



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN



**DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y
EDUCACIÓN A DISTANCIA**

LICENCIATURA en ADMINISTRACIÓN



APUNTES DIGITALES

PLAN 2012

SUAYED UNA OPCIÓN
PARA TI



SUAYED
SALA OPCION
PARA TI

Licenciatura: **Administración**

MICROECONOMÍA

Plan 2012

Clave:	Créditos:	8
Licenciatura: ADMINISTRACIÓN	Semestre:	3º
Área: Economía	Horas asesoría:	4
Requisitos: Ninguno	Horas por semana:	4
Tipo de asignatura:	Obligatoria (X)	Optativa ()

AUTORA:

Ana Catalina Ney Téllez Girón

INTRODUCCIÓN 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, señala Sandra Rocha (2006):

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.

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 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 específico 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, sitios web, entre otros, 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 DETALLADO

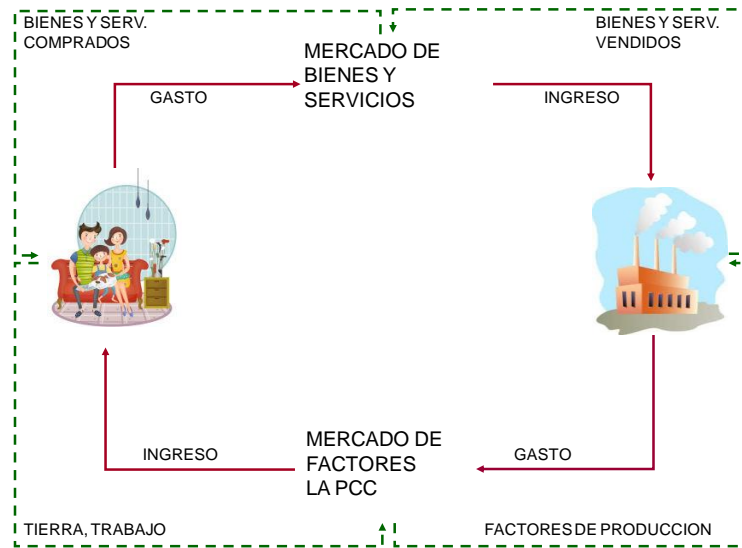
	Horas
1. La empresa y la Economía	8
2. Análisis de las estructuras de mercado	8
3. Análisis de la oferta y la demanda	12
4. La empresa como oferente	8
5. Costos de producción	12
6. La empresa como demandante	8
7. La familia como consumidora	8
TOTAL	64

INTRODUCCIÓN

Dentro del estudio microeconómico se encuentra el estudio de 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; y la *empresa o industria*, que es la unidad económica que produce bienes y servicios con base en los insumos, trabajo, capital y demás. En el campo de estudio de la microeconomía están temas como 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 expone la interacción que existe entre las familias y las empresas; ambos agentes económicos 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 es más detallado: para el caso del Consumidor, se incluye desde sus gustos y preferencias hasta el factor monetario (ingreso) y cómo 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, Cómo, Cuándo, Cuánto y Para quién 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 cuánto 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 tiene que observar cómo se comporta su competencia directa e indirecta.

