	Coste de la fabrica	Coste de los trabajadores	Coste total de los factores
0	0	50	30	0	30
1	50	40	30	10	40
2	90	30	30	20	50
3	120	20	30	30	60
4	140	10	30	40	70
5	150		30	50	80

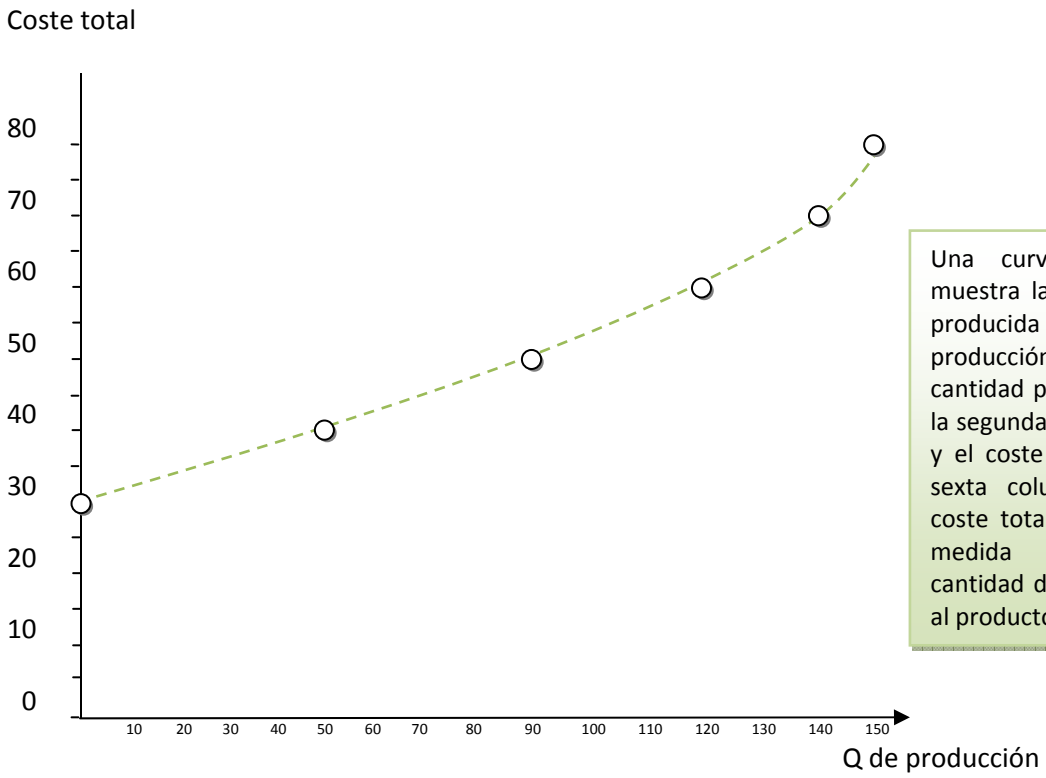
Producto marginal: Aumento que experimenta la producción con una unidad adicional de factor.

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



Una función de producción muestra la relación entre el numero de trabajadores contratados y la cantidad de de producción obtenida. En este caso, el número de trabajadores contratados procede de la primera columna, y la cantidad producida procede de la segunda. La función de producción se vuelve más plana a medida que aumenta el número de trabajadores, debido al producto marginal decreciente.

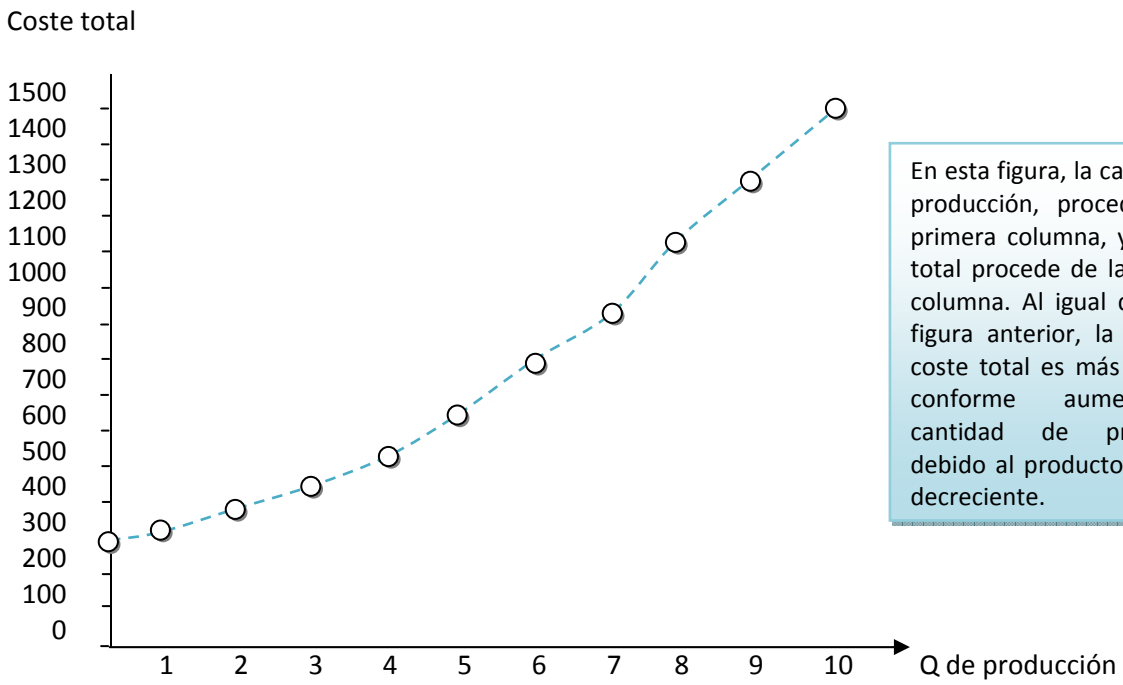
De la función de producción a la curva de coste total



Una curva de coste total muestra la relación entre la Q producida y el coste total de producción. En este caso, la cantidad producida procede de la segunda columna de la tabla, y el coste total procede de la sexta columna. La curva de coste total es más inclinada a medida que aumenta la cantidad de producción debido al producto marginal creciente.

Las Distintas medidas del Coste

Q	Coste total	Coste Fijo	Coste variable	Coste fijo medio	Coste variable medio	Coste total medio	Coste marginal
0	**3.00**	**3.00**	**0**	**-**	**-**	**-**	**0.30**
1	**3.30**	**3.00**	**0.30**	**3.00**	**0.30**	**3.30**	**0.50**
2	**3.80**	**3.00**	**0.80**	**1.50**	**0.40**	**1.90**	**0.70**
3	**4.50**	**3.00**	**1.50**	**1.00**	**0.50**	**1.50**	**0.70**
4	**5.40**	**3.00**	**2.40**	**0.75**	**0.60**	**1.35**	**1.10**
5	**6.50**	**3.00**	**3.50**	**0.60**	**0.70**	**1.30**	**1.30**
6	**7.80**	**3.00**	**4.80**	**0.50**	**0.80**	**1.30**	**1.50**
7	**9.30**	**3.00**	**6.30**	**0.43**	**0.90**	**1.33**	**1.70**
8	**11.00**	**3.00**	**8.00**	**0.38**	**1.00**	**1.38**	**1.90**
9	**12.90**	**3.00**	**9.90**	**0.33**	**1.10**	**1.43**	**2.10**
10	**15.00**	**3.00**	**1200**	**0.30**	**1.20**	**1.50**	



En esta figura, la cantidad de producción, procede de la primera columna, y el coste total procede de la segunda columna. Al igual que en la figura anterior, la curva de coste total es más inclinada conforme aumenta la cantidad de producción debido al producto marginal decreciente.

Los Costes Fijos y Variables

Costes Fijos: Costes que no varían cuando varía la cantidad producida.
Costes Variables: Costes que varían cuando varía la cantidad producida.

El Coste Medio y Marginal

- *Coste total medio: Coste total dividido por la cantidad de producción.*
- *Coste fijo medio: Costes fijos divididos por la cantidad de producción.*
- *Coste variable medio: Costes variables divididos por la cantidad de producción.*
- *Coste margina: Aumento que experimenta el coste total cuando se produce una unidad más.*

$$\text{Coste total medio} = \frac{\text{Coste total}}{\text{Cantidad}} = \frac{CT}{Q}$$

$$\text{Coste Marginal} = \frac{\text{(Variación del coste total)}}{\text{(Variación de la cantidad)}} = \frac{\Delta CT}{\Delta Q}$$

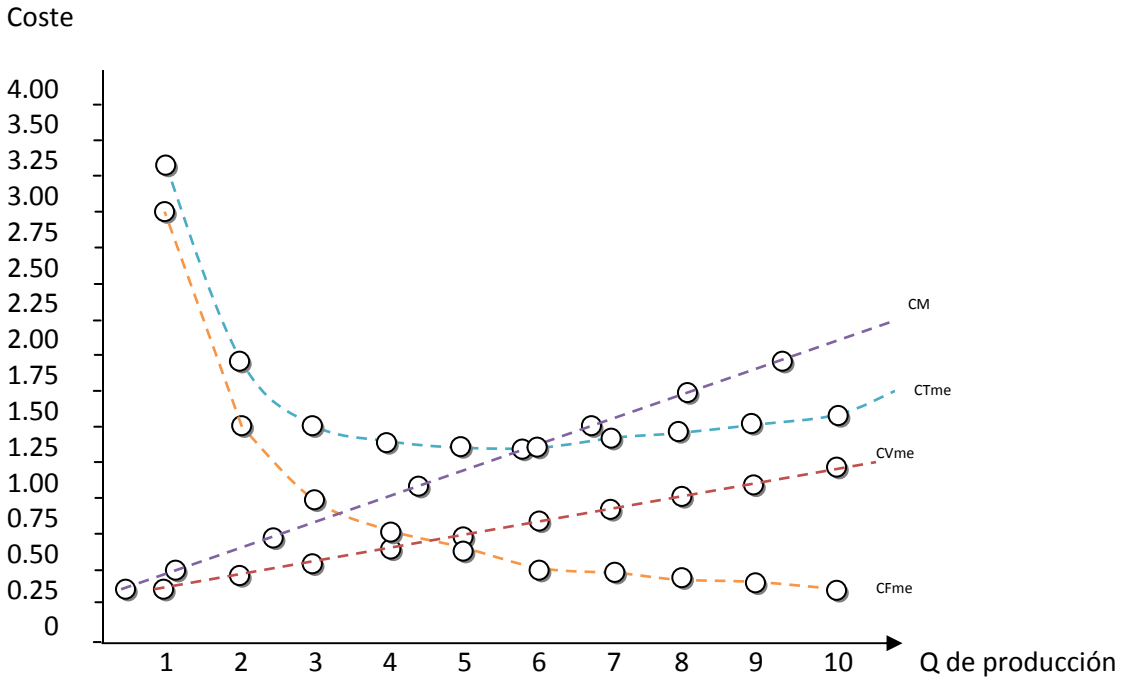
Las curvas de coste y su forma

La siguiente figura representa gráficamente los costes utilizando los datos de la tabla anterior. El eje de las abscisas mide la cantidad que produce la empresa, y el de las ordenadas mide el coste marginal y el medio. El grafico muestra cuatro curvas: **el coste total medio (CTme), el coste fijo medio (CFme), el coste variable medio (CVme) y el coste marginal (CM).**

El coste marginal creciente: El coste marginal aumenta cuando se incrementa la cantidad producida, debido a la propiedad del producto marginal decreciente.

