

# CONTENIDO

Prólogo .....	xi
<b>1. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Introducción .....	2
1.1.1. Recursos y escasez: la composición del producto social ....	2
1.1.2. Bienes privados y bienes públicos .....	3
1.1.3. ¿Qué es la microeconomía? .....	4
1.2. Intercambios y mercado: la relación de intercambio .....	5
1.2.1. Precios relativos y monetarios .....	5
1.2.2. ¿Por qué intercambiar? .....	6
1.2.3. La relación de intercambio y la distribución de las ganancias. ....	7
1.3. El funcionamiento del mercado ideal .....	8
1.3.1. Rasgos significativos del modelo .....	11
1.3.2. El papel de la información .....	12
1.3.3. Las estrategias empresariales .....	14
1.3.3.1. El mercado de coches de ocasión .....	15
1.3.3.2. Señales .....	17
1.4. Dos conceptos útiles: óptimo paretiano y equilibrios de Nash .....	19
1.4.1. Equilibrio de Nash .....	20
1.4.2. Óptimo paretiano .....	20
1.4.3. Interrelaciones, equilibrios de Nash y óptimos paretianos . ....	22
1.5. Mecanismos alternativos de coordinación .....	25
1.5.1. La necesidad de un marco institucional .....	26
1.5.1.1. Clases de derechos .....	27
1.5.2. Costes de información y transacción .....	29
1.5.3. Mercado <i>versus</i> empresas .....	30
1.6. La naturaleza de las empresas .....	34
1.6.1. La visión tecnológica de la empresa .....	35
1.6.2. Estructuras jerárquicas y divisionales .....	36
1.6.3. Los costes de información y transacción en la empresa ....	40
1.6.3.1. La problemática del trabajo en equipo .....	42
1.6.3.2. La empresa capitalista .....	42

1.6.3.3.	¿Maximizan realmente beneficios las empresas? ...	43
1.7.	Teoría de los juegos, equilibrios de Nash y óptimos paretianos ...	45
1.7.1.	Características de los juegos .....	45
1.7.2.	Algunas interrelaciones .....	47
1.7.3.	Soluciones al «dilema del prisionero» .....	51
1.7.4.	Acciones estratégicas y credibilidad .....	54
1.7.4.1.	Amenazas y promesas .....	54
1.7.4.2.	La credibilidad en la práctica .....	55
<b>2.</b>	<b>TEORÍA DEL CONSUMO .....</b>	<b>57</b>
2.1.	La elección del consumidor .....	58
2.1.1.	Las preferencias .....	59
2.1.2.	La función de utilidad .....	60
2.1.3.	La relación de indiferencia .....	62
2.1.3.1.	Curvas de indiferencia .....	63
2.1.3.2.	Algunos ejemplos de preferencias .....	64
2.1.3.3.	La relación marginal de sustitución .....	65
2.1.4.	La restricción presupuestaria .....	67
2.1.5.	El equilibrio del consumidor: maximizar la utilidad .....	69
2.1.5.1.	Estática comparativa .....	70
2.1.6.	El equilibrio del consumidor: minimizar el gasto .....	72
2.1.7.	Una matización .....	73
2.2.	Obtención de curvas de demanda individuales .....	74
2.2.1.	Curvas de demanda marshallianas y hicksianas .....	75
2.2.2.	Demandas marshallianas: efecto renta y efecto sustitución ..	78
2.2.2.1.	Ecuación de Slutsky .....	79
2.3.	Obtención de la curva de demanda de mercado .....	81
2.4.	La elasticidad y la curva de demanda .....	85
2.4.1.	La elasticidad-precio .....	85
2.4.2.	Otras elasticidades .....	88
2.4.3.	Propiedades de la curva de demanda .....	90
2.4.4.	La elasticidad de la curva de demanda individual y de mercado .....	91
2.4.4.1.	Elasticidad arco y elasticidad constante .....	92
2.4.4.2.	Elasticidad e ingreso total .....	93
2.5.	Una teoría alternativa: la preferencia revelada .....	94
2.5.1.	Los axiomas .....	94
2.5.2.	El axioma débil y el efecto sustitución .....	96
2.5.3.	La curva de demanda individual .....	97
2.6.	Análisis del bienestar .....	98
2.6.1.	Números índice .....	98
2.6.2.	El excedente del consumidor .....	101
2.6.3.	Relaciones .....	103
2.7.	Consideración de la incertidumbre .....	104
2.7.1.	La utilidad esperada .....	106
2.7.2.	Actitudes ante el riesgo .....	107
2.7.3.	Reparto óptimo de riesgos .....	109
2.7.4.	Aparición de una empresa .....	111
	Apéndice: Ventajas de intercambio. La caja de Edgeworth .....	112