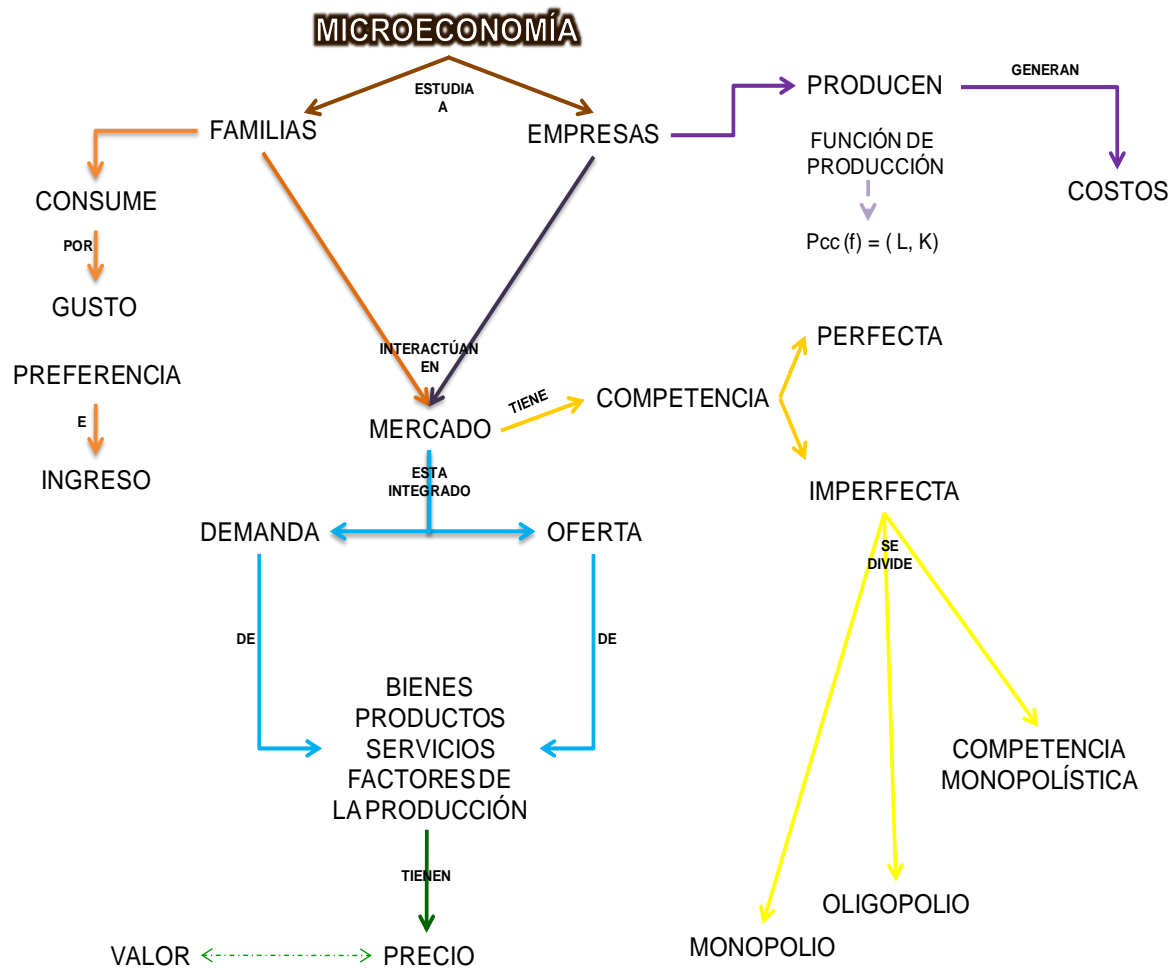


OBJETIVO GENERAL

Que el alumno comprenda las relaciones entre economía y empresa, a partir de la teoría microeconómica y que 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

Licenciatura: **Administración**

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; cómo se divide para su estudio en las diversas encuestas realizadas por el INEGI, y por último cómo se clasifica como empresa, con base en la inversión, tamaño y competencia.



LO QUE SÉ

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

1. Estudia la manera en cómo las sociedades administran sus recursos escasos para producir bienes y servicios, y su distribución entre los 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 y circunstancias de los hechos económicos:
 - a) Economía positiva
 - b) Economía descriptiva
 - c) Economía normativa

4. La demanda agregada o PIB está 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 una 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” (Vizcarra, 2007, p. 201).

Las organizaciones las clasificaremos según la [Ley General de Sociedades Mercantiles y Cooperativas](#) en:

- 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 más socios comanditados que responden, de manera subsidiaria, ilimitada y solidariamente, de las obligaciones sociales, y de uno o más 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 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 antiguos 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 compone exclusivamente de socios cuya obligación se limita al pago de sus acciones. La denominación se formará libremente, pero será distinta de 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 registrarán 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 más socios comanditados que responden de manera subsidiaria, ilimitada y solidariamente, de las obligaciones sociales, y de uno o más comanditarios que únicamente están obligados al pago de sus acciones; se registrará por las reglas relativas a la sociedad anónima, su 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 cooperativa*. Es una organización social que se integra por las personas físicas con intereses comunes y principios de solidaridad, tienen como propósito satisfacer las necesidades individuales y colectivas por medio las actividades económicas producción, distribución y consumo de bienes. (Véase la [LGSM](#))

1.2. Industria y Empresa

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

El Instituto Nacional de Geografía y Estadística, INEGI, 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 por lo menos la recuperación de la inversión inicial u obtener las ganancias por la venta del producto.

Se le conoce como “industria”, dentro del ámbito económico, a todas las empresas que se dedican a la producción del mismo bien. El INEGI (1995) realiza la clasificación de la industria según los diferentes sectores económicos, por ejemplo:



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	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.

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

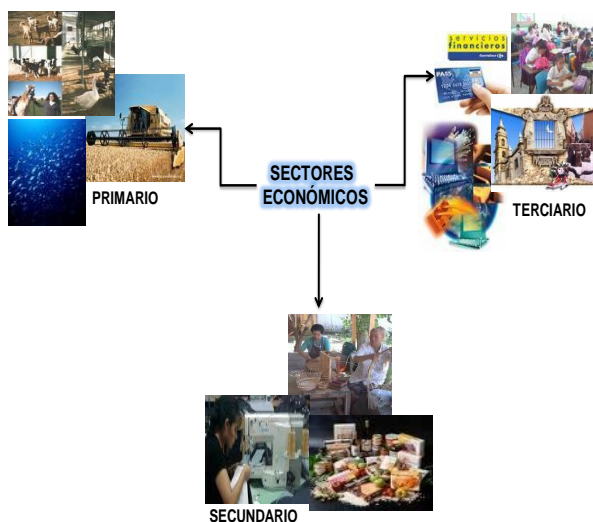
*Tope Máximo Combinado = (Trabajadores) X 10% + (Ventas Anuales) X 90%.
Fuente: Diario Oficial de la Federación del 30 de junio de 2009.

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 INEGI ([Cuéntame: Economía](#)) 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 se derivan de los sectores económicos los cuales se clasifican en:



I. **Primario:** 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 con base en lo que producen.

III. **Terciario.** Este sector se caracteriza por la venta de los productos obtenidos del 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

