



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y
EDUCACIÓN A DISTANCIA

LICENCIATURA EN **CONTADURÍA**

APUNTES DIGITALES PLAN 2011

SUAYED UNA OPCIÓN
PARA TI



MICROECONOMÍA

Plan: 2011

Clave:	Créditos: 8
Licenciatura: Contaduría	Semestre: 2°
Área: Economía	Hrs. Asesoría: 4
Requisitos: Ninguno	Hrs. Por semana: 4
Tipo de asignatura:	Obligatoria (X) Optativa ()

AUTORES:

JOSÉ PABLO JAVIER LICEA ALCÁZAR,
LUIS ROMÁN SOTELO

ADAPTADO A DISTANCIA: ANA CATALINA NEY TÉLLEZ
GIRÓN

ACTUALIZADO AL PLAN DE ESTUDIO 2011: ANA
CATALINA NEY TÉLLEZ GIRÓN



INTRODUCCIÓN GENERAL AL MATERIAL DE ESTUDIO

Las modalidades abierta y a distancia (SUAYED) son alternativas que pretenden responder a la demanda creciente de educación superior, sobre todo, de quienes no pueden estudiar en un sistema presencial. Actualmente, “con la incorporación de las nuevas tecnologías de información y comunicación a los sistemas abierto y a distancia, se empieza a fortalecer y consolidar el paradigma educativo de éstas, centrado en el estudiante y su aprendizaje autónomo, para que tenga lugar el diálogo educativo que establece de manera semipresencial (modalidad abierta) o vía Internet (modalidad a distancia) con su asesor y condiscípulos, apoyándose en materiales preparados ex profeso”¹.

Un rasgo fundamental de la educación abierta y a distancia es que no exige presencia diaria. El estudiante SUAYED aprende y organiza sus actividades escolares de acuerdo con su ritmo y necesidades; y suele

¹ Sandra Rocha, *Documento de Trabajo. Modalidad Abierta y a Distancia en el SUA-FCA*, 2006.



hacerlo en momentos adicionales a su jornada laboral, por lo que requiere flexibilidad de espacios y tiempos. En consecuencia, debe contar con las habilidades siguientes.

- Saber estudiar, organizando sus metas educativas de manera realista según su disponibilidad de tiempo, y estableciendo una secuencia de objetivos parciales a corto, mediano y largo plazos.
 - Mantener la motivación y superar las dificultades inherentes a la licenciatura.
 - Asumir su nuevo papel de estudiante y compaginarlo con otros roles familiares o laborales.
 - Afrontar los cambios que puedan producirse como consecuencia de las modificaciones de sus actitudes y valores, en la medida que se adentre en las situaciones y oportunidades propias de su nueva situación de estudiante.
 - Desarrollar estrategias de aprendizaje independientes para que pueda controlar sus avances.
 - Ser autodidacta. Aunque apoyado en asesorías, su aprendizaje es individual y requiere dedicación y estudio. Acompañado en todo momento por su asesor, debe organizar y construir su aprendizaje.
 - Administrar el tiempo y distribuirlo adecuadamente entre las tareas cotidianas y el estudio.
 - Tener disciplina, perseverancia y orden.
 - Ser capaz de tomar decisiones y establecer metas y objetivos.
 - Mostrar interés real por la disciplina que se estudia, estar motivado para alcanzar las metas y mantener una actitud dinámica y crítica, pero abierta y flexible.
 - Aplicar diversas técnicas de estudio. Atender la retroalimentación del asesor; cultivar al máximo el hábito de lectura; elaborar resúmenes, mapas conceptuales, cuestionarios, cuadros sinópticos, etcétera;
-



presentar trabajos escritos de calidad en contenido, análisis y reflexión; hacer guías de estudio; preparar exámenes; y aprovechar los diversos recursos de la modalidad.

- Además de lo anterior, un estudiante de la modalidad a distancia debe dominar las herramientas tecnológicas. Conocer sus bases y metodología; tener habilidad en la búsqueda de información en bibliotecas virtuales; y manejar el sistema operativo Windows, paquetería, correo electrónico, foros de discusión, chats, blogs, wikis, etcétera.

También se cuenta con materiales didácticos como éste elaborados para el SUAYED, que son la base del estudio independiente. En específico, este documento electrónico ha sido preparado por docentes de la Facultad para cada una de las asignaturas, con bibliografía adicional que te permitirá consultar las fuentes de información originales. El recurso comprende referencias básicas sobre los temas y subtemas de cada unidad de la materia, y te introduce en su aprendizaje, de lo concreto a lo abstracto y de lo sencillo a lo complejo, por medio de ejemplos, ejercicios y casos, u otras actividades que te posibilitarán aplicarlos y vincularlos con la realidad laboral. Es decir, te induce al “saber teórico” y al “saber hacer” de la asignatura, y te encauza a encontrar respuestas a preguntas reflexivas que te formules acerca de los contenidos, su relación con otras disciplinas, utilidad y aplicación en el trabajo. Finalmente, el material te da información suficiente para autoevaluarte sobre el conocimiento básico de la asignatura, motivarte a profundizarlo, ampliarlo con otras fuentes bibliográficas y prepararte adecuadamente para tus exámenes. Su estructura presenta los siguientes apartados.



1. *Información general de la asignatura.* Incluye elementos introductorios como portada, identificación del material, colaboradores, datos oficiales de la asignatura, orientaciones para el estudio, contenido y programa oficial de la asignatura, esquema general de contenido, introducción general a la asignatura y objetivo general.
 2. *Desarrollo de cada unidad didáctica.* Cada unidad está conformada por los siguientes elementos.
 - Introducción a la unidad.
 - Objetivo particular de la unidad.
 - Contenidos.
 - Actividades de aprendizaje y/o evaluación. Tienen como propósito contribuir en el proceso enseñanza-aprendizaje facilitando el afianzamiento de los contenidos esenciales. Una función importante de estas actividades es la retroalimentación: el asesor no se limita a valorar el trabajo realizado, sino que además añade comentarios, explicaciones y orientación.
 - Ejercicios y cuestionarios complementarios o de reforzamiento. Su finalidad es consolidar el aprendizaje del estudiante.
 - Ejercicios de autoevaluación. Al término de cada unidad hay ejercicios de autoevaluación cuya utilidad, al igual que las actividades de aprendizaje, es afianzar los contenidos principales. También le permiten al estudiante calificarse él mismo cotejando su resultado con las respuestas que vienen al final, y así podrá valorar si ya aprendió lo suficiente para presentar el examen correspondiente. Para que la autoevaluación cumpla su objeto, es importante no adelantarse a revisar las respuestas antes de realizar la autoevaluación; y no reducir su resolución a una mera actividad mental, sino que debe registrarse por escrito, labor que facilita aún más el
-



aprendizaje. Por último, la diferencia entre las actividades de autoevaluación y las de aprendizaje es que éstas, como son corregidas por el asesor, fomentan la creatividad, reflexión y valoración crítica, ya que suponen mayor elaboración y conllevan respuestas abiertas.

3. *Resumen por unidad.*

4. *Glosario de términos.*

5. *Fuentes de consulta básica y complementaria.*

Mesografía?, Bibliografía, hemerografía y sitios web, considerados tanto en el programa oficial de la asignatura como los sugeridos por los profesores.

Esperamos que este material cumpla con su cometido, te apoye y oriente en el avance de tu aprendizaje.



Recomendaciones (orientación para el estudio independiente)

- Lee cuidadosamente la introducción a la asignatura, en ella se explica la importancia del curso.
 - Revisa detenidamente los objetivos de aprendizaje (general y específico por unidad), en donde se te indican los conocimientos y habilidades que deberás adquirir al finalizar el curso.
 - Estudia cada tema siguiendo los contenidos y lecturas sugeridos por tu asesor, y desarrolla las actividades de aprendizaje. Así podrás aplicar la teoría y ejercitarás tu capacidad crítica, reflexiva y analítica.
 - Al iniciar la lectura de los temas, identifica las ideas, conceptos, argumentos, hechos y conclusiones, esto facilitará la comprensión de los contenidos y la realización de las actividades de aprendizaje.
 - Lee de manera atenta los textos y mantén una actitud activa y de diálogo respecto a su contenido. Elabora una síntesis que te ayude a fijar los conceptos esenciales de lo que vas aprendiendo.
 - Debido a que la educación abierta y a distancia está sustentada en un principio de autoenseñanza (autodisciplina), es recomendable diseñar desde el inicio un plan de trabajo para puntualizar tiempos, ritmos, horarios, alcance y avance de cada asignatura, y recursos.
-



- Escribe tus dudas, comentarios u observaciones para aclararlas en la asesoría presencial o a distancia (foro, chat, correo electrónico, etcétera).
- Consulta al asesor sobre cualquier interrogante por mínima que sea.
- Revisa detenidamente el plan de trabajo elaborado por tu asesor y sigue las indicaciones del mismo.

Otras sugerencias de apoyo

- Trata de compartir tus experiencias y comentarios sobre la asignatura con tus compañeros, a fin de formar grupos de estudio presenciales o a distancia (comunidades virtuales de aprendizaje, a través de foros de discusión y correo electrónico, etcétera), y puedan apoyarse entre sí.
 - Programa un horario propicio para estudiar, en el que te encuentres menos cansado, ello facilitará tu aprendizaje.
 - Dispón de periodos extensos para al estudio, con tiempos breves de descanso por lo menos entre cada hora si lo consideras necesario.
 - Busca espacios adecuados donde puedas concentrarte y aprovechar al máximo el tiempo de estudio.
-



TEMARIO OFICIAL (64 horas)

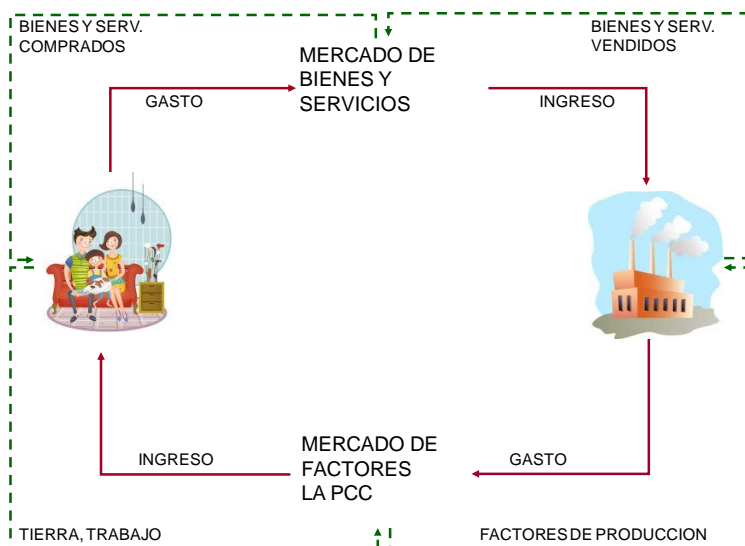
	Horas
1. La empresa y la Economía	8
2. Análisis de las estructuras de mercado	8
3. Análisis de la oferta y la demanda	12
4. La empresa como oferente	8
5. Costos de producción	12
6. La empresa como demandante	8
7. La familia como consumidora	8



INTRODUCCIÓN A LA ASIGNATURA

Dentro del estudio microeconómico se enfoca el estudio a los dos agentes primordiales: la familia, considerada como la unidad básica del sistema económico porque toma decisiones para la asignación de recursos, como el nivel de ingresos y la fuerza de trabajo; la empresa o industria es la unidad económica que produce bienes y servicios con base en los insumos, trabajo, capital, etc. Dentro del campo de la microeconomía se estudia el comportamiento de los mercados (sea en competencia perfecta o imperfecta) de bienes y servicios, la oferta y la demanda, el comportamiento del consumidor y del producto, etcétera.

El diagrama del flujo circular que se muestra a continuación nos expone la interacción que existe entre las familias y empresas; ambos toman decisiones. Las familias poseen los factores de la producción que venden a las empresas; éstas los transforman en productos



que son llevados al mercado de bienes y servicios. La familia recibe un ingreso en forma de salario, alquiler o beneficios, por vender los factores de producción a la empresa; con este ingreso la familia compra en el mercado bienes y servicios. En el caso de la empresa, ésta recupera el costo de los factores de producción cuando vende sus productos en el mercado de bienes y servicios y obtiene un ingreso que reinvierte en el mercado de factores de la producción.

Pero el estudio de estos agentes va más a profundidad, para el caso del Consumidor, se estudia desde sus gustos y preferencias hasta el factor monetario (Ingreso) y como determina la toma de decisiones, a la hora de elegir un bien.

En cambio para la empresa, el estudio abarca desde contestar las preguntas básicas de Qué, Como, Cuando, Cuanto y Para quien producir; determinando el número de trabajadores, compra de maquinaria o equipo y en algunos casos hasta tomar la decisión de buscar financiamiento para poder producir y cuanto le va costar realizar la producción a partir de los factores productivos.

La empresa no solo tiene que ver el funcionamiento de ella a nivel interno, sino que tienen que observar cómo se comporta su competencia directa e indirecta.

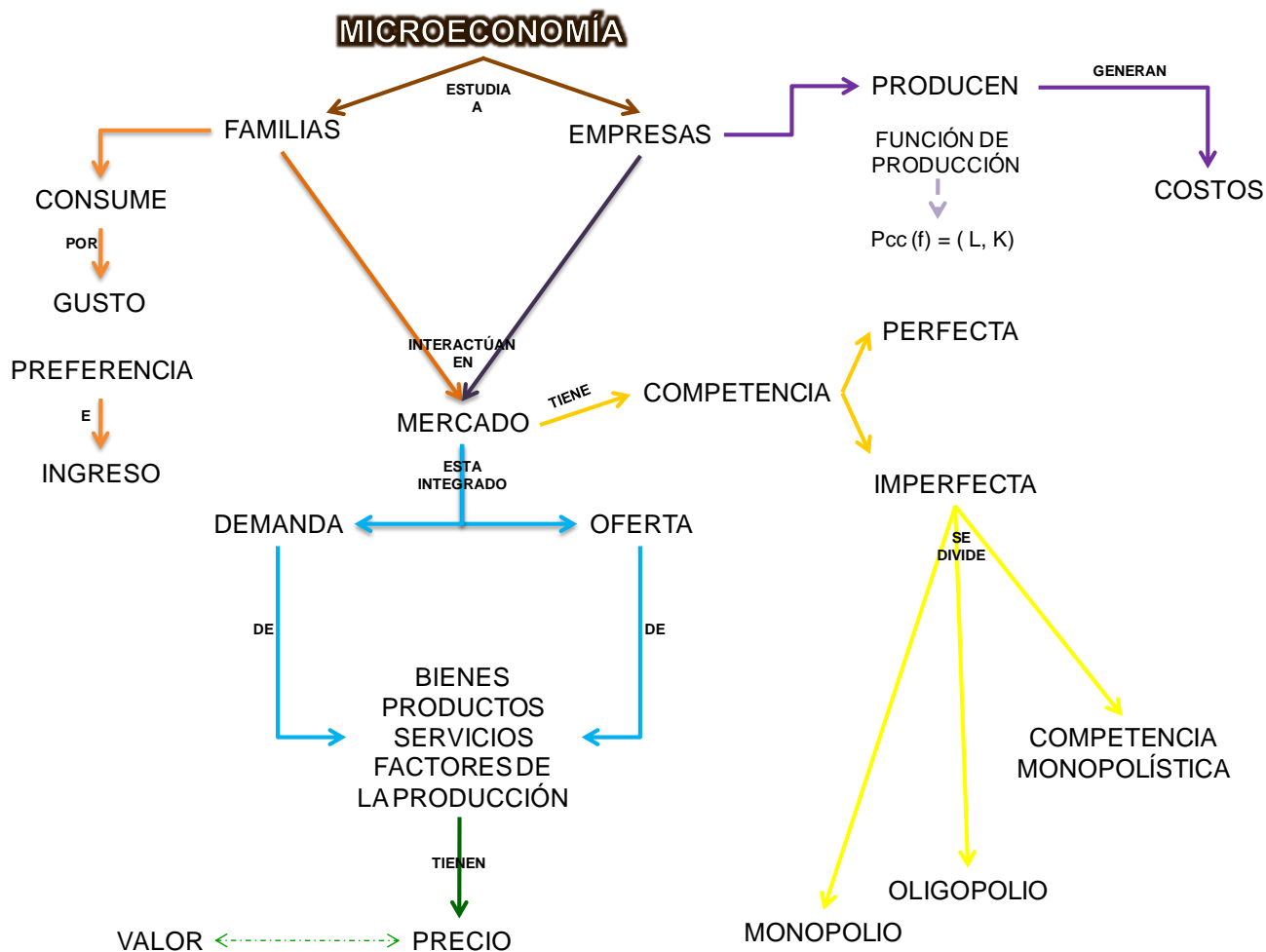


OBJETIVO GENERAL

Que el alumno comprenda las relaciones entre economía y empresa, a partir de la teoría microeconómica y sea capaz de analizar los mercados, la oferta y demanda de bienes y servicios, conocer la estructura de costos en las organizaciones productivas y estudiar la conducta del consumo de los agentes privados.



ESTRUCTURA CONCEPTUAL





SUAYED
UNA OPCIÓN
PARA TI

UNIDAD 1.

LA EMPRESA Y LA ECONOMÍA





OBJETIVO ESPECÍFICO

Que el alumno reconozca la importancia de la Economía en su formación y la relación entre Economía, industria y organizaciones económicas.

INTRODUCCIÓN

En esta unidad se estudia a la empresa, bajo la perspectiva de ente económico, es decir, desde su organización como sociedad mercantil o cooperativa ante las instituciones gubernamentales; como se divide para su estudio en las diversas encuestas realizadas por el INEGI, y por último como se clasifica ya como empresa, en base a la inversión, tamaño y competencia.



LO QUE SÉ

Lee y elige la opción que conteste correctamente cada una de las siguientes preguntas.

1. Estudia como las sociedades administran sus recursos escasos para producir bienes y servicios, y su distribución entre los distintos individuos.

- a) Economía
- b) Política económica
- c) Economía política

2. Se constituye a partir de lo que es:

- a) Economía normativa
- b) Método científico
- c) Economía positiva

3. Explica los componentes, circunstancias de los hechos económicos.

- a) Economía positiva
- b) Economía descriptiva
- c) Economía normativa

4. La demanda agregada o PIB esta constituida por:

- a) $Y=C+I+TX+XN$
- b) $Y= C+G+TR+TX$
- c) $Y= C+G+I+(X-M)$

5. El ingreso per cápita se obtiene:

- a) PIB / Población económicamente activa
- b) PIB / Población
- c) PIB / Población económicamente inactiva



6. Valor de todos los bienes y servicios finales producidos en una economía; no se ajusta para tener en cuenta la inflación.

- a) PIB potencial
- b) PIB nominal
- c) PIB real

TEMARIO DETALLADO (8 HORAS)

- 1.1 Tipos de organizaciones
 - 1.2 Industria y empresa
 - 1.3 Clasificación de empresas
-

1.1 Tipos de organizaciones

Se define a organización como “ *El conjunto de habilidades empresariales, que se aplican en la combinación de los factores productivos con el propósito de optimizar los resultados de la empresa*”²

Las organizaciones las clasificaremos según la Ley General de Sociedades Mercantiles³ y Cooperativas

I.- Sociedad en nombre colectivo; es aquella que existe bajo una razón social y en la que todos los socios responden, de modo subsidiario, ilimitada y solidariamente, de las obligaciones sociales.

II.- Sociedad en comandita simple; es la razón social y se compone de uno o varios socios comanditados que responden, de manera subsidiaria, ilimitada y solidariamente, de las obligaciones sociales, y de uno o varios comanditarios que únicamente están obligados al pago de sus aportaciones. La razón social se formará con los nombres de uno o más comanditados, seguidos de las palabras “y compañía” u otros equivalentes, cuando en ella no figuren los de todos. A la razón social se agregarán siempre las palabras “Sociedad en Comandita” o su abreviatura “S. en C”.

III.- Sociedad de responsabilidad limitada; se constituye entre socios que solamente están obligados al pago de sus aportaciones, sin que las partes sociales puedan estar representadas por títulos negociables, a la orden o al portador, pues sólo serán cedibles en los casos y con los requisitos que establece la presente Ley. Existirá bajo una denominación

² Vizcarra Cifuentes, Jose Luis, “*Diccionario de Economía*”, 1ª edición, Grupo Editorial Patria, 2007 , pag 201. 373 págs

³ <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/144.pdf>



o bajo una razón social que se formará con el nombre de uno o más socios. La denominación o la razón social irá inmediatamente seguida de las palabras “Sociedad de Responsabilidad Limitada” o de su abreviatura “S. de R. L.”.- El capital social nunca será inferior a tres millones de pesos; se dividirá en partes sociales que podrán ser de valor y categoría desiguales, pero que en todo caso serán de mil pesos o de un múltiplo de esta cantidad.

IV.- Sociedad anónima; se integra compone exclusivamente de socios cuya obligación se limita al pago de sus acciones. Cualquiera otra sociedad y al emplearse irá siempre seguida de las palabras “Sociedad Anónima” o de su abreviatura “S.A.” Las acciones en que se divide el capital social de una sociedad anónima estarán representadas por títulos nominativos que servirán para acreditar y transmitir la calidad y los derechos de socio, y se regirán por las disposiciones relativas a valores literales, en lo que sea compatible con su naturaleza y no sea modificado por la presente Ley.

V.- Sociedad en comandita por acciones, se compone de uno o varios socios comanditados que responden de manera subsidiaria, ilimitada y solidariamente, de las obligaciones sociales, y de uno o varios comanditarios que únicamente están obligados al pago de sus acciones; se regirá por las reglas relativas a la sociedad anónima, capital social estará dividido en acciones y no podrán cederse sin el consentimiento de la totalidad de los comanditados y el de las dos tercera partes de los comanditarios. La razón social o a la denominación, en su caso, se agregarán las palabras “Sociedad en Comandita por Acciones”, o su abreviatura “S. en C. por A”.



VI.- Sociedad cooperativa⁴. Es una organización social que se integra por las personas físicas con interés comunes y principios de solidaridad, tienen como propósito satisfacer las necesidades individuales y colectivas por medio de las actividades económicas producción, distribución y consumo de bienes.

1.2 Industria y empresa

Definiremos a la empresa como: “Las unidades económicas de las producciones dedicadas a diversas actividades mercantiles o prestadora de servicios”

El INEGI⁵ la define como “*Unidad productora de bienes y servicios homogéneos para lo cual organiza y combina el uso de los factores de la producción. Organización existente con medios propios y adecuados para alcanzar un fin económico determinado. Compañía o sociedad mercantil, constituida con el propósito de producir bienes y servicios para su venta en el mercado*”

Ambas definiciones, señalan a las empresas como unidades económicas para producir, optimizando los factores de la producción (Recursos naturales (RN), Trabajo (L), Capital (K)), esta unidad busca obtener una máxima producción con mínimos costos y obtener mínimo la recuperación de la inversión inicial u obtener las ganancias por la venta del producto.

⁴ <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/143.pdf>

⁵ Instituto Nacional de Geografía y Estadística



Se le conoce a **industria** dentro del ámbito económico a todas las empresas que se dedican a la producción del mismo bien. El INEGI⁶ realiza la clasificación de la industria en base a los diferentes sectores económicos:

Por sector:	Manufacturero
División:	Textiles prendas de vestir e industria del cuero y calzado
Rama:	27 Prendas de Vestir y otros artículos de punto
Grupo:	270 Artículos de Punto
Subgrupo:	2702 Suéteres, chalecos y chales

1.3. Clasificación de empresas

➤ Tamaño de la empresa

La clasificación oficial que fue publicada en el Diario Oficial de la Federación del 30 de junio de 2009. Establece que el tamaño de la empresa se determinará a partir del obtenido del número de trabajadores multiplicado por 10%; más el monto de las ventas anuales por 90%. Y esta cantidad debe ser igual o menor al Tope Máximo Combinado de cada categoría, que va desde 4.6 en el caso de las micro, hasta 250 para las medianas.

⁶http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/metodologias/encuestas/hogares/Cae_ene.pdf



Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado*
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta \$4	4.6
Pequeña	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde \$4.01 hasta \$100	93
	Industria y Servicios	Desde 11 hasta 50	Desde \$4.01 hasta \$100	95
Mediana	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250	235
	Servicios	Desde 51 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250	235
	Industria	Desde 51 hasta 250	Desde \$100.01 hasta \$250	250
Grande	Industria	Más de 250	Desde \$250.01 en adelante	251

*Tope Máximo Combinado = (Trabajadores) X 10% + (Ventas Anuales) X 90%. Fuente: Diario Oficial de la Federación del 30 de junio de 2009

➤ **La inversión**

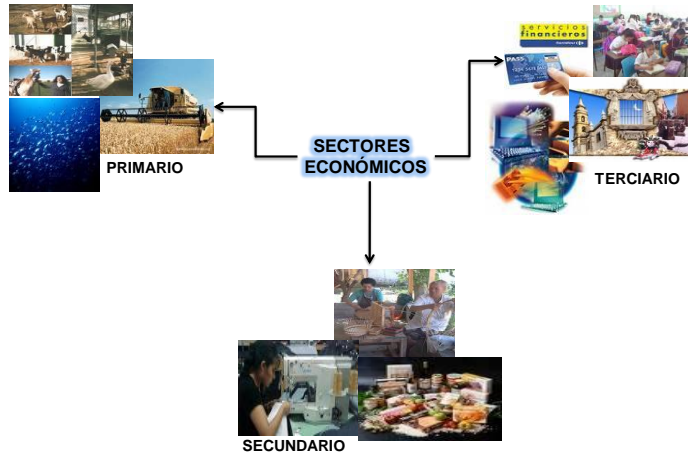
- ☞ Pública: La inversión proviene del Estado y su función es satisfacer las necesidades de la sociedad, el objetivo de esta empresa es mayor beneficio social a menor costo.
- ☞ Privada: La inversión inicial proviene de los socios de la empresa, pueden ser de capital extranjero o Nacional, se dedican a cualquier sector de la economía, tienen fines de lucro, su objetivo es la maximización de la Inversión a menores costos.



➤ **Actividad económica:**

Según el INEGI⁷ en las actividades económicas se derivan de la transformación, obtención e intercambio de recursos naturales,

bienes, productos y servicios, los cuales nos dan un beneficio y cubren las necesidades de la sociedad; estas actividades pertenecen se derivan de los sectores económicos los cuales se clasifican en :



I. Primarios: Comprende las actividades donde los recursos naturales se utilizan tal cual se obtienen de la naturaleza, ya sea para consumo alimentario o para generar materias primas.:

- Agricultura.
- Explotación forestal
- Ganadería.
- Pesca.

II. Secundario: Se transforman las materias primas que se obtuvieron del sector primario, esta transformación se realiza por medio de procesos de producción, con la intervención de la mano de obra, maquinaria, tecnología, etc. Aquí se incluyen todo tipo de industrias en base a lo que producen..

⁷ Instituto Nacional de Geografía y Estadística
<http://cuentame.inegi.org.mx/economia/default.aspx?tema=E>



III. Terciario. Este sector se caracteriza por la venta de los productos obtenidos sector primario y de los producidos en el sector secundario. Aquí se considera el comercio, los servicios, comunicaciones y transportes.

➤ **Competencia o mercado:**

Competencia Perfecta: Los vendedores y compradores influyen en los precios, tienen conocimiento del mercado, el bien es homogéneo, no hay barreras de entrada a este mercado; a corto plazo un insumo es fijo, su **YMg = CMg**, en donde el YMg (ingreso Marginal), se obtiene por cambio en el YT (ingreso Total) por unidad adicional de producción, el CMg (costo Marginal) se obtiene por el aumento de los CT (costos totales) por aumentar una unidad adicional de producción. La obtención de la **UT** (utilidad Total) es por la Diferencia de IT (ingreso Total) menos CT (Costo Total).

Competencia Imperfecta:

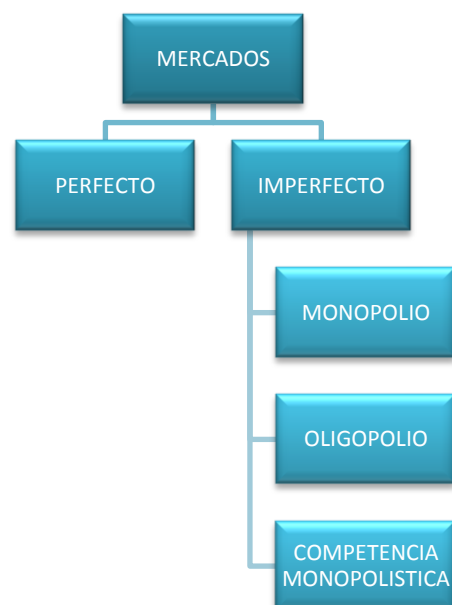
Monopolio: Existe un solo vendedor, el producto o bien no tiene sustitutos cercanos, siempre busca maximizar sus utilidades, hay restricción del mercado, el precio máximo que cobrara está determinado por la curva de demanda de mercado de su producto, su comportamiento es por aumento de la demanda produce mas y por lo tanto aumente el precio, generando mayores ganancias, para lograr lo anterior busca siempre igualar **YMg = CMg**, donde el YMg debe de ser menor que el precio del bien.