El coste total medio en forma de U: Recuérdese que coste total medio es la suma del coste fijo medio y el coste variable medio. El coste fijo medio siempre disminuye cuando aumenta la producción, porque el coste fijo se reparte entre un numero mayor de unidades. El coste variable medio normalmente aumenta cuando se incrementa la producción, debido al producto marginal decreciente. El coste total medio refleja la forma tanto del coste fijo medio como del coste variable medio. En el fondo la U corresponde a la cantidad que minimiza el coste total medio. Esta cantidad se llama a veces ESCALA EFICIENTE de la empresa.

Escala eficiente: Cantidad de producción que minimiza el coste total medio.



En esta figura se muestra el coste total medio (CTme), el coste total fijo medio (CFme), el coste variable medio (CVme) y el coste marginal (CM). Todas estas curvas se obtienen representando gráficamente los datos de la tabla anterior. Estas curvas de costo muestran tres características que se consideran habituales:

1. El coste marginal aumenta cuando se incrementa la cantidad de la producción.
2. La curva de coste total medio tiene forma de U.
3. La curva de coste marginal corta a la curva de coste medio en el punto mínimo del coste total medio.

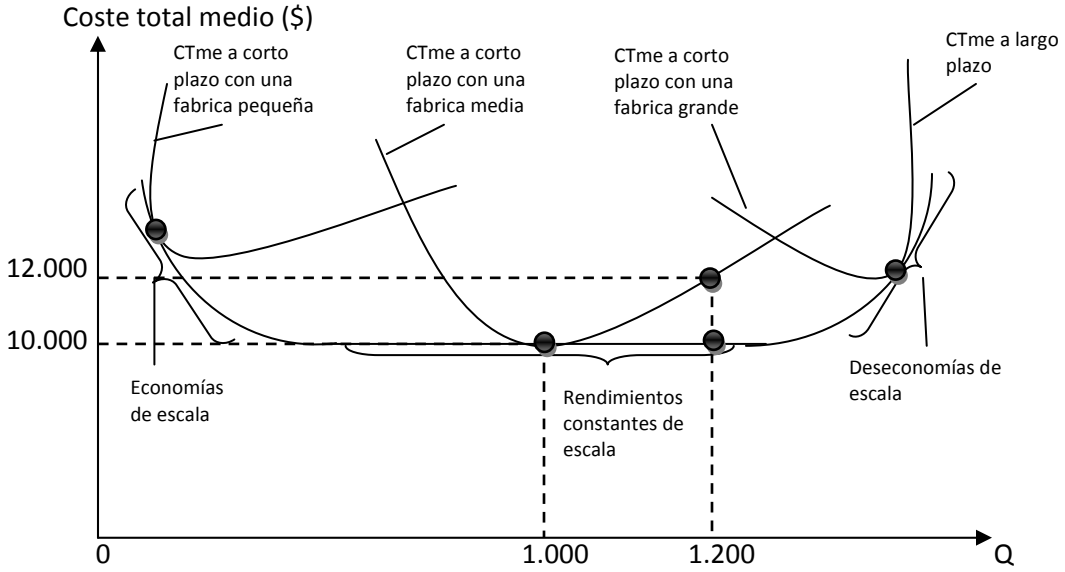
La relación entre el coste marginal y el coste total medio

Siempre que el coste total marginal es menor que el coste total medio, este ultimo es decreciente. Siempre que es mayor que el coste total medio, este ultimo es creciente. Estas características de las curvas de coste no es el resultado casual de las cifras utilizadas en el ejemplo: se da en todas las empresas.
Esta relación entre el coste total medio y el coste marginal tiene un importante conclusión: *La curva de coste marginal corta a la curva de coste total medio en la escala eficiente.* ¿Por qué? En los niveles de producción bajos, el coste marginal es menor que el coste total medio, por lo que el coste total medio es decreciente. Pero una vez que se cortan las dos curvas, el coste marginal aumenta por encima del coste total medio. Por la razón que acabamos de analizar, el coste total medio debe comenzar a aumentar en este nivel de producción. Por lo tanto, este punto de intersección es el punto mínimo del coste total medio.

Los Costes a corto a largo plazo

La relación entre el coste total medio a corto plazo y a largo plazo

En muchas empresas, la división de los costes totales en costos costes fijos y variables depende del horizonte temporal.
Como muchas decisiones son fijas a corto plazo pero variables a largo plazo, las curvas de coste a largo plazo empresa son diferentes de sus curvas de coste a corto plazo.



Economías y deseconomías de escala

La forma de la curva de Ctme a largo plazo transmite importante información sobre la tecnología para producir un bien. Cuando el CTme a largo plazo disminuye conforme aumenta la producción, se dice que hay ***economías de escala.*** Cuando el coste total medio a largo plazo aumenta conforme aumenta la producción, se dice que hay ***deseconomías de escala.*** Cuando no varía cuando aumenta el nivel de producción, se dice que hay ***rendimientos constantes de escala.***

Economías de escala: *Propiedad según la cual el coste total medio a largo plazo disminuye conforme se incrementa la cantidad de producción.*

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

Rendimiento constante de escala*: Propiedad según la cual el coste total medio a largo plazo se mantiene constante cuando varía la cantidad de producción.*

Las economías de escala suelen surgir porque los niveles de producción más altos permiten a los trabajadores especializarse, lo cual permite a cada uno realizar mejores tareas encomendadas. Puede haber des economías de escala por problemas de coordinación inherentes a una gran organización.
Este análisis muestra por qué las curvas de costos totales medios a largo plazo tienen forma de U. En los niveles de producción bajos, la empresa se beneficia del aumento del tamaño porque puede aprovechar la mayor especialización. Los problemas de coordinación aún no son graves. En cambio, en los niveles de producción altos, ya se han recogido los beneficios de la especialización, y los problemas de coordinación son más graves a medida que crece la empresa. Por lo tanto, el coste total medio a largo plazo disminuye en los niveles de producción bajos debido al aumento de la especialización, y aumenta en los niveles de producción altos debido a los crecientes problemas de coordinación.

Los principales tipos de coste: Resumen

Término	Definición	Descripción matemática
Costes Explícitos	Costes que exigen un gasto de dinero por parte de la empresa.	-
Costes Implícitos	Costes que no exigen un gasto de dinero por parte de la empresa.	-
Costes Fijos	Costes que no varían con la cantidad producida.	CF
Costes Variables	Costes que varían con la cantidad producida.	CV
Coste Total	El valor de mercado de todos los factores que utiliza una empresa en la producción.	CT = CF + CV
Coste Fijo medio	Costes fijos divididos por al cantidad de producción.	CFme = CF/Q
Coste Variable medio	Costes variables divididos por la cantidad de producción.	CVme = CV/Q
Coste Total medio	Coste total dividido por la cantidad de producción.	CTme = CT/Q
Coste Marginal	Aumento del coste total provocada por una unidad adicional de producción.	CM = ΔCT/ΔQ

Capitulo 14 “Las Empresas de los Mercados Competitivos”

¿Qué es un mercado competitivo?

El objetivo de este capítulo es ver cómo toman las empresas sus decisiones de producción en los mercados competitivos. Como punto de partida de este análisis, comenzamos viendo qué es un mercado competitivo.

El significado de la competencia

Recordemos:
Mercado Perfectamente 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. Estos se llaman precio-aceptantes.

Estos tienen 4 características:

i. Los bienes que se ofrecen en venta son todos iguales (homogéneos)
ii. Los compradores y vendedores son muchos y por lo tanto, ningún comprador o vendedor puede influir en el precio del mercado

Como consecuencia de estas condiciones, las acciones de un comprador o de un vendedor cualquiera en el mercado producen un efecto insignificante en el precio del mercado. Cada uno de los compradores y de los vendedores considera dado el precio de mercado.

En los mercados competitivos, los compradores y los vendedores deben aceptar el precio que determina el mercado y, por lo tanto, se dice que son precio-aceptantes. Además de las dos condiciones anteriores para que exista competencia, hay una tercera que a veces se considera que caracteriza a los mercados perfectamente competitivos:

- **Las empresas pueden entrar o salir libremente del mercado**

Debe señalarse que una gran parte del análisis de las empresas competitivas no se basa en el supuesto de la libre entrada y salida, ya que esta condición no es necesaria para que las empresas sean precio-aceptantes. Sin embargo, como veremos más adelante, la entrada y salida suelen ser poderosas fuerzas que configuran el resultado a largo plazo en los mercados competitivos.

El ingreso de una empresa competitiva

En un mercado competitivo, una empresa, al igual que casi todas las demás de la economía, trata de maximizar los beneficios, que son iguales al ingreso total menos el coste total.

La siguiente tabla muestra el ingreso de una empresa perfectamente competitiva. Las 2 primeras columnas muestran la cantidad de producción de la empresa y el precio al que vende su producto. La tercera es el ingreso total de la empresa. El cuadro supone que el precio es de $6, por lo que el ingreso total es simplemente $6 multiplicado por la cantidad.
Los conceptos medio y marginal resultan útiles cuando se analiza el ingreso.

Para ver qué información transmiten estos conceptos, examinaremos las siguientes preguntas:

¿Cuánto ingreso obtiene la empresa por cada unidad vendida?
¿Cuánto ingreso adicional obtiene si produce una unidad más?

Las 2 últimas columnas de la siguiente tabla tienen la respuesta.
La cuarta columna de la tabla muestra el **ingreso medio** que es el ingreso total (que figura en la tercera columna) dividido por la cantidad de producción (que figura en la primera columna). El ingreso medio indica cuánto ingreso obtiene una empresa por la unidad representativa vendida. El ingreso medio es igual a $6, que es el precio de una unidad. Este resultado ilustra una lección general valida no sólo en el caso de las empresas competitivas, sino también en el de otros tipos de empresa. El ingreso total es el precio multiplicado por la cantidad (P*Q) y el ingreso medio es el ingreso total (P*Q) dividido por la cantidad (Q). Por lo tanto, *en todas las empresas, el ingreso medio es igual al precio del bien.*

Ingreso medio: Ingreso total dividido por la cantidad vendida.