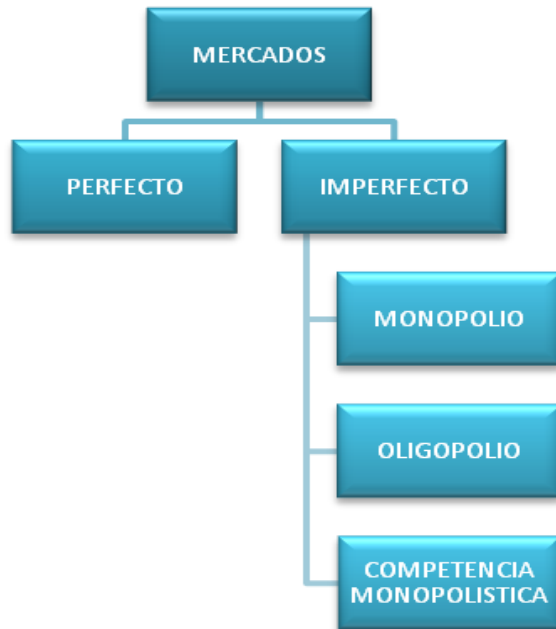
Monopolio: Existe un solo vendedor, el producto o bien no tiene sustitutos cercanos, siempre buscará maximizar sus utilidades, hay restricción del mercado, el precio máximo que cobrará está determinado por la curva de demanda de mercado de su producto, su comportamiento es por aumento de la demanda, produce más y por lo tanto aumenta el precio, generando mayores ganancias, para lograr lo anterior buscará 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 lo harán 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 número 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

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 con el tipo de actividad que ejercerán, según el sector económico al cual pertenezcan, por ejemplo si la sociedad o empresa va a dedicarse a 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 no se toma para su análisis el 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 de 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 existe 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 donde el número de empresas es extenso, el producto es homogéneo y el precio lo determinan con base en la demanda y oferta del producto.

GLOSARIO

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.

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

Agrupada 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

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

ACTIVIDAD 2

Considerando la clasificación de las empresas, busca una noticia que dé un ejemplo de cada una de ellas; además incluye una breve descripción de las noticias que elegiste, justifica tu elección y escribe tus conclusiones sobre la importancia de identificar los tipos de empresas

CUESTIONARIO DE REFORZAMIENTO

Contesta el siguiente cuestionario.

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. Define qué es el precio.
6. ¿A qué se le llama mercado en competencia perfecta?
7. ¿Cuál es la división del mercado en competencia imperfecta? Explica cada una.

EXAMEN DE AUTOEVALUACIÓN

Indica si las siguientes aseveraciones son verdaderas o falsas:

	Verdadera	Falsa
1. La sociedad en nombre colectivo es aquella que existe bajo una razón social y en la que todos los socios responden, de modo subsidiario, limitada e insolidariamente de las obligaciones sociales:	()	()
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 solo serán cedibles en los casos y con los requisitos que establece la presente Ley:	()	()
3. Los factores de la producción son Recursos Naturales, Capital, Interés y Materia prima:	()	()
4. La Secretaria de Economía es quien se encarga de realizar la división de los sectores económicos:	()	()
5. La Microempresa se caracteriza por tener hasta 10 trabajadores:	()	()
6. En la competencia perfecta los vendedores y compradores no tienen conocimiento del mercado y el producto es homogéneo:	()	()
7. En el Oligopolio las decisiones por parte de la	()	()



SUAYED
UNA OPCIÓN
PARA TI

empresa impacta en el mercado:		
8. En la competencia monopolística los compradores no influyen en el precio del producto:	()	()

LO QUE APRENDÍ

Visita con detenimiento los siguientes enlaces:

La historia de las cosas (2008) (parte 1 de 3), disponible en línea:

<http://www.youtube.com/watch?v=x5NVqDPYKjg>

La historia de las cosas (2008) (parte 2 de 3), disponible en línea:

<http://www.youtube.com/watch?v=GUn-BoKILeo>

La historia de las cosas (2008) (parte 3 de 3), disponible en línea:

<http://www.youtube.com/watch?v=47OV3U0Azjw>

[Sitio original [aquí](#)]

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



MESOGRAFÍA

(**Nota:** todos los enlaces de este apunte, consultados o recuperados, funcionan al 14/05/12. De igual manera todas las imágenes son públicas o fueron elaboradas por la autora.)

Bibliografía sugerida

Autor	Capítulo	Páginas
Graue (2006)	9	221-225
Salvatore (2008)	9, 10, 11	241-317
Mcconell & Brue (2004)	23, 24, 25, 26	141-227
Vargas (2001)	4	90-96
Parkin (2006)	3 y 4	59-98

Bibliografía básica

Call, Steven T. y Holahan, William L. (1985). *Microeconomía*. (2ª ed.) México: Interamericana.

Cue, Agustín y Quintana, Luis. (2008). *Introducción a la Microeconomía. Un enfoque integral para México*. México: Patria.

Graue Russek, Ana Luisa. (2006). *Microeconomía: Enfoque de negocios*, México: Pearson Educación.

McConnell, Campbell y Brue, Stanley. (2004). *Microeconomía: principios, problemas y políticas*. (14ª ed.) México: McGraw-Hill.

Parkin, Michael, Esquivel, Gerardo. (2006). *Microeconomía: Versión Para Latinoamérica*. México: Pearson Educación.

Salvatore, Dominick, (2008). *Microeconomía*. (4ª ed.) México: McGraw-Hill.

Schettino, Macario. (2002). *Introducción a la economía para no economistas*. México: Pearson Educación.

Vargas Sánchez, Gustavo. (2002). *Introducción a la teoría económica. Aplicaciones a la economía mexicana*. México: McGraw-Hill.

Código y leyes (México, vigentes)

Ley General de Sociedades Mercantiles.

Ley General de Sociedades Cooperativas.

Bibliografía complementaria

Case, Karl E. y Fair, Ray C. (2000). *Principios de Microeconomía*. (4ª ed.)
México: Pearson Educación.