Oligopolio: número de empresas reducido, existe dominio de mercado, las decisiones por parte de las empresas impacta en el mercado, existen barreras de entrada, su modelo de la demanda quebrada se basa en que cada empresa cree que si sube el precio, los demás no lo harán, pero si los disminuye sí y para maximizar las utilidades $YMg = CMg$, la empresa produce la cantidad a la que el costo marginal es igual al ingreso marginal, el modelo de la curva de la demanda quebrada predice que el precio y la cantidad son insensibles a insignificantes cambios en los costos. El oligopolio basa su toma de decisiones en la **Teoría de juegos** para comprender las formas de rivalidad económica, política y social, y estudiar el comportamiento estratégico.

Competencia.

Monopolística: existe un numero grande de compradores y vendedores, los compradores no influyen en el precio en cambio los vendedores sí, existe libre entrada y salida del mercado, busca el incremento de sus ganancias, obtienen la utilidad económica por la diferencia entre los ingresos y costos marginales y se maximiza cuando $YMg = CMg$.





RESUMEN DE LA UNIDAD

Las empresas se pueden tipificar según la Ley General De Sociedades Mercantiles en; sociedades anónimas, cooperativas, comanditas simple, colectivas, en responsabilidad limitada, etc.; la ley las tipifica según el monto con las cuales constituyen a estas. Las sociedades mercantiles también se incluyen en su constitución de acuerdo al tipo de actividad que ejercerán, según el sector económico al cual pertenezcan, por ejemplo si la sociedad o empresa va a dedicarse hacer vestidos, pertenecerá al sector manufacturero. Se le llama industria al conjunto de empresas que pertenecen a un mismo sector económico y además según la clasificación de INEGI están en la misma división, rama, grupo y subgrupo también a todas las empresas que sin importar su sector conforman el aparato productivo de un país.

En el país se tiene una clasificación oficial según el Diario Oficial de la Federación y es independientemente del giro de la empresa, esta se refiere al tamaño de las empresas, aquí nos se toma para en análisis número de trabajadores y monto de ventas anuales.



Otra calificación es por el tipo de inversión: Pública; si los recursos monetarios provienen del erario público y su objetivo es traer un gran beneficio a la sociedad en su conjunto; en cambio es Privada; si los recursos provienen socios de las diferentes sociedades establecidas en la LGSM o de extranjeros, buscando maximizar la inversión inicial con disminución de costos.

Para el estudio microeconómico se clasifican las empresas según la competencia:

Perfecta e imperfecta; en la primera existen igual número de compradores que de vendedores, los bienes son homogéneos, y el precio está establecido, en cambio en la competencia imperfecta, tenemos al monopolio, donde solo existe una empresa que proporciona el bien o servicio, juega con el precio a su antojo, pero es necesario para los consumidores; oligopolio son varias empresas que compiten entre sí, con productos parecidos, sus estrategias se basan en la teoría de juegos, la competencia monopolística es un gran mercado el número de empresas es extenso, el producto es homogéneo y el precio lo determinan en base a la demanda y oferta del producto.



GLOSARIO DE LA UNIDAD

Empresa: Son organizaciones que utilizan los factores productivos para crear bienes o servicios, de los cuales obtendrán un beneficio monetario.

Factores de la producción. Son los recursos económicos, conocidos, como tierra, trabajo y capital.

Industria: Se define como la aglomeración de las empresas que se dedican al mismo ramo, dentro de un sector económico.

Competencia perfecta: Mercado en el cual hay un gran número de empresas que venden un producto de iguales características y el control de los precios lo tiene la industria (o mercado) y no la empresa en individual, también hay un gran número de compradores.

INEGI: Instituto Nacional de Geografía y Estadística



Sectores económicos: Conjunto de áreas homogéneas y entes pertenecientes a una actividad económica.

- ❖ **Sector Primario:** Sector de la economía que agrupa a las actividades de producción agrícola, pecuaria, pesquera, silvícola y minera.
- ❖ **Sector Secundario:** agrupa a la producción industrial, es decir aquella que se encarga de transformar la materia prima en productos manufacturados.
- ❖ **Sector Terciario:** Maneja, almacena, transporta y comercializa la materia prima y los productos manufacturados.



ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

ACTIVIDAD 1

Realiza un mapa conceptual sobre la clasificación de la empresa con base a lo explicado en la unidad.

ACTIVIDAD 2

Considerando la clasificación de las empresas, busca una noticia que de un ejemplo de cada una de ellas.

Analícelas y coméntelas



CUESTIONARIO DE REFORZAMIENTO

1. ¿Qué es la empresa?
2. ¿Qué es la industria?
3. ¿Qué es el mercado?
4. ¿Cuál es la diferencia entre utilidad, ingresos y beneficios?
5. Defina que es el precio
6. ¿A que se le llama mercado en competencia perfecta?
7. ¿Cuál es la división del mercado en competencia imperfecta?
Explica cada una.

LO QUE APRENDÍ

Visita con detenimiento los siguientes links

- Video: La historia de las cosas 1 de 3:
<http://www.youtube.com/watch?v=x5NVqDPYKjg>.
- Video: La historia de las cosas 2 de 3:
<http://www.youtube.com/watch?v=GUn-BoKILeo>.
- Video: La historia de las cosas 3 de 3:
<http://www.youtube.com/watch?v=47OV3U0Azjw>

Más allá de la crítica que realiza la presentadora, realiza un ensayo de 2 hojas que contenga como se inicia el proceso de producción, cuales son los costos de ésta, y como beneficia o perjudica al consumidor; también analiza a que clasificación de empresas se refiere.



EXAMEN DE AUTOEVALUACIÓN

Selecciona la respuesta correcta donde V es (verdadero) y F (falso).

1. La sociedad en nombre colectivo presenta bajo una razón social y en la que todos los socios responden, de modo subsidiario, limitado e insolitario solidariamente, de las obligaciones sociales. V F
 2. *Sociedad de responsabilidad limitada*; se constituye entre socios, sin que las partes sociales puedan estar representadas por títulos negociables, a la orden o al portador, pues sólo serán cedibles en los casos y con los requisitos que establece la presente Ley. V F
 3. Los factores de la producción son Recursos Naturales, Capital, Interés y Materia prima. V F
 4. La Secretaria de Economía es quien se encarga de realizar la división de los sectores económicos. V F
 5. La Microempresa, se caracteriza por tener hasta 10 trabajadores V F
 6. En la competencia perfecta los vendedores y compradores no tienen conocimiento del mercado y el producto es homogéneo. V F
 7. En el Oligopolio las decisiones por parte de la empresa impacta en el mercado. V F
 8. En la competencia monopolística los compradores no influyen en el precio del producto. V F
-



MESOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

Autor	Capítulo	Páginas
3. Grave Russek, Ana Luisa	9	221-225
6. Salvatore, Dominick	9,10,11	241-317
4. Mcconell, Campbell	23,24,25,26	141-227
8. Vargas Sánchez, Gustavo	4	90-96
5. Parkin, Michel.	3 y 4	59-98



BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

1. Call, Steven T. Y Holahan, William L. *Microeconomía*, 2ª. Ed., México, Grupo Editorial Interamericana, 1985, 575 Pp.
 2. Cue, Agustín Y Quintana, Luis, *Introducción A La Microeconomía. Un Enfoque Integral Para México*. 1ª Ed., México, Grupo Editorial Patria, 2008, 289 Pp.
 3. Grave Russek, Ana Luisa, *Microeconomía: Enfoque De Negocios*, Pearson Educación, México, 2006, 346 Pp.
 4. Mcconell, Campbell, Brue, Stanley. *Microeconomía*, 14ª Ed., México, Mcgraw-Hill, 2004, 228 Pp.
 5. Parkin, Michael, Esquivel Gerardo, *Microeconomía: Versión Para Latinoamérica, 7a*, Pearson Educación, México, 2006, 517 Pp.
 6. Salvatore, Dominick, *Microeconomía*, 4ta Edición, México, Mc Graw Hill, 2008, 368 Pp.
 7. Schettino, Macario, *Introducción A La Economía Para No Economistas*, 1ª Ed., México, Pearson Educación, 2002, 311 Pp.
 8. Vargas Sánchez, Gustavo, *Introducción A La Teoría Económica. Aplicaciones A La Economía Mexicana*. 1ª Ed. México, Mcgraw-Hill, 2002, 602 Pp.
-



BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARÍA

9. Case, Karl E. Y Fair, Ray C. *Principios De Microeconomía*. 4ª Edición, México, Pearson Educación, 2000, 620 Pp.
 10. Colonna D'Istria, Robert, Traducción De Benito Herrero, *Iniciación A La Economía*, 2ª Ed., Madrid, Acento Editorial, 1996, 95 Pp.
 11. Emery, E. David; *Principios De Economía: Microeconomía*. 2ª Edición, México, Sitesa, 2000, 334 Pp.
 12. Glazer, Amihai Y Hirshleifer, Jack; *Microeconomía Teoría Y Aplicaciones*. 5ª Edición, México, Prentice Hall Hispanoamericana S.A., 2000, 610 Pp
 13. Mankiw N., Gregory, *Principios De Economía*, 3ª Ed, México: Mcgaw-Hill, 2004
 14. Ménard, Mathilde, *Diccionario De Términos Económicos*, 2ª Ed., Madrid, Acento Editorial, 1996, 95 Pp
 15. Méndez Morales, Silvestre José. *Economía Y La Empresa*, 3ª Ed., México, Mcgraw-Hill, 2007, 434 Pp
 16. Rossetti, José Paschoal, *Introducción A La Economía*. 3ª. Ed., México, Oxford University Press, 2002, 86 Pp.
 17. Seo, K.K. Y Winger Bernard J., *Managerial Economics: Text, Problems And Short Cases*, 5ª, Richard D. Irwin Inc., Estados Unidos, 1979
 - K. K. Seo, Bernard J. Winger. *Economía Empresarial: Texto, Problemas Y Casos*. México, Unión Tipográfica Editorial Hispano Americana , 1982, 475 Pp
 18. Varian, Hal R., *Un Enfoque Actual Microeconomía Intermedia*. 5ª Ed., España, Antoni Bosch Editor, 2005, 721pp.
 19. Vizcarra Cifuentes, Jose Luis, *Diccionario De Economía*. 1ª Ed., México, Grupo Editorial Patria, 2007, 370pp.
-



SITIOS ELECTRÓNICOS

- Apuntes de economía y diversas definiciones de varios conceptos
<http://www.edukativos.com/downloads-file-2683-details.html>
 - Apuntes, monografías, trabajos, resúmenes y carpetas de Ciencias Económicas
<http://www.infoeconomicas.com.ar/>
 - Apuntes de microeconomía. Apuntes y trabajos de economía, ade y empresariales
<http://maresba.iespana.es/maresba/apuntesmicroeconomia.htm>
 - Apuntes de microeconomía
<http://personales.ya.com/davidgomez/economiaMI1.htm>
 - Apuntes de economía y diversas definiciones de varios conceptos
<http://www.edukativos.com/downloads-file-2683-details.html>
 - Apuntes, monografías, trabajos, resúmenes y carpetas de Ciencias Económicas
<http://maresba.iespana.es/maresba/apuntesmicroeconomia.htm>
 - Apuntes de microeconomía. Apuntes y trabajos de economía y empresariales
<http://www.infoeconomicas.com.ar/>
-



SUAYED
UNA OPCIÓN
PARA TI

UNIDAD 2.

ANÁLISIS DE LAS ESTRUCTURAS DE MERCADO

APUNTES DIGITALES
PLAN 2011

SUAYED UNA OPCIÓN
PARA TI



OBJETIVO ESPECIFICO

Que el alumno comprenda las diferentes modalidades en que se estructura el mercado, a fin de ubicar las forma de competencia en que se inscriben las organizaciones.



INTRODUCCIÓN

En esta unidad se presentan los dos mercados existentes en cuanto a competencias: el perfecto y el imperfecto, en este último se da la subdivisión en Monopolio, oligopolio y competencia Monopolística.

En la competencia perfecta se tiene como supuestos que los vendedores y los compradores no influyen en el precio; el beneficio lo obtienen por la diferencia del ingreso y costo total, su equilibrio a corto plazo se obtiene cuando el Ingreso Marginal es igual a Precio; en cambio en la competencia imperfecta como en el Monopolio se da el máximo beneficio cuando el Costo Marginal es igual al ingreso marginal y el precio es mayor.

En esta unidad analizaremos a detalle cada una de las competencias.



LO QUE SÉ

Escoja uno de los siguientes links

- Video: La historia de las botellas de agua (2010):
<http://www.youtube.com/watch?v=Se12y9hSOM0&feature=related>
- Video: La historia de los cosméticos
<http://www.youtube.com/watch?v=IMVXoV2-yus>
- Video: La historia de los electrodomésticos
<http://www.youtube.com/watch?v=IMVXoV2-yus>

Más allá de la crítica que realiza la presentadora, usted realice un ensayo de dos hojas que contenga como se inicia el proceso de producción, cuales son los costos de esta, y como beneficia o perjudica al consumidor; también analice a que clasificación de empresas se refiere.

Coméntela en equipo



TEMARIO DETALLADO

- 2.1 Competencia perfecta: equilibrio a periodo corto y a periodo largo
 - 2.2 Monopolio: equilibrio monopolista
 - 2.3 Competencia monopólica: equilibrio de la empresa y modelo de Chamberlin
 - 2.4 Oligopolio: oligopolio sin colusión y con colusión (Cártel, Trust, Holding)
 - 2.5 Monopsonio
 - 2.6 Oligopsonio
-



2.1 Competencia perfecta: equilibrio a periodo corto y a periodo largo

Se define a la competencia perfecta como aquella que está integrada por un gran número de ofertantes y demandantes.

Las características de la competencia perfecta son:

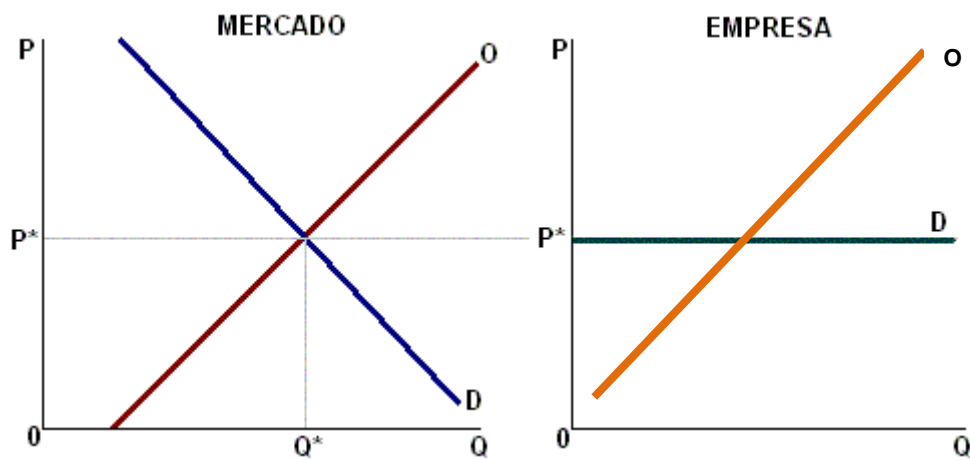
Núm. De empresas	Producto	Barreras	Control de precios	Conocimiento de precios y costos
Varias	Homogéneo	No existen	No existe	Por parte de los consumidores y productores

La competencia perfecta se analiza en base a dos modelos:

- **Modelo de corto plazo**

La competencia perfecta tiene como característica a corto plazo que:

- ❖ **La demanda y oferta de mercado** a un precio y cantidad en equilibrio, se obtiene por la reducida participación en el mercado, la empresa individualmente no puede fijar el precio, lo que con lleva a obligatoriamente a aceptar el precio que el mercado fija, dejando al libre albedrío que la empresa decida las cantidades a producir.



- ❖ La gráfica de mercado expone a la oferta y demanda de mercado en equilibrio es decir :

)

- ❖ En cambio la gráfica de la empresa muestra una curva de demanda perfectamente elástica (horizontal) por usar el precio del mercado; si la empresa por ella misma decidiera aumentar el precio pactado nadie le compraría y si lo disminuyera, es cierto que tendría mucha demanda de su mercado pero no lograría satisfacerla por sí solo.
- ❖ En cuanto a la cantidad a producir de la empresa va depender de los competidores

El equilibrio de la empresa competitiva se obtiene por:

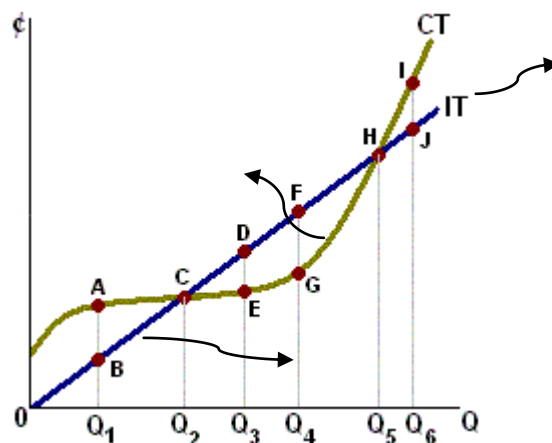
YT= Ingreso Total

CT= Costo Total

Q	P (\$)	IT	CT	
-	45.00	-	4,500.00	- 4,500.00
100.00	45.00	4,500.00	7,875.00	- 3,375.00
150.00	45.00	6,750.00	8,820.00	- 2,070.00
200.00	45.00	9,000.00	9,878.40	- 878.40
250.00	45.00	11,250.00	11,250.00	-
300.00	45.00	13,500.00	12,050.00	1,450.00
350.00	45.00	15,750.00	13,455.00	2,295.00
400.00	45.00	18,000.00	14,376.00	3,624.00
450.00	45.00	20,250.00	15,231.00	5,019.00

La empresa que se encuentra en competencia perfecta, obtiene el ingreso total (IT) por la multiplicación de la cantidad por el precio.

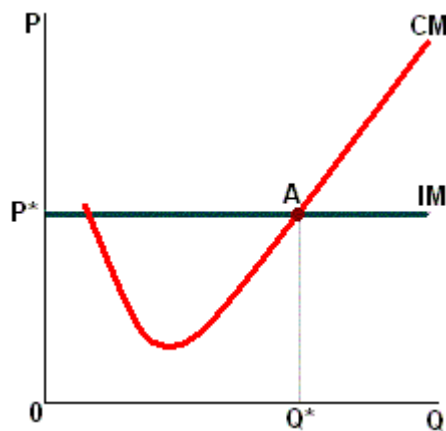
Para obtener la ganancia se resta el **YT- CT** (estos incluyen los costos fijos y variables) que utilizan para producir. La empresa busca producir y vender lo máximo al menor costo posible para obtener la ganancia más alta posible.





La gráfica anterior muestra la curva de ingreso total (YT) y la curva de costo total (CT). Si la empresa produce la cantidad Q1 su ingreso estará dado por el punto B y sus costos por el punto A, lo cual dará una pérdida (pues los ingresos son menores que los costos). La pérdida se representa por la distancia AB. Si se produce la cantidad Q2 entonces sus ingresos y sus costos son iguales, lo que da una ganancia de cero (punto C). Si incrementa su producción a Q3 obtendrá una ganancia, pues los ingresos están dados por el punto D y los costos por el punto E. Pero aún la ganancia no es máxima, ya que si incrementa su producción hasta Q4 sus ganancias son mayores. Si produce más de Q4, como Q5 o Q6 sus ganancias se reducen y podrían incluso convertirse en pérdidas (como en Q6).

El ingreso marginal (YMg) será igual al precio. El ingreso marginal es el ingreso por vender una unidad adicional de producto. Gráficamente se observa que el ingreso marginal es igual al precio, y a su vez el ingreso marginal y el precio representan la curva de demanda que enfrenta la empresa ($YMg = P = D$), tal como se señaló anteriormente. Las empresas eligen producir hasta el punto donde $YMg = CMg$ creciente: el ingreso obtenido de la unidad marginal es igual al costo de producir la unidad marginal. El ingreso obtenido de la unidad marginal (ingreso marginal YMg) es igual al costo de producir la unidad marginal (costo marginal CMg). Recuerde que el ingreso marginal es el cambio en el ingreso total por cada cantidad adicional vendida YMg, y el costo marginal es el costo de producir una unidad adicional del bien.

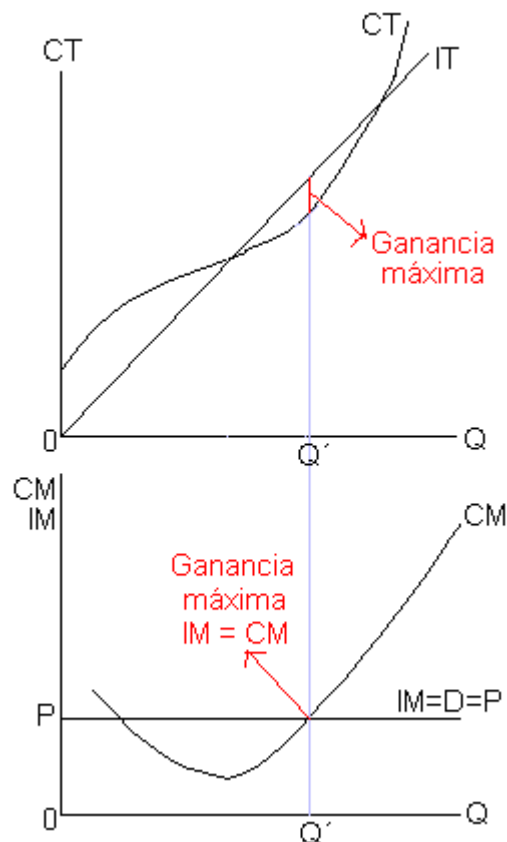


En la gráfica en el punto A, el costo marginal y el ingreso marginal se igualan, lo cual implica que las ganancias son máximas.

Lo anterior se interpreta como:

1. Si el ingreso marginal excede al costo marginal, la empresa debe incrementar la producción.
2. Si el ingreso marginal es menor que el costo marginal, la producción se debe reducir.
3. Si el ingreso marginal es igual al costo marginal, la empresa está maximizando sus ganancias y no debe cambiar su producción.

En la competencia perfecta: ingreso marginal (IMg) = precio (P), debido a que la empresa es una aceptadora de precios. Por consiguiente, la empresa en competencia perfecta amplía la producción hasta el punto en donde el costo marginal es igual al precio. De la misma manera, el ingreso marginal es igual al ingreso promedio que es el mismo que el de la curva de la demanda.



- Si el YMg excede al CMg , la empresa debe incrementar la producción.
- Si el YMg es menor que el CMg la producción se debe reducir.

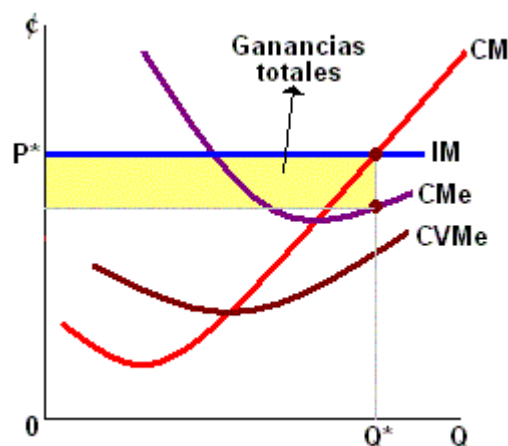
En la competencia perfecta: $YMg = P$ debido a que la empresa es una aceptadora de precios. Por consiguiente, la empresa en competencia perfecta amplía la producción hasta el punto en donde el CMg es igual al precio. De la misma manera, el ingreso marginal es igual al ingreso promedio que es el mismo que el de la curva de la demanda.

- **La oferta a corto plazo:**

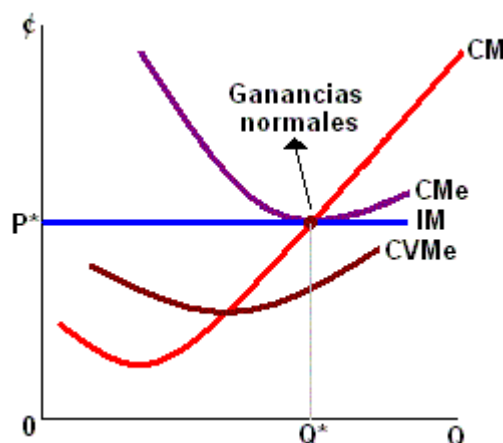
Se ha dicho que le empresa maximizará sus ganancias donde el ingreso marginal se iguale con el costo marginal, pero no se han cuantificado las ganancias. Para lograr esto es necesario incorporar los costos medios (CMe), también llamados costos totales medios (CTM), que se obtienen dividiendo el costo total entre el número de unidades producidas ($CMe = CT/Q$).

Para calcular las ganancias unitarias (ganancia por unidad de producto) se compara el precio con el costo medio:

- Si $P > CMe$, existen ganancias:

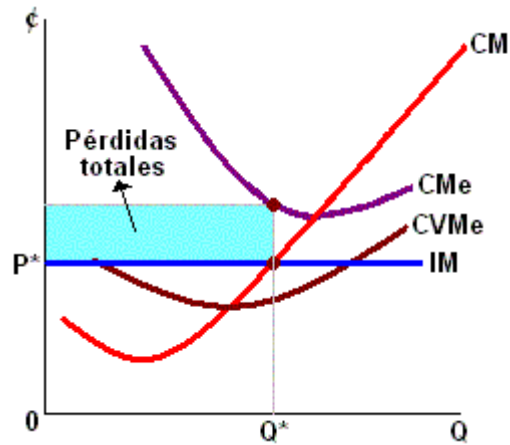


- Si $P = CMe$, se está en un punto donde las ganancias extraordinarias son cero, sólo hay ganancias normales:





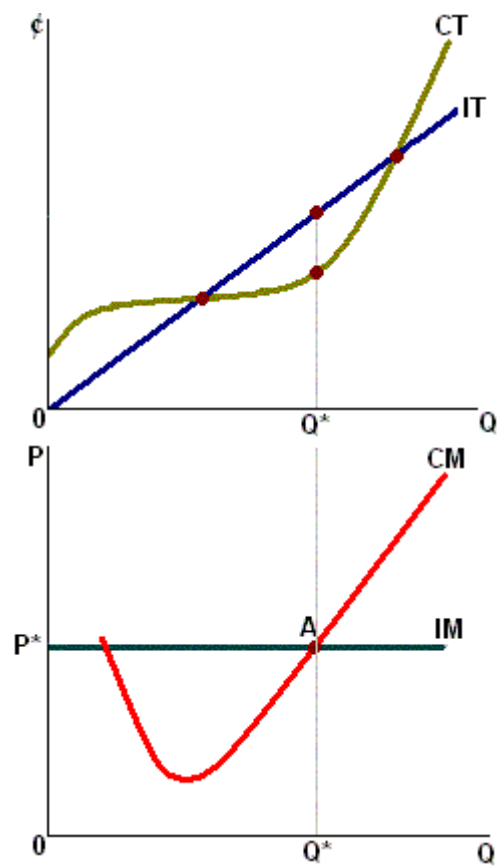
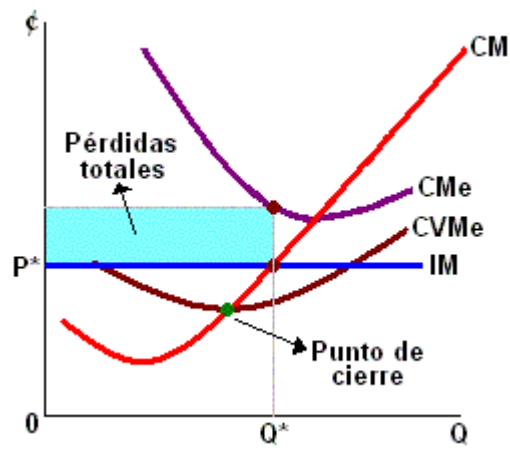
- Si $P < CMe$, habrá pérdidas:



Así, es importante señalar que:

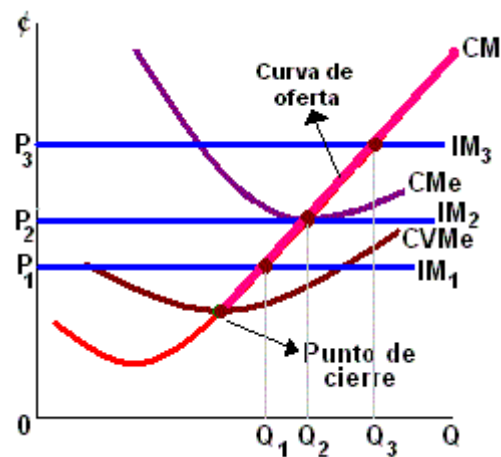
1. La empresa producirá con pérdidas si el precio es más elevado que el costo variable medio ($P > CVMe$), debido a que todavía puede cubrir los costos variables promedio.
2. La empresa suspenderá la producción si el precio es más bajo que el costo variable medio ($P < CVMe$), debido a que no puede cubrir los costos variables.

