

CHAPTER
1

Preliminaries

Prepared by:

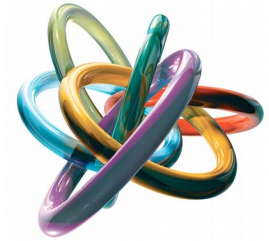
Fernando & Yvonn
Quijano

Adaptación libre al castellano para fines académicos, Profesor Guillermo Pereyra, julio 2016

CAPITULO

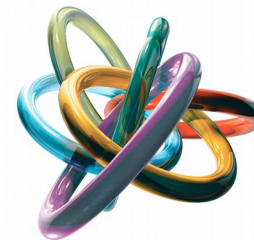


- 1.1 Temas de microeconomía
- 1.2 ¿Qué es el mercado?
- 1.3 Precios reales versus nominales
- 1.4 ¿Por qué estudiar microeconomía



- **microeconomía** Rama de la economía que estudia el comportamiento de unidades económicas individuales -consumidores, empresas, trabajadores e inversionistas- como de los mercados relacionados.
- **macroeconomía** Rama de la economía que estudia las variables económicas agregadas, como el nivel y la tasa de crecimiento del producto nacional, de las tasas de interés, del empleo y la inflación.

1.1 TEMAS DE MICROECONOMÍA



Disyuntivas

Consumidores

Los consumidores tienen ingresos limitados que pueden ser gastados en una amplia variedad de bienes y servicios, o ahorrados para el futuro.

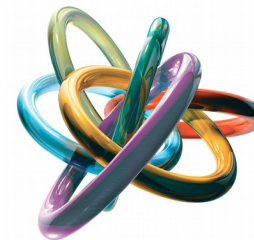
Trabajadores

Los trabajadores también enfrentan restricciones y se enfrentan a disyuntivas. Primero, la gente debe decidir si ingresa y cuándo a la población activa. Segundo, los trabajadores se enfrentan a disyuntivas cuando eligen empleo. Finalmente los trabajadores deben decidir cuántas horas quieren trabajar , intercambiando trabajo con ocio.

Empresas

Las empresas también enfrentan limitaciones en términos del tipo de productos a producir y los recursos disponibles para producirlos.

1.1 TEMAS DE MICROECONOMÍA



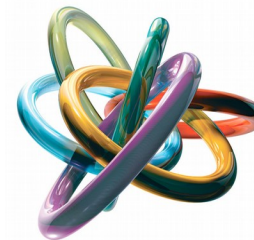
Precios y Mercados

La microeconomía estudia como se determinan los precios.

En una economía centralmente planificada, los precios son determinados por el gobierno.

En una economía de mercado, los precios están determinados por las interacciones de los consumidores, los trabajadores y las empresas. Estas interacciones se desarrollan en los mercados-conjunto de compradores y vendedores que, en conjunto, determinan el precio de un bien.

1.1 TEMAS DE MICROECONOMÍA



Teorías y Modelos

En economía la explicación y predicción están basadas en teorías. Las teorías son desarrolladas para explicar fenómenos observados en términos de un conjunto de reglas y supuestos básicos.

Un modelo es una representación matemática, basada en la teoría económica, de una empresa, de un mercado o de alguna otra entidad.

Análisis Positivo versus Análisis Normativo

- **análisis positivo** Análisis que describe las relaciones de causa a efecto.
- **análisis normativo** Análisis que examina preguntas sobre lo que debe ser.



- **mercado** Conjunto de compradores y vendedores que a través de interacciones reales o potenciales, determinan el precio de un producto o de un conjunto de productos.
- **definición de mercado** Determinación de los compradores y vendedores y del rango del productos que deben ser incluidos en un mercado específico.
- **arbitraje** La práctica de comprar a un bajo precio en un sitio y vender a un mayor precio en otro sitio.

1.2 ¿QUÉ ES UN MERCADO?



Mercados Competitivos versus No Competitivos

- **mercado perfectamente competitivo** Mercado con muchos compradores y vendedores que impide a cada comprador o vendedor que sus acciones tengan un impacto significativo sobre el precio.

Precio del Mercado

- **precio del mercado** Precio que prevalece en un mercado competitivo.

1.2 ¿QUÉ ES UN MERCADO?



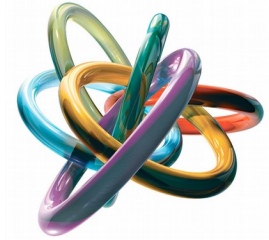
Definición del mercado - Extensión del mercado

- **extensión del mercado** Las fronteras de un mercado, geográficos y en términos del rango de productos producidos y vendidos.

La definición del mercado es importante por dos razones:

- Una empresa debe entender quiénes son sus reales y potenciales competidores de los productos que vende o va a vender en el futuro.
- La definición del mercado puede ser importante para tomar decisiones de política pública.

1.2 ¿QUÉ ES UN MERCADO?



EXAMPLE 1.1

Markets for Prescription Drugs



Los mercados generalmente están definidos en términos de tipos terapéuticos de drogas.