<b>3. TEORÍA DE LA PRODUCCIÓN Y LA OFERTA .....</b>	<b>117</b>
Introducción .....	117
3.1. La tecnología .....	119
3.1.1. La tecnología y la función de producción .....	119
3.1.2. La tecnología y el análisis de actividades .....	120
3.1.3. Productividad .....	123
3.1.4. Rendimientos .....	129
3.1.5. Sustituibilidad entre factores .....	132
3.2. Los costes .....	135
3.2.1. Los costes a largo plazo y su minimización .....	136
3.2.2. La función de costes y la combinación productiva óptima ..	137
3.2.3. Las demandas condicionadas de factores y las funciones de costes .....	141
3.2.4. Efectos de cambios en el nivel de producción .....	144
3.2.5. Progreso técnico .....	149
3.2.6. Costes a corto y largo plazo .....	151
3.3. La función de beneficios .....	158
3.3.1. La función de beneficios y sus propiedades .....	159
3.3.2. La función de beneficios: algunas implicaciones .....	163
3.4. La curva de oferta .....	164
3.4.1. La maximización de beneficios y la función de oferta .....	164
3.4.2. Excedente del productor .....	166
3.4.3. La curva de oferta de la industria .....	167
3.4.4. La oferta de la industria a largo plazo: entrada y salida de empresas .....	171
3.4.5. Efectos externos .....	175
3.4.6. Las economías externas reactualizadas .....	181
<b>4. EQUILIBRIO COMPETITIVO Y BIENESTAR; EL PAPEL DEL ES- TADO .....</b>	<b>183</b>
4.1. El equilibrio de un mercado y la eficiencia paretiana .....	185
4.1.1. Estática comparativa: la repercusión de los impuestos .....	187
4.1.2. Excedentes y eficiencia .....	190
4.2. La eficiencia global .....	191
4.2.1. Condiciones de eficiencia .....	192
4.2.2. Curva de posibilidades de producción .....	194
4.2.3. Maximización de beneficios y eficiencia .....	197
4.2.4. Eficiencia en el consumo y en la producción .....	200
4.2.4.1. Un ejemplo .....	200
4.2.4.2. El caso general .....	201
4.3. Los fallos del mercado .....	203
4.3.1. Mercados competitivos .....	203
4.3.2. Ausencia de rendimientos crecientes .....	204
4.3.3. Externalidades y bienes públicos .....	204
4.3.4. Derechos de propiedad delimitados .....	206
4.3.4.1. Propiedad privada <i>versus</i> propiedad comunal .....	207
4.3.4.2. Transferibilidad y teorema de Coase .....	211
4.4. El papel del Estado .....	215
4.4.1. El Estado como gendarme .....	216

4.4.2.	Defensa de la competencia .....	218
4.4.3.	Corrección de externalidades .....	219
4.4.4.	Provisión de bienes públicos .....	222
4.4.5.	Algunas cualificaciones .....	225
<b>5.</b>	<b>PODER DE MERCADO Y FIJACIÓN DE PRECIOS .....</b>	<b>229</b>
	Introducción .....	229
5.1.	El monopolio .....	230
5.1.1.	¿Qué ha cambiado en relación a la competencia perfecta? ..	231
5.1.2.	El equilibrio del monopolio .....	233
5.1.2.1.	El monopolio natural .....	235
5.1.2.2.	Impuestos y subsidios .....	237
5.2.	El poder de mercado del monopolista .....	238
5.2.1.	Una matización: el monopolio multiproducto .....	239
5.2.2.	Una excepción: el caso del monopolista que vende un bien duradero .....	239
5.2.3.	El poder de mercado y el comercio internacional .....	241
5.3.	El coste social del monopolio .....	242
5.4.	Discriminación de precios .....	246
5.4.1.	Definición y clases .....	246
5.4.2.	Discriminación de primer grado o perfecta .....	249
5.4.3.	Discriminación de segundo grado .....	251
5.4.3.1.	El caso de una demanda lineal .....	252
5.4.3.2.	Caso de consumidores homogéneos .....	253
5.4.3.3.	Caso de consumidores heterogéneos .....	255
5.4.4.	Discriminación de tercer grado .....	258
5.4.5.	Condiciones para que exista la discriminación .....	261
5.5.	Un caso concreto de poder de mercado: ventas ligadas .....	262
5.5.1.	Ventas en un lote .....	263
5.5.2.	Productos vinculados .....	264
5.5.3.	¿Compatibilidad o incompatibilidad? .....	266
5.6.	Monopsonio y monopolio bilateral .....	267
5.6.1.	Monopsonio .....	268
5.6.2.	Monopolio bilateral .....	271
5.6.2.1.	Soluciones básicas .....	272
5.6.2.2.	El caso general .....	277
5.6.2.3.	Una aplicación: negociaciones eficientes empresa-sindicato .....	279
	La solución de monopolio .....	280
	Soluciones eficientes .....	283
5.7.	Relaciones contractuales: franquicias y fijación de precios a minoristas .....	285
5.7.1.	Franquicias .....	286
5.7.2.	Fijación del precio de venta .....	288
5.7.3.	Ventas en exclusiva y publicidad .....	289
5.8.	Precios de transferencia .....	292
5.8.1.	Precios de transferencia sin mercado externo .....	293
5.8.2.	Precios de transferencia con un mercado externo competitivo .....	295
5.9.	La regulación de los monopolios .....	297