El precio mínimo que la empresa estaría dispuesta a aceptar para producir con pérdidas y no cerrar se le conoce como punto de cierre, y se da donde el costo variable medio es mínimo.



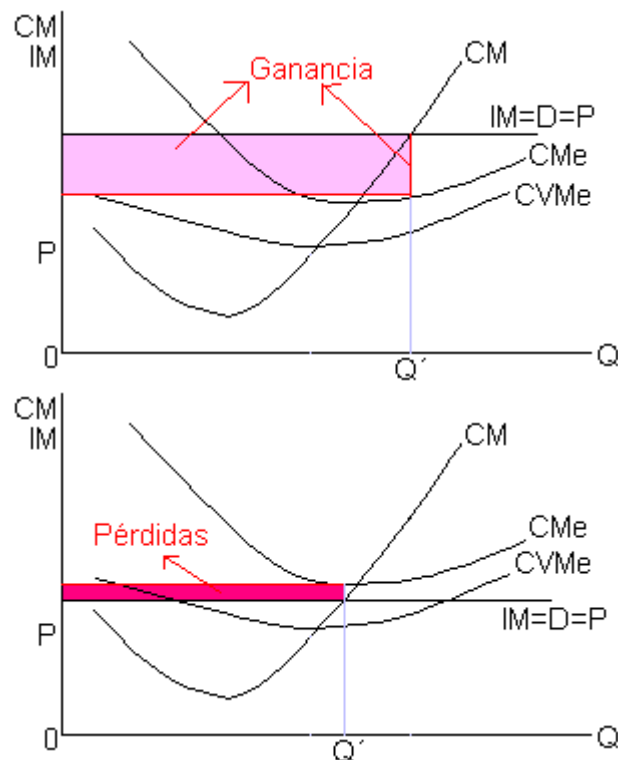
En la competencia perfecta: ingreso marginal (IMg) = precio (P), debido a que la empresa es una aceptadora de precios. Por consiguiente, la empresa en competencia perfecta amplía la producción hasta el punto en donde el costo marginal es igual al precio. De la misma manera, el ingreso marginal es igual al ingreso promedio que es el mismo que el de la curva de la demanda.

La curva de la oferta individual a corto plazo de la empresa es aquella porción de la curva del costo marginal arriba de su intersección con la curva de costos variables promedio. La cantidad producida en la intersección entre el costo marginal y la curva de la demanda es la cantidad de equilibrio. Debido a que la empresa suspendería la producción si la curva de la demanda está debajo de la curva del costo marginal no es parte de la curva de la oferta de la empresa.



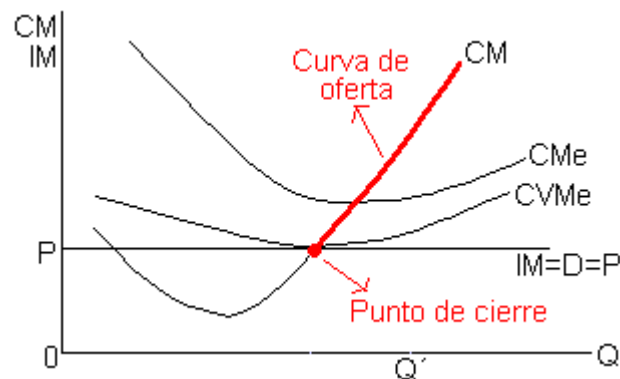
A modo de resumen:

- Si $P > CMe$, existen utilidades y la empresa producirá Q' .
- Si $P = CMe$, existen beneficios normales.
- Si $P < CMe$, habrá pérdidas.



1. La empresa producirá con pérdidas si el precio es más elevado que el costo variable medio ($P > CVMe$), debido a que todavía puede cubrir los costos variables medios y si esta situación se presenta sólo a corto plazo.
2. La empresa suspenderá la producción si el precio es más bajo que el costo variable medio ($P < CVMe$), debido a que no puede cubrir los costos variables.

La curva de la oferta individual a corto plazo de la empresa: es aquella porción de la curva del CMg arriba de su intersección con la curva de costos variables medios. La cantidad producida en la intersección entre el costo marginal y la curva de la demanda es la cantidad de equilibrio. Debido a que la empresa suspendería la producción si la curva de la demanda está debajo de la curva del costo marginal, entonces esa porción de la curva de CMg no es parte de la curva de la oferta de la empresa.



2.2 Monopolio: equilibrio monopolista

El monopolio es una empresa que es la única que vende un producto que no tiene sustitutos cercanos. Este tipo de mercado presenta ciertas características:

1. Se presenta UN SOLO VENDEDOR (la empresa es toda la industria).
2. Los bienes producidos NO TIENEN sustitutos cercanos.
3. Puede existir información imperfecta.
4. Se es un fijador o buscador de precios: la curva de la demanda con pendiente negativa a la cual se enfrenta el monopolista es la curva de la demanda del mercado.
 - El precio puede bajar si el monopolista trata de vender más. Si el monopolista aumenta el precio, la cantidad vendida disminuirá.
 - El monopolista puede elegir aumentar el precio o la cantidad vendida, pero no ambos.

El monopolio se caracteriza por la existencia de barreras de entrada a la industria, las cuales pueden surgir por varias razones:

1. Barreras legales, patentes y licencias. En estos casos se habla de un **monopolio legal**.

2. Las economías de escala mantienen fuera a la competencia, debido a que los costos por unidad de un nuevo entrante a la industria son mucho más elevados que los del monopolista establecido, que puede cobrar precios más bajos (**monopolio natural**).

3. El control de un recurso esencial puede impedir que los competidores ingresen al mercado.

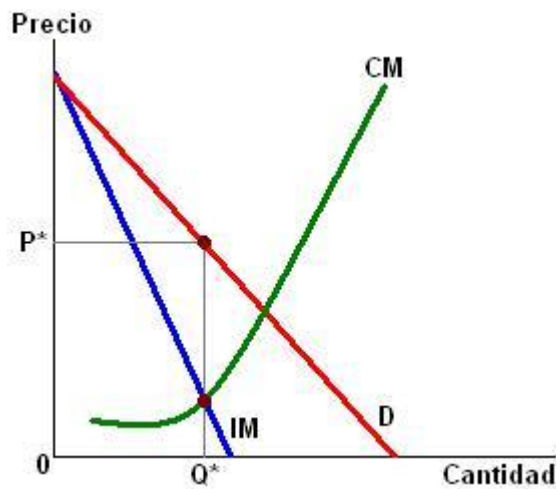
Ingreso marginal: Debido a que el precio baja a medida que aumenta la producción, el ingreso marginal es menor que el precio. La curva de ingreso marginal tiene el doble de la pendiente de la curva de demanda y la misma intersección con el eje vertical.

Del mismo modo que en competencia, el monopolista busca maximizar su beneficio, lo cual logra en el punto donde su ingreso marginal se iguala con su costo marginal creciente ($IM = CM$). En ese punto:

1. El ingreso total se maximiza.
2. La elasticidad de la curva de la demanda es unitariamente elástica.

• **PRODUCCIÓN:** el monopolista aumenta la producción a Q^* , hasta que el ingreso marginal es igual al costo marginal.

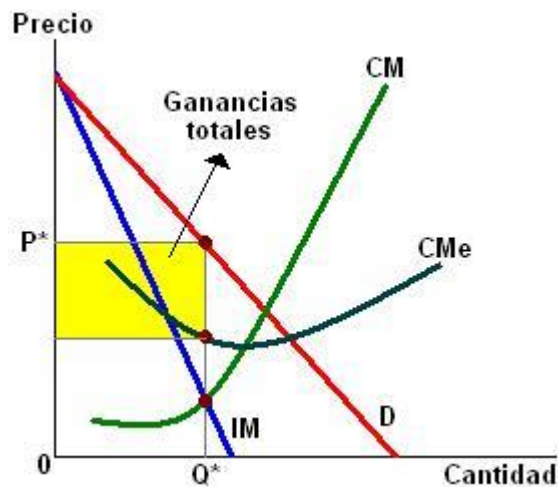
• **PRECIO:** una vez que se selecciona un nivel de producción, la curva de la demanda da el precio (P^*) que se debe cobrar con el fin de persuadir a los consumidores para que compren lo que está disponible.



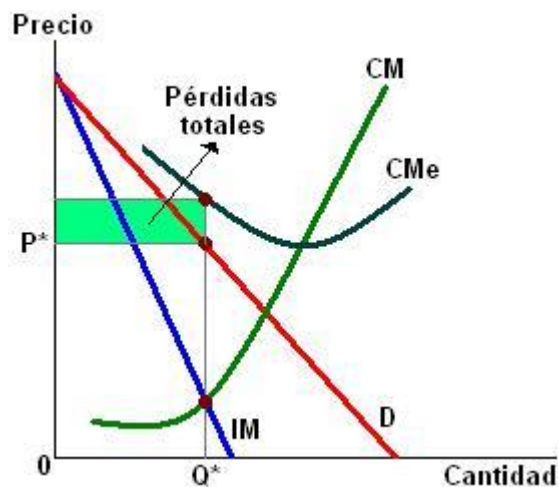
BENEFICIO: la producción continuará a corto plazo siempre y cuando el precio exceda al costo variable medio.

1. Si el precio excede al costo variable promedio (CVP), pero es menor que el costo promedio total (CPT), el monopolista producirá con pérdidas.
2. Si el precio excede al costo promedio total, el monopolista obtendrá un beneficio.
3. A largo plazo, el monopolista ganará beneficios económicos positivos, pero cerrará teniendo una pérdida.

La gráfica ilustra las ganancias del monopolio, mostradas como la región amarilla:



Los monopolios no siempre tienen ganancias. La siguiente gráfica ilustra las pérdidas del monopolio, sombreadas en verde:



- La ausencia de competencia no obliga al monopolista a producir en donde los costos por unidad son más bajos. Por consiguiente, no se puede lograr la eficiencia productiva.
- El monopolista produce cuando el precio es mayor que el costo marginal. Por consiguiente, el consumidor paga más por una unidad extra de producción de lo que le cuesta a la sociedad. No se logra la eficiencia de la asignación.



- Los monopolistas producen menos a un precio más elevado de lo que se produciría bajo una competencia perfecta. La utilidad del monopolio reduce el bienestar del consumidor al cobrarles a los consumidores un precio más elevado. Una reducción en la producción reduce todavía más su bienestar, es una pérdida de eficiencia para el consumidor.

2.3 Competencia monopolística: equilibrio de la empresa y modelo de Chamberlin

La Competencia Monopolística

Es muy habitual en la vida real que las empresas oferten productos que no son completamente idénticos a los de los competidores.

Fiat y Ford son dos empresas de automóviles, ambas fabrican coches pero sus modelos no son completamente iguales. Hay compradores que se sienten más inclinados por un automóvil marca Fiat, mientras que otros prefieren uno marca Ford. Siendo productos muy similares no son perfectamente sustitutos.

Esta diferenciación de productos hace que estas empresas gocen de cierto poder de mercado en relación con sus productos, tengan cierto margen de maniobra a la hora de fijar sus precios y no sean meramente "precio-aceptantes".

Fiat tiene cierto margen para fijar el precio de sus coches, pero no podrá fijar un precio demasiado elevado ya que sus ventas se hundirían.

Este tipo de mercado se caracteriza por:

- a) Hay muchas empresas vendedoras.
- b) Los productos que ofrecen no son completamente idénticos sino que presentan algunas diferencias. Cada empresa se enfrenta a una curva de demanda de pendiente negativa: si eleva el precio de su producto venderá menos y si lo baja venderá más.

Esto lo diferencia del mercado perfectamente competitivo donde el precio es fijado por el mercado. Cada empresa se encuentra con un precio dado (en el que no influye) y a dicho precio las empresas pueden vender la cantidad que desee.

- c) Hay libertad de entrada y salida del mercado.

Veamos un ejemplo:

Una casa discográfica lanza al mercado los discos de un cantante determinado que tendrá sus propios seguidores; su estilo de música será diferente al de otros cantantes. Esta diferenciación permitirá a esta casa discográfica fijar dentro de ciertos márgenes el precio de sus CDs.

Si el precio es sólo ligeramente superior al de otros CDs es probable que los seguidores de este cantante lo compren, pero si la diferencia es demasiado elevada muchos potenciales compradores decidirán adquirir otro tipo de música.

La competencia monopolística es un tipo de competencia imperfecta:

Las empresas no tienen el poder de mercado del monopolio pero sí tienen cierto poder de mercado.



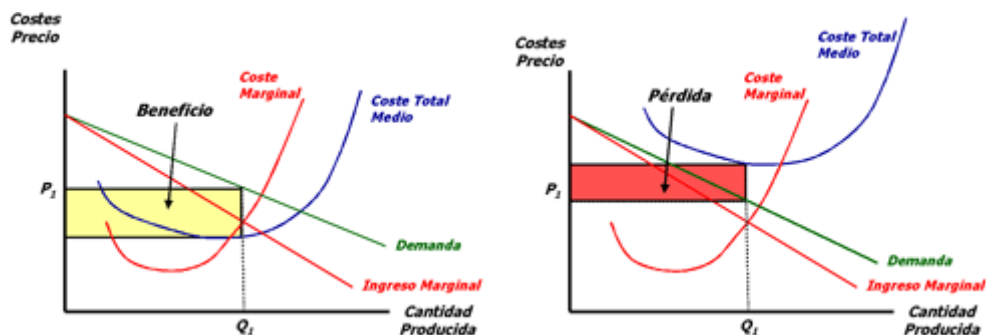
Comportamiento

Al igual que en los otros modelos ya analizados, estas empresas buscan maximizar su beneficio, lo que le llevará a fijar su nivel de actividad en el punto de corte de la curva de ingreso marginal y de coste marginal.

Una vez determinado este nivel de actividad, el precio vendrá determinado por la curva de demanda.

2.4 Oligopolio: oligopolio sin colusión y con colusión (Cártel, Trust, Holding)

Si el precio que determina la curva de demanda es superior al coste total medio la empresa obtendrá beneficios, si por el contrario él es inferior la empresa incurrirá en pérdidas.



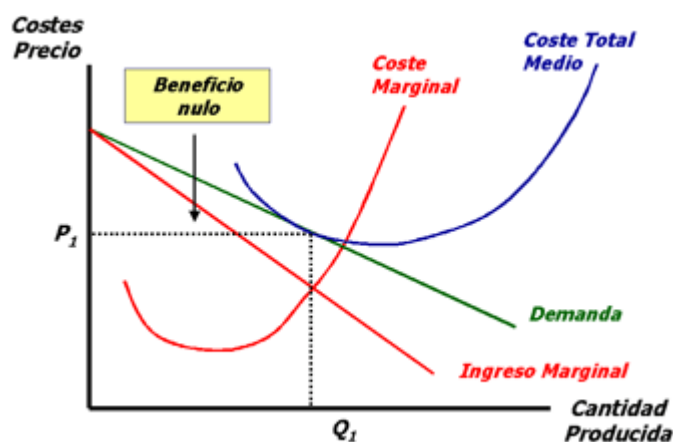
A corto plazo el funcionamiento de este tipo de mercados se asemeja al del monopolio.

A largo plazo, si las empresas obtienen beneficio otras acudirán a este negocio desplazando la curva de oferta hacia la derecha lo que hará caer el precio eliminando ese beneficio extraordinario.

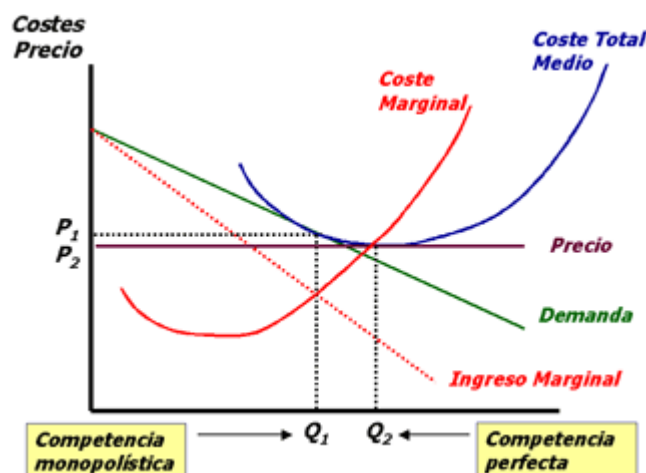


Si por el contrario las empresas incurren en pérdidas algunas abandonarán el mercado lo que desplazará la curva de oferta hacia la izquierda, haciendo subir el precio y eliminando las pérdidas.

El beneficio nulo a largo plazo es lo que diferencia a este tipo de mercado del monopolio donde ya vimos que sí era posible obtener beneficios de forma duradera (al no haber entrada y salida de empresas).



El punto de equilibrio a largo plazo en un mercado de competencia monopolística corresponde a un nivel de actividad inferior al que se alcanza en un mercado competitivo ($Q_1 < Q_2$).



En este punto de equilibrio se puede destacar:

a) El coste marginal es igual al ingreso marginal, y como el ingreso marginal es inferior al precio, el coste marginal será también inferior al precio (igual que ocurre en el monopolio).

b) Para que el beneficio sea nulo el precio ha de ser igual al coste total medio, condición que sólo se cumple en el punto en el que la curva de demanda es tangente a la curva del coste total medio.

Por lo tanto, la empresa en un mercado de competencia monopolística produce en el tramo descendente de su curva de coste total medio, mientras que en mercados competitivos produce en el punto mínimo de su curva de coste total medio.

Las empresas monopolísticamente competitivas producen por debajo de la escala eficiente. Esta menor actividad conlleva que, a diferencia del mercado perfectamente competitivo, no se maximice el beneficio total.

La teoría de juegos es una herramienta que permite examinar el comportamiento estratégico de los participantes, los cuales actúan motivados por la maximización de sus utilidades, y suponen que los otros participantes son racionales.



En la teoría de juegos:

- Se toma en cuenta el comportamiento esperado de otros.
- Se considera el reconocimiento mutuo de la interdependencia.
- la teoría de los juegos es una rama de la matemática que tiene múltiples aplicaciones en diversos campos, entre ellos se puede citar la economía, la sociología, la biología y la psicología, entre otros, que analiza las interacciones entre individuos que toman decisiones en un marco de incentivos formalizados (juegos). La mayoría de las situaciones estudiadas por la teoría de juegos implican conflictos de intereses, estrategias y trampas, que se aplican en diversas situaciones, y que se dan por un objetivo en específico.
- Básicamente es una herramienta que permite estudiar, analizar y predecir el comportamiento esperado de los individuos que interactúan en un juego, lo cual es conocido como comportamiento estratégico, los cuales deben tomar ciertas decisiones que determinarán los resultados que obtendrán. El principal objetivo de cada jugador es maximizar su utilidad, la cual es determinada por los cursos de acción que hayan escogido. De particular interés son las situaciones en las que se puede obtener un resultado mejor cuando los jugadores cooperan entre sí, en lugar de procurar sólo maximizar su propia utilidad.



- En la teoría de juegos se tienen las siguientes características:
- Reglas
- Estrategias
- Recompensas o resultados

Ejemplo 1: El dilema de los prisioneros (adaptado de Parkin, 2004):

Bam Bam y Tres Pelos son dos delincuentes que fueron sorprendidos robando un auto. Por este delito recibirán 2 años de sentencia cada uno. Pero, además se sospecha que estaban involucrados en un robo a un banco, del cual no se tiene evidencias y se quiere que confiesen.

El fiscal plantea entonces las siguientes **reglas**:

- Cada prisionero está en una habitación aislado del otro, es decir, no hay ninguna comunicación entre ellos.
 - Si ambos confiesan el robo al banco cada uno recibirá 3 años por ambos delitos.
 - Si confiesa uno el robo al banco y el otro no, el que confiese recibirá 1 año y los otros 10 años.
-



Ante estas condiciones, entonces cada jugador (los delincuentes, en este caso) dispone de las siguientes acciones posibles (**estrategias**):

- Confesar el robo al banco.
- No confesar.

Así, existen cuatro resultados posibles:

1. Ambos confiesan
2. Ambos lo niegan
3. Bam Bam confiesa y Tres Pelos lo niega
4. Tres Pelos confiesa y Bam Bam lo niega

Lo cual da a su vez un conjunto de recompensas, las cuales se muestran en una matriz de recompensas. La matriz de recompensas o matriz de resultados de un juego consiste en una matriz que presenta las opciones disponibles y los posibles resultados del juego según cada elección.

Criterios Maximín y Minimax en juegos de estrategia pura:

Estos criterios sirven para obtener la solución de un juego y determinar la estrategia óptima de un jugador:

- Criterio Maximín: Identifica los mínimos por renglón y selecciona el mayor.
- Criterio Mínimax: Identifica los máximos por columna y selecciona el menor.

Si el valor maximín del primer jugador es igual al mínimax del segundo jugador, entonces el juego es de estrategia pura (existe un punto de silla de montar). El valor del juego para el primer jugador es su valor maximín.

Ejemplo 2: Dos gasolineras se encuentran una frente a la otra.

Los consumidores están pendientes del precio y cada gasolinera debe decidir si cobra un precio alto o uno bajo. La matriz de recompensas es la siguiente:

		Gasolinera 1	
		Alto	Bajo
Gasolinera 2	Alto	0 / -2	-2 / +2
	Bajo	+2 / 0	0 / 0

Resolviendo y aplicando los criterios maximín y minimax:



		Gasolinera 1		Mínimos
		Alto	Bajo	
Gasolinera 2	Alto	0 / 0	-2 / +2	0 ← maximin
	Bajo	+2 / -2	0 / 0	-2
Máximos		+2	0	↑ minimax

Dado que el valor maximin del primer jugador es igual al minimax del segundo jugador, entonces el juego es de estrategia pura (existe un punto de silla de montar). Ambos jugadores escogen bajar sus precios. El valor del juego para el primer jugador es 0 y para el segundo jugador también.

Juegos de estrategia mixta:

Los juegos de estrategia mixta no tienen un punto de silla de montar (el valor minimax de un jugador no es igual al maximin del otro).

Ejemplo 3: Suponga el siguiente juego:

		Jugador 1	
		X	Y
Jugador 2	A	2 / 2	-4 / -3
	B	-3 / -4	4 / 4

Resolviendo y aplicando los criterios maximin y minimax:



		Jugador 1		Mínimos
		X	Y	
Jugador 2	A	2	-4	-3 ← Maximín
	B	-3	4	-4
Máximos		2	4	

↑
Minimax

Se observa que el valor minimax de un jugador 2 no es igual al maximín del jugador 1. El jugador 2 selecciona la estrategia A y el jugador 1 la estrategia X.

Juegos con Pagos Cualitativos

En muchas ocasiones la variable considerada no es cuantitativa, sino cualitativa. Este podría ser el caso de considerar, por ejemplo, la satisfacción que se obtiene al consumir un bien. Una alternativa en estos casos es emplear alguna escala subjetiva para asignar algún valor a cada resultado.

Ejemplo 4:

Gerardo desea ir a pasear con su novia Andrea, pero él prefiere la playa y ella la montaña. Ambos obtendrán distintos niveles de satisfacción en cada caso. Si están tratando de tomar la decisión podrían idear una escala para asignar un cierto grado de satisfacción y luego tomar la decisión:

		Andrea	
		Playa	Montaña
Gerardo	Playa	10	5
	Montaña	5	10

Estrategias Dominantes:

Se dice que una estrategia domina a otra, si todos los resultados de esta estrategia son preferibles a los resultados de la otra estrategia, independientemente de lo que haga el oponente. Si cada jugador tiene una estrategia dominante es posible predecir el resultado del juego.

Ejemplo 5: Observe la siguiente matriz de resultados:

		Jugador 2	
		X	Y
Jugador 1	A	50	40
	B	12	-5
	C	40	-6

Independientemente de lo que haga el Jugador 1, para el jugador 2 siempre será preferible la estrategia X. Se dice que la estrategia X domina a la estrategia Y. el jugador 2 nunca escogerá la estrategia Y.

Equilibrios de estrategia dominante y Equilibrio de Nash:

Existe un equilibrio de Nash cuando se presenta un par de estrategias (a*, b*) en un juego de dos jugadores, en las que a* es una estrategia óptima para A frente a la estrategia b* y b* es una estrategia óptima para B frente a la estrategia a*. El equilibrio de Nash se diferencia del equilibrio de las estrategias dominantes en que, en el equilibrio de las estrategias dominantes, se exige que la estrategia de A sea óptima en el caso de todas las elecciones óptimas de B, y viceversa. El equilibrio de Nash es



menos restrictivo: el equilibrio se da si A representa la mejor estrategia del jugador 1 cuando el jugador 2 juega B, y B representa la mejor estrategia de 2 cuando 1 juega A.

Si el equilibrio de Nash está presente en un juego, aún cuando uno de los jugadores revele la estrategia que utilizará, el hecho de conocerla no beneficia al otro. Esto no sucede igualmente en estrategias de no equilibrio, pues si uno de los jugadores sabe cuál será la estrategia del otro, puede beneficiarse de ese conocimiento y tomar ventaja e incluso perjudicar al otro jugador. Un juego puede tener más de un equilibrio de Nash así como también existen juegos en los que no existe un equilibrio de Nash.

Retomando el ejemplo del dilema de los prisioneros, cuya matriz de recompensas se muestra a continuación:

Este caso del dilema de los prisioneros permite ejemplificar un juego sin transferencia de utilidad, ya que los prisioneros no pueden comunicarse y llegar a acuerdos previos. De igual manera evidencia la presencia de estrategias en equilibrio pues la mejor estrategia para ambos sería no confesar, de modo que alcanzaran el mejor resultado posible (maximización de su utilidad) pues tendrían que cumplir una condena de tan sólo 1 año, sin embargo, esta no es la estrategia óptima para cada jugador de manera individual (equilibrio de Nash), ya que no puede estar completamente seguro de la decisión que tomará el otro. Así, Bam Bam sabe que si Tres Pelos confiesa el delito, entonces sería mejor confesar ya que la pena de 3 años es menor que la pena de 10 años, y si Tres Pelos negara el crimen, entonces también sería mejor confesar ya que la pena de 1 año es preferible a la de 2 años. De ese modo, Bam Bam decide confesar. Analizando de modo similar para Tres Pelos, este también decide confesar.

En otras palabras, se dice que un conjunto de estrategias constituye un equilibrio de Nash si, manteniendo constantes las estrategias de los demás jugadores, ningún jugador puede obtener recompensa mayor eligiendo una estrategia distinta. Esto quiere decir que, en un equilibrio de Nash, ningún jugador quiere cambiar su estrategia, porque está empleando su mejor respuesta (aquella que maximiza su beneficio dadas sus creencias sobre las estrategias de sus rivales).

Muchas veces en un equilibrio de Nash la suma de los beneficios de los jugadores no es el máximo (como en el caso del dilema de los prisioneros). Esto se da, principalmente, en los juegos de un único período, debido a la falta de confianza entre los jugadores.

Aplicaciones en economía:

La Teoría de Juegos presenta aplicaciones directas en Economía como en la distribución de recursos escasos por lo que, si los recursos son escasos es porque hay más gente que los quiere de la que puede llegar a tenerlos. Este panorama proporciona todos los ingredientes necesarios para un juego.

Sirve para comprender cómo se fijan los precios en los oligopolios, en donde los resultados que obtiene cada empresa no dependerán sólo de su decisión sino también de las decisiones de los competidores. El problema que se presenta a los empresarios es la elección estratégica que puede ser analizada mediante la teoría de juegos.



2.5 Monopsonio

El **monopsonio** es la estructura de mercado donde existientes muchos ofertantes los cuales satisface las necesidades de un solo demandante.

El demandante obligara a los ofertantes a que se acondicionen a la calidad y precio que quiere el primero, obteniendo precios menores a los que existen en el mercado competitivo.

Este mercado se distingue por que solo produce artículos, bienes o servicios para un demandante en específico, por ejemplo los uniformes, armamento, etc, que utiliza la milicia.