La quinta columna muestra el *ingreso marginal*, que es la variación que experimenta el ingreso total como consecuencia de la venta de cada unidad adicional de producción.
El ingreso marginal es igual a $6, que es el precio por una unidad. Este resultado ilustra una lección que sólo es valida en el caso de las empresas competitivas. El ingreso total es P*Q, y P es fijo para las empresas competitivas. Por lo tanto, cuando Q aumenta en una unidad, el ingreso total aumenta en P dólares. *En las empresas competitivas, el ingreso marginal es igual al precio del bien.*

Ingreso marginal: Variación que experimenta el ingreso total cuando se vende una unidad más.

Ingreso total, medio y marginal de una empresa competitiva

Cantidad (Q)	Precio (P)	Ingreso total (IT=P*Q)	Ingreso medio (Ime= IT/Q)	Ingreso marginal (IM=ΔIT/ΔQ)
1	6	6	6	6
2	6	12	6	6
3	6	18	6	6
4	6	24	6	6
5	6	30	6	6
6	6	36	6	6
7	6	42	6	6
8	6	48	6	6

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

El objetivo de una empresa competitiva es maximizar los beneficios, que son iguales al ingreso total menos al coste total. Acabamos de analizar el ingreso de la empresa, y en el capitulo anterior examinamos sus costes. Ahora estamos ya en condiciones de ver cómo se maximiza la empresa los beneficios y cómo lleva esa decisión a su curva de oferta.

Un sencillo ejemplo de maximización de los beneficios

Comencemos nuestro análisis de la decisión de oferta de la empresa con el ejemplo de la siguiente tabla.

La maximización de los beneficios: ejemplo numérico

Cantidad (Q)	Ingreso Total (IT)	Coste Total (CT)	Beneficios (IT=CT)	Ingreso Marginal (IM=ΔIT/ΔQ)	Coste Marginal (CM=ΔCT/ΔQ)
0	0	3	-3	6	2
1	6	5	1	6	3
2	12	8	4	6	4
3	18	12	6	6	5
4	24	17	7	6	6
5	30	23	7	6	7
6	36	30	6	6	8
7	42	38	4	6	9
8	48	47	1		

En la primera columna de ese cuadro figura el número de unidades que se producen en la empresa. La segunda muestra el ingreso total, que es igual a $6 multiplicado por la cantidad producida. La tercera muestra el coste total. Éste comprende los costes fijos, que son $3 en este ejemplo, y los costes variables, que dependen de la cantidad producida.

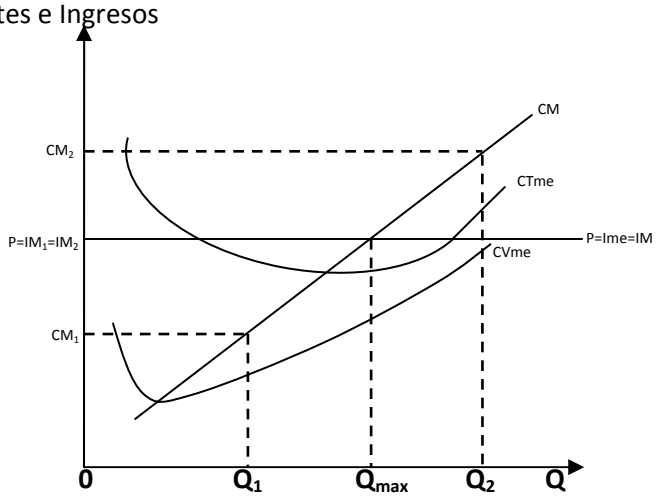
La cuarta columna muestra el beneficio de la empresa, que se calcula restando el coste total de ingreso total. Si la empresa no produce nada, tiene una perdida de $3. Si produce una unidad, tiene el beneficio de $1.

Para maximizar los beneficios, la empresa elige una cantidad con la que obtiene los mayores beneficios posibles. En este ejemplo, maximiza los beneficios cuando se producen 4 o 5 unidades, es decir, cuando los beneficios son de $7.

Existe otra manera de examinar la decisión de la empresa. Se puede hallar la cantidad maximizadora de los beneficios comparando el ingreso marginal y el coste marginal correspondiente a cada unidad producida. Las dos últimas columnas de la tabla calculan el ingreso marginal y el coste marginal a partir de las variaciones del ingreso total y del coste total. Mientras el ingreso marginal sea superior al coste marginal, el aumento de la cantidad producida elevará los beneficios. Sin embargo, cuando la empresa llega a las 5 unidades, la situación es muy distinta. La sexta unidad tendría un ingreso marginal de $6 y un coste marginal de $7, por lo que su producción reduciría los beneficios en $1. En consecuencia, la empresa no podría producir más de 5 unidades.

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

Para ampliar este análisis de la maximización de los beneficios, debemos considerar la siguiente figura:



En esta figura se muestra la curva de CM, la de CTme y la de CVme. También muestra el precio de mercado (P), que es igual al IM, y el Ime. En la cantidad Q_1, el ingreso marginal IM_1 s superior al CM_1, por lo que se obtienen más beneficios aumentando la producción. En la Q_2, el CM_2 es superior al IM_2, por lo que se obtienen más beneficios reduciéndola producción. La cantidad maximizadora de los beneficios Q_{max} se encuentra en el punto en el que se cortan la recta horizontal de precios y la curva de coste marginal.

L a decisión a corto plazo de cerrar

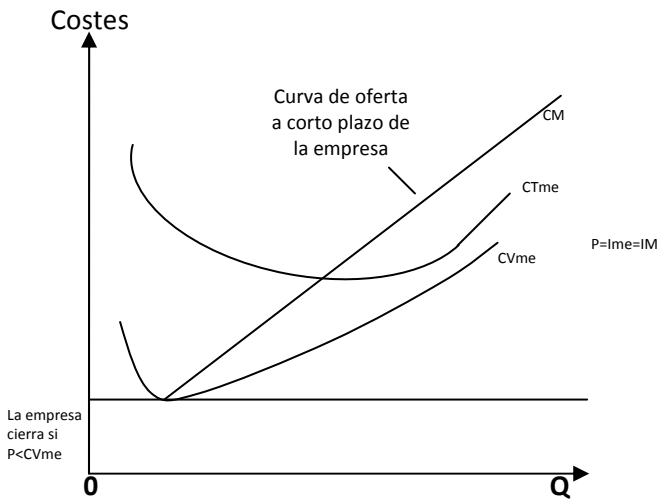
Hasta ahora hemos analizado la cuestión de la cantidad que produce una empresa competitiva. Sin embargo, en algunas circunstancias la empresa decide cerrar y no producir nada.

Aquí debemos distinguir entre un cierre temporal de una empresa y su salida permanente del mercado. Un cierre se refiere a la decisión a corto plazo de no producir nada durante un determinado periodo de tiempo debido a la situación en que se encuentra el mercado en ese momento. La salida se refiere a la decisión a largo plazo de abandonar el mercado. Las decisiones a largo plazo son diferentes de las decisiones a corto plazo, por que la mayoría de las empresas no pueden evitar sus costes fijos a corto plazo pero sí a largo plazo. Es decir, une empresa que cierra temporalmente sigue teniendo que pagar sus costes fijos, mientras que una empresa que sale del mercado se puede ahorrar tanto los costes fijos como los variables.

Cerrar si:

$$IT < CV$$
$$IT/Q<CV/Q$$
$$P<CVme$$

Es decir, una empresa decide cerrar si el precio del bien es menor que el coste variable medio de producción. Este criterio es intuitivo: cuando decide producir, compara el precio que percibe por la unidad representativa con el coste variable medio en que debe incurrir para producirla. Si el precio no cubre el coste variable medio, la empresa mejora su situación dejando totalmente de producir. Puede reabrir en el futuro si cambian las circunstancias y el precio es superior al coste variable medio.



La curva de oferta a corto plazo de la empresa competitiva. A corto plazo, la curva de oferta de la empresa competitiva es su curva de coste marginal situada por encima del coste variable medio. Si el precio baja y es inferior al coste variable medio, la empresa mejora su situación cerrando.

Los Costes Irrecuperables

Coste Irrecuperable: Coste que ya se ha comprometido y que no puede recuperarse.

Nuestro análisis de la decisión de cierre de la empresa es un ejemplo que muestra que los costes irrecuperables no son pertinentes. Suponemos que la empresa no puede recuperarse deteniendo temporalmente la producción. Por lo tanto, sus costes fijos son irrecuperables a corto plazo y puede dejarlos tranquilamente de lado cuando decide la cantidad que va a producir. La curva de oferta a corto plazo de la empresa es la parte de la curva de coste marginal que se encuentra por encima del coste variable medio, y la cuantía del coste fijo no importa para tomar esta decisión de oferta.

La decisión a largo plazo de salir o entrar en un mercado

La decisión a largo plazo de salir del mercado es similar a la decisión de cerrar. Si la empresa sale, pierde de nuevo todo el ingreso derivado de la venta de su producto, pero ahora ahorra tanto los costes fijos de producción como los costes variables. Por lo tanto*, la empresa sale del mercado si el ingreso que obtendría produciendo es menor que sus costes totales*.

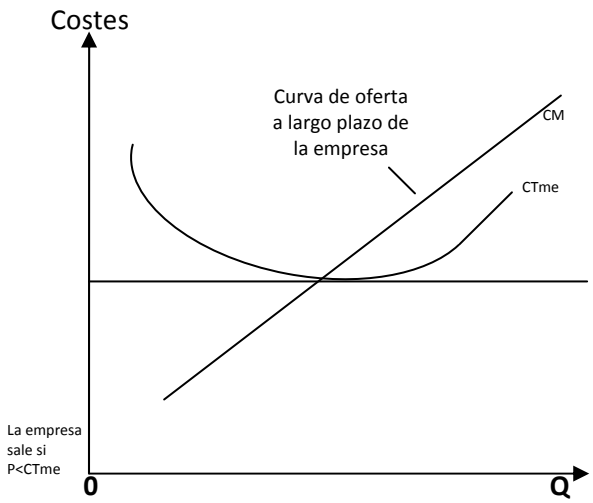
Salir si:
IT < CT
IT/Q<CT/Q
P<CTme

Es decir, une empresa decide salir si el precio del bien es menor que el coste total medio de producción. El análisis es paralelo en el caso de un empresario que está considerando la posibilidad de poner en marcha una empresa. Ésta entrará en el mercado si es rentable, y lo es si el precio del bien es superior al coste total medio de producción. El criterio de entrada es:

Entrar si:

P>CTme

El criterio para entrar es exactamente lo contrario del criterio para salir. Ahora podemos describir la estrategia de una empresa competitiva maximizadora de los beneficios a largo plazo. Si la empresa se encuentra en el mercado, produce la cantidad con la que el coste marginal es igual al precio del bien. Sin embargo, si éste es menor que el coste total medio correspondiente a esa cantidad, decide salir del mercado o no entrar en el. *La curva de oferta a largo plazo de la empresa competitiva es el segmento de su curva de coste marginal situado por encima del coste total medio.*



La curva de oferta a largo plazo de la empresa competitiva. A largo plazo, la curva de oferta de la empresa competitiva es el segmento de su curva de coste marginal situada por encima del coste total medio. Si el precio baja y es inferior al coste total medio, la empresa mejora su situación saliendo del mercado.