Colonna D'Istria, Robert. (1996). *Iniciación a la Economía*. (2ª ed.) Madrid:
Acento Editorial.

Emery, E. David. (2000). *Principios de Economía: Microeconomía*. (2ª ed.)
México: Sitesa.

Glazer, Amihai y Hirshleifer, Jack. (2000). *Microeconomía: Teoría y
Aplicaciones*. (5ª ed.) México: Prentice Hall.

Mankiw N., Gregory. (2004). *Principios de Economía*. (3ª ed.) México:
McGraw-Hill.

Ménard, Mathilde. (1996). *Diccionario De Términos Económicos*. (2ª ed.)
Madrid: Acento Editorial.

Méndez Morales, Silvestre José. (2007). *Economía y La Empresa*. (3ª ed.)
México: McGraw-Hill.



Rossetti, José Paschoal. (2002). *Introducción a la Economía*. (3ª ed.) México: Oxford University Press.

Seo, K.K. & Winger, Bernard J. (1979). *Managerial Economics: Text, Problems And Short Cases*. (5th ed.) Homewood, IL, Richard D. Irwin Inc. [Hay traducción al español: (1982). *Economía Empresarial: Texto, Problemas y Casos*. México: Unión Tipográfica.]

Varian, Hal R. (2005). *Microeconomía Intermedia: Un enfoque actual*. (5ª ed.) Barcelona: Antoni Bosch.

Vizcarra Cifuentes, José Luis. (2007). *Diccionario de Economía*. México: Patria.

Sitios de Internet

Sitio	Descripción
http://personales.ya.com/davidgomez/economiaMI1.htm	Gómez Jiménez, David. (2006) Apuntes de microeconomía, UNED, consultado el 23/09/11
http://www.edukativos.com/downloads-file-2683-details.html	Hernández, Marcos. (2005). "Microeconomía", Edukativos, consultado el 23/09/11

<p>http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/metodologias/encuestas/hogares/Cae_ene.pdf</p>	<p>Instituto Nacional de Geografía y Estadística, INEGI. (1995). Clasificador de Actividades Económicas de la Encuesta Nacional de Empleo (CAE ENE), Aguascalientes. INEGI. consultado el 23/09/11</p>
<p>http://cuentame.inegi.org.mx/economia/default.aspx?tema=E</p>	<p>Cuéntame: Economía, consultado el 23/09/11</p>
<p>http://www.storyofstuff.org/about.php</p>	<p>Leonard, Annie. (2007). The Story of Stuff [animación dirigida por Louis Fox], 21 min, EEUU, consultado el 23/09/11</p>



SUAYED UNA OPCIÓN PARA TI

Licenciatura: **Administración**

UNIDAD 2

ANÁLISIS DE LAS ESTRUCTURAS DE MERCADO





OBJETIVO ESPECÍFICO

Que el alumno comprenda las diferentes modalidades en que se estructura el mercado, a fin de ubicar las formas 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. Analizaremos a detalle cada una de las competencias.

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 al 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. Para entender mejor estos mercados tenemos que señalar los diferentes tipos de costos que existen:



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	$CT = CF + CV$
Medio	(<u>Cme</u>)	Se obtiene al dividir el Costo Total entre la Producción	$\frac{CT}{Pcc}$
Medio fijo	(<u>CmeF</u>)	Se obtiene al dividir el Costo Fijo entre la Producción	$\frac{CF}{Pcc}$
Medio Variable	(<u>CmeV</u>)	Se obtiene al dividir el Costo Variable entre la Producción	$\frac{CV}{Pcc}$
Marginal	(<u>Cmg</u>)	Es el incremento del Costo Total por producir una unidad adicional	$\frac{\Delta CT}{\Delta Pcc}$

LO QUE SÉ

Escoge uno de los siguientes enlaces:

La historia de las botellas de agua (2010):

<http://www.youtube.com/watch?v=Se12y9hSOM0&feature=related>

La historia de los cosméticos (2010):

<http://www.youtube.com/watch?v=IMVXoV2-yus>.

La historia de los electrodomésticos (2010):

<http://www.youtube.com/watch?v=IMVXoV2-yus>

Más allá de la crítica que realiza la presentadora en cada video, realiza un ensayo de dos hojas que indique cómo se inicia el proceso de producción, cuáles son los costos de ésta, y cómo beneficia o perjudica al consumidor; también, analiza a qué clasificación de empresas se refiere.

TEMARIO DETALLADO

(8 horas)

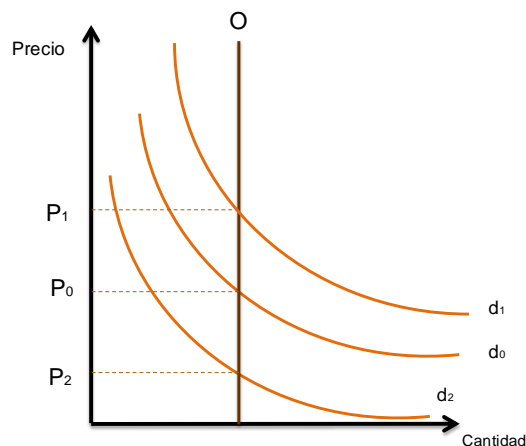
- 2.1. Competencia perfecta: equilibrio a periodo corto y a periodo largo
- 2.2. Monopolio: equilibrio monopolista
- 2.3. Competencia monopólica: equilibrio de la empresa y modelo de Chamberlin
- 2.4. Oligopolio: oligopolio sin colusión y con colusión (Cártel, Trust, Holding)
- 2.5. Monopsonio
- 2.6.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



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

Se define como un mercado en donde los agentes económicos son tomadores de precios, es decir, dan por hecho los precios que son establecidos por la oferta y demanda; el producto es homogéneo, existe libre movilidad de recursos derivando a que las empresas entren y salgan con facilidad de la industria.