Por ejemplo de drogas contra las úlceras está muy claramente definido.

Algunas veces, sin embargo, las fronteras de los mercados farmacéuticos son más ambiguos, como los calmantes.

Hay muchos tipos de calmantes y algunos trabajan mejor que otros para ciertos tipos de dolor.

1.2 ¿QUÉ ES UN MERCADO?



EXAMPLE 1.2

The Market for Sweeteners

En 1990 la empresa Archer-Daniels-Midland Company (ADM) adquirió la empresa Clinton Corn Processing Company (CCP).

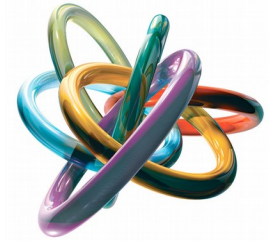
El Departamento de Justicia de los Estados Unidos (DOJ) enfrentó las adquisiciones que podrían conducir a un productor dominante de jarabe de maíz a fijar los precios por encima de los niveles competitivos.

ADM enfrentó la decisión de DOJ y el caso llegó a la Justicia. El tema central fue si el jarabe de maíz representaba un mercado diferente de los edulcorantes.

ADM argumentó que el azúcar y el jarabe de maíz deben ser considerados parte del mismo mercado porque son empleados para endulzar una amplia variedad de productos.

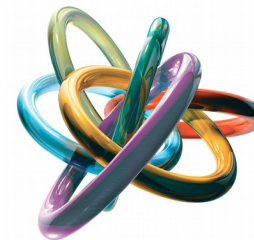
1.3

PRECIOS REALES VERSUS NOMINALES



- **precio nominal** Es el precio absoluto de un bien, no ajustado por la inflación
- **precio real** El precio de un bien relativo a una medida agregada de precios; precio ajustado por la inflación.
- **Indice de Precios al Consumidor** Medida del nivel agregado de los precios
- **Indice de Precios del Productor** Medida del nivel agregado de precios para productos intermedios y de venta mayorista.

1.3 PRECIOS REALES VERSUS NOMINALES



EXAMPLE 1.3

The Price of Eggs and the Price of a College Education

Table 1.1 The Real Prices of Eggs and of a College Education

	1970	1980	1990	2000	2007
Consumer Price Index	38.8	82.4	130.7	172.2	205.8
Nominal Prices					
Grade A large eggs	\$0.61	\$0.84	\$1.01	\$0.91	\$1.64
College education	\$2530	\$4912	\$12,018	\$20,186	\$27,560
Real Prices (\$1970)					
Grade A large eggs	\$0.61	\$0.40	\$0.30	\$0.21	\$0.31
College education	\$2,530	\$2,313	\$3,568	\$4,548	\$5,196

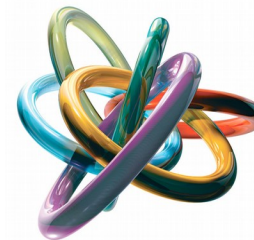
The *real* price of eggs in 1970 dollars is calculated as follows:

$$\text{Real price of eggs in 1980} = \frac{CPI_{1970}}{CPI_{1980}} \times \text{nominal price in 1980} = \frac{38.8}{82.4} \times \$0.84 = \$0.40$$

$$\text{Real price of eggs in 1990} = \frac{CPI_{1970}}{CPI_{1990}} \times \text{nominal price in 1990} = \frac{38.8}{130.7} \times \$1.01 = \$0.30$$

While the *nominal* price of eggs rose during these years, the *real* price of eggs actually fell.

1.3 PRECIOS REALES VERSUS NOMINALES



EXAMPLE 1.3

The Price of Eggs and the Price of a College Education (continued)

Table 1.1 The Real Prices of Eggs and of a College Education

	1970	1980	1990	2000	2007
Consumer Price Index	38.8	82.4	130.7	172.2	205.8
Nominal Prices					
Grade A large eggs	\$0.61	\$0.84	\$1.01	\$0.91	\$1.64
College education	\$2530	\$4912	\$12,018	\$20,186	\$27,560
Real Prices (\$1980)					
Grade A large eggs	\$2.05	\$1.33	\$1.01	\$0.69	\$1.04

The *real* price of eggs in 1990 dollars is calculated as follows:

$$\text{Real price of eggs in 1970} = \frac{CPI_{1990}}{CPI_{1970}} \times \text{nominal price in 1970} = \frac{130.7}{38.8} \times \$0.61 = \$2.05$$

$$\text{Real price of eggs in 2007} = \frac{CPI_{1990}}{CPI_{2007}} \times \text{nominal price in 2007} = \frac{130.7}{205.8} \times \$1.64 = \$1.04$$

1.3 PRECIOS REALES VERSUS NOMINALES



EXAMPLE 1.3

The Price of Eggs and the Price of a College Education (continued)

Table 1.1 The Real Prices of Eggs and of a College Education

	1970	1980	1990	2000	2007
Consumer Price Index	38.8	82.4	130.7	172.2	205.8
Nominal Prices					
Grade A large eggs	\$0.61	\$0.84	\$1.01	\$0.91	\$1.64
College education	\$2530	\$4912	\$12,018	\$20,186	\$27,560
Real Prices (\$1980)					
Grade A large eggs	\$2.05	\$1.33	\$1.01	\$0.69	\$1.04