La medición grafica de los beneficios de la empresa competitiva

Cuando analizamos la salida y la entrada, resulta útil poder analizar más detalladamente los beneficios de la empresa.
Recuérdese que éstos son iguales al ingreso total (IT) menos el coste total (CT):

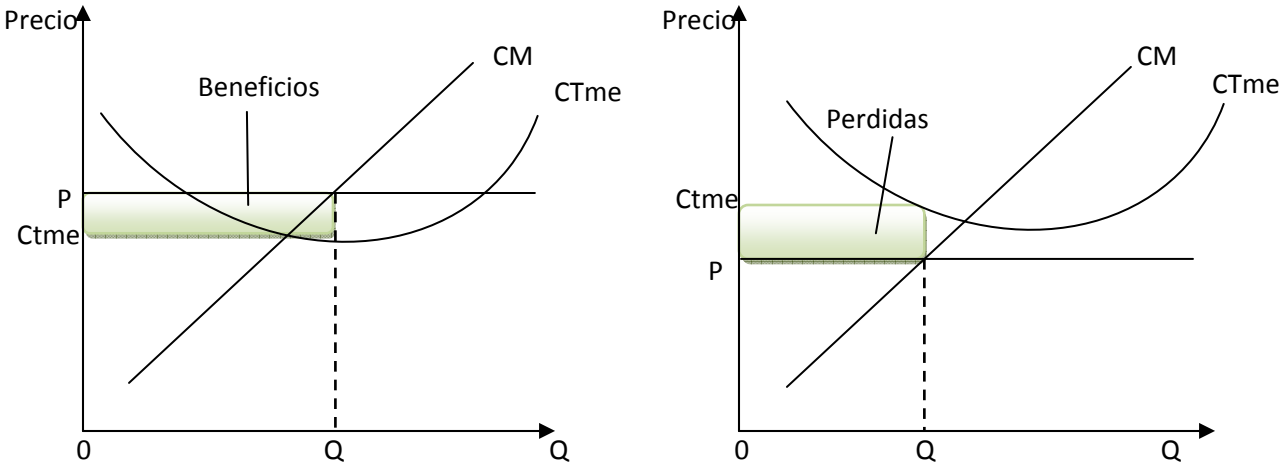
Beneficios= IT-CT

Esta definición puede expresarse de otra forma multiplicando y dividiendo el segundo miembro por Q:

Beneficios= (IT/Q – CT/Q) * Q

Pero obsérvese que IT/Q es el ingreso medio, que es el precio P, y CT/Q es el coste total medio CTme, por lo tanto:

$$\text{Beneficios} = (P - CTme) * Q$$



Los beneficios representados por el área situada entre el precio y el coste total medio. El área del rectángulo sombrado situado entre el precio y el coste medio representa los beneficios de la empresa. Su altura es el precio menos el coste total medio (P-CTme), y su longitud es la cantidad de producción (Q). En el panel (a), el precio es superior al coste total medio, por lo que la empresa tiene unos beneficios positivos. En el panel (b), el precio es inferior al coste total medio, por lo que la empresa tiene pérdidas.

Capitulo 15 “El Monopolio”

Los derechos de *Copyright* le otorgan el derecho exclusivo a fabricar y vender copias del sistema operativos de Windows. Se dice que Microsoft tiene un *Monopolio* en el mercado de Windows. Como hemos analizado los mercados competitivos, en los que hay muchas empresas que ofrecen unos productos esencialmente idénticos, por lo que cada una apenas influye en el precio que cobra. En cambio, un Monopolio como Microsoft no tiene competidores cercanos y, por lo tanto, puede influir en el precio de mercado de su producto. Mientras que una empresa competitiva es un precio-aceptante, una empresa monopolística es un *precio-decisor.*
En este capitulo examinaremos las consecuencias de este poder de mercado. Vemos que éste altera la relación entre el precio de una empresa y sus costes. Una empresa competitiva considera dado el precio de su producto, y la cantidad que ofrecerá es aquella con la que el precio es igual al coste marginal. **En cambio, el precio que cobra un monopolio es superior al coste marginal.**

Los monopolios no pueden conseguir el nivel de beneficios que deseen, ya que los precios altos reducen la cantidad que compran sus clientes. Aunque los monopolios pueden controlar los precios de sus bienes, sus beneficios no son ilimitados.
Las empresas monopolísticas aspiran, al igual que las competitivas a maximizar los beneficios. Éstas, no tienen el freno de la competencia, el resultado de un mercado en el que hay un monopolio no suele ser el que más conviene a la sociedad.
Según uno de los 10 ppios de la economía, el Estado puede mejorar a veces los resultados del mercado. Cuando examinemos los problemas que plantean los monopolios a la sociedad, también analizaremos las distintas las distintas formas en que pueden responder los poderes públicos a estos problemas.

Por qué surgen los monopolios?

Una empresa es un *monopolio* si es la única que vende un producto y si éste no tiene sustitutos cercanos. La causa fundamental del monopolio son las *barreras de entrada:* un monopolio es el único vendedor en su mercado porque otras empresas no pueden entrar y competir con él. Las barreras a la entrada tienen, a su vez, 3 orígenes:

- Un recurso clave es propiedad de una única empresa.
- Las autoridades conceden a una única empresa el derecho exclusivo a producir un bien o un servicio.
- Los costes de producción hacen que un único productor sea más eficiente que un elevado numero de productores.

Monopolio: Empresa que es la única que vende un producto que no tiene sustitutos cercanos.

Los recursos monopolísticos

La manera más sencilla de que surja un monopolio es que una única empresa posea un recurso clave. En el caso de un bien necesario como es el agua, el monopolista podría cobrar un precio bastante alto, incluso aunque el costo marginal sea bajo.
Aunque la propiedad exclusiva de un recurso clave puede ser la causa de monopolio, en la práctica los monopolios raras veces surgen por esta razón. Las economías reales son grandes y los recursos son propiedad de muchas personas. De hecho, como muchos bienes se comercian internacionalmente, el alcance natural de sus mercados suele ser mundial. Hay, pues, pocos ejemplos de empresas que posean un recurso del que no existan sustitutos cercanos.

Los monopolios creados por los gobiernos

En muchos casos, los monopolios surgen porque el gobierno ha concebido a una persona o a una empresa el derecho exclusivo a vender un bien o un servicio. Otras veces los gobiernos conceden monopolios porque se considera que concederlos va en aras del interés público.
La legislación sobre las patentes y sobre los derechos de *copyright* son 2 importantes ejemplos de cómo crea el gobierno un monopolio para servir al interés público. Las leyes que rigen las patentes y los derechos de *copyright* tienen, pues, tantos beneficios como costes. Los beneficios son el aumento de los incentivos para realizar actividades creativas.

Los monopolios naturales

Una industria es un **monopolio natural** cuando una única empresa puede ofrecer un bien o un servicio a todo un mercado con menos costes que dos o más empresas. Surge un monopolio natural cuando hay economías de escala en el intervalo relevante de producción.

Monopolio natural: Monopolio que surge porque una única empresa puede ofrecer un bien o un servicio a todo un mercado con menos costes que dos o más empresas.

Un ejemplo de monopolio natural es la distribución de agua. Para suministrar agua a los residentes de una cuidad, una empresa debe construir una red de tuberías por toda la ciudad. Si compitieran dos o más empresas por el suministro de este servicio, cada una tendría que pagar el coste fijo de construir una red. Por lo tanto, el coste total medio del agua es más bajo si sólo una empresa abastece a todo el mercado.

Cuando una empresa tiene un monopolio natural, le preocupa menos la posibilidad de que entren nuevas empresas y reduzcan el poder de monopolio. Entrar en un mercado en el que una empresa tiene un monopolio natural no es atractivo. Las aspirantes a entrar saben que no pueden conseguir los mismos bajos costes de que disfruta el monopolista, ya que después de entrar, cada empresa tendría una parte menor del mercado.

En algunos casos, el tamaño del mercado es uno de los factores de los que depende que una industria sea o no un monopolio natural. Por lo tanto, a medida que se expande el mercado, un monopolio natural puede convertirse en un mercado competitivo.

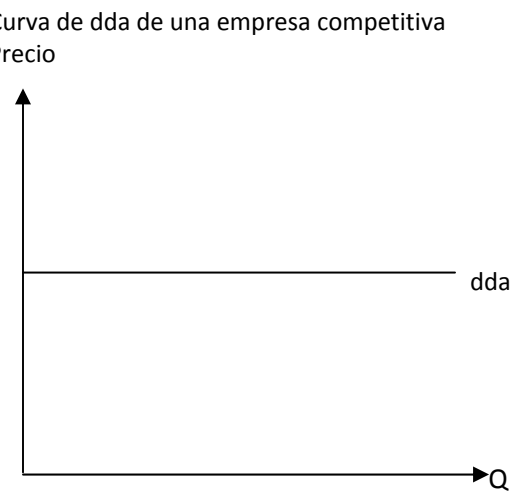
Cómo toman los monopolios sus decisiones de producción y de precios

Una vez que sabemos cómo surgen los monopolios, podemos ver cómo decide una empresa monopolística la cantidad que va a producir y el precio que va a cobrar por su producto. El análisis de la conducta monopolística de este apartado es el punto de partida para ver si los monopolios son deseables y averiguar las medidas que podrían adoptar los gobiernos en los mercados monopolísticos.

Monopolio frente a la competencia

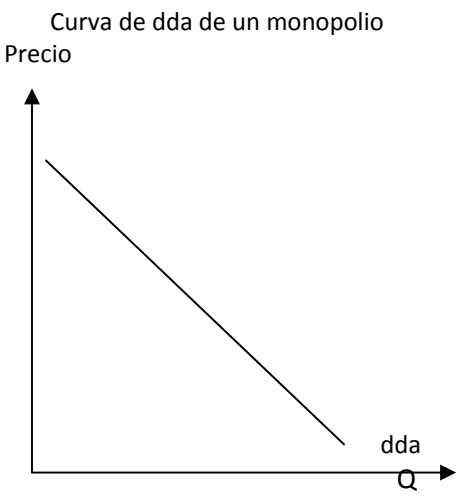
La diferencia clave entre una empresa competitiva y un monopolio es la capacidad de este último para influir en el precio de su producto. Como un monopolio es el único productor en su mercado, puede alterar el precio de su bien ajustado la cantidad que ofrece en el mercado.