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 estudia en tres aspectos:

- **Periodo de mercado**

Éste existe cuando un bien se vende en cantidades fijas durante un plazo muy corto, es decir, la oferta es fija.

La oferta es completamente vertical o perfectamente inelástica, la cual indica que la oferta del bien no depende del precio del mercado, en cambio la demanda es elástica por el comportamiento de los consumidores que al aumento del precio disminuye la cantidad a adquirir o viceversa. El precio está determinado únicamente por la demanda.

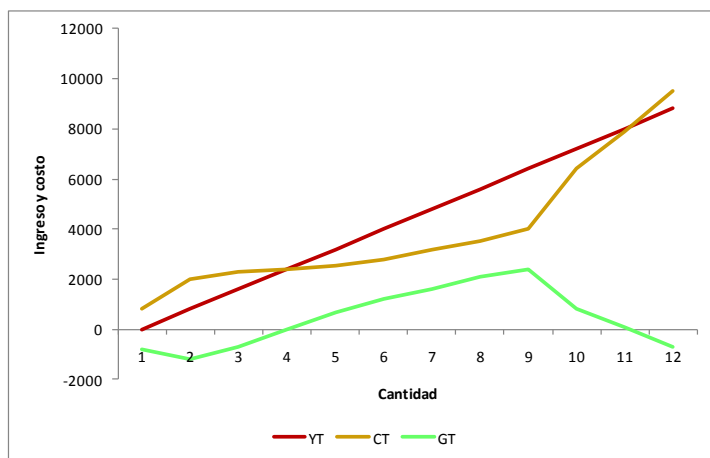
- **Corto plazo**

Dentro del enfoque total se analizan las siguientes variables:

- **Ingreso total (YT)** el cual se obtiene por la multiplicación del precio por la cantidad.
- El **Costo total (CT)** que es la suma de los costos fijos (CF) más los variables (CV).
- **Ganancia total (GT)** (o equilibrio de la empresa) es la diferencia del Ingreso total (YT) – Costo Total (CT).

YT – CT

YT= Ingreso Total



CT= Costo Total

La gráfica nos muestra la cantidad de producción que la empresa debe optar dado su nivel de ingresos y costo total, con la relación de las curvas del ingreso total (YT) y la curva de costo total (CT). Si la empresa produce la cantidad menos de 4, su ingreso total será menor al costo total dando una pérdida. Si se produce la cantidad 4 entonces sus ingresos y sus costos son iguales, dando una ganancia mínima o nula, si incrementa su producción a más de 4 unidades sus ganancias son mayores. Pero al producir 11 unidades las ganancias se reducen y se da una pérdida nuevamente.

- **En el Enfoque Marginal**

El ingreso marginal¹ (Ymg) y el costo marginal (Cmg) se igualan y la producción se realiza con el costo medio (Cme) mínimo.

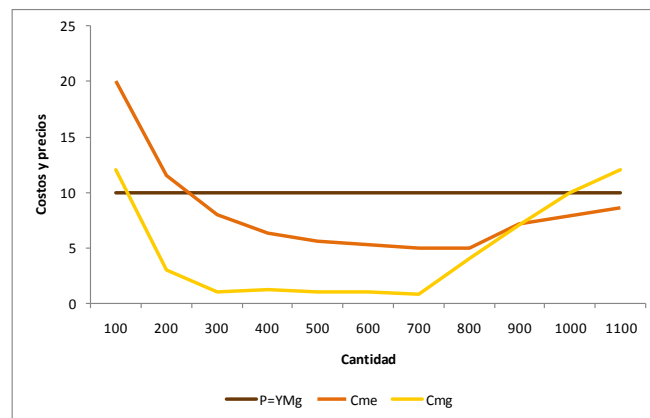
¹ El ingreso marginal es igual al precio de venta.

El ingreso marginal (Ymg) se da por los cambios del ingreso total (YT) por una unidad adicional vendida, en este enfoque el nivel de producción es:

$$Ymg = P = Cmg$$

Lo anterior se interpreta como:

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

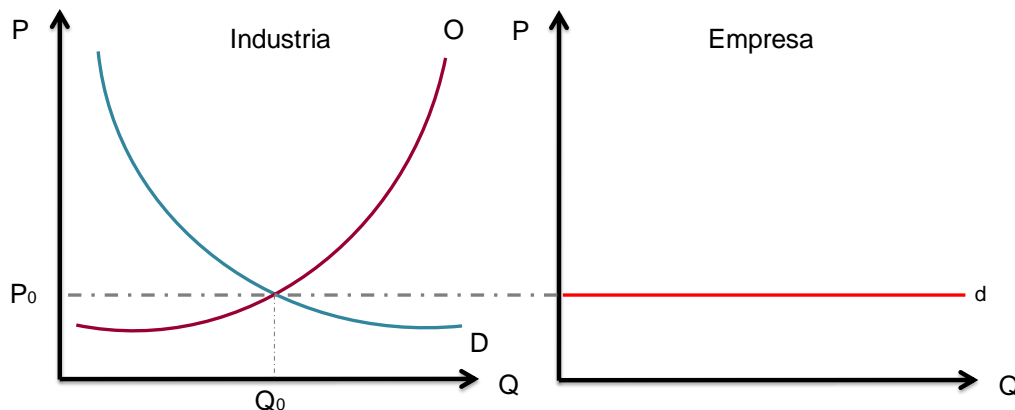


En la competencia perfecta: ingreso marginal (IMg) = precio (P), debido a que la empresa es una aceptadora de precios.