2.6 Oligopsonio

En esta estructura de mercado existe un número restringido de compradores, estos pueden negociar un precio de compra menor a los del mercado. El análisis de este mercado se realiza de forma similar que los oligopolios.



GLOSARIO DE LA UNIDAD

Competencia imperfecta

Corresponde a uno de los dos tipos de mercado, de acuerdo al criterio de competencia o concurrencia en el mercado. Todas las empresas corresponden a este tipo de mercado y, de acuerdo a sus características, se les tipifica.

Competencia perfecta

Corresponde a uno de los dos tipos de mercados, de acuerdo al criterio de competencia o concurrencia en el mercado, es un mercado ideal que no existe en la realidad, pero sirve de modelo para estudiar los mercados de competencia imperfecta.

Mercado

Es el lugar físico o virtual en donde oferentes y demandantes se encuentran en contacto para realizar transacciones económicas, esto es, intercambiar un bien o servicio a cambio de dinero.



Monopolio

Corresponde al mercado de competencia imperfecta y su característica básica es que sólo existe un productor de ese bien o servicio en un determinado país.

Oligopolio

Corresponde al mercado de competencia imperfecta y su característica básica es que existen pocos productores de ese bien o servicio en un determinado país, entendiendo por pocos productores cuando, independientemente de su número, tienen la capacidad de reunirse, repartirse el mercado y determinar el precio.

Competencia monopolística

Corresponde al mercado de competencia imperfecta y se caracteriza básicamente porque existen muchos productores de un bien o servicio en un determinado país, entendiendo por muchos productores cuando, independientemente de su número, no tienen la capacidad de reunirse, repartirse el mercado y determinar el precio.

Precio

Es la cantidad de dinero que se tiene que dar a cambio de los bienes y servicios que se adquieren.



ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

ACTIVIDAD 1

Realice un mapa mental, en donde con puras imágenes explique las características de la competencia perfecta, el oligopolio y la competencia monopolística.

Realiza tu actividad en PowerPoint, e interprétalo con tus propias ideas.



CUESTIONARIO DE REFORZAMIENTO

1. ¿Qué es la competencia perfecta y de tres ejemplos de mercados existentes?
2. ¿Cómo se define al monopolio?
3. ¿Qué diferencia hay entre el monopolio puro, los naturales y legales?
4. Diferencias entre un cartel, trust, holding y las fusiones de las empresas
5. Realice un cuadro comparativo con las diferencias de la competencia perfecta y la monopolística.

LO QUE SÉ

Investiga más detalladamente que es la teoría de juegos y la importancia de esta para las empresas, y la toma de decisiones. Elabora un informe al respecto.



EXAMEN DE AUTOEVALUACIÓN

1. La división del mercado según su competencia es:
 - a) Perfecta y mixta
 - b) Imperfecta y monopolio
 - c) Oligopolios y perfecta
 - d) Perfecta e imperfecta

 2. ¿Qué tipo de mercado tiene las siguientes características? La mercancía es estándar, el precio es fijo, hay muchos compradores y vendedores no influyen en el precio.
 - a) Competencia monopolística
 - b) Competencia perfecta
 - c) Competencia pura
 - d) Competencia legal

 3. La competencia imperfecta en la que hay un único vendedor que no enfrenta productos sustitutos u alternativos, se llama:
 - a) Monopolio
 - b) Duopolio
 - c) Oligopolio
 - d) Monopsonio
-



4. ¿Cómo se llama la competencia que consiste en situaciones en que hay muchos vendedores que venden el mismo tipo de mercancía ligeramente diferenciada y los vendedores tienen cierta libertad de poner el precio a su mercancía?
- a) Monopsonio
 - b) Competencia pura
 - c) Monopolio puro
 - d) Duopolio
5. ¿En qué tipo de competencia de mercado, la mercancía que se ofrece es idéntica, por lo que al consumidor le es indiferente comprar esa mercancía con cualquier vendedor?
- a) Perfecta
 - b) Personal
 - c) Monopolística
 - d) Diferenciada
6. ¿Por qué los vendedores en un mercado de competencia pura no pueden influir en el precio de la mercancía?
- a) Compra muy poco
 - b) Son pocos compradores
 - c) Hay muchos compradores
 - d) Aumenta su demanda
6. ¿En qué tipo de competencia de mercado el oferente puede fijar el precio de la mercancía?
- a) Oligopolio
 - b) Pura o perfecta
 - c) Monopolística
 - d) Controlada
-



MESOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

Autor	Capítulo	Páginas
2. Cue, Agustín y Quintana, Luis.	8	137-159
	9	161-184
3. Graue Russek, Ana Luisa.	11	253-268
	12	269-282
	13	283-302
	14	303-324
4. Mc Connell, Campbell R.y Brue, Stanley L.	23	141-168
	24	169-191
	25	192-205
	26	206-228
5. Parkin, Michel.	11	249-270
	12	275-294
	13	299-322
6. Salvatore, Dominick.	8,9,10	184-244



BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

1. Call, Steven T. Y Holahan, William L. *Microeconomía*, 2ª. Ed., México, Grupo Editorial Interamericana, 1985, 575 Pp.
 2. Cue, Agustín Y Quintana, Luis, *Introducción A La Microeconomía. Un Enfoque Integral Para México*. 1ª Ed., México, Grupo Editorial Patria, 2008, 289 Pp.
 3. Grave Russek, Ana Luisa, *Microeconomía: Enfoque De Negocios*, Pearson Educación, México, 2006, 346 Pp.
 4. Mcconell, Campbell, Brue, Stanley. *Microeconomía*, 14ª Ed., México, Mcgraw-Hill, 2004, 228 Pp.
 5. Parkin, Michael, Esquivel Gerardo, *Microeconomía: Versión Para Latinoamérica*, 7a, Pearson Educación, México, 2006, 517 Pp.
 6. Salvatore, Dominick, *Microeconomía*, 4ta Edición, México, Mc Graw Hill, 2008, 368 Pp.
 7. Schettino, Macario, *Introducción A La Economía Para No Economistas*, 1ª Ed., México, Pearson Educación, 2002, 311 Pp.
 8. Vargas Sánchez, Gustavo, *Introducción A La Teoría Económica. Aplicaciones A La Economía Mexicana*. 1ª Ed. México, Mcgraw-Hill, 2002, 602 Pp.
-



BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

9. Case, Karl E. Y Fair, Ray C. *Principios De Microeconomía*. 4ª Edición, México, Pearson Educación, 2000, 620 Pp.
 10. Colonna D'Ístria, Robert, Traducción De Benito Herrero, *Iniciación A La Economía*, 2ª Ed., Madrid, Acento Editorial, 1996, 95 Pp.
 11. Emery, E. David; *Principios De Economía: Microeconomía*. 2ª Edición, México, Sitesa, 2000, 334 Pp.
 12. Glazer, Amihai Y Hirshleifer, Jack; *Microeconomía Teoría Y Aplicaciones*. 5ª Edición, México, Prentice Hall Hispanoamericana S.A., 2000, 610 Pp
 13. Mankiw N., Gregory, *Principios De Economía*, 3ª Ed, México: Mcgaw-Hill, 2004
 14. Ménard, Mathilde, *Diccionario De Términos Económicos*, 2ª Ed., Madrid, Acento Editorial, 1996, 95 Pp
 15. Méndez Morales, Silvestre José. *Economía Y La Empresa*, 3ª Ed., México, Mcgraw-Hill, 2007, 434 Pp
 16. Rossetti, José Paschoal, *Introducción A La Economía*. 3ª. Ed., México, Oxford University Press, 2002, 86 Pp.
 17. Seo, K.K. Y Winger Bernard J., *Managerial Economics: Text, Problems And Short Cases*, 5ª, Richard D. Irwin Inc., Estados Unidos, 1979
 - K. K. Seo, Bernard J. Winger. *Economía Empresarial: Texto, Problemas Y Casos*. México, Unión Tipográfica Editorial Hispano Americana , 1982, 475 Pp
 18. Varian, Hal R., *Un Enfoque Actual Microeconomía Intermedia*. 5ª Ed., España, Antoni Bosch Editor, 2005, 721pp.
 19. Vizcarra Cifuentes, Jose Luis, *Diccionario De Economía*. 1ª Ed., México, Grupo Editorial Patria, 2007, 370pp.
-



SITIOS ELECTRÓNICOS

- Definición y clasificación de los mercados.
<http://www.mitecnologico.com/Main/DefinicionClasificacionDeMercados>
 - Clasificación de los mercados.
<http://licenciaturadekarenrodriguezprieto.blogspot.com/2007/10/clasificacin-de-los-mercados.html>
 - Definición y clasificación de los mercados.
http://html.rincondelvago.com/mercado_3.html
 - *Diapositivas de la clasificación de los mercados en competencia imperfecta.*
www.ugr.es/~clizarra/index_archivos/MIMPERFECT.pps
-



UNIDAD 3.

ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA





OBJETIVO ESPECIFICO

El alumno comprenderá las leyes de la oferta y la demanda como mecanismos analíticos en que se define la competencia en condiciones normales, así como los movimientos en torno al posible equilibrio económico.



INTRODUCCIÓN

En esta unidad se estudian los componentes básicos del mercado que es la oferta y demanda, los cuales son los que rigen a todos los mercados, sin importar en qué tipo de competencia se encuentra.

La unidad también incluye el análisis de los cambios de los precios, de los ingresos, de la demanda y la repercusión de éstos en la cantidad; en cambio para la oferta se estudia desde la relación del precio de los insumos y su repercusión en la toma de decisiones para la empresa.

Un enfoque que se estudia en forma particular es la demanda cruzada, la cual muestra la relación de los bienes sustitutos y complementarios, ya que éstos son fundamentales para la toma de decisiones de la empresa y del propio consumidor.



LO QUE SÉ

Completa el siguiente cuadro, colocando dos ejemplos de empresas nacionales y dos de empresas internacionales, de acuerdo a los distintos tipos de mercado que se mencionan Y explica porque entran en esa clasificación.

Mercado	Nacionales	Internacionales	Explicación
Perfecta			
Monopolio			
Oligopolio			
Competencia			
Monopolística			

TEMARIO DETALLADO (12 HORAS)

- 3.1 Ley de oferta
- 3.2 Ley de demanda
- 3.3 Desplazamientos de las curvas de oferta y demanda
- 3.4 Cálculo de la elasticidad-precio de la oferta y la demanda
- 3.5 Elasticidad cruzada de la demanda
- 3.6 Cálculo de la demanda excepcional
- 3.7 Cálculo de la oferta excepcional

3.1 LEY DE OFERTA

La oferta busca explicar el comportamiento de los agentes económicos productores, especialmente las empresas. Suministra una base sólida para hacer predicciones a corto plazo acerca de los cambios de la demanda de factores de producción en función de la variación en los precios relativos de éstos. También tiene aplicación en el análisis de las negociaciones de las empresas con sus empleados y cómo las prácticas laborales dependen de los salarios relativos, sin tener que analizar confusas hipótesis sobre la moral del empresario o el mayor valor de la mano de obra cuando se efectúan programas de formación profesional.

A pesar de que el modelo de la empresa en condiciones de competencia perfecta es el punto de partida de la teoría microeconómica de la oferta, los mercados no son competitivos de forma perfecta, sino que tienen unas características de competencia imperfecta.

Éstas pueden ser condiciones de monopolio, en la que un único productor domina todo el mercado. En otros casos éste puede ser un oligopolio, es decir, estar controlado por un número determinado de empresas. O puede tener toda otra serie de características que hacen que sea un mercado de competencia imperfecta, como por ejemplo cuando los consumidores no tienen información sobre los precios y calidades de los distintos productos, pues —en principio— la competencia perfecta requiere que todos los compradores tengan datos exactos sobre los precios que marcan los distintos fabricantes. Es evidente que nunca se dispone de



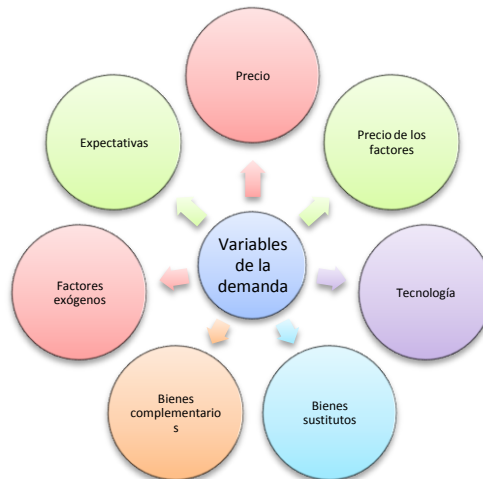
toda la información excepto en pequeños mercados locales. Por otra parte, los consumidores pueden ser fieles a un producto concreto por razones de proximidad, costumbre, confianza o calidad, lo que genera mercados imperfectos para el artículo en cuestión.

Oferta del producto individual de un artículo: La cantidad de un determinado artículo que un productor individual esté dispuesto a vender en un cierto periodo de tiempo, depende del precio del artículo y de los costos de producción.

Para obtener la tabla y la curva de la oferta de un artículo, deben permanecer invariables ciertos factores que influyen en los costos de producción.

Variables en la oferta

Precio del bien: Primero definiremos al precio como el valor monetario que paga el consumidor para adquirir ese bien producto o servicio. Si aumenta el precio del bien que requiere el demandante, tiene tres alternativas, 1. comprarlo pero sacrificar la compra de otro bien, 2. esperar a que disminuya de precio, 3. Buscar un bien sustituto.





Precio de los factores de la producción: Los factores de la producción son tierra, trabajo y capital, estos factores tienen un costo, donde para el factor tierra es la renta, al trabajo es el salario y el capital los intereses; estos precios al verse alterados, modifican la producción y el precio que le corresponde a esta.

Tecnología: Se refiere a todo proceso técnico, para mejora de la producción

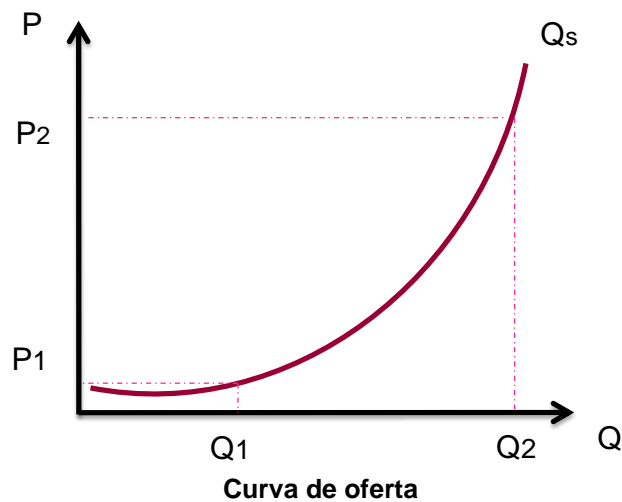
Precio de los bienes relacionados

Distinguiremos entre bienes sustitutos y bienes complementarios. **Bien sustitutivo** es aquel que puede cubrir las mismas características de la materia prima base, considerando la diferencia entre precios que en algunas ocasiones merma la calidad del producto final; por el contrario, **bien complementario** se obtienen conjuntamente con la producción.

Expectativas: en la producción se refiere al precio de un bien que ofrecen y desplazar la oferta.

Bajo las condiciones **ceteris paribus** la función de la oferta para un artículo está dada por:

En donde Q_s es la cantidad producida y P es el precio del artículo. Tabulando y graficando los datos, obtenemos lo siguiente:



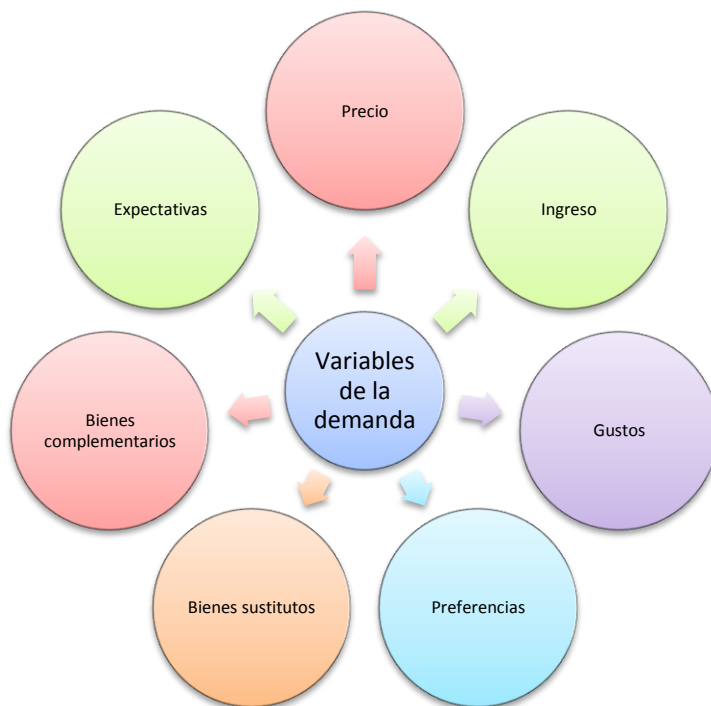
En la figura Curva de oferta se observa que entre mayor es el precio del artículo A, más grande es la cantidad Q_0 y viceversa. La relación directa entre precio y cantidad se observa en la pendiente positiva de la curva de oferta del productor. A diferencia de la demanda, no existe una ley de la oferta de pendiente positiva, porque la pendiente de la curva puede también ser positiva, nula o infinita, aunque el caso más frecuente es el de la pendiente positiva.

Del mismo modo que sucede con la demanda, se debe establecer la diferencia entre un cambio en la oferta y un cambio en la cantidad ofrecida.

3.2 Ley de demanda

La demanda del consumidor intenta mostrar, a partir de una serie de supuestos psicológicos, cómo cambia la decisión maximizadora de la utilidad por parte del consumidor, al modificar los factores determinantes de esta elección; es decir, al variar su poder adquisitivo, el precio de los bienes y servicios

disponibles y sus gustos o preferencias. Por ejemplo, la teoría permite realizar predicciones sobre la sensibilidad de la demanda ante variaciones de los precios de un producto o de otros sustitutivos en función de las



distintas características de los diferentes bienes o de la situación del consumidor.

La demanda de un bien determina la cantidad de dicho bien que los compradores desean comprar para cada nivel de precio.



Variables en la demanda

Precio del bien: Primero definiremos al precio como el valor monetario que paga el consumidor para adquirir ese bien producto o servicio. Si aumenta el precio del bien que requiere el demandante, tiene tres alternativas, 1. comprarlo pero sacrificar la compra de otro bien, 2. esperar a que disminuya de precio, 3. Buscar un bien sustituto

Ingreso: El ingreso que obtienen los consumidores, primordialmente lo obtienen por el salario que reciben de su trabajo, este lo utilizan para consumir los bienes necesarios. Otra forma de obtener ingresos es por la Renta de algún inmueble, en el caso de las empresas que en también son demandantes, obtienen sus ingresos por las ventas realizadas.

Gustos: Si un producto se pone de moda, aumentará su demanda, mientras que, si pierde popularidad, disminuirá su demanda en el período.

Preferencias: estas se ligan con la elección de los demandantes, en donde escogen la mejor elección que satisfaga sus necesidades.

Precio de los bienes relacionados: Distinguiremos entre bienes sustitutivos y bienes complementarios. Bien sustitutivo es aquel que puede satisfacer la necesidad del consumidor prácticamente igual que el bien en cuestión (por ejemplo, la margarina es un bien sustitutivo de la mantequilla); por el contrario, bien complementario es aquel que se consume conjuntamente con el bien en cuestión (por ejemplo, raqueta de tenis y la pelota de tenis).

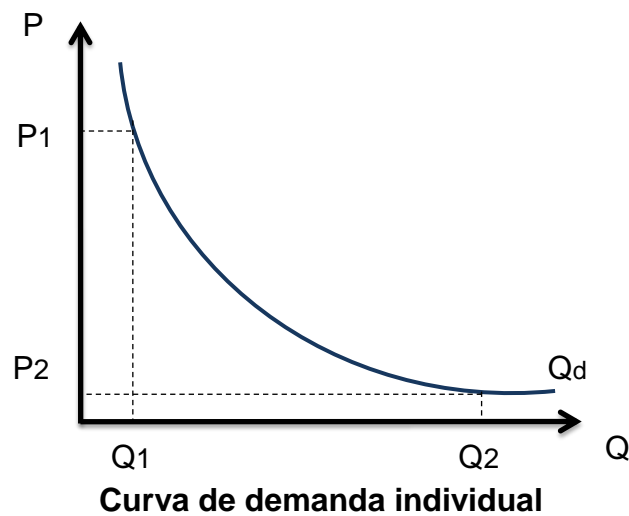
Expectativas: En función de cómo prevea el consumidor que puede cambiar el escenario, influirá positiva o negativamente en la demanda de un bien.

La explicación de los determinantes y propiedades de las distintas demandas es una de las deducciones teóricas que pueden hacerse a partir de supuestos sencillos sobre el comportamiento del consumidor; la teoría básica también explica algunos fenómenos paradójicos como por qué, en algunos casos, la demanda no es inversamente proporcional a los precios relativos o por qué los diamantes, que tienen menor importancia vital que el agua, son mucho más caros.

Demanda individual de un artículo: La cantidad de un artículo que los consumidores desean adquirir varía en función de factores como el precio del artículo, el ingreso económico del consumidor, los precios de los demás artículos y la preferencia, que es de carácter subjetivo.

Cuando se modifica el precio de dicho artículo, manteniendo invariables los demás factores —el supuesto de *ceteris paribus*—, se obtiene la tabla de demanda individual del artículo.

La representación gráfica de esta tabla se interpreta como la curva de demanda individual.



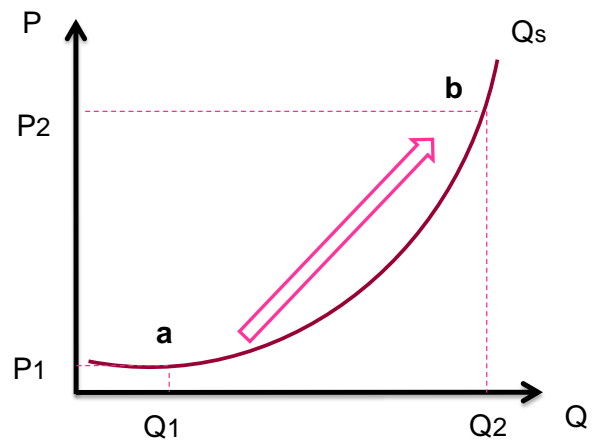
La ley de la demanda de pendiente negativa: En el modelo anterior de curva de demanda individual, la figura muestra la variación de la cantidad demandada Q_d en función del precio P de un bien o artículo. Así, cuando el precio del artículo es P_1 , el consumidor está dispuesto a adquirir una cantidad Q_1 ; sin embargo, al disminuir el precio a P_2 , estaría dispuesto a comprar Q_2 unidades. Esta relación inversa entre precio y cantidad se refleja en la pendiente negativa de la curva. La pendiente de la curva de demanda casi siempre se inclina hacia abajo, lo que significa que a medida que baja el precio del artículo se compra una mayor cantidad del mismo, lo que generalmente se conoce como ley de la demanda.

Cuando se modifican una o más de las condiciones ***ceteris paribus***, cambia toda la curva de la demanda individual. Este fenómeno se conoce como cambio en la demanda y no debe confundirse con el cambio en la cantidad demandada, que es un movimiento a lo largo de la misma curva de demanda.

La demanda del mercado o demanda agregada para un bien o un artículo representa las diferentes cantidades del mismo que demandan, a precios diferentes, todos los consumidores durante un periodo específico. De esta



forma, la demanda agregada depende de los mismos factores que influyen en la demanda individual y, adicionalmente, del número de compradores, lo cual puede afectar su disponibilidad.

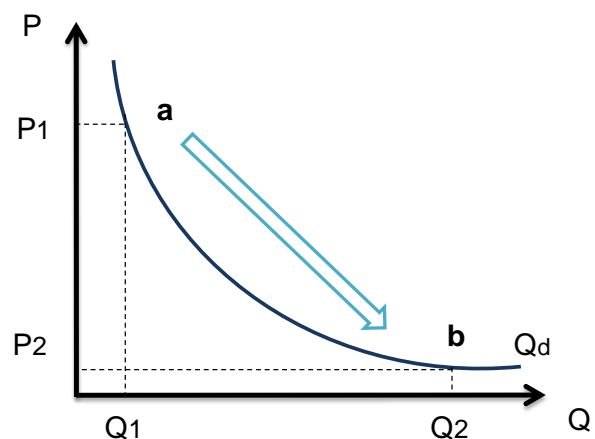


3.3 Desplazamientos de las curvas de oferta y demanda

Los desplazamientos de la demanda:

- **Movimientos:** En la curva de la demanda cuando cambia el **precio** de un bien ajustándose la cantidad del mismo, es decir, los cambios se dan sobre la misma curva.
 - Aumento o disminución de los precios
 - Aumento o disminución de la cantidad demandada

En la grafica nos muestra el movimiento de la curva de la demanda por el factor precio es decir , en el punto **a** el precio es más elevado y por lo tanto la cantidad es menor, cuando el precio del bien disminuye **b** , se

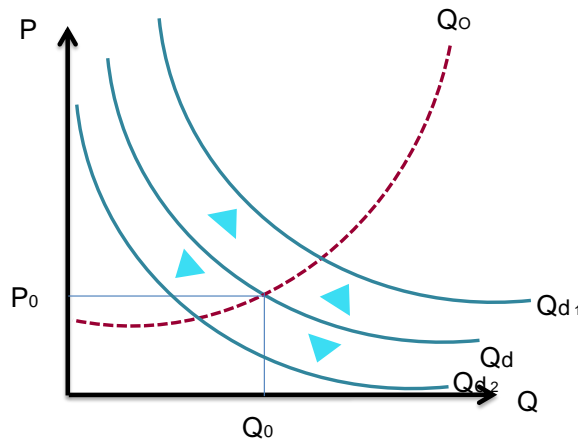




adquiere más cantidad de ese bien.

- El desplazamiento de toda la curva de la demanda tanto para la izquierda o derecha y que el precio se mantenga constante, se da por los diferentes factores que intervienen como:
 - Ingreso
 - Gustos y preferencias
 - Precios esperados a futuro
 - Precio de los bienes sustitutos
 - Precio de los bienes complementarios, etc.

El desplazamiento de la curva de la demanda **hacia la derecha** (o hacia fuera) es porque se da un aumento en la demanda, ya sea por aumento del ingreso de los consumidores, la ropa de moda, si se está a la expectativa o se tiene la información privilegiada en que avisen un repentino aumento de precios, etc.; en cambio se **desplaza a la izquierda** (o hacia adentro) cuando , se disminuye el ingreso, la ropa esta fuera de temporada, aumento de precio del bien sustituto, etc.



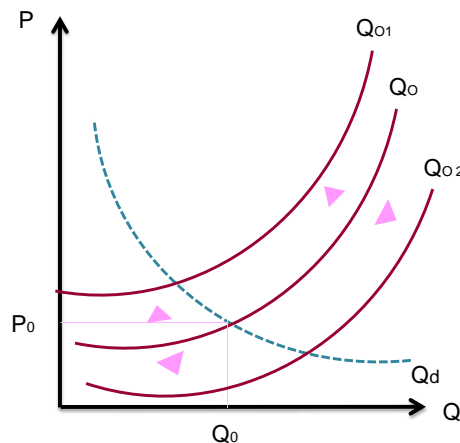
Los desplazamientos de la oferta

- Movimientos : En la curva de la oferta cuando cambia el **precio** de un bien ajustándose la cantidad del mismo, es decir los cambios se dan sobre la misma curva.
 - Aumento o disminución de los precios.
 - Aumento o disminución de la cantidad ofertada

En la grafica nos muestra el movimiento de la curva de oferta por el factor precio es decir , en el punto **a** el precio es más elevado y por lo tanto la cantidad es mayor, cuando el precio del bien disminuye **b** , se adquiere menos cantidad de ese bien.

- El desplazamiento de toda la curva de oferta tanto para la izquierda o derecha y que el precio se mantenga constante, se da por los diferentes factores que intervienen como:

- Costo de los insumos
- Cambios en la tecnología
- Precios esperados a futuro
- Precio de los insumos sustitutos
- Precio de los insumos complementarios, etc.



El desplazamiento de la curva de la oferta **hacia la derecha** (o hacia fuera) es porque se da una **disminución**, en el costo de los insumos, adquisición de tecnología, del precio de un servicio; en cambio el desplazamiento es **a la izquierda** (o hacia adentro) cuando, se aumenta el costo de los insumos, la tecnología es obsoleta, aumento de los precios de los servicios o bienes que intervienen en la producción del servicio.