Curva de dda de una empresa competitiva



Como una empresa competitiva puede vender todo lo que desee a este precio, se enfrenta a una curva de dda horizontal.

Curva de dda de un monopolio



Como un monopolio es el único productor en su mercado, su curva de dda es la curva del mercado. Por lo tanto, la curva de dda del monopolista tiene pendiente negativa.

Un monopolista preferiría, si fuera posible, cobrar un precio más alto y vender una gran cantidad a ese elevado precio. La curva de demanda del mercado lo impide. En concreto, la curva de demanda del mercado describe las combinaciones de precio y cantidad que puede elegir una empresa monopolística. Como los beneficios de la empresa son el ingreso total menos los costes totales, nuestra siguiente tarea es la explicación de la conducta monopolística es examinar el ingreso del monopolista.

El ingreso de un monopolio

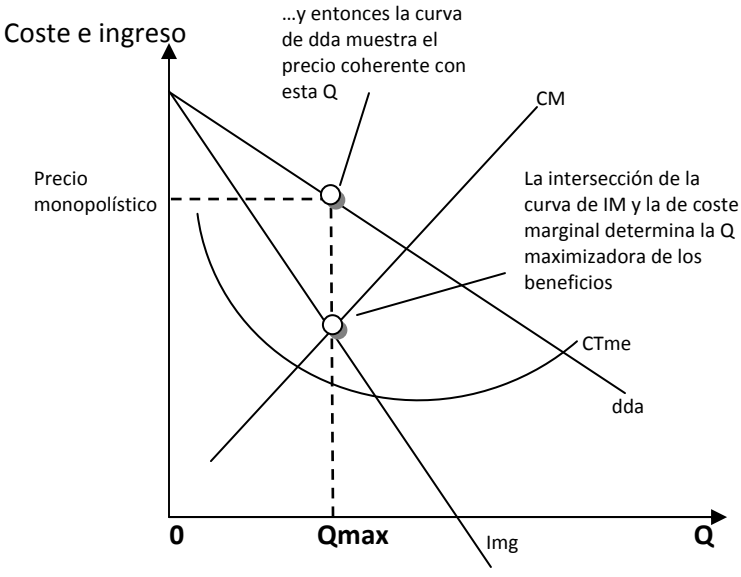
El ingreso total, medio y marginal de un monopolio				
Cantidad	**Precio**	**Ingreso Total**	**Ingreso Medio**	**Ingreso Marginal**
(Q)	(P)	(IT=P*Q)	(Ime=IT/Q)	(IM=ΔIT/ΔQ)
0	11	0	-	
1	10	10	10	10
2	9	18	9	8
3	8	24	8	6
4	7	28	7	4
5	6	30	6	2
6	5	30	5	0
7	4	28	4	-2
8	3	24	3	-4

La siguiente tabla muestra un resultado que será importante para comprender la conducta del monopolio: *el ingreso marginal de un monopolio siempre es menor que el precio de su bien.* En un monopolio, el ingreso marginal es menor que el precio porque el monopolio se enfrenta a una curva de demanda de pendiente negativa. Para aumentar la cantidad vendida, debe bajar el precio de su bien. El ingreso marginal de los monopolios es muy diferente del ingreso marginal de las empresas competitivas. Cuando un monopolio aumenta la cantidad que vende, produce dos efectos en el ingreso total:

- *El efecto-producción:* Se vende más producción, por lo que Q es mayor.
- *El efecto*-precio: El precio baja, por lo que P es menor.

Es decir, como la empresa competitiva es un precio-aceptante, su ingreso marginal es igual al precio de su bien. En cambio, cuando un monopolio produce una unidad más, debe bajar el precio que cobra por cada una de las unidades que vende, y esta bajada del precio reduce el ingreso generado por las unidades que ya estaba vendiendo. Como consecuencia, el ingreso marginal del monopolio es menor que su precio.

La maximización de los beneficios



Un monopolio maximiza los beneficios eligiendo la cantidad con la que el ingreso marginal es igual al coste marginal (punto A). A continuación utiliza la curva de demanda para hallar el precio que inducirá a los consumidores a comprar esa cantidad (punto B)

Recordemos:

Empresa Competitiva: P=IM=CM

Empresa Monopolística: P>IM=CM

Los beneficios de un monopolio

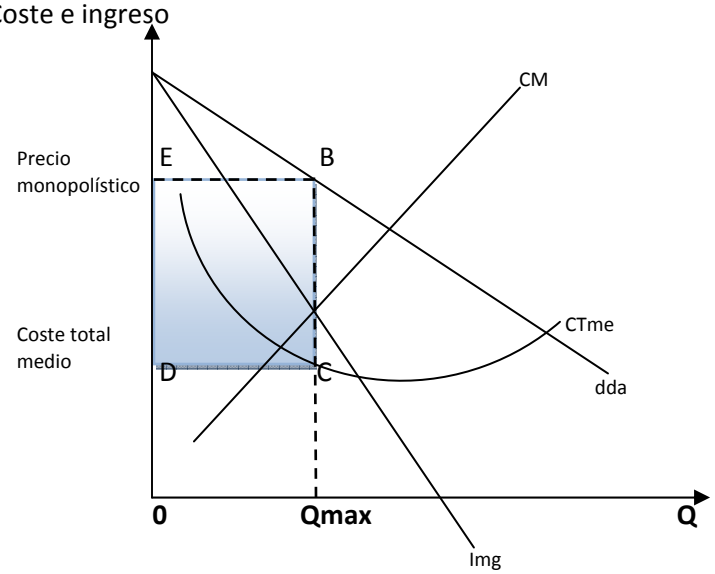
¿Cuántos beneficios obtiene un monopolio? Para verlo, recuérdese que los beneficios son iguales al ingreso total (IT) menos los costes totales (CT):

BENEFICIOS=IT-CT

BENEFICIOS= (IT/Q – CT/Q) *Q

BENEFICIOS= (P – Ctme)*Q

Coste e ingreso



El área del rectángulo BCDE es igual a los beneficios de la empresa monopolística. Su altura (BC) es el precio menos el coste total medio, que es igual a los beneficios por unidad vendida. Su base (DC) es el numero de unidades vendida.

Capitulo 16 “El Oligopolio”

La competencia perfecta y el monopolio son tipos extremos de estructura de mercado.

Existe:

- Competencia en un mercado cuando hay muchas empresas que ofrecen productos casi idénticos
- Monopolio, cuando en un mercado hay una sola empresa.

Estructuras del mercado

	Nº Competidores	Producto	Precio
Competencia Perfecta	Muchos	Homogéneos	Aceptantes
Competencia Monopolística	Muchos	Diferenciados	Mixto
Oligopolio	Pocos	Homogéneos	Mixto
Monopolio	1	Homogéneos	Decisor

Competencia Imperfecta: Oligopolio

Mercado Oligopolístico: Mercado en el que sólo hay unos pocos vendedores. E tal manera que lo que hace uno de ellos puede influir considerablemente en los beneficios de los demás.

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

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

Entre el monopolio y la competencia perfecta

La empresa representativa también tiene un cierto grado de monopolio, pero esta no es tan grande como para que sea igual que la empresa monopolística. En otras palabras, la empresa representativa de nuestra economía es la imperfectamente competitiva.

Existen 2 tipos de mercado imperfectamente competitivos

i. Oligopolio: Estructura de mercado en la que sólo unos cuantos vendedores ofrecen productos similares o idénticos.
ii. Competencia Monopolística: Estructura del mercado en la que muchas empresas venden productos similares pero no idénticos. Productos similares que compiten por los ismos clientes.

Los mercados en los que solo hay unos cuantos vendedores

Como un mercado de oligopolio sólo tiene u pequeño grupo de vendedores, una característica clave del oligopolio es la tensión entre la cooperación y el interés personal.
El bienestar de un grupo de oligopolistas mejora cuando cooperan y actúan como un monopolista, es decir, produciendo una cantidad pequeña y cobrando un precio superior al coste marginal. Sin embargo existen incentivos que son un obstáculo para que las empresas mantengan el resultado de monopolio.

La competencia, los monopolios y los carteles

Colusión: Acuerdo entre las empresas de un mercado sobre las cantidades que van a producir o sobre los precios que van a cobrar.

Cartel: Grupo de empresas que actúan al unísono.

Una vez que se forma el cartel, el mercado es abastecido de hecho por un monopolio. Un cartel debe acordar no sólo el nivel total de producción, sino también la Q producida por cada miembro. Cada uno querrá una cuota mayor del mercado, ya que significa mayores beneficios.

El equilibrio en el caso del Oligopolio

Si los duopolistas buscan individualmente su propio interés cuando deciden la Q que van a producir, producen una Q mayor que la monopolística y obtienen unos beneficios totales menores que los monopolísticos.
Aunque la lógica del interés personal aumenta la producción del duopolio por encima del nivel monopolístico, no lleva a los duopolistas a conseguir la asignación competitiva.

Equilibrio de Nash:
Situación en la que los agentes económicos interactúan entre sí y eligen cada uno su mejor estrategia, dadas las estrategias que han elegido todos los demás.

Cuando las empresas de un oligopolio eligen individualmente la producción para maximizar los beneficios, producen una cantidad superior al nivel que produciría un monopolio e inferior a la que produciría la competencia. El precio del oligopolio es más bajo que el del monopolio, pero más alto que el competitivo (que es igual al coste marginal).

Cómo afecta el resultado del mercado el tamaño de un oligopolio

Si los vendedores pudieran formar un cartel, tratarían de maximizar una vez más los beneficios totales produciendo la cantidad monopolística y cobrando el precio monopolístico. Los miembros del cartel necesitarían acordar los niveles de producción década uno y encontrar alguna manera de hacer cumplir el acuerdo. Sin embargo a medida que crece el cartel, este resultado es menos probable. Llegar a un acuerdo y hacerlo cumplir es más difícil conforme aumenta el tamaño del grupo.
Si los oligopolistas no forman un cartel (leyes antimonopolio) cada uno debe decidir por su propia cuenta cuanto va a producir.
Para tomar cualquier decisión con respecto a la producción sopesan 2 efectos:

i. El efecto-producción: Como el precio es superior al coste marginal, la venta de una unidad más al precio vigente elevara los beneficios.
ii. El efecto-precio: El aumento de la producción elevará la cantidad total vendida, lo que reducirá el precio del bien y los beneficios generados por todas las unidades vendidas.

