

PAUTA CTP3.

Pregunta 1.

- a. La empresa es "ética" en el sentido de tener estándares de producción como los siguientes: primero, la empresa debe tener relaciones progresistas con sus accionistas como el compromiso de contratar una fuerza laboral diversa y garantizar la seguridad del consumidor. Segundo, debe seguir prácticas ambientales progresistas, como la adopción de tecnología ecológica. Finalmente, debe demostrar respeto por los derechos humanos, por ejemplo, no emplear niños en fábricas en países pobres. Los experimentos realizados permiten concluir que los esfuerzos por seguir una producción ética parecen ser una buena inversión. De otra parte, apartarse de artículos que son producidos con poca ética parecería ser más importante, ya que los consumidores esperarán obtener un descuento substancial sobre su precio. Sin embargo, las empresas deben segmentar su mercado y hacer un esfuerzo especial para conquistar a consumidores con elevados estándares éticos porque esos serán los que tienden a producir las mayores ganancias potenciales sobre productos con altos estándares éticos.

- b. La empresa planteó la existencia de las diversas sinergias e inversiones proyectadas y beneficios que se alcanzarían en los mercados relacionados de telefonía e Internet Banda Ancha, como producto de la fusión.

- c. Los costos inevitables son precisos para lograr y mantener un nivel definido de trabajo. Por ejemplo, pagar arriendo, sueldos y patentes. Los costos evitables ocurren cada vez que se hace lo que no debe hacerse o cuando las cosas se hacen de manera incorrecta. Los costos inevitables incluyen la prevención y la inspección. Los costos evitables incluyen algunos costos de inspección (o evaluación) y costo de fallas.

Pregunta 2.

Cantidad	0	1	2	3	4	5	6	7	8
Costo	2100	2700	2900	3000	3200	3550	4200	5300	7000
Costo marginal	0	600	200	100	200	350	650	1100	1700
Costo medio v	0	600	400	300	275	290	1100/6	3200/7	4900/8
Costo medio	0	2700	1450	1000	800	710	700	5300/7	7000/8

- a. La empresa va a producir hasta que el costo de hacer una unidad más sea igual al beneficio obtenido, es decir, cuando $P=CMg$. En este caso $Q=7$. Y la utilidad obtenida va a ser: $1100 \cdot 7 - 5300 = 2200$.

- b. Para $P=275$ la empresa va a decidir producir (mínimo costo medio variables), ahí las utilidades van a ser -2100 (produce 4). Para cualquier precio mayor que eso le conviene producir. Esto siempre en el corto plazo. En el largo plazo

va a producir siempre y cuando el precio sea mayor o igual al costo medio mínimo. Es decir, cuando el precio sea mayor que 700 u.m.

- c. Si el gobierno ofrece un subsidio de 600 u.m. entonces a la firma le conviene producir siempre en el corto plazo y sólo cuando p sea mayor que 100 u.m en el largo plazo.

Pregunta 3.

Para esta pregunta asumo que los costos marginales son constantes. Dado lo anterior tenemos que:

- 1) Hugo maximiza q sujeto a que no haya pérdidas
- 2) Paco hace max de PQ
- 3) Luis hace max de $PQ-c$

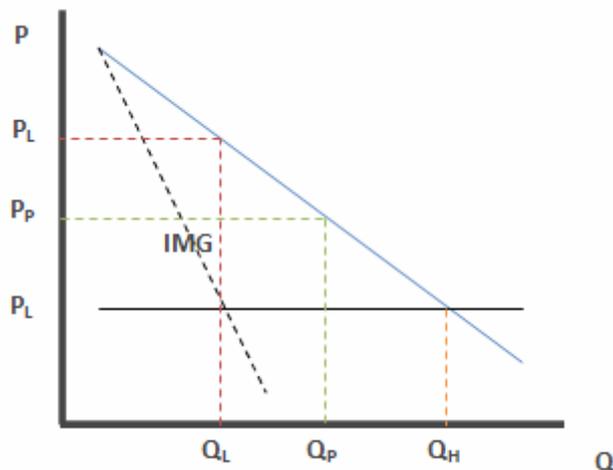
De este modo, si asumimos una demanda $Q=1-P$, queda (realizando la maximización) que:

$$P_H = c, Q = 1 - c$$

$$P_P = 1/2 = Q_P$$

$$P_L = (1-c)/2 \text{ (Precio monopolístico)}, Q_L = (1+c)/2$$

En el grafico, de un modo más general, queda:



Pregunta 4.

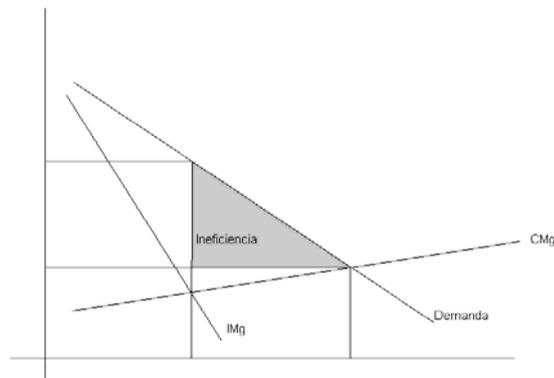
- a. Esta afirmación es falsa, ya que el dueño debe considerar que al decidir gestionar la firma, esta debe generar valor agregado de manera tal de compensar el capital físico instalado y, a su vez, debe considerar el costo de oportunidad de él, es decir, su salario fuera de la firma.

- b. Depende, el costo variable no necesariamente estará acotado por 220, ya que dependerá del comportamiento del costo marginal. Consideremos la siguiente igualdad,

$$CV(11)=C(11)-C(0)=C(11)-C(10)+C(10)-C(9)+\dots+C(1)-C(0)$$

Luego, en el caso que los costos marginales fuesen constantes, se tiene que $CV(11)=220$. Sin embargo, si éstos son crecientes, $CV(11)>220$, y decrecientes, $CV(11)<220$.

- c. Falso, la ineficiencia existe, independiente del costo marginal, como lo ilustra la figura. La magnitud dependerá de la elasticidad de la demanda.



- d. Falso. Un monopolio puede gastar en publicidad para impedir que otros entren en su mercado y le quiten su posición ventajosa. También tiene incentivos a gastar en publicidad para inducir un cambios en la demanda y así tener mayores rentas.