3.4 Cálculo de la elasticidad-precio de la oferta y la demanda

Elasticidad ⁸	Precio de la demanda	Ingreso de la demanda	Oferta
Concepto	Mide el grado de sensibilidad de la cantidad demandada de un bien ante el cambio del precio	Mide el grado de sensibilidad de la cantidad demandada de un bien ante el cambio del ingreso	Mide el grado de sensibilidad de la cantidad ofertada de un bien ante el cambio del precio
Formula	_____	_____	_____
Donde	Qd = cantidad demandada P = precio	Qd = cantidad demandada Y = Ingreso	Qs = cantidad ofertada P = precio
Interpretación			
Perfectamente elástica	El resultado es infinito y se debe a que un mínimo aumento en el precio provoca una gran disminución en la		El resultado es infinito y se debe a que un mínimo aumento en el precio provoca un

⁸ Las elasticidades trabajan con el supuesto *ceteris paribus*, (mientras todo lo demás, permanece constante)



	cantidad demandada		gran aumento en la cantidad ofertada
Elástica	Resultado mayor a 1 y menor que infinita la disminución de la cantidad demandada excede el aumento porcentual del precio	Mayor a 1 el aumento % de la cantidad demandada es mayor al aumento del ingreso	Resultado mayor a 1 y menor que infinita el aumento de la cantidad ofrecida excede el aumento porcentual del precio
Inelástica	Mayor que 0 pero menos a 1 , es decir la disminución en la cantidad demandada es menor al aumento % del precio	Menor que 1 pero mayor a cero, el aumento de la cantidad es menor al aumento del ingreso	Mayor que 0 pero menos a 1 , es decir el aumento en la cantidad ofrecida es menor al aumento % del precio
Perfectamente inelástica	0 la cantidad demandada es igual a todos los precios		0 la cantidad ofrecida es igual a todos los precios
Negativa		Menor a cero, cuando aumenta el ingreso y la cantidad demandada disminuye	

3.5 Elasticidad cruzada de la demanda

La elasticidad cruzada de la demanda “es una medida de sensibilidad de la demanda de un bien ante el cambio en el precio de un bien sustituto o un complemento, siempre y cuando se cumpla el *ceteris paribus*”⁹

⁹ Parkin. Economía. Pág. 91



Se calcula: _____

El resultado de elasticidad cruzada es **positivo** cuando se trata de un bien sustituto y si es **negativo** es un bien complementario.

	Q ₀	Q ₁		P ₀	P ₁	
Miel	110	125	15	25	25	0
Azúcar	95	80	-15	20	25	5

La elasticidad es positiva por lo tanto me indica que son productos sustitutos.

Es decir la miel puede ser sustituida por el azúcar, cubren la misma necesidad, de endulzar el café, para preparación de alimentos, etc.



3.6 Cálculo de la demanda excepcional

La demanda del mercado o demanda agregada para un bien o un artículo representa las diferentes cantidades del mismo que demandan, a precios diferentes, todos los consumidores durante un periodo específico. De esta forma, la demanda agregada depende de los mismos factores que influyen en la demanda individual y, adicionalmente, del número de compradores, lo cual puede afectar su disponibilidad.

Geoméricamente, la curva de demanda agregada se puede obtener sumando horizontalmente todas las curvas de demanda individuales.



3.7 Cálculo de la oferta excepcional

La oferta de mercado u oferta agregada de un bien o un artículo representa la sumatoria de las diferentes cantidades de un artículo que ofrecen, a diferentes precios, todos los productores o proveedores de este bien o artículo en el mercado, durante un periodo de tiempo específico.



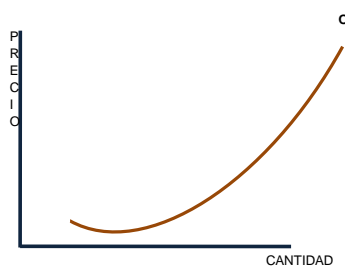
RESUMEN DE LA UNIDAD

ES LA RELACION ENTRE LOS PRECIOS DE LOS BIENES Y LA CANTIDAD DISPUESTA A OFERTAR (O VENDER) EN UN PERIODO DADO

LEY: "CUANDO AUMENTA EL PRECIO DE UN BIEN, LA CANTIDAD OFERTADA AUMENTA Y VICEVERSA"

ESTA EN **FUNCION** DE: PRECIOS, INGRESOS, COSTO DE LOS INSUMOS, TECNOLOGIA, PRECIOS ESPERADOS FUTUROS, PRECIOS DE BIENES SUSTITUTOS ETC.

SU GRÁFICA:

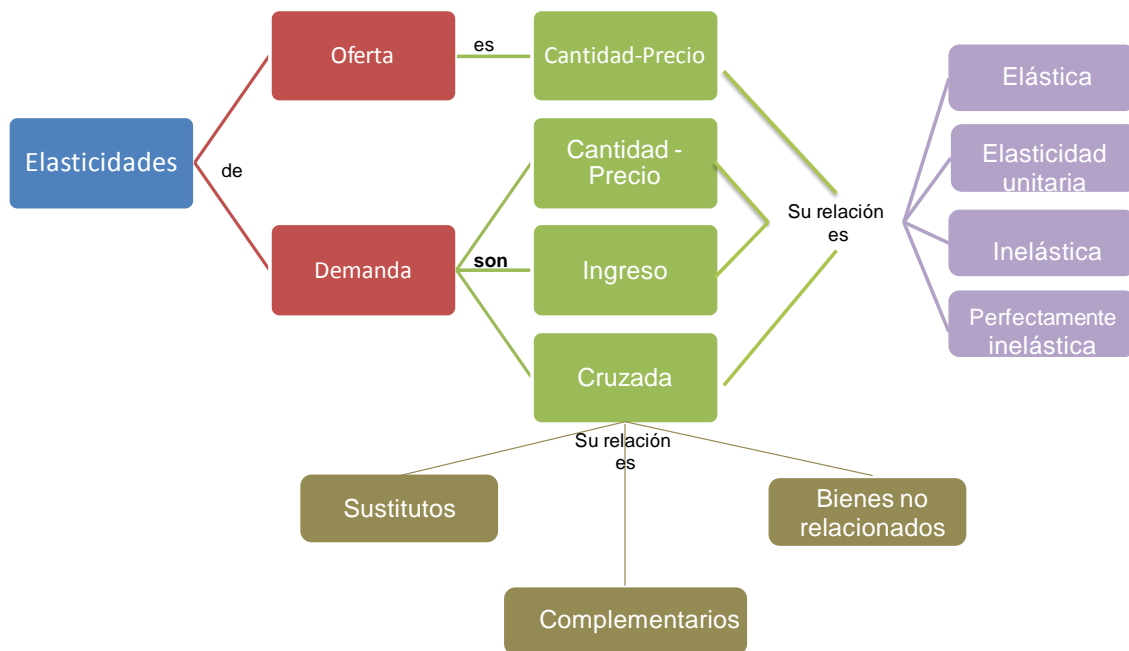
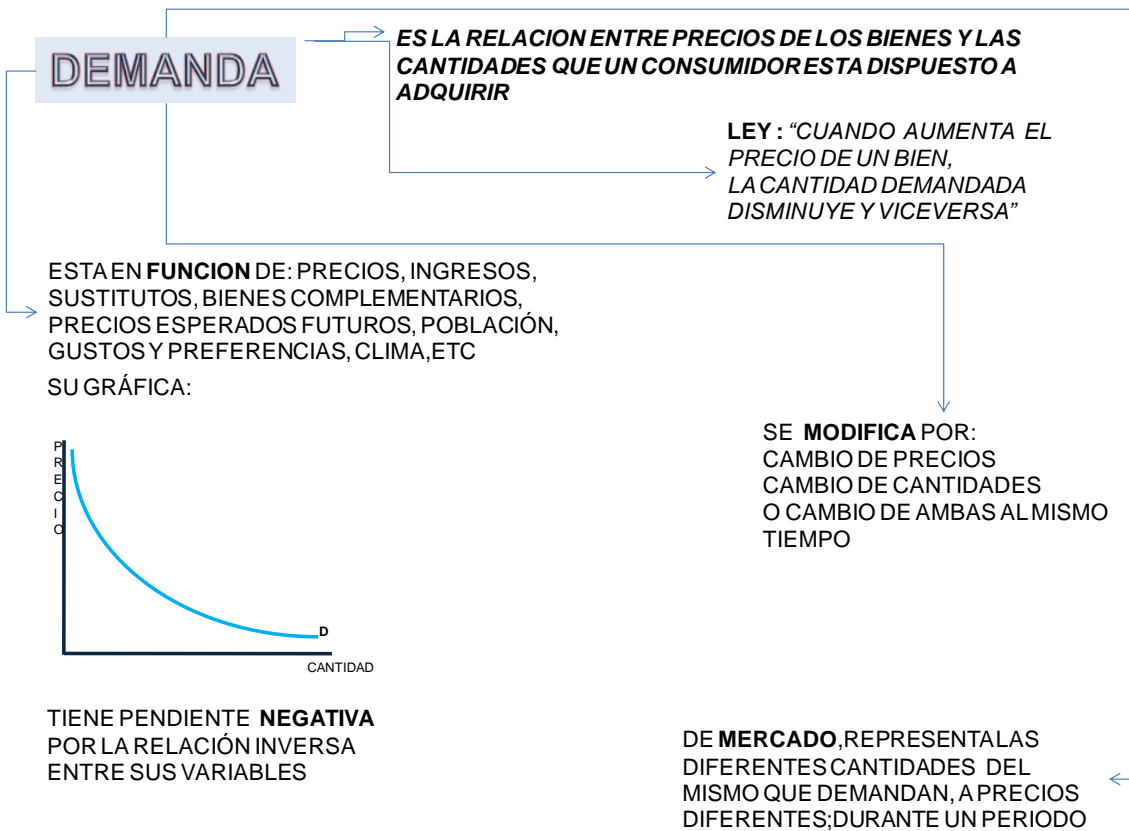


TIENE PENDIENTE **POSITIVA** POR LA RELACIÓN DIRECTA ENTRE SUS VARIABLES

OFERTA

SE **MODIFICA** POR:
CAMBIO DE PRECIOS
CAMBIO DE CANTIDADES
O CAMBIO DE AMBAS AL MISMO TIEMPO

DE **MERCADO**, REPRESENTA LAS DIFERENTES CANTIDADES DEL MISMO QUE SE OFERTAN, A PRECIOS DIFERENTES, DURANTE UN PERIODO





GLOSARIO DE LA UNIDAD

Agentes Económicos

Familias, empresas, gobierno y resto del mundo, que participan en cualquier actividad económica.

Bienes Complementarios

Son aquellos que están ligados con otros bienes, por lo tanto si la demanda de uno de estos aumenta cuando el precio del otro artículo disminuye.

Bienes Sustitutos

Son aquellos que satisfacen de forma similar las necesidades de los consumidores, y la demanda de estos aumenta cuando los precios de los bienes “base” aumenta.

Consumidores

Personas cuyas necesidades son satisfechas con los bienes y servicios que se venden en los distintos mercados.



Demanda

Son las cantidades de un bien que un consumidor está dispuesto a adquirir, en un tiempo determinada, a diferentes precios y el resto de variables se mantengan constantes.

Elasticidad

Es la relación del cambio porcentual en una variable dependiente ante un cambio de una unidad porcentual en una variable independiente.

Oferta

Es la relación entre el precio y la cantidad ofrecida, que muestra qué cantidad de un bien están dispuestos a vender a un determinado precio los proveedores, si todo lo demás permanece igual.



ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

ACTIVIDAD 1

Grafique lo que se le pide:

Los movimientos de la demanda:

P0	D0	D1	P2	D2
50.00	9	13	75.00	8
100.00	6	10	125.00	5
150.00	4	8	180.00	3
200.00	3	6	220.00	2
250.00	2	4	265.00	1
300.00	1	2	300.00	1

Realiza tu actividad en un documento en Excel.

ACTIVIDAD 2

1. Grafica y explica:

	PERIODO 1	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 2
	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO	CANTIDAD
Café	20	40	20	75
Leche	40	50	60	30

Realiza tu actividad en un documento en Excel.



ACTIVIDAD 3

Realiza los siguientes ejercicios:

1. Grafica la función de oferta tomando en cuenta los siguientes datos:

Precio	Cantidad
10.00	1
15.00	3
20.00	4
25.00	5
30.00	6

2. Después en la misma grafica donde realizo la anterior grafique otra con los siguientes datos:

Precio	Cantidad
10.00	3
15.00	6
20.00	8
25.00	10
30.00	12

Al final explica por qué se dio la modificación de la curva.

Realiza tu actividad en un documento en Excel.



ACTIVIDAD 4

Grafica la oferta de mercado tomando los siguientes datos:

Px	O1	O2	O3	OFERTA DE MERCADO
6	22	42	54	
5	19	39	50	
4	16	36	47	
3	9	30	40	
2	0	18	32	
1	0	0	23	
0	0	0	10	

Realiza tu actividad en un documento en Excel.



CUESTIONARIO DE REFORZAMIENTO

1. ¿Qué es la oferta?
2. ¿Qué es la demanda?
3. Describa las relaciones de las variables de la oferta y demanda
4. ¿Cómo se define a la elasticidad?
5. ¿Menciona cuáles son los tipos de elasticidad de la demanda, como se calculan y da 3 ejemplos de cada uno?
6. ¿Cuál es la importancia de la elasticidad cruzada de la demanda, para la toma de decisiones?
7. Defina que es la oferta y demanda exponencial

LO QUE APRENDÍ

Busca dos noticias donde se mencionen los tipos de elasticidad vistos en esta unidad y realiza una breve descripción acerca de éstos, no mayor a una cuartilla.

No pierdas de vista la relación de la elasticidad con los conceptos de precio, demanda, cantidad, etc.

Realiza tu actividad en un documento en Word.



EXAMEN DE AUTOEVALUACIÓN

I. Lee las palabras que se muestran a continuación y escríbelas en el lugar correcto para completar el párrafo.

precio	demanda	tecnología	capital	oferta	a+b(x)
positiva	cantidad	negativa	a-b(x)	trabajo	

La curva de _____ tiene pendiente _____ porque la relación de sus variables es inversa, es decir al aumento de _____ disminuye _____, su ecuación es: _____, en cambio, la _____ está en función de _____, _____, _____ y su ecuación _____ nos indica que la pendiente es _____.



II. Lee las siguientes oraciones y escribe sobre las líneas la frase que complete correctamente cada oración.

que la cantidad demandada es la misma a todos los precios
es elástica al ingreso
por el aumento mínimo del precio ocasiona un aumento demasiado
grande en la cantidad ofrecida
el cambio porcentual de la cantidad demandada de un bien "z" entre el
cambio porcentual del precio del bien "W"
complementarios
elástica

1. La elasticidad precio de la demanda es cero por:

2. Si la elasticidad ingreso de la demanda es mayor a uno significa que:

3. Se dice que la elasticidad de la oferta es infinita cuando:

4. La demanda cruzada se define por:

5. Cuando la cantidad demandada de un bien disminuye cuando el precio del otro bien aumenta, estamos hablando de productos:

6. Si la elasticidad de la oferta es menor que infinita pero mayor que 1 es:



MESOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

Autor	Capítulo	Páginas
2. Cue, Agustín y Quintana, Luis	3 y 4	50-77
	4	57-64
3. Grave Russek, Ana Luisa	4	46-61
6. Salvatore, Dominick	2	14-15
7. Schettino, Macario	3	25-31
8. Vargas Sánchez, Gustavo	4	90-96
5. Parkin, Michel.	3 y 4	59-98



BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

1. Call, Steven T. Y Holahan, William L. *Microeconomía*, 2ª. Ed., México, Grupo Editorial Interamericana, 1985, 575 Pp.
 2. Cue, Agustín Y Quintana, Luis, *Introducción A La Microeconomía. Un Enfoque Integral Para México*. 1ª Ed., México, Grupo Editorial Patria, 2008, 289 Pp.
 3. Grave Russek, Ana Luisa, *Microeconomía: Enfoque De Negocios*, Pearson Educación, México, 2006, 346 Pp.
 4. Mcconell, Campbell, Brue, Stanley. *Microeconomía*, 14ª Ed., México, Mcgraw-Hill, 2004, 228 Pp.
 5. Parkin, Michael, Esquivel Gerardo, *Microeconomía: Versión Para Latinoamérica*, 7a, Pearson Educación, México, 2006, 517 Pp.
 6. Salvatore, Dominick, *Microeconomía*, 4ta Edición, México, Mc Graw Hill, 2008, 368 Pp.
 7. Schettino, Macario, *Introducción A La Economía Para No Economistas*, 1ª Ed., México, Pearson Educación, 2002, 311 Pp.
 8. Vargas Sánchez, Gustavo, *Introducción A La Teoría Económica. Aplicaciones A La Economía Mexicana*. 1ª Ed. México, Mcgraw-Hill, 2002, 602 Pp.
-



BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

9. Case, Karl E. Y Fair, Ray C. *Principios De Microeconomía*. 4ª Edición, México, Pearson Educación, 2000, 620 Pp.
 10. Colonna D'Ístria, Robert, Traducción De Benito Herrero, *Iniciación A La Economía*, 2ª Ed., Madrid, Acento Editorial, 1996, 95 Pp.
 11. Emery, E. David; *Principios De Economía: Microeconomía*. 2ª Edición, México, Sitesa, 2000, 334 Pp.
 12. Glazer, Amihai Y Hirshleifer, Jack; *Microeconomía Teoría Y Aplicaciones*. 5ª Edición, México, Prentice Hall Hispanoamericana S.A., 2000, 610 Pp
 13. Mankiw N., Gregory, *Principios De Economía*, 3ª Ed, México: Mcgaw-Hill, 2004
 14. Ménard, Mathilde, *Diccionario De Términos Económicos*, 2ª Ed., Madrid, Acento Editorial, 1996, 95 Pp
 15. Méndez Morales, Silvestre José. *Economía Y La Empresa*, 3ª Ed., México, Mcgraw-Hill, 2007, 434 Pp
 16. Rossetti, José Paschoal, *Introducción A La Economía*. 3ª. Ed., México, Oxford University Press, 2002, 86 Pp.
 17. Seo, K.K. Y Winger Bernard J., *Managerial Economics: Text, Problems And Short Cases*, 5ª, Richard D. Irwin Inc., Estados Unidos, 1979
 - K. K. Seo, Bernard J. Winger. *Economía Empresarial: Texto, Problemas Y Casos*. México, Unión Tipográfica Editorial Hispano Americana , 1982, 475 Pp
 18. Varian, Hal R., *Un Enfoque Actual Microeconomía Intermedia*. 5ª Ed., España, Antoni Bosch Editor, 2005, 721pp.
 19. Vizcarra Cifuentes, Jose Luis, *Diccionario De Economía*. 1ª Ed., México, Grupo Editorial Patria, 2007, 370pp.
-



SITIOS ELECTRÓNICOS

- Definición y clasificación de los mercados:
<http://www.mitecnologico.com/Main/DefinicionClasificacionDeMercados>
 - Clasificación de los mercados.
<http://licenciaturadekarenrodriguezprieto.blogspot.com/2007/10/clasificacin-de-los-mercados.html>.
 - Definición y clasificación de los mercados:http://html.rincondelvago.com/mercado_3.html.
 - *Diapositivas de la clasificación de los mercados en competencia imperfecta:* www.ugr.es/~clizarra/index_archivos/MIMPERFECT.pps
 - *Definición de demanda usuarios.* [lycos.es/economiasil/cap2.htm](http://www.lycos.es/economiasil/cap2.htm).
 - Esquema circular de la demanda y oferta:
www.anahuac.mx/economia/clases/notaofertaydemanda.doc.
 - El glosario de Auladeeconomia.com contiene alrededor de 1000 diferentes términos económicos, financieros y estadísticos:
<http://www.auladeeconomia.com/glosario.htm>.
 - La demanda y sus elasticidades en el mercado real:
www.uv.es/cim/pyp-dem/download/tema001a.pdf.
 - Introducción a la demanda, oferta y elasticidad de los mercados:
<http://www.auladeeconomia.com/micro-ejerciciosresueltos4.htm>.
 - *Web educativa e informativa de economía y sociedad:*
<http://personal.telefonica.terra.es/web/felipefoj/RECURSOS%20DIDACTICOS.htm>.
 - Apuntes a cerca de la oferta y demanda de mercado:
<http://www.elprisma.com/apuntes/economia/demandaoferta/>.
-



- *Introducción a la demanda y oferta de mercado, diapositivas:*
www.cema.edu.ar/~kf00/Economia_de_los...en.../Micro_Clase_1.ppt.
 - *Ejercicios y teoría a cerca de las elasticidades de mercado:*
www.eco.uc3m.es/jmlopez/.../Materiales/EjerciciosClasepractica3.pdf.
 - Trabajos a cerca de las elasticidades del mercado:
www.monografias.com/trabajos30/elasticidad/elasticidad.shtml.
 - Presentación de las elasticidades:
www.scribd.com/doc/93591/Elasticidades.
 - Concepto de precio
 - www.promonegocios.net/precio/concepto-de-precio.html.
 - Definiciones de precio
 - www.econlink.com.ar/definicion/precio.shtml.
 - Documento en PDF , definiciones, conceptos, tipos, etc:
www.uv.es/cim/pyp-dem/descarga/tema001a.pdf.
 - Definición y obtención del precio en un mercado en equilibrio
<http://www.scribd.com/doc/17380691/PRECIO>.
-



UNIDAD 4

LA EMPRESA COMO OFERENTE





SUAYED
UNA OPCIÓN
PARA TI

OBJETIVO ESPECIFICO

El alumno comprenderá la función oferente de la empresa, a través de sus componentes productivos básicos.



INTRODUCCIÓN

Para que cualquier directivo comprenda los costos y la oferta (aspectos íntimamente relacionados con la toma de decisiones empresariales), es necesario que primero se interiorice en los principios de la producción, los que en conjunto brindan las bases para el análisis de la fijación de precios y empleo de los recursos, la asignación de recursos y la distribución de productos.



LO QUE SÉ

1. Grafique lo que se le pide:

Los movimientos de la demanda:

P0	D0	D1	P2	D2
50.00	9	13	75.00	8
100.00	6	10	125.00	5
150.00	4	8	180.00	3
200.00	3	6	220.00	2
250.00	2	4	265.00	1
300.00	1	2	300.00	1

Realiza tu actividad en un documento en Excel.

2. Grafica y explica:

	PERIODO 1 PRECIO	PERIODO 1 CANTIDAD	PERIODO 2 PRECIO	PERIODO 2 CANTIDAD
Café	20	40	20	75
Leche	40	50	60	30

Realiza tu actividad en un documento en Excel, guárdala en tu computadora y una vez concluida, presiona el botón Examinar. Localiza tu archivo donde lo guardaste, selecciónalo y presiona Subir este archivo para guardarlo en la plataforma.



3. Grafica la oferta de mercado tomando los siguientes datos:

Px	Q1	Q2	Q3	OFERTA DE MERCADO
6	22	42	54	
5	19	39	50	
4	16	36	47	
3	9	30	40	
2	0	18	32	
1	0	0	23	
0	0	0	10	

Realiza tu actividad en un documento en Excel, guárdala en tu computadora y una vez concluida, presiona el botón Examinar. Localiza tu archivo donde lo guardaste, selecciónalo



TEMARIO DETALLADO (8 HORAS)

- 4.1 Problemas económicos de la empresa
 - 4.2 Frontera de posibilidades de producción
 - 4.3 Factores de la producción
 - 4.4 Función de producción
 - 4.5 Progreso tecnológico y función de producción
 - 4.6 Ley de rendimientos decrecientes
 - 4.7 Coeficientes de factor
-



4.1 Problemas económicos de la empresa

Las empresas para poder producir utilizan los factores Recursos Naturales (RN), trabajo (L) y capital (K); sin éstos no puede existir una empresa, estos tienen una característica en común que son escasos, es decir, son limitados¹⁰, por ello, es importante que la empresa aproveche de la mejor manera posible sus recursos escasos y para lograrlo tiene que conocer su costo de oportunidad¹¹; para que la empresa tome la mejor decisión de aprovechamiento de factores se realizara las siguientes preguntas **¿Qué?, ¿Cómo?, ¿Cuánto?, ¿Para quién?**; producir, en cambio para los consumidores los cuestionamientos son: **¿Qué?, ¿Cuánto?, ¿A qué?, ¿A quién y dónde?** adquirir los bienes, productos o servicios que satisfagan sus necesidades. Así mismo, las empresas toman las decisiones considerando los costos de producción y los



ingresos que recibirán por la venta de su producción.

Los costos de producción se refieren a los gastos que realiza una empresa en la producción de bienes o servicios vendidos en un tiempo determinado; los ingresos son la cantidad de dinero que obtiene por la venta de sus bienes o servicios.¹²

¹⁰ Gregory N Mankiw, *op. cit.*, p. 3.

¹¹ Costo de oportunidad se define como aquello a lo que debe renunciarse para obtener una cosa.

¹² Stanley Fischer y Dornbusch Rudiger, *op. cit.*, pp. 139-141



Todas las empresas buscan obtener beneficios, las empresas lucrativas buscan que:

BENEFICIOS O UTILIDADES = INGRESOS – COSTOS

Por su parte, las empresas no lucrativas buscan la siguiente igualdad:

BENEFICIO SOCIAL > COSTOS

Las empresas toman sus decisiones con base en el entorno económico en el que se encuentran, pero otro factor esencial es la competencia, la cual es un proceso continuo para perfeccionar y hallar nuevas opciones de producción y de organización para captar más clientes y reducir el mercado de las empresas con las que se compete.

La capacidad de las empresas para producir se puede comparar con base en¹³:

- 1) Ventaja comparativa. Es la comparación entre los productores de un bien de acuerdo con su costo de oportunidad.
- 2) Ventaja absoluta. Es la comparación entre los productores de un bien de acuerdo con su productividad.

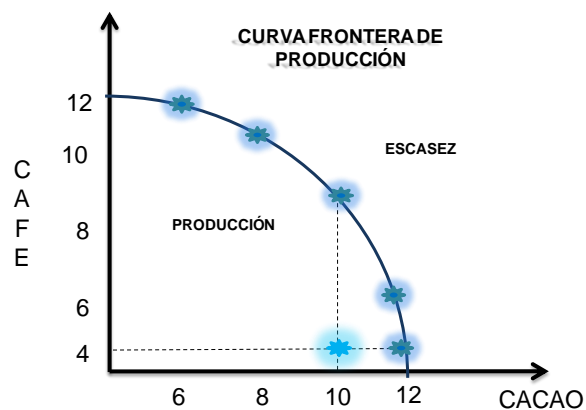
Todas las empresas que se encuentran en un país forman parte del aparato productivo de éste.

¹³ Gregory N Mankiw, , *Principios...*, op. cit., pp. 29-35.

4.2 Frontera de posibilidades de producción

La curva de posibilidades de producción (CPP) o Frontera de posibilidades de producción (FPP) muestra el límite de las combinaciones de bienes y servicios que pueden producirse. En la siguiente grafica observamos que sin las cantidades constantes producidas, y las demás variables que pueden cambiar esa “constancia” permanecerán sin cambios (*ceteris paribus*)¹⁴, menos la producción del café y el cacao; lo que queda por debajo de la curva es lo que se puede producir y sobre la misma es

lo máximo que se puede obtener; por encima de la curva es la escasez o lo que no se puede producir. La eficiencia de la producción se muestra por los puntos que forman la curva, en cambio, los puntos que están por



debajo de la curva y que no la forman es producción ineficiente y tenemos recursos desaprovechados, es decir se podría asignar más trabajadores para la producción de café para que esta aumentara. Sobre el largo de la curva se da la aplicación del costo de oportunidad¹⁵ ya que producimos mas de café que de cacao o producir más cacao que café, es decir se priva de producir más café, para aumentar las cantidades de cacao.

¹⁴ Este término lo retomamos del Teórico Alfred Marshall, y significa que los valores de otras variables que pueden tener influencia sobre la variable estudiada, deben de permanecer constantes.

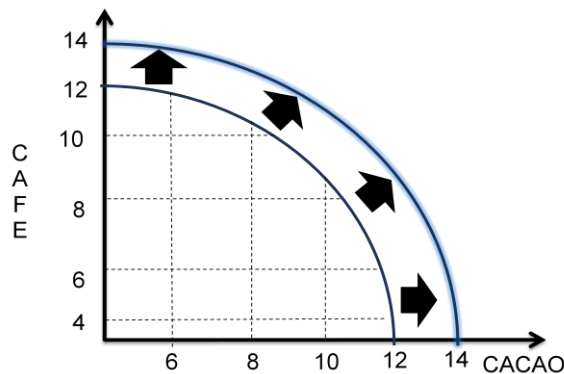
¹⁵ Se define como el escoger la mejor alternativa, sacrificando otra.