- Si el efecto-producción es mayor que el efecto precio, el propietario del bien aumentara la producción. Si el efecto-precio es mayor que el efecto-producción, no lo aumentará (de hecho, en este caso es rentable reducirla).
- Cada oligopolista continúa aumentando la producción hasta que estos 2 efectos marginales se compensan exactamente, considerando dada la producción de las demás empresas.
- Cuanto mayor sea el número de vendedores, menos le preocupará a cada uno el efecto que pueda producir en el precio de mercado. Es decir, a medida que aumenta el oligopolio, disminuye la magnitud del efecto-precio.
- Cuando el oligopolio es muy grande, el efecto-precio desaparece totalmente, por lo que sólo queda el efecto-producción. En este caso extremo, cada una de las empresas del oligopolio aumenta la producción en la medida en que el precio sea superior al coste marginal.

Un gran oligopolio es esencialmente un grupo de empresas competitivas

Una empresa competitiva sólo considera el efecto-producción cuando decide la cantidad que va a producir: como es un precio-aceptante, el efecto-producción está ausente.
Por lo tanto, a medida que aumenta el número de vendedores de un oligopolio, un mercado oligopolico se parece cada vez más a un mercado competitivo. El precio se aproxima al coste marginal y la cantidad producida se aproxima al nivel socialmente eficiente.

La teoría de los juegos y el análisis económico de la cooperación

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

Dilema de los prisioneros: "Juego" entre 2 prisioneros capturados que muestra por qué es difícil mantener la cooperación incluso cuando es mutuamente beneficiosa.

El dilema del prisionero

El dilema del prisionero es una historia sobre dos delincuentes que han sido capturados por la policía. La policía tiene suficientes pruebas para condenarlos a los 2 por el delito.

		Decisión prisionero A	
		Confesar	**No confesar**
Decisión prisionero B	**Confesar**	▪ 8 años para cada uno	▪ Prisionero A recibe una condena de 20 años. ▪ Prisionero B sale libre
	No confesar	▪ Prisionero A sale libre. ▪ Prisionero B recibe una condena de 20 años.	▪ 1 año para cada uno.

En este juego entre 2 delincuentes sospechosos de haber cometido un delito, la sentencia que recibe cada uno depende tanto de la decisión del delincuente de confesar o permanecer en silencio como de la decisión del otro.

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

La cooperación entre los 2 delincuentes (de que ni uno confiese y los 2 tengan 1 año de cárcel) es difícil de mantener, ya que la cooperación es individualmente irracional.

Los oligopolios concebidos como dilema del prisionero

Resulta que el juego al que juegan los oligopolistas al tratar de llegar al resultado monopolístico es similar la juego al que juegan los dos prisioneros en el dilema.
Tras prolongadas negociaciones, acuerdan mantener baja la producción del bien con el fin de mantener alto su precio mundial. Tras acordar los niveles de producción, cada uno debe decidir si coopera y cumple el acuerdo o hace caso omiso de él y produce un nivel más alto.
El oligopolista tiene incentivos para hacer trampa. El interés personal hace que sea difícil de que el oligopolio mantenga el resultado cooperativo con una baja producción, unos elevados precios y unos beneficios monopolistas.

Otros ejemplos del dilema del prisionero

Aquí examinaremos 3 ejemplos en los que el interés personal impide la cooperación y da lugar a un resultado inferior para las partes implicadas.

- *La carrera armamentista:* Una carrera armamentista se parece mucho al dilema del prisionero. Para verlo, consideremos las decisiones de 2 países – EEUU y la Unión Soviética – de fabricar nuevas armas o de iniciar el desarme. Cada uno prefiere tener más armas que el otro, ya que tener un arsenal mayor le permite ejercer una influencia mayor en los asuntos mundiales. Pero cada uno también prefiere vivir en un mundo a salvo de las armas del otro país. Armarse en una estrategia dominante para los dos países. Los problemas que tenían estos 2 países eran similares a los que tiene los oligopolios cuando tratan de mantener un cártel. Al igual que éstos discuten los niveles de producción. EEUU y la U. Sovietica discutían sobre la cantidad de armas que se permitirían tener cada uno de ellos.
- *La publicidad:* Caso Marlboro y Camel; si ninguna de las 2 hace publicidad, ambas se reparten el mercado. Si las 2 hace publicidad, se lo reparten de nuevo, pero los beneficios son menores, ya que cada una de ellas debe soportar el coste de la publicidad. Sin embargo, si una hace publicidad y la otra no, la que hace publicidad atrae a clientes de la otra. La publicidad es una estrategia dominante para cada empresa. Por lo tanto, las dos deciden hacer publicidad, aun cuando ambas se encontrarían en una situación mejor si ninguna de ellas hiciera publicidad. La ley hizo por las compañías tabaqueras lo que no podían hacer por sí solas: resolvió el dilema del prisionero al imponer el resultado cooperativo con una baja publicidad y unos elevados beneficios.
- *Recursos Comunes:* Recordemos capitulo 11.

El dilema del prisionero y el bienestar de la sociedad

La cooperación puede ser difícil de mantener, incluso cuando mejora la situación de los 2 participantes en el juego. Es evidente que esta falta de cooperación es un problema para los agentes implicados es estas situaciones, pero ¿lo es desde el punto de vista de la sociedad en su conjunto? La respuesta depende de las circunstancias.
En algunos casos, el equilibrio no cooperativo es malo para la sociedad y sus jugadores. La sociedad disfrutaría de un bienestar mayor si los 2 jugadores pudieran llegar a un resultado cooperativo. En cambio, en el caso de los oligopolistas que tratan de mantener unos beneficios monopolísticos, la falta de cooperación es deseable desde el punto de vista de la sociedad en su conjunto. El resultado monopolístico es bueno para los oligopolistas, pero es malo para los consumidores del producto.

Cuando los oligopolistas no cooperan, la cantidad que producen es más cercana a este nivel óptimo. En otras palabras, la mano invisible guía a so mercados para asignar eficientemente los recursos únicamente cuando éstos son competitivos y los mercados sólo son competitivos, cuando sus empresas no cooperan entre sí.

Por qué cooperan algunas veces las personas?

Los cárteles a veces consiguen mantener los acuerdos colusorios, a pesar del incentivo de cada uno de sus miembros para incumplirlos. La amenaza de esta sanción puede ser lo único necesario para mantener la cooperación. En la medida en que a los jugadores les preocupen lo suficiente los futuros beneficios, decidirán renunciar a la ganancia que pueden conseguir una sola vez incumpliendo el acuerdo.

La actitud de los poderes públicos hacia los oligopolios

Como hemos visto, la cooperación entre los oligopolistas no es deseable desde el punto de vista de la sociedad en su conjunto, ya que conduce a un nivel de producción demasiado bajo y a unos precios demasiado altos. Para que la asignación de los recursos sea más parecida al óptimo social, los poderes públicos deben tratar de inducir a las empresas del oligopolio a competir en lugar de cooperar.

La restricción del comercio y la legislación antimonopolio

Una manera de reducir los incentivos para cooperar en el derecho consuetudinario. Normalmente, la libertad contractual constituye una parte esencial de una economía de mercado. Las empresas y los hogares utilizan contratos para realizar intercambios mutuamente ventajosos. Las leyes antimonopolio se utilizan para impedir las fusiones que harían que una única empresa tuviera un poder de mercado excesivo. También se utilizan para impedir que los oligopolistas actúen al unísono empleando medios que reduzcan la competencia en sus mercados.

Controversias sobre la política antimonopolio

La mayoría de los observadores están de acuerdo en que los acuerdos entre las empresas rivales para fijar colusoriamente los precios deben ser ilegales. Sin embargo, la legislación antimonopolio se ha utilizado para condenar algunas prácticas cuyos efectos no son evidentes. Aquí examinaremos dos ejemplos:

- **El mantenimiento de los precios de reventa:** Un ejemplo de práctica empresarial controvertida es el mantenimiento del precio de reventa, también llamado comercio leal. Algunos economistas defienden el mantenimiento del precio de reventa por dos razones. En primer lugar, niegan que tenga por objeto reducir la competencia. De hecho, como un cártel de minoristas vende menos que un grupo de minoristas competitivos. En segundo lugar, los economistas creen que el mantenimiento del precio de reventa tiene un objetivo legítimo. *Las prácticas empresariales que parecen reducir la competencia pueden tener, en realidad, unos fines legítimos.*
- **La fijación depredadora de los precios:** Las empresas que tiene poder de mercado lo utilizan normalmente para cobrar unos precios superiores a los competitivos.
- **La venta conjunta:** Otro ejemplo de práctica empresarial controvertida es *el contrato de relación exclusiva.*

Capitulo 17 "La Competencia Monopolística"

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

En el mercado monopolista los que venden son precio-decisores, en vez de precio-aceptantes, esto quiere decir que ellos fijan el precio hasta donde quiere, ya que su producto son único, pero existe varia competencia pero no en productos homólogos (ejemplo: libros, cds, etc.)

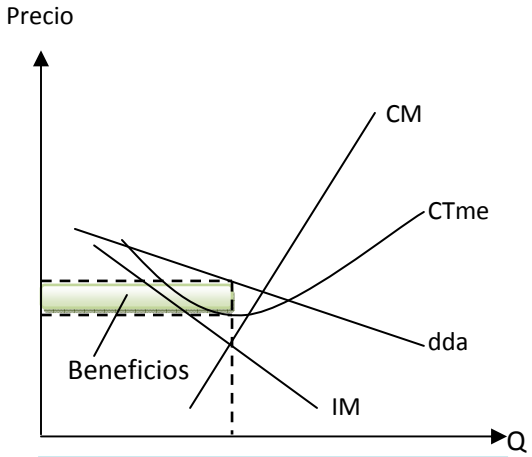
Competencia monopolista:

Muchos Vendedores	Muchas empresas compitiendo por el mismo grupo de clientes
Diferenciación del producto	Esto hace que den el precio que quieren, ya que cada producto es diferente el otro, por lo cual se enfrentan a una curva de dda negativa
Libertad de entrada	Las empresas que entran y salen, poseen libertad para hacerla, por lo tanto el mercado se ajusta hasta que el beneficio económico es nulo.

El oligopolio y el monopolio se encuentran en los extremos de la competencia del mercado, pero son muy distintos.
El oligopolio hay pocos vendedores, poca competencia
En el monopolio hay muchos vendedores y se hace pequeño en comparación con el mercado, cada vendedor vende un producto algo diferente.