The percentage change in real price is calculated as follows:

$$\text{Percentage change in real price} = \frac{\text{real price in 2007} - \text{real price in 1970}}{\text{real price in 1970}} = \frac{1.04 - 2.05}{2.05} = -0.49$$

1.3 PRECIOS REALES VERSUS NOMINALES



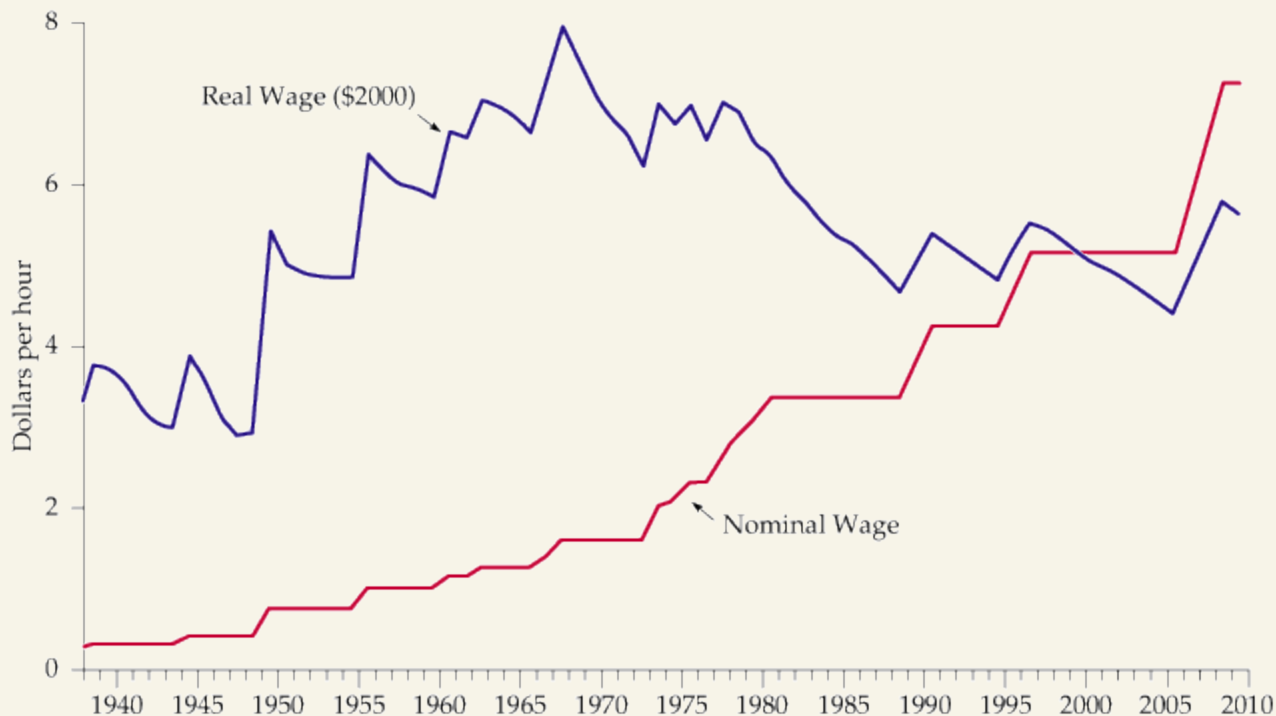
EXAMPLE 1.4

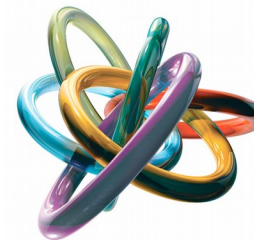
The Minimum Wage

Figure 1.1

The Minimum Wage

In nominal terms, the minimum wage has increased steadily over the past 70 years. However, in real terms its expected 2010 level is below that of the 1970s.





Decisión de la corporación: El SUV de Ford

El diseño y la producción eficiente del SUV de Ford está envuelta no sólo en aspectos ingenieriles, sino también de un conjunto de aspectos económicos.

Primero, Ford tenía que pensar cuidadosamente cómo la gente reaccionaría al diseño y el desempeño de sus nuevos productos.

Segundo, Ford tenía que estar preocupada con el costo de fabricación de estos carros.

Finalmente Ford tenía que pensar acerca de su relación con el gobierno y el impacto de las políticas regulatorias.



Diseño de una Política Pública: Estándares de emisiones de los automóviles para el siglo XXI

El diseño de un programa como el Acta para el Aire Limpio (Clean Air Act) envuelve un buen manejo de la economía.

Primero, el gobierno debe evaluar el impacto del programa monetario para los consumidores.

El gobierno debe determinar cómo afectarán los nuevos estándares el costo de producir los automóviles.

Finalmente, el gobierno se debe preguntar por qué los problemas relacionados a la contaminación del aire no han sido resueltos por nuestra economía de mercado.