5.9.1.	La regulación del monopolio natural .....	298
5.9.2.	Regulación de la empresa multiproducto: los precios óptimos de Ramsey .....	300
<b>6.</b>	<b>EL OLIGOPOLIO .....</b>	<b>303</b>
6.1.	Conceptos previos .....	305
6.1.1.	La naturaleza de las interdependencias .....	305
6.1.2.	Paradigmas alternativos de la organización industrial .....	306
6.2.	Ausencia de comportamientos estratégicos: simultaneidad de acciones .....	308
6.2.1.	Competencia en cantidades: la solución de Cournot .....	308
6.2.1.1.	Funciones de reacción y equilibrios de Nash .....	310
6.2.1.2.	Rasgos del modelo .....	311
6.2.1.3.	Funciones de isobeneficio .....	313
6.2.1.4.	Algunas complicaciones del modelo .....	314
6.2.2.	Una aplicación: los índices de concentración .....	318
6.2.3.	Competencia en precios: la solución de Bertrand .....	321
6.2.3.1.	Costes y rendimientos .....	322
6.2.3.2.	Productos heterogéneos .....	323
6.2.3.3.	Una aplicación: subsidios e impuestos en el comercio internacional .....	325
6.3.	Comportamientos estratégicos: juegos secuenciales .....	326
6.3.1.	Introducción .....	326
6.3.2.	La solución de Stackelberg (I) .....	328
6.3.3.	Las ventajas de mover primero: la solución de Stackelberg (II) .....	329
6.3.4.	Acciones estratégicas: el caso general .....	335
6.4.	Soluciones cooperativas: la maximización conjunta de beneficios ..	338
6.4.1.	La solución de cártel: simetría en los costes .....	339
6.4.2.	La solución colusiva y el «dilema del prisionero» .....	341
6.4.3.	La solución de cártel: asimetría en los costes .....	344
6.4.4.	La supervivencia de la colusión en el tiempo .....	349
6.4.5.	¿Cómo adoptar un acuerdo? .....	351
6.5.	Las barreras de entrada .....	353
6.5.1.	Definición y clases .....	354
6.5.2.	Barreras de entrada inocentes y estratégicas .....	356
6.5.3.	Acciones estratégicas y barreras de entrada .....	357
6.5.4.	Precios depredadores y las barreras de entrada .....	360
6.5.5.	¿Son importantes las barreras de entrada? .....	362
<b>7.</b>	<b>DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTOS .....</b>	<b>365</b>
	Introducción .....	365
7.1.	Enfoque de características .....	370
7.1.1.	No aditividad .....	372
7.1.2.	Aditividad .....	373
7.1.3.	Aditividad con coste .....	376
7.1.4.	El ciclo del producto .....	377
7.2.	Diferenciación horizontal y precios .....	378
7.2.1.	Diferenciación horizontal y localización .....	379

7.2.2.	Demanda y precios .....	383
7.3.	Grado de diversificación (número de variedades) .....	386
7.3.1.	Libre entrada simultánea .....	386
7.3.2.	Optimalidad social .....	390
7.4.	Preferencia por la variedad .....	391
7.4.1.	Un caso básico .....	391
7.4.2.	Aplicación al comercio internacional .....	394
7.5.	Diferenciación vertical .....	395
7.5.1.	Demanda de calidades .....	395
7.5.2.	Número de calidades .....	398
<b>8.</b>	<b>INCERTIDUMBRE E INFORMACIÓN IMPERFECTA .....</b>	<b>403</b>
8.1.	Introducción .....	403
8.2.	Comportamiento bajo incertidumbre .....	405
8.2.1.	Conceptos básicos .....	406
8.2.2.	La función de utilidad esperada .....	408
8.2.3.	Actitud frente al riesgo .....	410
8.2.4.	Elección bajo incertidumbre .....	412
8.3.	Riesgo moral e incentivos .....	417
8.3.1.	Riesgo moral .....	417
8.3.2.	Distribución de riesgos e incentivos: un caso básico .....	418
8.3.2.1.	Esfuerzo observable y agente neutral al riesgo ....	421
8.3.2.2.	Esfuerzo no-observable y agente neutral al riesgo	422
8.3.2.3.	Esfuerzo observable y agente averso al riesgo .....	424
8.3.2.4.	El verdadero problema: esfuerzo no-observable y aversión al riesgo .....	426
8.3.3.	Otros sistemas de incentivos: criterios comparativos .....	428
8.4.	Selección adversa .....	431
8.4.1.	El problema de la selección adversa .....	431
8.4.2.	Señalización en el mercado de trabajo: la educación .....	432
8.5.	Algunos problemas de información e incentivos en el mercado de trabajo .....	438
8.5.1.	El contrato de trabajo como seguro .....	438
8.5.2.	Los salarios de eficiencia .....	441
8.6.	La información imperfecta: a modo de epílogo .....	446
<b>Índice</b>	.....	<b>449</b>