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.

El equilibrio de la industria muestra que la oferta va a estar en función del precio y la demanda va a estar en función de los consumidores; para las empresas la demanda es perfectamente elástica por que el precio ya está dado. En la competencia perfecta se ajusta por la cantidad que produce y el precio se obtiene por el mercado.

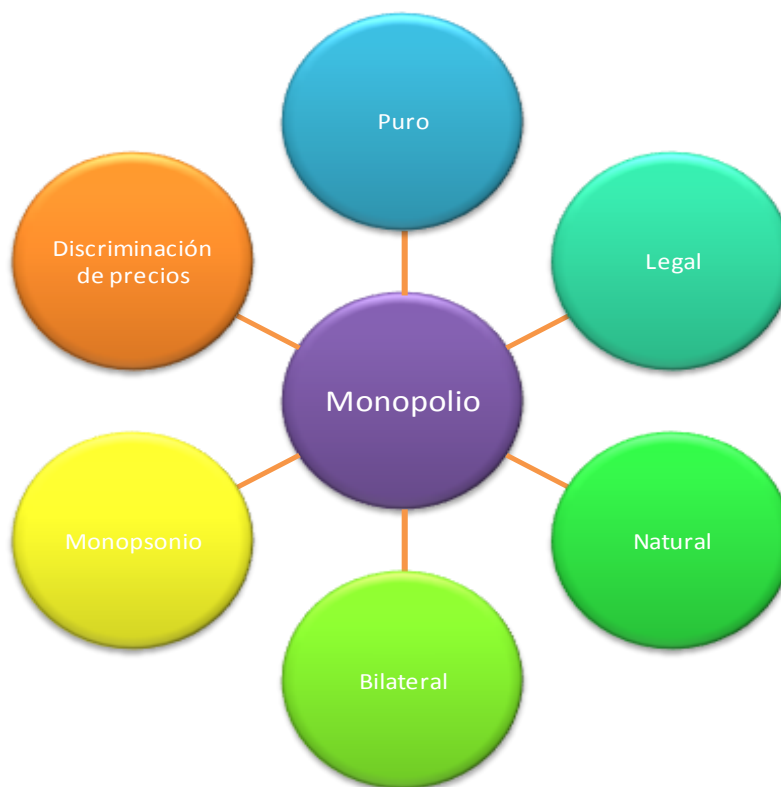


En el equilibrio a largo plazo de la empresa competitiva los insumos son variables, es decir, puede ajustar el tamaño de la planta y de su producción para obtener el beneficio máximo. Si aumenta alguno de los factores de la producción (K , L); la empresa se permite tomar la decisión de salir o entrar a una nueva industria. El costo medio mínimo es igual al precio y a largo plazo el costo medio mínimo es igual al costo medio a largo plazo y de igual forma sucede con el costo marginal se igualan tanto a corto como largo plazo.



2.2. Monopolio: equilibrio monopolista

El monopolio se clasifica de la siguiente forma:



Monopolio puro

Este tiene las siguientes características:

- Hay una sola empresa
- No tienen sustitutos perfectos
- Fija los precios
- Hay barreras de entrada
- Controla la materia prima e insumos para producir el bien
- Reduce sus costos medios al mínimo

Al decir que fija los precios nos referimos a que:

- El precio disminuye si el monopolista aumenta sus ventas o si este aumenta el precio, la cantidad a vender será menos, afectando sus niveles de ganancia.
- El monopolista puede elegir aumentar el precio o la cantidad vendida, pero no ambos.

Monopolio legal

Está permitido por las leyes y es la única empresa en el mercado, se limita la entrada por medio de las patentes, franquicias, o leyes de propiedad intelectual.

Monopolio Natural

Una empresa domina todo el mercado, por su gran monto de inversión y alta producción, lo anterior da como resultado que los costos medios sean decrecientes. Este tipo de monopolio cubre la demanda total. En el caso del país tenemos a la CFE y es un monopolio autorizado ya que lo controla el mismo gobierno.

Monopolio Bilateral

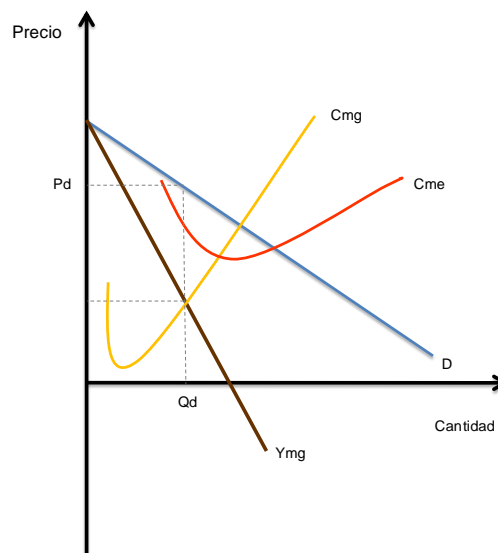
Se da cuando hay un solo comprador y vendedor, su equilibrio lo logra cuando el precio y la cantidad del mercado sean acordadas entre la empresa y el consumidor.