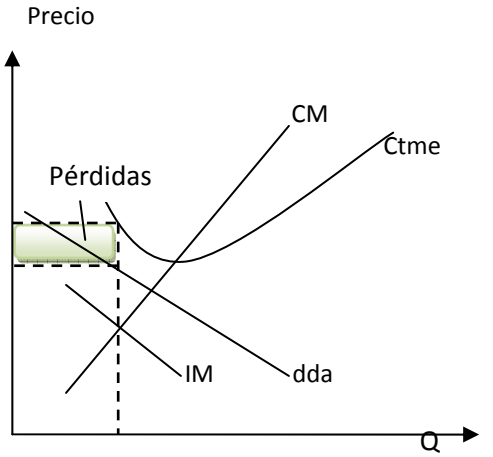
El equilibrio a largo plazo

La empresa obtiene beneficios

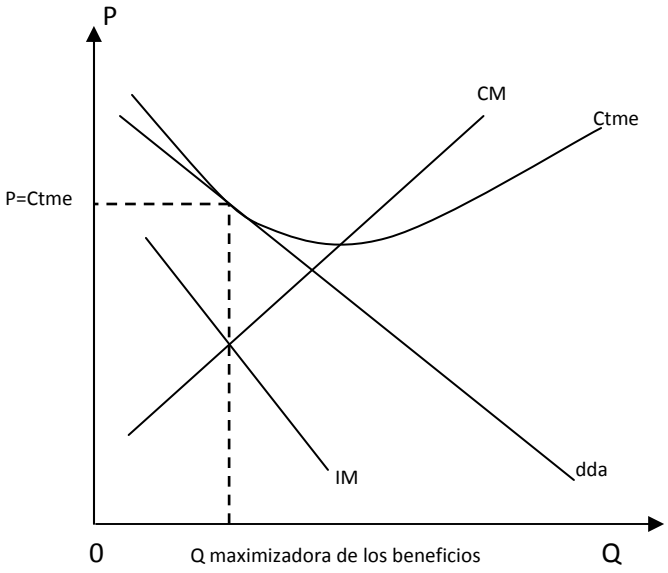


La empresa obtiene beneficios por que con esta cantidad el precio es superior al coste total medio.

La empresa experimenta perdidas



La empresa experimenta pérdidas porque con esta cantidad el precio es menor que el coste total medio.



Un competidor monopolístico a largo plazo. En un mercado monopolísticamente competitivo, si las empresas están obteniendo beneficios, entran otras nuevas y las curvas de dda de las que ya existen se desplazan hacia la izquierda. Asimismo, si las empresas están experimentando pérdidas, salen algunas y las curvas de dda del resto se desplazan a la derecha. Como consecuencia de estos desplazamientos de la dda, una empresa monopolísticamente competitiva acaba encontrándose en el equilibrio a largo plazo representado en esta figura. En este equilibrio a largo plazo, el precio es igual al coste total medio, por lo que cada empresa obtiene unos beneficios nulos.

En términos matemáticos decimos que las dos curvas son tangentes (curva de demanda, costo total medio), debe serlo una vez que la entrada y la salida han reducido a cero los beneficios, y esto ocurre solamente si estas curvas se tocan sin cortarse

Resumiendo:

Al igual que en un mercado monopolístico, el precio es superior al costo marginal. Esta conclusión se debe a que la maximización de los beneficios exige que el IM sea igual al CM, y que la curva de demanda de pendiente negativa hace que el IM sea menor que el precio.

Al igual que en el mercado competitivo, el precio es igual al CTme. Esta conclusión se debe a que la libre entrada y salida reducen los beneficios económicos a cero. Por eso se diferencia la competencia monopolística del monopolio.

Competencia monopolística frente a competencia perfecta

Exceso de capacidad

Escala eficiente: cantidad que minimiza el costo total medio.

La empresa en condiciones normales tratara de aumentar la producción y no de disminuirla como el monopolio, el punto va ser el punto mínimo del costo total medio

El margen sobre el costo marginal
En el caso de una empresa competitiva el precio es igual al costo mg, a cambio en la competencia monopolísticamente competitiva el precio es superior al CM. ya que la empresa siempre tiene un cierto nivel de mercado.

¿Cómo es este margen sobre el coste coherente con la libertad de entrada y con un beneficio nulo?

Solo garantiza que el precio es igual al costo total medio, no al CM. De hecho, en el equilibrio alargo plazo las empresas monopolísticamente competitivas producen en el segundo descendente de sus curvas se costo total medio. Por lo tanto, para que el precio sea igual al coste total medio, debe ser superior al coste, marginal.

En un mercado perfectamente competitivo da lo mismo si entra otro cliente, a cambio en un competitivo si le afecta en obtener ganancias.

La competencia monopolística y el bienestar de la sociedad

¿Puede el gobierno mejorar el resultado del mercado?
Para poder obligar a los monopolios a fijar un precio igual al costo marginal, no es fácil para los poderes públicos resolver el problema, ya que deberían regular todas las empresas que producen productos diferenciados y administrativamente seria agotador.

Y si obligarán a bajar los precios, estos sufrirían perdidas, por lo cual el gobierno tendría que subvencionarlo, por lo cual es mejor vivir con la ineficiencia y fijación monopolista de los precios.
Cuando entra una empresa al comercio solo posee en cuenta los beneficios que obtendrá pero genera dos efectos externos:

i. Las externalidades relacionadas con la variedad del producto: cuando el consumidor compra el nuevo producto se genera una excedente del consumidor positivo

ii. La externalidades relacionadas con el robo de negocio: como la empresa que se integra se lleva a los consumidores de otra empresa, esto acarrea una externalidad negativa ala otra empresa

La mano invisible no garantiza que en condiciones de competencias monopolísticas se maximiza que en condiciones de competencias monopolísticas se maximiza el excedente total. Sin embargo, como las ineficiencias son sutiles, difíciles en medir y difíciles de resolver, los poderes públicos no pueden mejorar fácilmente el resultado de mercado.

La Publicidad

La publicidad se da en una competencia monopolística, ya que si una empresa posee un producto diferencial, la empresa le convendrá atraer amas compradores
Entre mas sea para el publico masivo mas se gasta en publicidad, ejemplo perfumes, comparado con satélites de comunicación

La critica en la publicidad

Que la publicidad manipulan el gusto del consumidor, que es mas psicológica que informativa, ejemplo te muestran amigos, playa, tomando bebida------ lo que te quieren decir es -------tu también puedes tener muchos amigos y ser feliz con que bebas este producto, ya que no te dicen nada de precio ni nada.

La defensa en el gasto de la publicidad

La publicidad da más información de precios, lugares nuevos productos etc, por lo cual permite elegir mejor al consumidor lo que va a elegir, por lo cual aumenta el significado de que asigna el mercado eficientemente los recursos, además fomenta la competencia.

La publicidad como señal de calidad

La publicidad es señal de calidad ya que si es cara la publicidad las empresas con un buen producto querrán poner en anuncio su cereal por que ganaran publico permanente, a cambio las empresas que saben que su cereal no es tan bueno, la gente le va a comprar una sola vez y no mas por lo cual la empresa perderá plata. Por lo cual sacamos como conclusión que cuando la empresa decide gastar grandes cifras en publicidad su producto es bueno, ejemplo Post y Kellogg, Kellogg es el bueno

Las marcas

La publicidad esta relacionada estrechamente con la marca, en los mercados hay dos tipos de empresa algunas venden producto de marca y la otra sustitutivos genéricos, ejemplo la aspirina de bayer al lado de una aspirina genérica, pepsi, etc.

Los que critican la marca llevan a sostener que la gente crea diferencia que realmente no existen, y pagan más ya que la publicidad los mal influencia,

Los que los defienden garantiza que los productos que venden son de buenas calidad, y esto lo percibe el consumidor

Hay dos argumentos relacionados entre si

1) las marcas transmiten a los consumidores información sobre la calidad cuando esta no puede juzgarse fácilmente antes de realizar la compra.
2) Las marcas dan a las empresas un incentivo para mantener una buena calidad, ya que las empresas tienen un interés económico en mantener la fama de sus marcas.

Ejemplo McDonald`s uno puede darse el lujo de que una parte del mundo le salga mal una hamburguesa repercute en todos los países, y al revés en cualquier país que estés, sabes que este producto es bueno.

Capitulo 22 "La medición de la renta de un país"

La renta y el gasto de la economía

Si tuviéramos que opinar sobre lo bien que le va a una persona económicamente, es posible que lo primero en que nos fijaríamos sería su renta. Una persona que tiene una renta alta puede permitirse el lujo de comprar más fácilmente bienes necesarios y bienes de lujo. Lo mismo ocurre con la economía general de un país. Cuando se juzga lo bien o mal que le va a una economía, es lógico observar la renta total que ganan todos sus miembros. *Esa es la labor del producto interno bruto (PIB).*

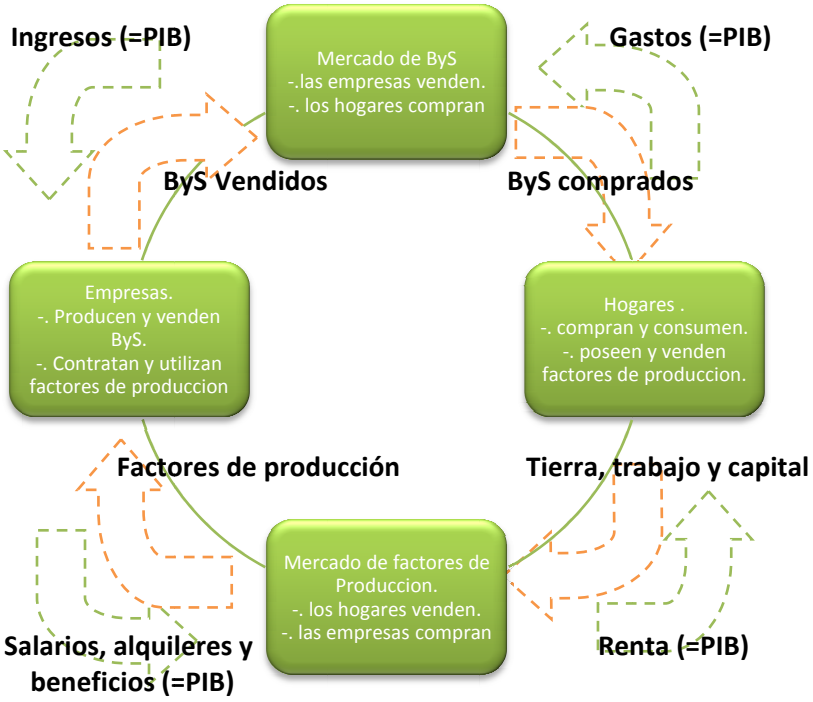
El PIB mide dos cosas al mismo tiempo:

- La renta total de todos los miembros de la economía
- El gasto total en la producción de B y S de la economía

En una economía en su conjunto, la renta debe ser igual al gasto.