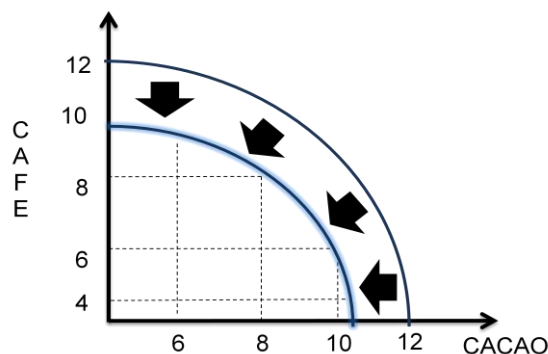
La curva anterior es muy importante para la toma de decisiones, aunque no la realicemos gráficamente, todos los agentes económicos la utilizan como base para definir su costo de oportunidad.

Las características de esta curva son, que es cóncava al origen, porque los costos de oportunidad son crecientes.

Se dice que la producción es alcanzable porque cada uno de los puntos que tocan la curva, está utilizando los recursos en forma óptima. Si un punto de la frontera de posibilidades queda fuera de la curva, quiere decir que ésta no se puede alcanza porque alguno de los factores es muy limitado.



Si la Frontera de posibilidades de producción crece, es por los cambios tecnológicos (T), incremento del capital (K), incremento del trabajo (L).





En caso contrario, es la disminución de cada uno de los factores de producción.

Este análisis sirve para que la empresa no tenga pérdidas en el uso de los factores y se obtenga la producción óptima, visualizando siempre el crecimiento de esta.




4.3 Factores de la producción

Las entidades productivas, tienen como fin el de obtener ganancias a bajos costos, para lograr lo anterior deben de optimizar al máximo los factores de producción, los cuales son escasos.

Los factores de producción los dividimos en: tierra, trabajo, capital y para algunos autores, la organización, los factores en su conjunto, hacen que funcionen la entidades productivas. Por ejemplo: de la tierra se obtienen los recursos básicos o primarios, en donde el trabajo se hace presente para recolección y manejo de la misma; estos son posteriormente procesados, para que se lleve a cabo este ciclo se necesita de capital para la compra de maquinaria y el pago del trabajo, así como la planeación y organización de la empresa para sacar la producción.

A continuación definiremos los factores productivos, desde el punto de vista económico:



 <p>TIERRA (T)</p>	<p>Son todos los recursos naturales (RN), que se pueden utilizar en un proceso productivo, llámese tierras de cultivo, arboles, yacimientos minerales, yacimientos acuíferos, etc.</p>
 <p>TRABAJO (L)</p>	<p>Todas las capacidades que tiene el humano para realizar diferentes actividades. (capacidad física, mental, etc.)</p>
 <p>CAPITAL (K)</p>	<p>Esta variable se deriva de la Inversión, la cual se define como la adquisición de bienes de capital o activos fijos para llevar a cabo el proceso de producción. Estos bienes son la maquinaria, equipo, edificios, materiales e insumos, etc.</p>
 <p>ORGANIZACION (O)</p>	<p>Es la habilidad empresarial, que se tiene para combinar y utilizar óptimamente los recursos económicos.</p>



Existe una técnica en donde nos explica como una organización decide distribuir los recursos limitados con los que cuenta, a esta se le conoce como Frontera de Posibilidades de la Producción o curva de transformación, la cual muestra las diferentes combinaciones de dos bienes, que se pueden producir en un periodo de tiempo determinado, tomando en cuenta los recursos limitados y el costo de oportunidad (el costo de la mejor alternativa que se sacrifica).

4.4 Función de producción

La función de producción se representa por:

L = trabajo
K= capital

Esta función representa la cantidad máxima artículos que llega a realizar la empresa en su proceso de producción a partir de los factores que adquiere la empresa en un tiempo determinado. Cuando la función de producción utiliza solo un insumo variable y el otro es fijo (a corto plazo).

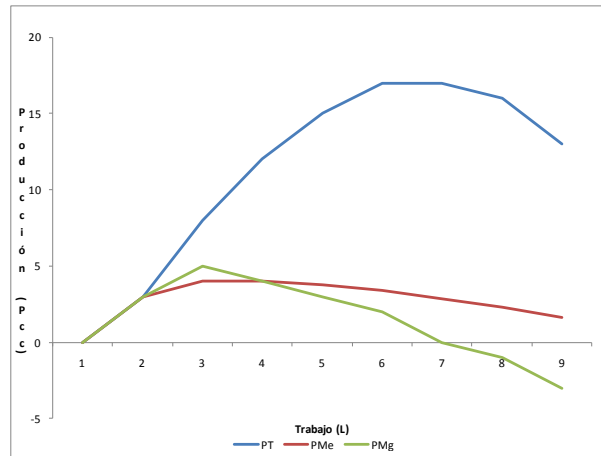
Hay diferentes conceptos que se utilizan al realizar el cálculo para obtener la producción de un periodo determinado, estos conceptos son:



Producto total (PT): es la cantidad total producida en un periodo de tiempo por los factores de la producción utilizados.

Producto medio o promedio (PMe): es la cantidad producida por cada

unidad del factor variable; es decir representa la productividad dentro de la empresa, es obtenida al dividir el _____.



Producto marginal (PMg): se obtiene por el aumento de la producción total en relación a un aumento insignificante del insumo variable, _____.

4.5 Progreso tecnológico y función de producción

Los avances tecnológicos en la producción se interpretan como una mejora del proceso de producción por eficiencia técnica, ya que con los mismos factores productivos producen mayores cantidades de bienes y servicios o se produciría la misma cantidad de producto que antes utilizando menos factores de producción.

La tecnología no solo impulsa la optimización de los factores, sino también el **tiempo de producción**.

Los impactos de la tecnología se visualizan en dos perspectivas:

- a) A corto plazo, la mejora tecnológica si afecta al factor productivo trabajo, desplazándola verticalmente de la misma. De tal modo que ahora, con la misma utilización de trabajo, se pueden conseguir mayor producción.
- b) A largo plazo. Si se considera un isocuanta¹⁶ cualquiera, y una línea isóclina¹⁷, a través de la cual la relación capital-trabajo es constante. Cualquier desarrollo tecnológico se traducirá en un desplazamiento de la isocuanta hacia el origen. Ahora bien, si tal desplazamiento es paralelo, la relación marginal de sustitución a lo largo de la isóclina permanece constante, manifestando ello un cambio tecnológico neutral pues tal como debemos recordar la $TMgST$ ¹⁸ puede estimarse de forma alternativa como el cociente de las productividades marginales del trabajo y el capital, y en tal sentido, la mejora ha incidido en la misma proporción en los dos factores de producción.

Si por el contrario, el desplazamiento convierte a la isocuanta en más elástica, el progreso tecnológico habrá sido intensificador en capital al haber generado un mayor incremento en la productividad del factor capital.

Por último, si la traslación de la isocuanta la convierte en más inelástica, el progreso tecnológico al haber incidido en mejorar en mayor medida la productividad del trabajo, podremos calificarlo en intensificador del factor trabajo.

¹⁶ Representación grafica de las diferentes combinaciones de dos insumos para producir.

¹⁷ Línea que une los puntos de las diferentes isocuantas que tienen la misma inclinación o su pendiente es constante

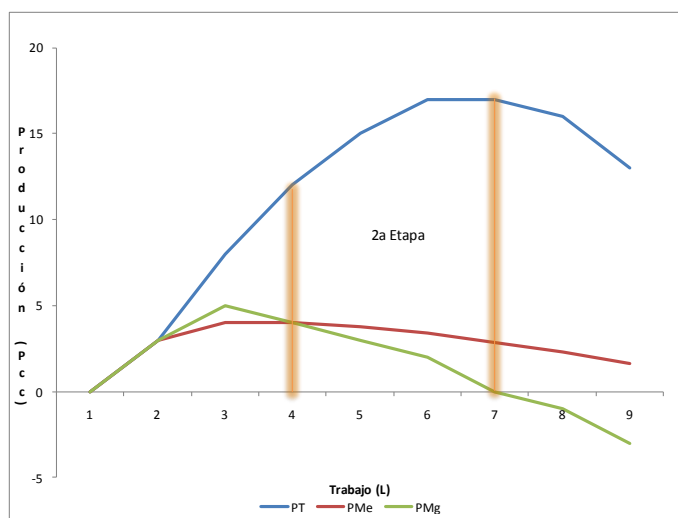
¹⁸ La cantidad de un insumo que se sacrifica por incrementar la cantidad de otro insumo.



4.6 Ley de rendimientos decrecientes

Antes de iniciar la explicación de los rendimientos decrecientes, necesitamos mencionar que en la función de producción trabajamos con diferentes rendimientos:

- ❖ Rendimientos constantes, los cuales se obtienen por la contratación adicional del insumo variable aumentando la producción en la misma proporción. Los productos medios y marginales son iguales.
- ❖ Rendimientos crecientes (1ª etapa) se muestra por el aumento de la producción, crece más que con los rendimientos constantes, en éste el producto marginal es más alto que el producto medio.
- ❖ Rendimientos decrecientes (2ª etapa) al incrementar el insumo variable, los aumentos de la producción serán menores, ocasionando que la productividad del insumo variable disminuya, se identifica este rendimiento cuando el producto marginal es cero o negativa y está por debajo del producto medio.
- ❖ Rendimientos negativos (3ª etapa) al incrementar la adquisición del insumo variable la producción decrece.





4.7 Coeficientes de factor

El coeficiente dentro del ámbito de la física es la expresión numérica, de una fórmula que determinara las características de un cuerpo, en el ámbito matemático es el factor multiplicativo que pertenece a cierto objeto como las variables.

En el ámbito económico es la combinación de los todos y cada unos de los factores de la producción que se necesitan para producir , ejemplo si queremos hacer pan , la variable “a” es la harina, “b” leche, “c” agua, “d” mantequilla, “e” a la mano de obra, “f” a la maquinaria, “g” al espacio de la planta, etc.

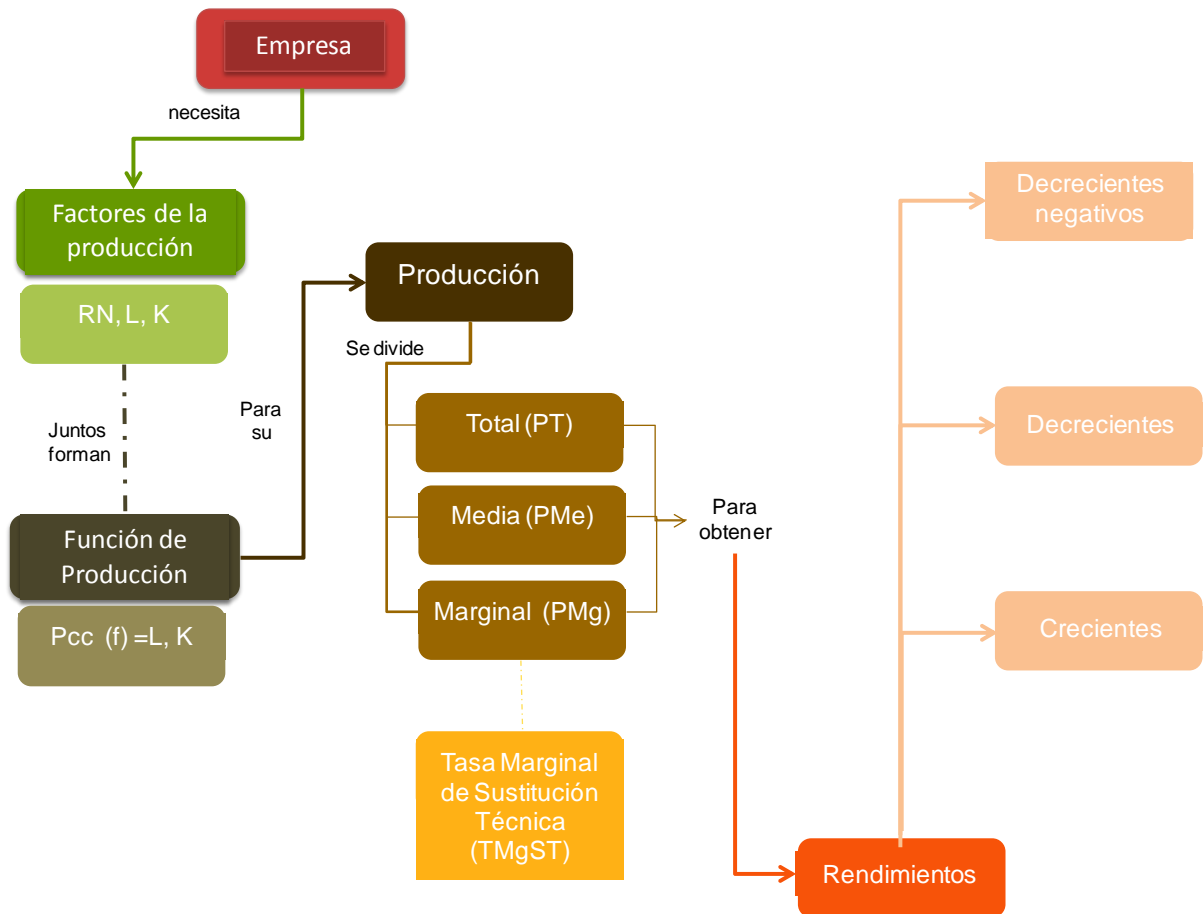
Las letras minúsculas representan los **coeficientes del factor**; ahora es preciso que tomemos en cuenta que el coeficiente del factor productivo es la cantidad mínima necesaria que se requiere de él para producir una unidad.

$$X = (a, b, c, d, e, f, g, \text{etc.})$$

Ésta es la fórmula que representa la función de producción; si los coeficientes a los que se refiere la fórmula los sustituimos por su costo se estaría en condiciones de determinar el costo de la unidad de producción.



RESUMEN DE LA UNIDAD





GLOSARIO DE LA UNIDAD

Isocuantas: Muestra las diferentes combinaciones de dos insumos que puede utilizar una empresa para obtener una cantidad específica de producción.

Ley de rendimientos decrecientes: Dada una cantidad de factor de capital (fijo), al incrementarse en una unidad adicional de factor de trabajo llegará el momento en que su productividad se reduce progresivamente al alcanzar cierto nivel de producción.

Ley de rendimientos crecientes: Cuando al contratar una cantidad adicional del factor trabajo, se incrementa la producción.

Producción: Es el proceso mediante el cual se crean los bienes y servicios económicos, es la actividad primordial de un sistema económico, organizado para producir, distribuir y consumir bienes y servicios necesarios para suplir con las necesidades de la población.

Producción marginal: Producción que se obtiene por el aumento de un factor de producción variable.



Producción media: Es el producto medio de un recurso, se obtiene por el producto total dividida entre la cantidad empleada del recurso.

Producción total: Es toda la producción de una empresa dentro de un periodo dado.

Tasa marginal de sustitución técnica: Consiste en la renuncia de un bien cualquiera para obtener mayor cantidad de un segundo bien, diferente al primero, y contar con grado de indiferencia con respecto de uno a otro.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

ACTIVIDAD 1

Investiga cómo se aplica en una empresa la frontera de posibilidades de producción. Elabora un mapa conceptual.

Realiza esta actividad en un documento de Word.



ACTIVIDAD 2

Investiga, ¿Qué variables pueden conformar a la función de producción en cualquier empresa y con base a qué?

Redacta un informe no mayor a dos cuartillas.



CUESTIONARIO DE REFORZAMIENTO

1. ¿Qué es una función de producción?
2. ¿Cómo se llama la utilidad creada por la transformación de los recursos naturales?
3. ¿Cómo se llama la actividad por la cual el hombre se procura nuevos medios de producción?
4. ¿Cómo decide la empresa cuánto producir?
5. Explique por qué la producción es creación de utilidad.
6. ¿Qué es el factor tierra, trabajo, capital y organización?

LO QUE APRENDÍ

Investiga cuáles son los tipos de costos más representativos en la toma de decisiones y explica por qué. Redacta tu investigación en no más de dos cuartillas.

Realiza esta actividad en un documento de Word.



EXAMEN DE AUTOEVALUACIÓN

Relaciona las siguientes columnas, escribiendo dentro del recuadro la letra correcta.

<input type="checkbox"/>	1. La función de producción se integra con	a. Trabajo y capital
<input type="checkbox"/>	2. Los factores de la producción son	b. limitados
<input type="checkbox"/>	3. Se mide en base a la productividad	c. Ventaja absoluta
<input type="checkbox"/>	4. Se mide en base al costo de oportunidad	d. Ventaja comparativa
<input type="checkbox"/>	5. Representación grafica del limite de combinaciones de bienes y servicios que se pueden producir	e. Curva de frontera de posibilidades
<input type="checkbox"/>	6. Cantidad producida en un tiempo determinado	f. Producción total
<input type="checkbox"/>	7. Se obtiene dividiendo la producción total entre el insumo variable.	g. Producción media
<input type="checkbox"/>	8. Es el incremento de la producción total entre el incremento del insumo variable	h. Producción marginal
<input type="checkbox"/>	9. La cantidad de un insumo que se renuncia por incrementar la cantidad de otro insumo.	i. Tasa marginal de sustitución técnica.
<input type="checkbox"/>	10. Esta etapa de la producción se distingue	j. Primera etapa



	porque el producto marginal y medio con crecientes	
<input type="checkbox"/>	11. Se inicia cuando el producto marginal es cero y la producción total es máxima	k. Tercera etapa

MESOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

Autor	Capítulo	Páginas
6. Salvatore, Dominick	6	118-122,
8. Vargas, Gustavo	8	214.-220
13. Mankiw, Gregory	13 y 18	190 y 271
18. Varian, Hal R.	18	331-335
3. Grave Russek, Ana Luisa	9	233



BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

1. Call, Steven T. Y Holahan, William L. *Microeconomía*, 2ª. Ed., México, Grupo Editorial Interamericana, 1985, 575 Pp.
 2. Cue, Agustín Y Quintana, Luis, *Introducción A La Microeconomía. Un Enfoque Integral Para México*. 1ª Ed., México, Grupo Editorial Patria, 2008, 289 Pp.
 3. Grave Russek, Ana Luisa, *Microeconomía: Enfoque De Negocios*, Pearson Educación, México, 2006, 346 Pp.
 4. Mcconell, Campbell, Brue, Stanley. *Microeconomía*, 14ª Ed., México, Mcgraw-Hill, 2004, 228 Pp.
 5. Parkin, Michael, Esquivel Gerardo, *Microeconomía: Versión Para Latinoamérica*, 7a, Pearson Educación, México, 2006, 517 Pp.
 6. Salvatore, Dominick, *Microeconomía*, 4ta Edición, México, McGraw Hill, 2008, 368 Pp.
 7. Schettino, Macario, *Introducción A La Economía Para No Economistas*, 1ª Ed., México, Pearson Educación, 2002, 311 Pp.
 8. Vargas Sánchez, Gustavo, *Introducción A La Teoría Económica. Aplicaciones A La Economía Mexicana*. 1ª Ed. México, Mcgraw-Hill, 2002, 602 Pp.
-



BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

9. Case, Karl E. Y Fair, Ray C. *Principios De Microeconomía*. 4ª Edición, México, Pearson Educación, 2000, 620 Pp.
 10. Colonna D'Istria, Robert, Traducción De Benito Herrero, *Iniciación A La Economía*, 2ª Ed., Madrid, Acento Editorial, 1996, 95 Pp.
 11. Emery, E. David; *Principios De Economía: Microeconomía*. 2ª Edición, México, SITESA, 2000, 334 Pp.
 12. Glazer, Amihai Y Hirshleifer, Jack; *Microeconomía Teoría Y Aplicaciones*. 5ª Edición, México, Prentice Hall Hispanoamericana S.A., 2000, 610 Pp
 13. Mankiw N., Gregory, *Principios De Economía*, 3ª Ed, México: Mcgaw-Hill, 2004
 14. Ménard, Mathilde, *Diccionario De Términos Económicos*, 2ª Ed., Madrid, Acento Editorial, 1996, 95 Pp
 15. Méndez Morales, Silvestre José. *Economía Y La Empresa*, 3ª Ed., México, Mcgraw-Hill, 2007, 434 Pp
 16. Rossetti, José Paschoal, *Introducción A La Economía*. 3ª. Ed., México, Oxford University Press, 2002, 86 Pp.
 17. Seo, K.K. Y Winger Bernard J., *Managerial Economics: Text, Problems And Short Cases*, 5ª, Richard D. Irwin Inc., Estados Unidos, 1979
 - K. K. Seo, Bernard J. Winger. *Economía Empresarial: Texto, Problemas Y Casos*. México, Unión Tipográfica Editorial Hispano Americana , 1982, 475 Pp
 18. Varian, Hal R., *Un Enfoque Actual Microeconomía Intermedia*. 5ª Ed., España, Antoni Bosch Editor, 2005, 721pp.
 19. Vizcarra Cifuentes, Jose Luis, *Diccionario De Economía*. 1ª Ed., México, Grupo Editorial Patria, 2007, 370pp.
-



SITIOS ELECTRÓNICOS

- Definición de factores de la producción:
http://www.colombialink.com/01_INDEX/index_finanzas/05_factores.html
 - Apuntes de sobre los factores de producción:
<http://usuarios.lycos.es/economiasil/cap102.htm>
 - Diccionario de economía, administración y finanzas:
<http://www.mitecnologico.com/Main/FactoresDeLaProduccion>
 - Diccionario de economía y finanzas: http://www.eco-finanzas.com/diccionario/F/FACTORES_DE_LA_PRODUCION.htm
 - Enciclopedia de economía:
<http://www.economia48.com/spa/d/coeficiente-de-produccion/coeficiente-de-produccion.htm>
 - Diccionario Economía - Administración - Finanzas – Marketing:
http://www.eco-finanzas.com/diccionario/C/COEFICIENTE_MEDIO_DE_PRODUCION.htm
 - Explicación de la función de producción:
<http://www.econlink.com.ar/funcion-produccion>
 - Apuntes de microeconomía y diccionario de economía:
-



<http://www.zonaeconomica.com/funcion-de-produccion>.

- Enciclopedia de economía:

<http://www.economia48.com/spa/d/funcion-de-produccion/funcion-de-produccion.htm>.

- Apuntes de microeconomía:

<http://www.eumed.net/cursecon/libreria/bg-micro/1f.htm>.

- Cursos, tutoriales, manuales, apuntes, monografías y artículos libres. *Wikilearning*, la primera comunidad libre donde aprender y compartir lo que sabes:

[http://www.wikilearning.com/monografia/volumen de la optima utilidad-](http://www.wikilearning.com/monografia/volumen_de_la_optima_utilidad-)

[ley de rendimientos decrecientes o de rendimientos no proporcionales/12591-3.](http://www.wikilearning.com/monografia/volumen_de_la_optima_utilidad-ley_de_rendimientos_decrecientes_o_de_rendimientos_no_proporcionales/12591-3)

- Blogs, noticias y apuntes:

<http://www.ecuaderno.com/2006/03/05/la-ley-de-rendimientos-decrecientes-y-los-blogs/>.

- Definición y diferentes enlaces acerca de los temas de economía:

<http://es.mimi.hu/economia/isocuantas.html>.

- Definición de temas de

economía www.elprisma.com/apuntes/curso.asp?id=10917.

- PPT de todo lo relacionado con la teoría de la producción:

http://www.azc.uam.mx/socialesyhumanidades/06/departamentos/relaciones/Materialdeconsulta/Material%20didactico/Teo_prod.pdf.

- Documento de teoría de la producción y costos:

<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/eco/teoproycos.pdf>.

- Curso de microeconomía:

http://www.google.com.mx/search?hl=es&source=hp&q=Curva+de+producto+constante&meta=&rlz=1R2GGLL_es&aq=f&oq=

- Teoría de la producción y costos:

<http://www.scribd.com/doc/6947361/teoria-de-la-produccion-y-los->



costos.

- Teoría del productor – conceptos:
<http://www.mitecnologico.com/Main/TeoriaDelProductorConceptos>.
 - Concepto de ruta de expansión:
<http://www.mitecnologico.com/Main/TrayectoORutaDeExpansion>.
 - Microeconomía, diapositivas, ejercicios, problemas, solucionarios, videos, libros electrónicos, mapas mentales:
<http://microeconomia.org/guillermopereyra/2007/10/24/el-efecto-sustitucion-y-el-efecto-escala-en-las-funciones-de-produccion/>.
-



SUAYED UNA OPCIÓN PARA TI

UNIDAD 5

COSTOS DE PRODUCCIÓN

APUNTES DIGITALES PLAN 2011

SUAYED UNA OPCIÓN PARA TI



SUAYED
UNA OPCIÓN
PARA TI

OBJETIVO ESPECIFICO

Al finalizar el curso el alumno tendrá elementos para analizar los costos de una organización económica.



INTRODUCCIÓN

Los costos desempeñan un papel crucial en la mayoría de las decisiones administrativas. En esta unidad presentamos cierto número de conceptos de costos, mostramos las relaciones entre las funciones de costos y de producción, y examinamos varias relaciones de costos a corto y largo plazo.

El concepto de costo pertinente requiere que se comprenda la relación de costo y producción de una empresa o su función de costos. Las funciones de costos se determinan por la función de producción y la función de la oferta en el mercado de sus insumos, de modo que la función de producción especifique la relación técnica entre insumos y productos, y que los precios de los insumos conviertan esta relación física en una función de costos y producción.

En la **toma de decisiones** administrativas se utilizan dos funciones básicas de costos: a corto plazo las cuales son empleadas en la mayoría de las decisiones operacionales cotidianas, y funciones de costos a largo plazo, utilizadas con fines de planeación.

LO QUE SÉ

Investiga y explica, en no más de una cuartilla, por qué se presentan los rendimientos decrecientes de los factores de la producción. No olvides citar las fuentes que consultes.



TEMARIO DETALLADO (12 HORAS)

- 5.1 Clasificación de los costos
- 5.2 Líneas de costos
- 5.3 Equilibrio de la empresa
- 5.4 Economías de escala



5.1 Clasificación de los costos

Los tipos de costos más utilizados en la microeconomía y de mucha utilidad en la toma de decisiones, son:

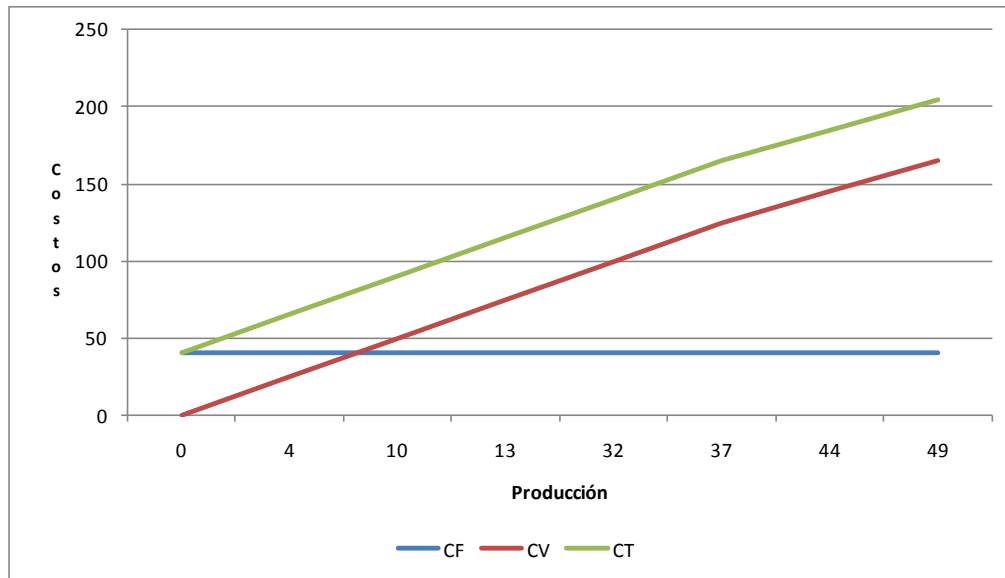
- a) Los costos totales
- b) Los costos fijos
- c) Los costos variables
- d) Los costos promedio
- e) Los costos marginales

La **curva de costos totales** representa los costos incurridos por la empresa en función del nivel de actividad.

Los **Costos totales (CT)** son la suma de los costos fijos y de los costos variables.

Costos fijos (CF) son aquellos que no varían en función del nivel de actividad. La empresa incurre en ellos con independencia de que funcione al 100% de su capacidad, al 50 o incluso de que esté parada (por ejemplo, el alquiler de las oficinas centrales).

Costos variables (CV) son aquellos que varían en función del nivel de actividad (por ejemplo, el consumo de materia prima depende del volumen de fabricación).