Monopsonio

Solo existe un solo comprador y muchos vendedores, es decir, hay una sola empresa que es la única que adquiere mano de obra en la localidad donde se encuentre.

Discriminación de precios

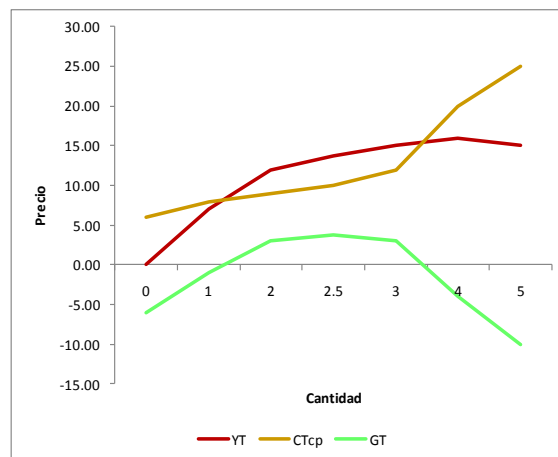
El monopolista puede vender cada producto a los consumidores que más paguen por ella, a esta se le conoce como discriminación perfecta, otra forma es el empresario cobra un precio diferente según las cantidades vendidas o a lo que venda su producción a cada consumidor a precios distintos.



Equilibrio y Maximización del monopolio

En el monopolio se tiene una curva de demanda con pendiente negativa por la relación entre sus variables; el Ingreso marginal (Ymg) es el incremento que se tiene del ingreso total por adicionar una unidad a la cantidad vendida; al relacionar la demanda y el Ingreso marginal para maximizar sus beneficios se tiene que igualar el Ingreso marginal (Ymg) con el Costo marginal (Cmg); en cambio el precio al que debe vender se muestra sobre la curva de demanda, y los beneficios seguirán cuando el precio exceda al Costo medio (Cme).

Anteriormente vimos el equilibrio del monopolio en el esquema Marginal, ahora lo veremos en el esquema del Enfoque Total, este se da a corto plazo, en donde, la ganancia total (GT) se obtiene de la diferencia del Ingreso total (YT) y el Costo Total (CT), gráficamente representado al producir menos de una unidad el CT es mayor al nivel de YT, en cambio al producir más de una unidad, los ingresos totales tienden a crecer, mientras que los costos disminuyen, en el punto más bajo de los costos y más alto del ingreso se observa que se tiene el máximo de ganancias; al seguir incrementando a la par crece el costo mermando, así los niveles de ingreso y por lo tanto las ganancias, de nueva cuenta monopolista tiene que buscar la producción óptima para obtener el equilibrio del YT con el CT.



En algunas ocasiones los monopolios no obtienen ganancias por las siguientes razones:

- Los monopolios no están presionados para producir a costos bajos, y esta decisión repercute a la larga en la demanda del producto.
- Producen a precios mayores que el costo marginal afectando directamente al consumidor ya que paga de más por unidad adicional de producción.
- Los monopolistas al producir menos a precios elevados, se reduce el nivel de ganancias y a su vez disminuye el consumo, por el cobro de precios elevados.

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

La competencia Monopolística es la más común en el mercado, y tiene como características:

- **Gran número de empresas**, todas las empresas que participan en esta competencia proveen en menor o mayor medida a la industria, por lo tanto tienen limitaciones para influir en los precios de los productos. Aquí hay tantas empresas que la decisión de una empresa no afecta al mercado en general. No se da la colusión de precios.
- Los **productos son diferenciados**; pero si tienen sustitutos cercanos, es decir, el producto que realizan tiene una pequeña variación a comparación de los demás, por lo tanto, alguno de los otros productos pueden sustituirlo.



- **Calidad:** se basa en las características físicas del producto, como el diseño, color, tamaño, facilidad de acceso, confiabilidad, etc.
- **Precio:** la empresa lo fija al igual que la cantidad a producir.
- **Publicidad (Marketing):** debe ser de calidad; para que la empresa convenza a los consumidores de que el precio que paga se debe a las características que ofrece el producto.
- **Libre entrada y salida de la industria:** como no hay restricciones, la empresa a largo plazo no obtiene utilidades, lo anterior se debe a que las nuevas empresas que entran a la industria provocan la baja de los precios eliminando así las posibles utilidades. La salida de las empresas se debe a las pérdidas obtenidas, por la elevación de los precios.

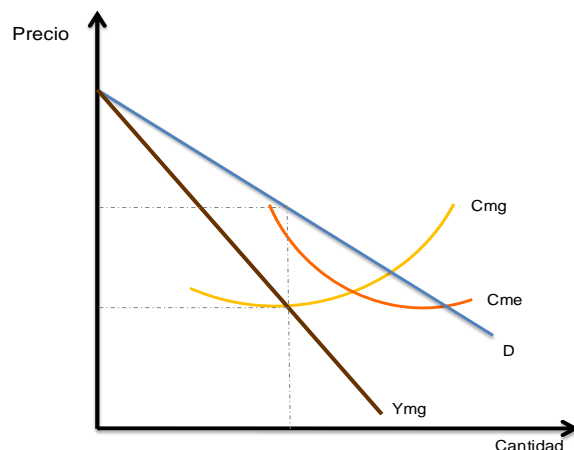
En la competencia monopolística se busca igualar el Ymg (Ingreso marginal) con el Cmg (Costo marginal), en este punto se obtiene el beneficio económico o extraordinario. “Son los ingresos totales de una empresa menos sus costos explícitos e implícitos”, hasta que el precio se encuentre por encima del Costo medio (Cme); véase, Graue (2006, p. 272).