¿Por qué? La razón por la que la renta de una economía es igual que su gasto se halla simplemente en que toda transacción tiene 2 partes: un comprador y un vendedor.

Recordemos el Diagrama de Flujo Circular



El PIB de esta economía puede calcularse de dos formas distintas:

i. Sumando el gasto total de los hogares
ii. Sumando la renta total (salarios, alquileres y beneficios) pagadas por las empresas.

Como todo el gasto de la economía acaba siendo renta de alguna persona, el PIB es el mismo independiente de cómo lo calculemos.

La medición del producto interno bruto (PIB)

Producto interno bruto: Valor de mercado de todos los bienes y servicios finales producidos en un país durante un determinado periodo de tiempo.

- El PIB suma muchos tipos diferentes de productos para obtener un único indicador del valor de la actividad económica. Para ello utiliza los precios de mercado.
- Comprende todos los artículos producidos en la economía y vendidos legalmente en los mercados. Sin embargo, existe algunos productos que el PIB excluye porque su medición es muy difícil. El PIB excluye artículos producidos y vendidos ilícitamente, como las drogas ilegales.
- El PIB comprende tanto los bienes tangibles como los intangibles.
- El PIB comprende únicamente el valor de los bienes finales. La razón se halla en que el valor de los bienes intermedios ya está incluido en los precios de los bienes finales. Existe una importante excepción a este principio cuando se produce un bien intermedio y, en lugar de utilizarse, pasa a formar parte de las existencias de una empresa para utilizarlo o venderlo más adelante. En este caso, el bien intermedio se considera "final" de momento y su valor como inversión en existencias se añade al PIB.
- El PIB comprende los bienes y servicios producidos en el periodo considerado.
- El PIB mide el valor de la producción dentro de los confines geográficos de un país.

Otro dato estadístico, llamado **producto interno bruto (PNB)**, adopta otro enfoque para abordar la cuestión de los B y S producidos por extranjeros.

Producto Interno Bruto (PNB): Valor de mercado de todos los bienes y servicios finales producidos por los residentes permanentes de un país durante un determinado periodo de tiempo.

- Cuando las oficinas estadísticas publican el PIB trimestral, presenta los datos una vez modificados mediante un procedimiento estadístico llamado desestacionalización.

Los componentes del PIB

Para comprender cómo utiliza la economía sus rr escasos, a los economistas a menudo les interesa estudiar la composición del PIB entre distintos tipos de gasto. Para ello, se divide el PIB (Y) en cuatro componentes: Consumo (C), Inversión (I), Compras de Estado (G) y Exportaciones Netas (NX):

$$Y=C+I+G+NX$$

Consumo: Es el gasto de los hogares en B y S.
Inversión: Es la compra de equipo de capital, existencias y estructuras.
Compras del Estado: Comprende el gasto en B y S realizado por la administración central y por las locales.
Exportaciones Netas: Son iguales a las compras de bienes producidos en el interior por parte de extranjeros (exportaciones) menos las compras interiores de bienes extranjeros (importaciones).

El PIB Real y Nominal
Si el gasto total aumenta de un año a otro, debe ser cierta una de las cosas siguientes:

I. La economía está produciendo más B y S
II. Los B y S está vendiéndose a precios más altos

PIB Nominal: Producción de B y S valorada a los precios de cada momento.
PIB Real: Producción de B y S valorada a precios constantes.

Supongamos que elegimos como año base de nuestro ejemplo el año 2001. Podemos utilizar entonces los precios de los hot-dogs y de las hamburguesas vigentes en el año 2001 para calcular el valor de los bienes y servicios en los años 2001-2002 y 2003.

Precio y Cantidades				
Año	Precio de los hot-dogs ($)	Cantidad de hot-dogs	Precio de las hamburguesas ($)	Cantidad de hamburguesas
2001	1	100	2	50
2002	2	150	3	100
2003	3	200	4	150

Año	**Calculo del PIB Nominal**
2001	1$ por hot-dog x 100 hot-dogs + 2$ por hamburguesa x 50 hamburguesas = 200$
2002	2$ por hot-dog x 150 hot-dogs + 3$ por hamburguesa x 100 hamburguesas = 600$
2003	3$ por hot-dog x 200 hot-dogs + 4$ por hamburguesa x 150 hamburguesas = 1.200$

Para calcular el PIB real del año 2001, utilizamos los precios delos hot-dogs y de las hamburguesas vigentes en el año 2001 (el año base) y las cantidades de hot-dogs y de hamburguesas producidas en el año 2001 (por lo tanto, en el año base el PIB real siempre es igual al PIB nominal). Para calcular el PIB real del año 2002, utilizamos los precios de los hot-dogs y de las hamburguesas vigentes en el año 2001 (el año base) y las cantidades de hot-dogs y de hamburguesas producidas en el año 2002, y así sucesivamente.
Sabemos que el aumento es atribuible a un incremento de las cantidades producidas, ya que los precios se mantienen fijos en los niveles del año base.
En suma, el PIB nominal los precios actuales para asignar un valor a la producción de B y S de la economía.

Año	Calculo del PIB Real (año base 2001)
2001	1$ por hot-dog x 100 hot-dogs + 2$ por hamburguesa x 50 hamburguesas = 200$
2002	2$ por hot-dog x 150 hot-dogs + 2$ por hamburguesa x 100 hamburguesas = 350$
2003	3$ por hot-dog x 200 hot-dogs + 2$ por hamburguesa x 150 hamburguesas = 500$

Como el PIB real mide la producción de B y S de la economía, refleja su capacidad para satisfacer las necesidades y deseos de la población. Por lo tanto el PIB real es un indicador del bienestar económico mejor que el PIB nominal. Cuando los economistas hablan del PIB de la economía, normalmente se refieren al PIB real más que al nominal. Y cuando hablan del crecimiento de la economía miden ese crecimiento por medio de la variación porcentual que ha experimentado el PIB real desde un periodo anterior.

El Deflactor del PIB

A partir del PIB nominal y del PIB real, podemos calcular un tercer y útil dato estadístico: *el deflactor del PIB.* Este mide el nivel actual de precios en relación con el nivel de precios del año base.

Deflactor del PIB: Indicador del nivel de precios que se calcula dividiendo el PIB nominal por el PIB real y multiplicando el resultado por 100.

$$\text{Deflactor del PIB} = \frac{\text{PIB nominal}}{\text{PIB real}} \times 100$$

Año	Calculo del Deflactor del PIB
2001	(200$/200$) x 100 = 100
2002	(600$/350$) x 100 = 171
2003	(1.200$/350$) x 100 = 240

El PIB y el Bienestar Económico

El PIB es el mejor indicador del bienestar económico de una sociedad. El PIB mide tanto la renta total de la economía como su gasto total en bienes y servicios. Por lo tanto, el PIB per capita indica la renta y el gasto de la persona media de la economía.
En suma, el PIB no mide directamente las cosas que hacen que la vida merezca la pena, pero sí mide nuestra capacidad para conseguir lo elementos que hacen que merezca la pena. E l PIB no es un indicador perfecto del bienestar. Otra cosa que excluye el PIB es la calidad del medio ambiente. Como el PIB utiliza precios de mercado para valorar los bienes y servicios, también excluye el valor de casi todas las actividades que se realizan fuera de los mercados.

Al final, podemos extraer la conclusión de que el PIB es un buen indicador del bienestar para la mayoría de los fines, si bien no para todos. Es importante tener presente lo que incluye y lo que excluye.

Capitulo 23 “La medición del coste de la vida”

Índice de precios: Este se utiliza para seguir la evolución que experimenta el coste de la vida con el paso del tiempo.

Si sube el IPC, la familia representativa tiene que gastar más dinero en mantener el mismo nivel de vida.

IPC: indicador del coste total de los bienes y servicios comprador por un consumidor representativo. Este se calcula utilizando datos sobre los precios de miles de bienes y servicios. Con 5 pasos a seguir:

- *Se fija la canasta:* se averigua que productos son mas necesarios para el consumidor representativo, por lo tanto a estos se las da mas peso en la medición del coste de la vida.

- *Se hallan los precios:* hallar los precios que tienen cada uno de estos productos de la canasta, en un determinado periodo de tiempo.

- *Se calcula el coste de la canasta:* se calcula el coste que tiene los bienes y servicios en diferente momento.

- *Se elige un año base y se calcula el índice:* Se designa un año base, que es el año de referencia con el que se compara el resto. La cifra resultante de esto es el índice del precio del consumidor. IPC.

- *Se calcula la tasa de inflación:* Tasa porcentual que experimenta el índice del precios con respecto al periodo anterior

Índice de precios al por mayor: Indicador del coste de una canasta de bienes y servicios compradas por las empresas.

PROBLEMAS DE LA MEDICION DEL COSTE DE LA VIDA

El objetivo del IPC es medir las variaciones del coste de la vida, es decir, cuanto deben aumentar las rentas para mantener constante el nivel de vida, a pesar de esto, el IPC no es un indicador perfecto debido a tres problemas:

Sesgo de sustitución: los precios no varían proporcionalmente. El IPC se calcula suponiendo que la canasta de bienes es fija, sin embargo a los largo del tiempo los precios de los productos suben y se produce inflación, por lo que con la misma cantidad de dinero no se puede obtener lo mismo que tiempo atrás.

Introducción de nuevos bienes: se genera más variedad de elegir, lo que significa que ahora el dinero es más valioso. El IPC se basa en una canasta fija, no refleja este cambio el poder adquisitivo del dinero (inflación).

Cambio no medido de la calidad: Cuando la calidad de un bien empeora de un año a otro, el valor del dinero disminuye incluso aunque el precio del bien no varía. Asimismo si la calidad mejora, el valor del dinero aumenta.
El deflactor del PIB frente al IPC.

Deflactor del PIB: PIB nominal / PIB real

DEFLACTOR DEL PIB	IPC
Refleja todos los precios de los bienes y servicios producidos en el interior	Refleja los precios de todos los bienes y servicios comprados.
Compara el precio de bienes producidos en el año actual con que tenían en el año base.	Compara el precio de una canasta fija con la que tenia esa canasta en el año base.

Corrección de las variables económicas para valorar los efectos de la inflación:

Cifras monetarias en distintos momentos: A medida que pasa el tiempo el dinero va perdiendo valor, por lo que hace mucho años con muy poco dinero se compraban muchas cosas, hoy con poco se compra poco. EL dinero no tiene el mismo valor hoy como hace años atrás.
La indicación: corrección automática por ley o por contrato de una cantidad monetaria para tener en cuenta los efectos de la inflación.

Tipos de interés:
Nominal: tipo de interés tal como suele anunciarse, sin corregirlo, para tener en cuenta los efectos de la inflación
Real: tipo de interés corregido para tener en cuenta los efectos de la inflación.