Curvas de costos

A continuación, vamos a distinguir entre el corto plazo y el largo plazo.

Curva de costos a corto plazo

I) Costo total promedio (costo total unitario)

La curva del costo total medio se obtiene dividiendo el costo total por las unidades producidas. Esta curva tiene forma de U.

El costo total medio es la suma del costo fijo medio y del costo variable medio.



Costo total medio

- 1. El costo fijo medio siempre será decreciente (dentro de ciertos niveles de actividad). Al ser un costo fijo, a medida que aumenta la producción, el costo a imputar a cada unidad es cada vez menor.**
- 2. El costo variable medio (costo variable por unidad de producto) puede ser decreciente en una fase inicial (coincide con los volúmenes de actividad en los que la función de producción tiene pendiente creciente), pero, a medida que comienza a cumplirse la ley de la productividad marginal decreciente, el costo variable medio comienza a ascender. Su pendiente irá aumentando en la misma medida en que la pendiente de la función de producción se vaya haciendo más plana.**

Resultado de la interacción de los dos tipos de costos, la curva de costo total medio presenta inicialmente una pendiente descendente (nivel de actividad con costo fijo medio y costo variable medio a la baja), pero, a medida que la actividad aumenta y el costo variable medio comienza a elevarse, la curva de costo total medio cambia de pendiente y comienza a subir.

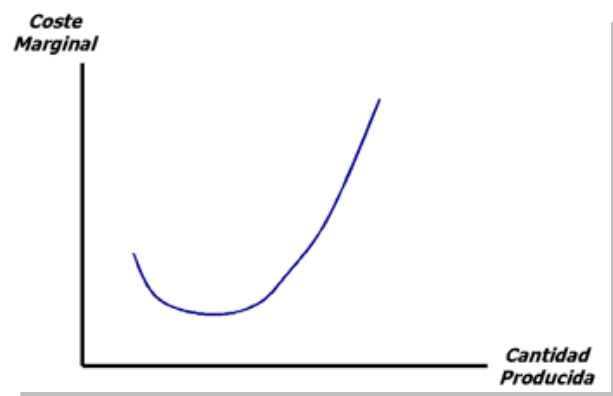


II) Costo marginal

La curva de costo marginal representa el incremento del costo total al incrementarse la producción en una unidad. En una fase inicial, la pendiente de esta curva es decreciente. Al igual que ocurriría con el costo variable medio, corresponde a aquel nivel inicial de actividad donde la función de producción tiene pendiente creciente.

Al aumentar la producción, mejora la eficiencia y el costo de producir una unidad adicional disminuye. Pero, cuando la ley de la producción marginal decreciente comienza a manifestarse, la pendiente de la curva de costo marginal comienza a aumentar.

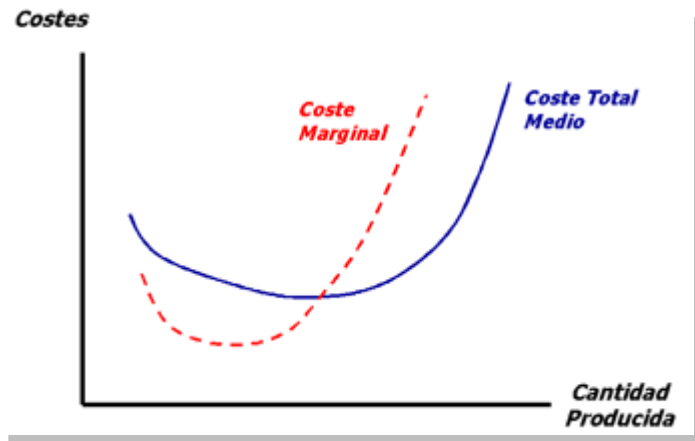
Cada vez cuesta más producir una unidad adicional.



Curva de costo marginal



Si se representa en un mismo gráfico, la curva de costo marginal y la curva de costo total medio se puede observar:



Curva de costo marginal

La curva de costo marginal corta a la curva de costo total medio por su punto más bajo.

Mientras el costo marginal esté por debajo del costo total medio (es decir, mientras el costo de producir una unidad adicional sea menor que el costo total medio), el costo total medio será decreciente. Desde el momento en el que el costo marginal se sitúa por encima del costo total medio, dicho costo total medio comenzará a subir.

El punto más bajo de la curva de costo total medio corresponde al nivel de actividad más eficiente de la empresa, es decir, aquel en el que la empresa produce al mínimo costo por unidad de producto. Una vez que el costo total medio comienza a ascender, incrementos adicionales en el volumen de actividad harán que su pendiente sea cada vez más inclinada.

La ley de la producción marginal decreciente explica el costo de una unidad adicional será cada vez mayor.



La diferencia fundamental entre los costos a corto plazo y los costos a largo plazo es la siguiente:

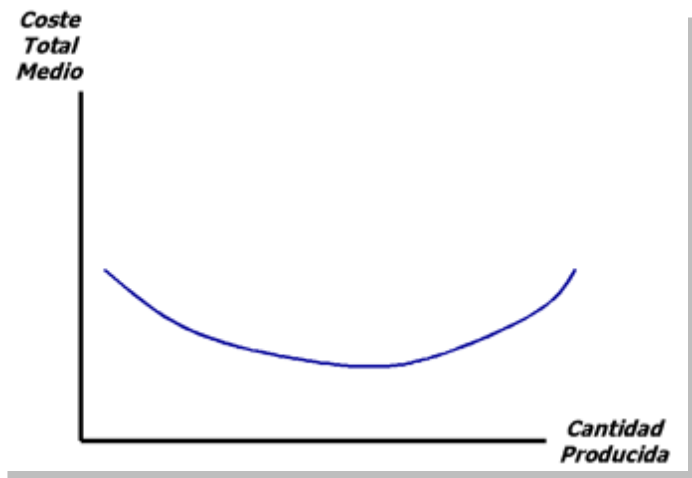
Diferencias entre costos

1. Costos a corto plazo. A corto plazo existen costos fijos, costos en los que incurre la empresa con independencia de su nivel de actividad, costos que se originan incluso aunque la empresa estuviese parada (amortización de las máquinas, costos financieros, alquileres, etc.). Son costos que la empresa no puede eliminar inmediatamente, aunque decidiera finalizar sus actividades.

2. Costos a largo plazo. A largo plazo todos los costos son variables. La empresa puede cancelar los contratos de alquiler de sus oficinas o alquilar nuevas oficinas, puede vender sus instalaciones, maquinarias, etc., o adquirir otras nuevas, cancelar sus préstamos o solicitar otros nuevos, etcétera.

III) El costo total medio a largo plazo

tiene también forma de U (igual que la curva a corto plazo), pero su forma es más abierta. El comportamiento de la curva del costo marginal es que inicia alto, desciende drásticamente en las unidades de producción, llega a un mínimo y se eleva, conforme aumentamos las unidades de producción su utilidad es que indica cuándo se iguala con el costo promedio el monto óptimo de producción.



Curva de costos a largo plazo

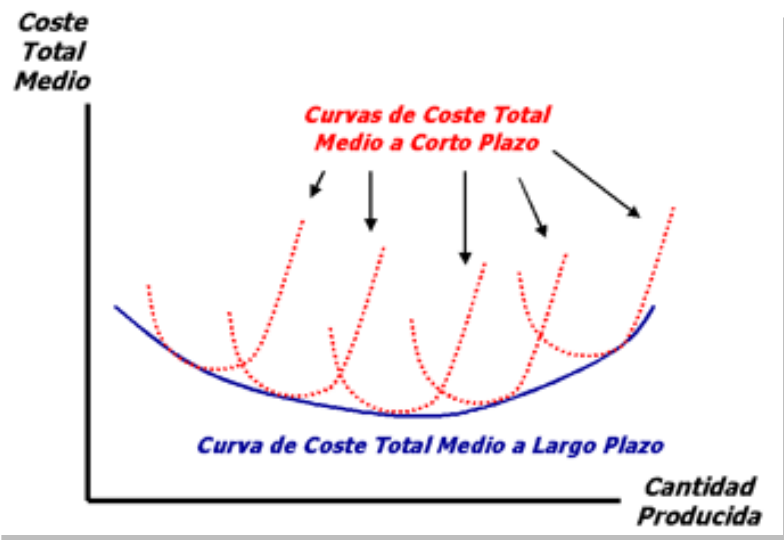
La curva a largo plazo se situará siempre por debajo de las diferentes curvas a corto plazo:

Al ser todos los costos variables, la empresa tiene libertad de movimiento para buscar en cada momento su dimensión más adecuada.

En cada nivel de actividad, se situará en el punto más bajo de la curva de costo total medio, correspondiente a dicho nivel (curva a corto plazo). A medida que su dimensión vaya cambiando (nuevas curvas a corto plazo), buscará posicionarse en el punto inferior de cada una de ellas.

Uniando los puntos mínimos de las curvas a corto plazo correspondientes a cada nivel de actividad, obtendremos la curva a largo plazo.

El punto mínimo de cada curva de costos totales medio a corto plazo es tangente a la curva a largo plazo.



Curva de costos total promedio a largo plazo (curva de planeación)

El tramo descendente de la curva de costos totales medios a l/p (largo plazo) corresponde a niveles de actividad en los que hay economías de escalas:

Es decir, aumentos de actividad conllevan disminución del costo total medio. La empresa gana en eficiencia a medida que aumenta su actividad. Los motivos pueden ser muy variados, por ejemplo, el mayor volumen permite mecanizar ciertas fases del proceso productivo, o permite segmentar la plantilla en unidades especializadas en fases concretas del proceso productivo, etcétera.

En la gráfica curva de costos total promedio a largo plazo (curva de planeación), se muestra la curva de planeación. En su parte descendente, se muestran las economías de escala, la mejor situación es en su punto más bajo, en la parte ascendente corresponden las deseconomías y son atribuibles únicamente a una inadecuada administración.

El elevado volumen de actividad perjudica la eficiencia, elevando el costo medio por unidad de producto. Las causas pueden ser múltiples (se complica la toma de decisiones, se burocratiza la empresa, se producen solapamientos de funciones, etc.).

En definitiva, toda actividad tiene un nivel óptimo de actividad a largo plazo, aquél en el que se minimiza el costo medio total.

5.2 Líneas de costos

Un **isocosto** expresa las diferentes combinaciones de capital y trabajo que una empresa puede adquirir, dados el desembolso total (**DT**) de la empresa y los precios de los factores. La pendiente de un isocosto se obtiene mediante P_L / P_K , donde P_L es el precio del trabajo y P_K es el precio del capital.

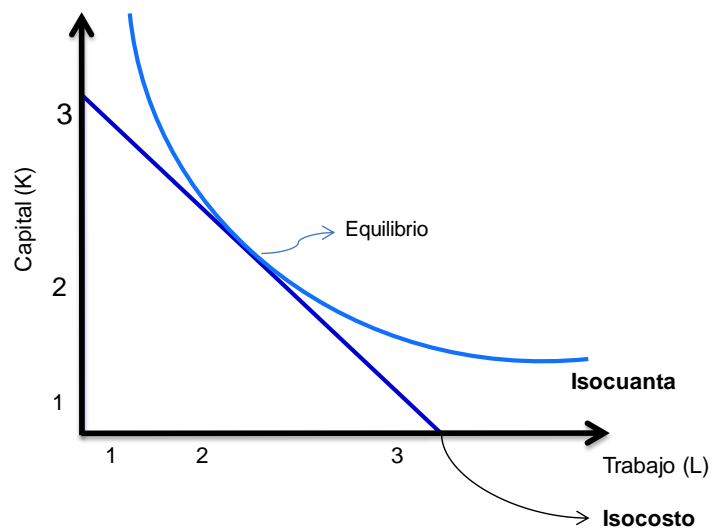
El **equilibrio del productor** se alcanza cuando maximiza su producción para un desembolso total determinado, es decir, cuando alcanza la isocuanta más alta, lo cual ocurre cuando ésta es tangente al isocosto. Lo anterior es análogo al equilibrio del consumidor, cuando la curva de indiferencia más alta es tangente a la línea de restricción presupuestal.

Matemáticamente, se dice que el productor alcanza el equilibrio cuando:

$$TMST_{LK} = \frac{PM_L}{PM_K} = \frac{P_L}{P_K}$$



Lo anterior significa que, en el equilibrio, el producto marginal del último peso (peseta, dólar, etc.) invertido en trabajo es igual al producto marginal del último peso invertido en capital. Lo mismo sería cierto para otros factores, si la empresa tuviera más de dos factores de producción.





5.3 Equilibrio de la empresa

Recordemos que la curva de oferta de las empresas tiene pendiente positiva, y muestra el conjunto de combinaciones de precio y cantidades que la empresa está dispuesta a operar. La empresa maximiza sus beneficios después de que recupera los costos variables medios, por el aumento de la producción, ya que si estos se incrementan los marginales también, la empresa continuara aumentando su producción en tanto que el Ingreso Marginal (YMg) sea igual al Costo Marginal (CMg), es decir, la empresa aumentara la producción hasta el punto máximo que logre la igualdad; si sigue produciendo representara perdidas para la empresa, teniendo que regresar al equilibrio.

El equilibrio del YMg y CMg nos da beneficio por unidad producida cero, este resultado es optimo, pues la empresa ya acumulo todos los beneficios dados al precio de mercado.



5.4 Economías de escala

Por economías de escala se entiende al conjunto de fuerzas o factores que provocan una disminución en los costos promedio de una empresa, al aumentar sus niveles de producción o el tamaño de la empresa. Algunos de estos factores se identifican con las crecientes posibilidades de división o especialización del trabajo, así como por la posibilidad de utilizar tecnologías más eficientes.

Por el contrario, las **deseconomías de escala** se refieren al conjunto de fuerzas o factores que ocasionan un aumento en los costos promedio de una empresa, cuando se amplía el nivel de producción o el tamaño de la empresa. Por lo general, estos factores están representados por las crecientes dificultades de coordinación y control de las actividades de la empresa para realizar una mayor producción.



RESUMEN DE LA UNIDAD

Costo	Definición	Formula
Fijo (CF)	No depende del nivel de producción	
Variable (CV)	Depende del nivel de producción	
Total (CT)	Suma del costo fijo y variable	
Medio (CMe)	Se obtiene por dividir el Costo Total entre la Producción	—
Marginal (CMg)	Es el incremento del Costo Total por producir una unidad adicional	—
Isocuanta	Muestra la combinación de los factores de producción	
Isocosto	Representación grafica de las combinaciones de los factores de producción que cuestan la misma cantidad.	



GLOSARIO DE LA UNIDAD

Costos fijos

Es el costo que, en el corto plazo, permanece invariable cuando la cantidad producida se incrementa o disminuye. Algunos de estos costos se presentan aún cuando no se produzca nada.

Costos Marginales

Adición al costo total como resultado de incrementar la producción en una unidad.

Costos medios

Se define como el costo total de producción dividido por el número de unidades producidas.

Costos Totales

Suma de los costos variables y fijos.

Costos Variables

Costos de producción que varían por la cantidad de producción.



Curva a largo plazo o de planeación

Se compone por el límite más bajo de todas las curvas a corto plazo. Muestra la forma menos costosa de producir cualquier nivel determinado de producción.

Isocostos

Es la representación grafica de los costos.

Des economías a escala

Aumento de los costos de producción como consecuencia del crecimiento de de la producción.

Economías a escala

Es el fenómeno que consiste en la disminución de los costos de producción como resultado en las mejoras de la empresa, por ejemplo la ampliación de la misma.



ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

ACTIVIDAD 1

Busca por lo menos 2 noticias que se relacionen con las deseconomías de escala y analízalas para dar tu punto de vista; menciona qué propondrías para convertirlas a economías de escala.

ACTIVIDAD 2

Con los datos que se te proporcionan, grafica lo que se te pide en Excel:

1. Grafica las curvas de costos fijos, variables, totales, medios y marginales
2. Realiza una explicación de los mismos.

Cantidad	Costo fijo	Costo Variable	Costo total
0	120	0	120
1	120	10	130
2	120	50	170
3	120	90	210
4	120	100	220
5	120	120	240
6	120	145	265



CUESTIONARIO DE REFORZAMIENTO

1. ¿Qué son los costos?
2. ¿Cuál es la importancia de los costos para las empresas y que representan en los estados financieros?
3. Defina que son las isocuantas y cuál es la importancia de estas
4. ¿Qué son los isocostos y cómo influyen en la toma de decisiones de las empresas?
5. Explique las diferencias entre las economías y deseconomías a escala
6. ¿A qué se refiere la curva de planeación o a largo plazo?

LO QUE APRENDÍ

Investiga cuáles son los tipos de costos más representativos en la toma de decisiones y explica por qué. Redacta tu investigación en no más de dos cuartillas.

Realiza esta actividad en un documento de Word.



EXAMEN DE AUTOEVALUACIÓN

I. Lee las frases que se presentan a continuación y escríbelas sobre la raya correcta para completar las oraciones.



- A) Al conjunto de Factores que provocan una disminución en los costos promedio de la empresa, aumentando la producción se conoce como: _____
- B) A las diferentes combinaciones de capital y trabajo se les llama: _____
- C) Cuando se alcanza la isocuantas mas alta y el isocosto es tangente a este se obtiene: _____
- D) El aumento de los costo promedio cuando se amplía la producción se le llama: _____
- E) Representa al desembolso total que tiene una empresa por la adquisición de los factores: _____

II. Lee las oraciones que se presentan a continuación y busca las respuestas de cada pregunta en la sopa de letras.



P O I L O P O N O M S
E P R E C I A R E A U
R L T L I G A D S U S
F A E I P F I J O S T
E N A S I O R P M E I
C E S U T O F L O S T
T A G A N U J E F C U
A C O I F A U P R E T
P I L B I E M E S T O
R O P T O T A L E S A
E N U I R I R L G E P
S E C E R O G I A L R
U F S R A S I C T B E
P I S R T M R O I A C
U D A I D E L S N I I
E N C O M D O A G R E
S I O P A C T R R A D
D S N P O S I T E V N
T A U S D U L A S J A
O M T N A L P R O R M
S O P R E F E R E N E
S E L A N I G R A M D
T E C N O L O G I A A

1. Al dividir el costo total entre la producción obtenemos el costo: medio
2. Esta curva muestra los diferentes tamaños de la empresa en su escala óptima.
3. Se obtiene por la suma de los costos fijo y variables: total
4. Muestra las diferentes combinaciones de los insumos que puede adquirir la empresa, según los precios de los mismos.: isocostos
5. Costos que aumentan conforme a la producción: variable
6. Se da por el incremento del costo total entre el incremento de la producción.
7. La empresa los tiene que pagar aunque no produzca.



MESOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

Autor	Capítulo	Páginas
3. Grave Russek, Ana Luisa	9 y 10	236-240; 242, 249
2. Cue, Agustín y Quintana, Luis	6	100-101, 103- 113
8. Vargas, Gustavo	8	220-222
13. Mankiw, Gregory	13	187-190
6. Salvatore, Dominick	6 y 7	122-124; 146- 153
4. Mc Connell, Campbell R. y Brue, Stanley L.	22	120-121, 125- 130, 132-138
5. Parkin, Michel	10	233-237
18. Varian, Hal R.	20	355-365



BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

1. Call, Steven T. Y Holahan, William L. *Microeconomía*, 2ª. Ed., México, Grupo Editorial Interamericana, 1985, 575 Pp.
 2. Cue, Agustín Y Quintana, Luis, *Introducción A La Microeconomía. Un Enfoque Integral Para México*. 1ª Ed., México, Grupo Editorial Patria, 2008, 289 Pp.
 3. Grave Russek, Ana Luisa, *Microeconomía: Enfoque De Negocios*, Pearson Educación, México, 2006, 346 Pp.
 4. Mcconell, Campbell, Brue, Stanley. *Microeconomía*, 14ª Ed., México, Mcgraw-Hill, 2004, 228 Pp.
 5. Parkin, Michael, Esquivel Gerardo, *Microeconomía: Versión Para Latinoamérica*, 7a, Pearson Educación, México, 2006, 517 Pp.
 6. Salvatore, Dominick, *Microeconomía*, 4ta Edición, México, Mc Graw Hill, 2008, 368 Pp.
 7. Schettino, Macario, *Introducción A La Economía Para No Economistas*, 1ª Ed., México, Pearson Educación, 2002, 311 Pp.
 8. Vargas Sánchez, Gustavo, *Introducción A La Teoría Económica. Aplicaciones A La Economía Mexicana*. 1ª Ed. México, Mcgraw-Hill, 2002, 602 Pp.
-



BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

9. Case, Karl E. Y Fair, Ray C. *Principios De Microeconomía*. 4ª Edición, México, Pearson Educación, 2000, 620 Pp.
 10. Colonna D'Ístria, Robert, Traducción De Benito Herrero, *Iniciación A La Economía*, 2ª Ed., Madrid, Acento Editorial, 1996, 95 Pp.
 11. Emery, E. David; *Principios De Economía: Microeconomía*. 2ª Edición, México, Sitesa, 2000, 334 Pp.
 12. Glazer, Amihai Y Hirshleifer, Jack; *Microeconomía Teoría Y Aplicaciones*. 5ª Edición, México, Prentice Hall Hispanoamericana S.A., 2000, 610 Pp
 13. Mankiw N., Gregory, *Principios De Economía*, 3ª Ed, México: Mcgaw-Hill, 2004
 14. Ménard, Mathilde, *Diccionario De Términos Económicos*, 2ª Ed., Madrid, Acento Editorial, 1996, 95 Pp
 15. Méndez Morales, Silvestre José. *Economía Y La Empresa*, 3ª Ed., México, Mcgraw-Hill, 2007, 434 Pp
 16. Rossetti, José Paschoal, *Introducción A La Economía*. 3ª. Ed., México, Oxford University Press, 2002, 86 Pp.
 17. Seo, K.K. Y Winger Bernard J., *Managerial Economics: Text, Problems And Short Cases*, 5ª, Richard D. Irwin Inc., Estados Unidos, 1979
 - K. K. Seo, Bernard J. Winger. *Economía Empresarial: Texto, Problemas Y Casos*. México, Unión Tipográfica Editorial Hispano Americana , 1982, 475 Pp
 18. Varian, Hal R., *Un Enfoque Actual Microeconomía Intermedia*. 5ª Ed., España, Antoni Bosch Editor, 2005, 721pp.
 19. Vizcarra Cifuentes, Jose Luis, *Diccionario De Economía*. 1ª Ed., México, Grupo Editorial Patria, 2007, 370pp.
-



SITIOS ELECTRÓNICOS

- Noticia: Acusan productores a industriales de aumentar hasta 300% el precio de leche. Lunes 19 de enero 2009:
<http://www.milenio.com/node/150697>.
 - Apuntes de la teoría de costos.
www.monografias.com/trabajos4/costos/costos.shtml
 - Noticia: Logra Fresnillo récord de producción de plata en 2008, baja la de oro 14 de enero 2009
<http://senderodelpeje.com/sdp/contenido/2009/01/14/308835>.
 - Noticia: Los misterios de la industria Textil, Lunes 5 de enero 2009.
http://www.e-consulta.com/index.php?option=com_content&task=view&id=21661&Itemid=177.
 - Teoría de la producción y costos:
www.scribd.com/doc/6947361/teoria-de-la-produccion-y-los-costos
 - Apuntes de microeconomía: www.auladeeconomia.com/micro.htm.
 - Noticia: Pospone Bridgestone planes de inversión en Morelos:
http://www.elfinanciero.com.mx/ElFinanciero/Portal/cfpages/content_mgr.cfm?docId=165040&docTipo=1&orderby=docid&sortby=ASC.
 - PPT de todo lo relacionado con la teoría de la producción:
www.azc.uam.mx/socialesyhumanidades/06/departamentos/relaciones/Materialdeconsulta/Material%20didactico/Teo_prod.pdf.
 - Clasificación y comportamiento de los costos:
<http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/Empresarios/costos.htm#ClasComportamiento>.
 - Introducción a la economía, de Ávila y Lugo, José, pág. 153:
<http://books.google.com.mx/books?id=PhkSnK8f3o4C&pg=PA153&dq=CLASIFICACION+DE+LOS+COSTOS&cd=5#v=onepage&q=&f=false>.
-



- Elementos de Microeconomía, de Rosales Obando, José, pág.65:
<http://books.google.com.mx/books?id=62gNCThG6EwC&pg=PA65&dq=isocuantas&lr=&cd=6#v=onepage&q=isocuantas&f=false>.
 - Apuntes, monografías, trabajos, clases, resúmenes y carpetas de Ciencias Económicas:
<http://www.infoeconomicas.com.ar/idx.php/0/021/article/Clasificacin-de-Costos.html>.
 - Teoría de la producción y costos:
<http://www.scribd.com/doc/13364040/modulo1p3>.
 - Noticia: Chrysler y Fiat analizan una colaboración industrial y comercial:
<http://www.elmundo.es/elmundomotor/2009/01/20/empresas/1232444807.html>.
 - Enciclopedia de economía:
www.economia48.com/.../economias...escala/economias-de-escala.htm
 - Diccionario de economía www.zonaeconomica.com/definicion/economiasescala
 - Economía Internacional, de Carbaugh, Robert J., pag.87 <http://books.google.com.mx/books?id=PQqPiqnsd1EC&pg=RA1-PA87&dq=econom%C3%ADas+a+escala&cd=1#v=onepage&q=econom%C3%ADas%20a%20escala&f=false>
 - La economía de las Organizaciones de Mora R., Jhon James:
www.icesi.edu.co/~jjmora/pdfs/econorga4.pdf
 - Cursos, tutoriales, manuales, apuntes, monografías y artículos libres. *Wikilearning*, la primera comunidad libre:
http://www.wikilearning.com/monografia/costos_y_beneficios_del_libre_comercio-aprovechamiento_de_economias_de_escala/13663-2.
-



SUAYED
UNA OPCIÓN
PARA TI

- Artículo: Siguen en alza los costos laborales, en los tambos argentinos:
http://www.lagaceta.com.ar/nota/306658/Rural/Siguen_alza_costos_laborales_los_tambos_argentinos.html
 - Artículo: *Siembran recursos desiguales y cosechan...* Por: Vicente Ruiz / Martín Fuentes, Lunes, 19 de Enero de 2009
<http://www.correo-gto.com.mx/notas.asp?id=100599>
 - Domingo 11 de Enero 2009,
http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1088718
-



SUAYED
UNA OPCIÓN
PARA TI

UNIDAD 7.

LA FAMILIA COMO CONSUMIDORA



APUNTES DIGITALES PLAN 2011

SUAYED
UNA OPCIÓN
PARA TI



OBJETIVO PARTICULAR

El alumno comprenda la función consumidora de la familia, reconociendo los determinantes objetivos y subjetivos que intervienen en ello.



INTRODUCCIÓN

En esta unidad se aborda el comportamiento del consumidor, es decir, como decide al adquirir un bien. Todos los consumidores cuando van a adquirir un bien primero debe gustarles, posteriormente, lee o investiga las características de éste, desde el color, sabor, tamaño, textura, etc, es decir, nos referimos a las características cualitativas del bien, posteriormente compara ese bien con otro que le da la misma utilidad y de igual forma investiga las características del mismo; al realizar este análisis el consumidor comienza a determinar si adquiere el bien o no, por último lo coteja con el precio de los bienes, lo anterior, es porque si su ingreso no es lo suficiente para adquirir ambos, tendrá que elegir por uno.

Por muy sencillo que parezca este proceso, para las empresas es fundamental conocer los gustos y preferencias de los consumidores a los cuales va a dirigir el producto, ya que significa la viabilidad del producto, algunas empresas dentro de su organización o por contrato independiente realizan el Estudio de Mercado, el cual se basa principalmente en buscar un nicho de mercado al nuevo o mejorado producto, que satisfaga las necesidades del consumidor.



LO QUE SÉ

Lee cuidadosamente los siguientes links y realiza un breve ensayo donde rescates la relación de éstos con la vinculación directa para las empresas (teoría del productor y costos):

<http://www.eluniversal.com.mx/finanzas/85839.html>

<http://www.eluniversal.com.mx/finanzas/85511.html>

<http://www.eluniversal.com.mx/articulos/30956.html>

TEMARIO DETALLADO (8 HORAS)

- 7.1 Valor objetivo y subjetivo
- 7.2 Gustos y preferencias
- 7.3 Ingresos y precios
- 7.4 Bienes sustitutos, complementarios e intermedios



7.1 Valor objetivo y subjetivo

a. Teoría del Valor:

A manera muy general trataremos la teoría del valor, con los postulados más importantes:

Para estudiar la teoría del valor tenemos dos vertientes:

La primera que es la **Objetiva**, la cual estudia desde el punto de vista del trabajo implícito y explícito que se utiliza para la producción de una mercancía; y la segunda es la **subjetiva** la cual analiza el valor de las mercancías a partir de la utilidad del bien o de la mercancía para satisfacer sus necesidades, esta última es la que se estudiará más a fondo en esta unidad.

Teoría objetiva¹⁹:

Sus principales teóricos son Adam Smith, David Ricardo, Karl Marx

El principal postulado de esta teoría es que el valor de la mercancía se obtiene por la cantidad de trabajo que existe en ella.

Adam Smith (1723-1790) desarrolló su teoría en base al valor trabajo, en donde afirma que el valor de las mercancías lo determina la cantidad de trabajo que dichas mercancías pueden comprar, a éste lo determina como valor de cambio, pero también distingue al valor de uso el cual define como la "utilidad" de un bien para satisfacer las necesidades.

¹⁹ McConnell, John W. *Enseñanzas básicas de los grandes economistas*. 1ª Edición, Buenos Aires-Argentina, Tipográfica Editora Argentina, 1961, 17-56 pp..



En cambio David Ricardo (1772-1823), afirma que el valor de cambio de las mercancías, es otorgado por la cantidad de trabajo necesaria para su producción primordialmente.

Para Karl Marx la teoría del valor es mucho más compleja de lo que los teóricos anteriores estudiaron, primero el determina que el valor es el trabajo social de los productores materializado en las mercancías.

Donde las mercancías poseen un valor de uso es la utilidad de un bien o producto que posee la capacidad de satisfacer las necesidades del hombre, este valor es creado por el trabajo concreto. Pero también le da valor a las mercancías el trabajo abstracto el cual es el gasto de fuerza de trabajo humana (cerebro, nervios, etc.).

Determina que el valor de las mercancías se basan en:

- ❖ **Capital Constante**²⁰: son los medios de producción (edificios, instalaciones, materias primas , etc.) cuyo valor no cambia en magnitud en el proceso de producción, este capital no es fuente de plusvalía pero es necesario para que se produzca esta última, algunas partes del capital constante transfieren valor a la nueva mercancía; por otra parte, el capital constante como materias primas, combustible, materiales auxiliares, etc. se consumen en su totalidad en el proceso de producción y transfiere por completo su valor a la mercancía.

²⁰ Borísov,Zhamin Makárova; *Diccionario de economía Política*. 1ª Edición, Buenos Aires, Editorial Futura, 1976, 17 pág.



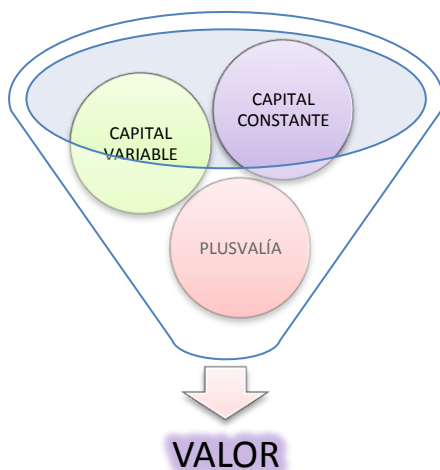
- ❖ **Capital variable**²¹: es la inversión de los empresarios que utilizan para la compra de la fuerza de trabajo (salarios) y se incrementa en el proceso de producción.
- ❖ **Plusvalía**²²: Valor del trabajo no pagado a los obreros, y se crea por encima de la fuerza de trabajo, esta ganancia la retienen los empresarios.

Como vemos los tres teóricos centran su atención en la cantidad de trabajo que tienen las mercancías al producirse y es lo que le da valor a éstas.

Teoría subjetiva²³:

Los teóricos que llevaron a cabo el subjetivismo económico fueron, W. Stanley Jevons, Karl Menger y León Walras, ellos toman como bases de estudio la esencia psicológica, es decir la parte afectiva de los

consumidores para lograr el beneficio y que los mismos bienes y productos le otorgan este. Ellos consideran que el valor de las mercancías o bienes es el bienestar o utilidad que proporcionan; definen a esta última como la capacidad de satisfacer las necesidades.



²¹ Ibid, pag 23.

²² Ibidem 175 pág

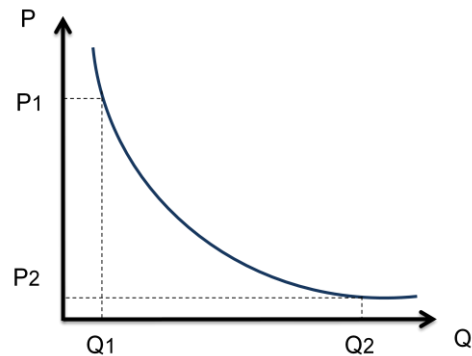
²³ Zamora, Francisco; *Tratado de teoría económica*. 19ª Edición, México, Fondo de Cultura Económica, 1984, 170-194 pp..



Los Subjetivistas se concentran en estudiar la conducta en base a sus gustos, preferencias y utilidad de los bienes.

Cuando P es $> Q$
Cuando P es $< Q$

En lo que respecta a la utilidad de los bienes para satisfacer las necesidades, a partir de la toma de decisiones del consumidor para adquirir un bien o producto en base a sus decisiones e ingresos, éste cuando se encuentra en el proceso de tomar la decisión, se fija en sus gustos, calidad; a su vez compara el bien con otros productos similares que le den la misma satisfacción de su necesidades.



Conforme se va desarrollando esta unidad se desarrolla la teoría subjetiva del valor, basándose en el entorno del consumidor.



7.2 Gustos y preferencias

Para estudiar a los consumidores se retoma la curva de demanda, la cual tiene una pendiente negativa, pues mientras más caro es un bien, menos se compra o viceversa.

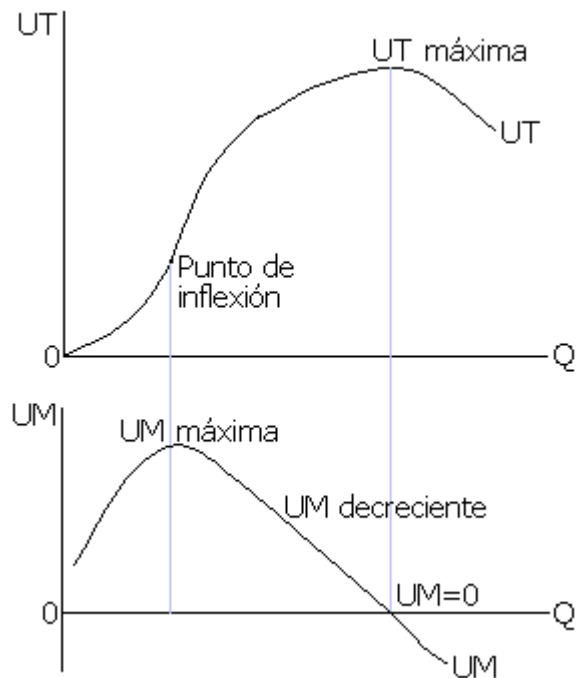
Si bien es cierto que los consumidores, compramos en base a “cuanto nos va a costar”, el comportamiento del consumidor se estudia, en base a los gustos y preferencias de los bienes, productos y servicios. Las empresas conocen los gustos y preferencias de los consumidores por medio del Estudio de Mercado, el cual se basa, en realizar diferentes cuestionamientos a los consumidores, acerca de un producto nuevo o que ya se encuentra en el mercado; estas preguntas van desde saber si les gusta o agrada el producto, por sabor, presentación, tamaño, etc., hasta los posibles precios a los que se puede adquirir dicho producto.

Dentro del estudio de los consumidores se define a la **utilidad** del bien producto o servicio como el nivel de satisfacción que provoca al consumidor a que tanto cubre las necesidades del consumidor; pero esta utilidad tiene un punto máximo al cual se le conoce como **punto de saturación**, es este muestra el nivel máximo alcanzado por la utilidad del producto, es decir, la satisfacción que provoca este bien disminuye, a consecuencia de la **Utilidad Marginal**

la cual es el incremento en la utilidad generado por un pequeño aumento en la cantidad consumida del bien, es decir, la satisfacción adicional por una unidad adicional de consumo del producto.



Las *preferencias* de los consumidores, se refiere al gusto por ese bien, producto o servicio; en estas interviene desde el sabor, presentación, puntos de venta, tamaño, color etc., para que los consumidores adquieran éstos posteriormente se incorpora si el precio del producto en enfocándose al ingreso que percibe; decidiendo comprar o no.



Los consumidores siempre comparan entre varios bienes para poder elegir, es decir *prefiere* el bien *A* al bien *B*, la elección la realizan en base a las siguientes básicas:

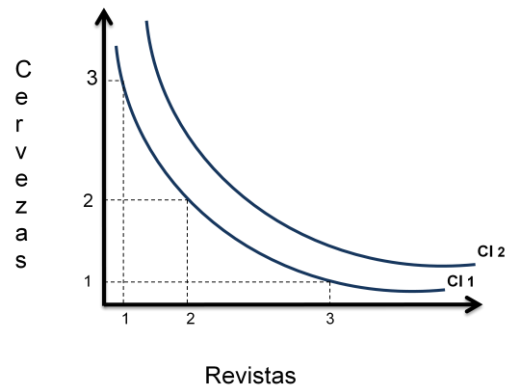
- 1º. Todos los bienes son **comparables** entre sí, por lo tanto puede jerarquizar sus gustos y preferencias
- 2º. Los consumidores **deciden** qué bien prefiere más y entre qué bienes es indiferente.
- 3º. Las **preferencias son transitivas**, es decir, que el consumidor no cambia fácilmente de opinión.
- 4º. La **utilidad** que proporciona los bienes.

Al momento en que el consumidor realiza la comparación va creando sus curvas de indiferencia; ésta es la representación gráfica de las preferencias del consumidor al comparar dos bienes.



Las características de las curvas de indiferencias son:

- Tienen pendiente negativa, porque al consumir más de un bien **A** se disminuye el consumo del bien **B** o viceversa, es decir la relación entre los bienes es negativa.
- No se intersectan, por que el nivel de satisfacción es diferente en cada uno de sus puntos.
- Son convexas al origen
- Juegan con la **tasa Marginal de Sustitución** , la cual es la proporción que dejó de consumir de un bien por otro.



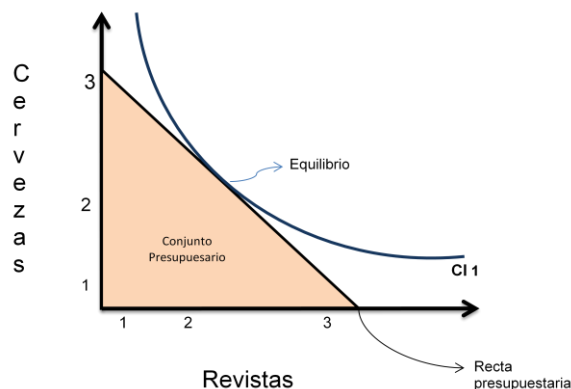
La gráfica muestra que comprando una cantidad determinada de revistas y de cerveza se alcanza cierto nivel de satisfacción. Se puede incrementar esta satisfacción comprando más de alguno de los dos bienes, o más de los dos simultáneamente. Sin embargo, si para comprar más revistas debemos vender revistas, el asunto ya no es tan sencillo, pues si vendemos muchas revistas para comprar una sola cerveza, podemos salir perdiendo.

Actualmente se trabaja con intensidad en el asunto de las preferencias, con la ayuda de psicólogos y profesionales del marketing que tienen un interés evidente en este tema. Dentro del marketing existe un área de conocimiento llamada *comportamiento del consumidor* que intenta descifrar los mecanismos que sigue un consumidor para decidir qué bienes adquirir.

7.3 Ingresos y precios

Una vez que se han definido las preferencias y se han obtenido las curvas de indiferencia, falta determinar qué es lo que hace el consumidor cuando se enfrenta al conjunto de los bienes. Lo que va a hacer, de acuerdo con la teoría económica, es elegir aquellos bienes que le permitan obtener la máxima utilidad posible, dada su restricción presupuestal; esto es, gastará todo su dinero en adquirir bienes, pero los seleccionará intentando obtener la mayor utilidad de ellos, de esta manera el consumidor *maximiza* su utilidad sujeto a su restricción presupuestal.

Los precios de los bienes se representan mediante una línea recta: se puede intercambiar x número de revistas por y número de revistas.



La mejor elección del consumidor se obtiene el equilibrio del consumidor o punto óptimo del consumidor. Puesto que los consumidores buscan alcanzar la máxima utilidad posible, el objetivo es llegar a la curva de indiferencia más lejana que se pueda. Desde luego no se puede estar fuera de la restricción presupuestal. La curva de indiferencia sea *tangente* a la recta de presupuesto. Cualquier curva de indiferencia más cercana al origen proporciona menos utilidad y cualquier curva más lejana al origen, proporcionará mayor utilidad pero a lo mejor, no se puede alcanzar con el presupuesto que se tiene.



Un aumento en los precios tiene dos efectos sobre el consumidor: primeramente, al subir algún precio el consumidor ya no puede comprar la misma cantidad de bienes, así que su ingreso real disminuye; esto se conoce como efecto ingreso. En segundo lugar, dado que ahora la relación de precios ya no es igual, pero la tasa marginal de sustitución del consumidor no ha cambiado, el agente económico cambiará una cierta cantidad de un bien, que ahora es relativamente más caro, por otra pequeña cantidad del bien que es relativamente más barato, éste es el efecto sustitución.

El efecto ingreso es el que ocurre debido a los cambios en el ingreso cuando cambian los precios de los bienes. Un aumento en el precio de un bien disminuye la cantidad total de bienes que se puede comprar, y una disminución en un precio aumenta la cantidad de bienes que se puede adquirir.

El efecto ingreso siempre será positivo en términos de utilidad: a mayor ingreso, mayor cantidad de bienes y por ende mayor utilidad. Lo anterior se refiere a la restricción presupuestaria²⁴:

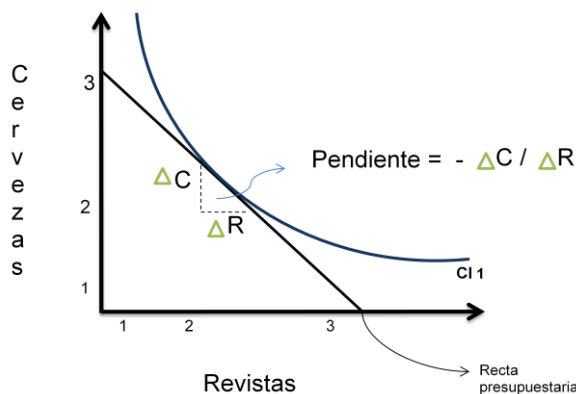
Asumiendo que al precio del bien 1 puedo adquirir cierta cantidad y y del precio del bien 2 otra cantidad, siempre y cuando no sobrepase el ingreso (m) que tiene el consumidor, en caso de que sobrepase su ingreso, el consumidor tendrá que medir su **costo de oportunidad** al adquirir más de un bien por otro.



En cambio el efecto sustitución ocurre debido a que cuando aumenta el precio de un bien, éste se vuelve relativamente más caro. Dado que el consumidor busca maximizar su utilidad, tratará de que la tasa marginal de sustitución sea exactamente igual a la relación de precios y modificará su consumo de los bienes hacia una combinación más adecuada.

Así pues, el consumidor tiene una cantidad de dinero que va a utilizar para comprar los bienes, pero selecciona la combinación que le proporciona más utilidad. Retomando el ejemplo que hemos venido utilizando supongamos que la cerveza cuesta 50.00 pesos, mientras que cada revista cuesta 35.00 pesos. Si el consumidor tiene únicamente 150.00

pesos, no puede comprar muchas revistas y cervezas, ¿cómo realiza su elección?



Obviamente de acuerdo con sus preferencias, el siguiente ejemplo lo ilustra. Un consumidor que toma cerveza todos los días y otro que

prefiere las revistas. Al primer consumidor le costará mucho trabajo cambiar la cerveza por revistas, o dicho de otra forma, querrá cambiar pocas revistas por una revista. El otro consumidor que gusta leer estará dispuesto a intercambiar muchas revistas por poca bebida, puesto que ésta le proporciona más *utilidad*.

La cantidad de cerveza que está dispuesto a cambiar cualquiera de los consumidores por revistas representa lo que la teoría llama tasa marginal de sustitución.



Ésta es la relación que existe entre las utilidades marginales que proporcionan los bienes o, puesto de otra forma, cuánta utilidad adicional le proporciona al consumidor un dulce contra cuánta utilidad adicional le proporciona una cerveza. La utilidad marginal es el incremento en utilidad generado por un pequeño incremento en el consumo del bien de referencia. Por poner un ejemplo numérico, si se tiene 1 % más de cervezas y la utilidad crece 1.5%, y si tiene 1 % más de revistas y la utilidad aumenta 0.8%, entonces la utilidad marginal de los cervezas es mayor que la de las revistas.

La tasa marginal de sustitución del primer consumidor se puede calcular fácilmente: está dispuesto a dejar dos revistas a cambio de obtener una cerveza (tanto valen para él las cervezas), por lo que su tasa marginal de sustitución es dos. Por su parte, el otro consumidor exige siete cervezas a cambio de una revista, por lo que su tasa marginal de sustitución será de un séptimo. La tasa marginal de sustitución puede medirse también al revés. Ahora definimos la tasa de revistas por cervezas, pero podemos definirla como cervezas por revistas.

Aún no se sabe cuánto va a comprar cada uno de cervezas y revistas, pero la tasa marginal de sustitución es muy útil para saberlo: del consumidor que va a sustituir cervezas por revistas, de acuerdo con su tasa marginal de sustitución, hasta que le convenga, esto es, hasta que la relación de precios de los cervezas y las revistas sea exactamente igual a la tasa marginal de sustitución.



7.4 Bienes sustitutos, complementarios e intermedios

Como vimos anteriormente el efecto sustitución es un poco más complejo que el efecto ingreso, puesto que varía si los bienes son sustitutos o complementarios. En el caso de *bienes perfectamente complementarios* no habrá ningún efecto sustitución; en el caso de bienes perfectamente sustitutos el efecto sustitución será total, y se abandonará el consumo del bien que ha aumentado de precio.

Para entender lo anterior²⁵

	<i>Bienes perfectamente sustitutos</i>	<i>Bienes perfectamente complementarios</i>	<i>Bienes Intermedios</i>
Definición	Dos bienes o productos son sustitutos perfectos si el consumidor está dispuesto a sustituir uno por otro a una tasa constante. Por lo tanto las curvas de indiferencia son líneas rectas, con una pendiente constante.	Son los bienes o productos que siempre se consumen juntos en proporciones fijas. El incremento proporcional de ambos bienes, desplazan a la curva en forma paralela y ascendente.	Es la combinación de dos productos o bienes que otorgan la misma satisfacción. Tienen pendiente negativa, ya que al aumentar el consumo de un producto, a la par disminuye el consumo de otro.
Ejemplo	Para los consumidores 5 billetes de \$20.00	Un consumidor está dispuesto a adquirir un par de botas, donde estas	Para un consumidor determinado, aumenta el consumo del bisteck de

²⁵ Varian, Harl R. *Microeconomía Intermedia*, 5ª Edición, Barcelona-España; Antoni Bosch Editor, 1999, 35-47 pp..

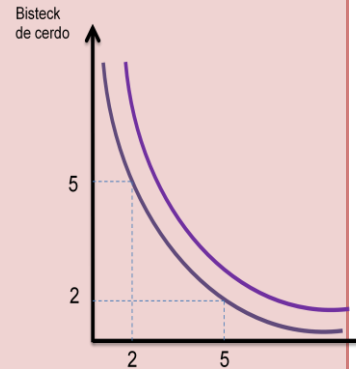
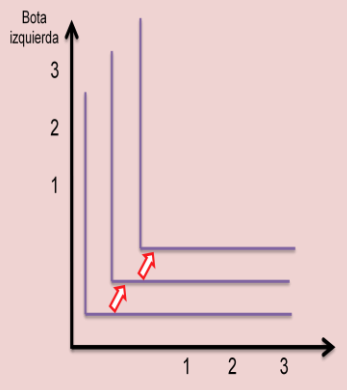
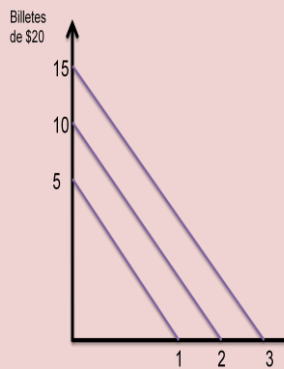


pesos, dan la misma satisfacción que un billete de \$100.00 ó dos billetes de \$50.00; cualquiera de las tres opciones da el mismo beneficio.

traen una bota derecha y una izquierda, es decir, si compro una sé que voy a necesitar la otra.

cerdo a 5 unidades y disminuye el consumo de bisteck de res a 2, dependiendo de su preferencia en un periodo determinado

Gráfica



Todos los consumidores tienen distintas preferencias y necesidades, por satisfacer, las curvas de indiferencias muestran la combinación de diferentes bienes o productos que según a la elección de los consumidores proporciona la misma utilidad.



GLOSARIO DE LA UNIDAD

Consumidor:

Individuo que desea obtener un bien o servicio, para cubrir sus necesidades.

Utilidad total

Satisfacción total de una persona por haber consumido un bien

Utilidad Marginal

Satisfacción adicional del consumidor por la unidad extra

Ingreso del consumidor

Cantidad monetaria que tienen el consumidor para adquirir bienes

Curva de Indiferencia

Representación gráfica, que muestra las diferentes combinaciones de los bienes que dan la misma satisfacción.

Tasa Marginal de sustitución

Sustitución del consumo de uno de los bienes por otros, permaneciendo en la misma curva de indiferencia.



ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

ACTIVIDAD 1

Realiza un cuadro comparativo, que incluya todos los tipos de curvas de indiferencia que existen, este cuadro debe de contener, concepto, gráficas y ejemplos.

Una vez realizados realice un comentario acerca de porque es importante que el productor u ofertante conozca el comportamiento de los consumidores.



CUESTIONARIO DE REFORZAMIENTO

1. ¿Qué es el valor?
 2. ¿Cómo definen los objetivistas y subjetivistas al valor?
 3. En la teoría Marxista que define al valor principalmente y por que
 4. Defina que es la utilidad total y marginal
 5. Realice la curvas de la utilidad total y marginal conjuntamente con una breve explicación
 6. ¿Qué son las curvas de indiferencia y cuáles son sus características?
 7. Explique que es la restricción presupuestal.
-



LO QUE APRENDI

Visita y observa cuidadosamente los siguientes links y contesta las preguntas:

<http://www.youtube.com/watch?v=qDHSWxpnPRU&feature=related>

<http://www.youtube.com/watch?v=QKoblV6rGo&feature=related>

<http://www.youtube.com/watch?v=ZEHvFmAUwL0>

<http://www.youtube.com/watch?v=YRqTv9GLL3Y&NR=1&feature=fvwp>

1. Independientemente del producto, ¿Por qué el productor debe de conocer el comportamiento de los consumidores?
2. ¿Cómo puede explotar esa información?
3. ¿Consideras que sea valido que las empresas utilicen la vulnerabilidad de los consumidores para vender un producto?
4. ¿Cuáles son los nuevos paradigmas del consumidor?



EXAMEN DE AUTOEVALUACIÓN

Lee cuidadosamente cada una de las definiciones y relacionalas con su respectivo concepto.

- | | |
|---|---------------------------|
| 1. Autor que menciona que el valor de cambio de las mercancías se da por la cantidad de trabajo para la producción. | a. Utilidad Total |
| 2. Se define como la inversión de los empresarios para el incremento del proceso de producción | b. Curvas de indiferencia |
| 3. Estudian al consumidor desde sus gustos y preferencias. | c. Adam Smith |
| 4. Esta crece conforme el consumidor desea más de un bien. | d. Capital constante |
| 5. Se obtiene por el producto extra que se consume. | e. Subjetivistas |
| 6. Este capital no es fuente de plusvalía pero si llegan a transferir valor | f. Conjunto presupuestal |
| 7. Muestra las combinaciones de los bienes | g. Utilidad Marginal |
| 8. Se conforma por todas las combinaciones que puede alcanzar el consumidor a los precios e ingresos dados | h. Capital Variable |
| | i. David Ricardo |



MESOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

Autor	Capítulo	Páginas
2. Graue Russek, Ana Luisa	8	197-218
5. Salvatore, Dominick	4 y 5	76-130
Case, Fair	6	113-137
7. Vargas Sánchez, Gustavo	6	150-185
4. Parkin, Michel.	7 y 8	153- 184
Varian	2,3,4	21-74



BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

1. Salvatore, Dominick, *Microeconomía*, 4ta Edición, México, Mc Graw Hill, 2008, 368 Pp.
 2. Parkin, Michael, Esquivel Gerardo, *Microeconomía: Versión Para Latinoamérica*, 7a, Pearson Educación, México, 2006, 517 Pp.
 3. Grave Russek, Ana Luisa, *Microeconomía: Enfoque De Negocios*, Pearson Educación, México, 2006, 346 Pp.
 4. Mcconell, Campbell, Brue, Stanley. *Microeconomía*, 14^a Ed., México, Mcgraw-Hill, 2004, 228 Pp.
 5. Call, Steven T. Y Holahan, William L. *Microeconomía*, 2^a. Ed., México, Grupo Editorial Interamericana, 1985, 575 Pp.
 6. Cue, Agustín Y Quintana, Luis, *Introducción A La Microeconomía. Un Enfoque Integral Para México*. 1^a Ed., México, Grupo Editorial Patria, 2008, 289 Pp.
 7. Vargas Sánchez, Gustavo, *Introducción A La Teoría Económica. Aplicaciones A La Economía Mexicana*. 1^a Ed. México, Mcgraw-Hill, 2002, 602 Pp.
 8. Schettino, Macario, *Introducción A La Economía Para No Economistas*, 1^a Ed., México, Pearson Educación, 2002, 311 Pp.
-



BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

9. Rossetti, José Paschoal, *Introducción A La Economía*. 3ª. Ed., México, Oxford University Press, 2002, 86 Pp.
 10. Varian, Hal R., *Un Enfoque Actual Microeconomía Intermedia*. 5ª Ed., España, Antoni Bosch Editor, 2005, 721pp.
 11. Mankiw N., Gregory, *Principios De Economía*, 3ª Ed, México: Mcgaw-Hill, 2004
 12. Seo, K.K. Y Winger Bernard J., *Managerial Economics: Text, Problems And Short Cases*, 5ª, Richard D. Irwin Inc., Estados Unidos, 1979
 13. K. K. Seo, Bernard J. Winger. *Economía Empresarial: Texto, Problemas Y Casos*. México, Unión Tipográfica Editorial Hispano Americana ,1982, 475 Pp
 14. Case, Karl E. Y Fair, Ray C. *Principios De Microeconomía*. 4ª Edición, México, Pearson Educación, 2000, 620 Pp.
 15. Emery, E. David; *Principios De Economía: Microeconomía*. 2ª Edición, México, Sitesa, 2000, 334 Pp.
 16. Glazer, Amihai Y Hirshleifer, Jack; *Microeconomía Teoría Y Aplicaciones*. 5ª Edición, México, Prentice Hall Hispanoamericana S.A.,2000, 610 Pp
 17. Vizcarra Cifuentes, Jose Luis, *Diccionario De Economía*. 1ª Ed., México, Grupo Editorial Patria, 2007, 370pp.
 18. Ménard, Mathilde, *Diccionario De Términos Económicos*, 2ª Ed., Madrid, Acento Editorial, 1996, 95 Pp.
 19. Colonna D'Ístria, Robert, Traducción De Benito Herrero, *Iniciación A La Economía*, 2ª Ed., Madrid, Acento Editorial, 1996, 95 Pp.
 20. Méndez Morales, Silvestre José. *Economía Y La Empresa*, 3ª Ed., México, Mcgraw-Hill, 2007,434 Pp
-



SITIOS ELECTRÓNICOS

Documento Teoría de consumidor , conceptos, graficas y conceptos.

<http://www.angelfire.com/bc3/valle/capitulo5.htm>

Documento de PDF que explica la teoría del consumidor

http://www.fenadeco.org/pag_files/Teoria%20del%20consumidor.pdf

Documento de PDF que explica *Teoría de consumidor , conceptos, graficas y conceptos.*

http://www.microeconomia.org/documentos_new/Tema02.pdf

Enciclopedia virtual Teoría de consumidor , Conceptos, graficas y conceptos.

<http://www.eumed.net/cursecon/4/utilidad.htm>

Teoría de consumidor , conceptos, graficas y conceptos.

<http://www.galeon.com/cts-economia/micro.htm>

Teoría de consumidor , conceptos, graficas y conceptos.

http://economia.freehostia.com/index.php?option=com_content&view=article&id=55&Itemid=57