Los beneficios económicos incitan a nuevas empresas a que se unan a la industria con la finalidad de vender sus productos (que es parecido a la de las demás empresas), disminuyendo los clientes a las empresas que estaban dentro de esta industria, y como consecuencia se mengua la demanda individual de cada empresa, llegando al punto en que obtendrán pérdidas y salgan de la industria. Las empresas que logren sobrevivir en este mercado a largo plazo buscarán cubrir que los Costos medios sean iguales al Precio (P).

Modelo de Chamberlin

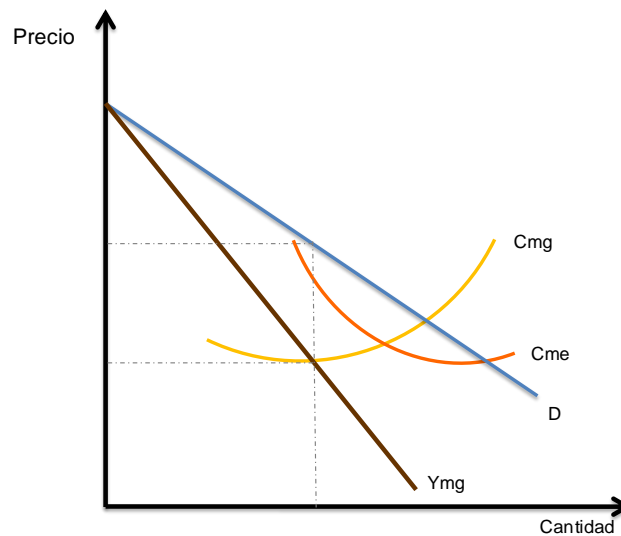
El Economista Edward Hastings Chamberlin (1899-1967), en 1933, realizó el análisis de la competencia monopolista en la cual establece que la mayoría de las empresas en competencia monopolística compiten más por precios que por las características del producto.

Chamberlain menciona que la situación geográfica de cada empresa, las marcas, los derechos de autor, etc., dan ventajas a las empresas de esta competencia, además, expone que los mercados poseen componentes competitivos y de monopolio. Para el autor la publicidad es la que realmente impulsa las ventas de



las empresas, a esta la denomina como Costo de Venta el cual no solo incluye la publicidad, sino también los salarios de los vendedores, los márgenes que se podían conceder a los distribuidores del producto, etc., estos costos tienen como objetivo que la curva de demanda tenga un desplazamiento hacia arriba y hacia la derecha, es decir, un crecimiento de la misma, provocando que los consumidores tengan necesidad de adquirir el producto.

Este autor también realizó una aportación en lo referente a lo que hasta entonces se había pensado del monopolio en cuanto al bienestar social. Según la teoría neoclásica, por definición, el monopolio no era socialmente óptimo.



Dado que el número de empresas es constante, la curva de la demanda es negativa y el beneficio se obtiene de la intersección del Ymg y el Cmg es decir se iguala, mientras que el precio del producto debe de ser mayor al Cme.

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

El oligopolio tiene como características:

- La intervención de pocas empresas grandes, las cuales tienen interdependencia, es decir, reaccionan ante las decisiones de éstas e influyen en el precio de mercado, características del producto (como calidad, presentación, publicidad, etcétera).
- Las barreras de entrada se relacionan directamente con las economías a escala, las cuales realizan grandes cantidades de producción, haciendo que los Costos medios (Cme) disminuyan conforme aumenta la primera, obteniendo mayor participación del mercado y así poder fijar los precios, desincentivando a las demás empresas; la tecnología es parte fundamental del incremento de la producción. Otra variable que se establece como barrera es el monto de capital para la edificación de una planta que



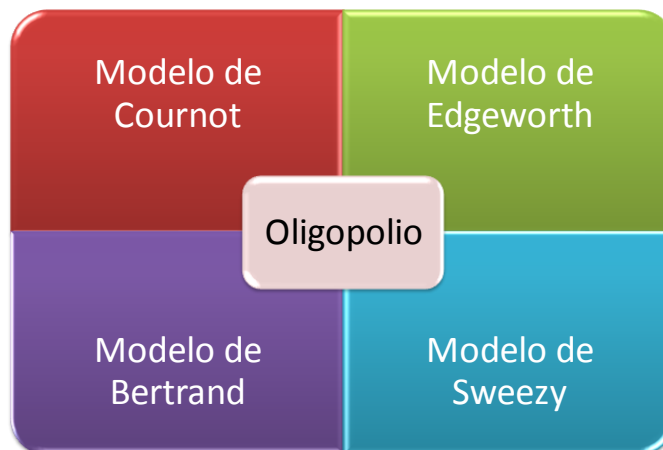
sea competitiva con las demás empresas que se encuentran inmersas en este mercado; no solo se necesita el capital para edificar nuevas plantas, sino que también inversión para la publicidad que se necesita para impulsar la marca del producto en cuestión.

- Control de la oferta del producto.
- El producto es homogéneo o ligeramente diferenciado.

El mercado oligopólico tiene dos supuestos importantes:

1. Que las empresas generan su producción al costo mínimo unitario; el precio (P) es mayor al C_{me} y que el C_{me} es mayor al C_{mg} .
2. En esta competencia se prioriza la cuestión cualitativa del producto más que la cuantitativa.

Se determina el precio en la competencia monopolística con base en los siguientes modelos:



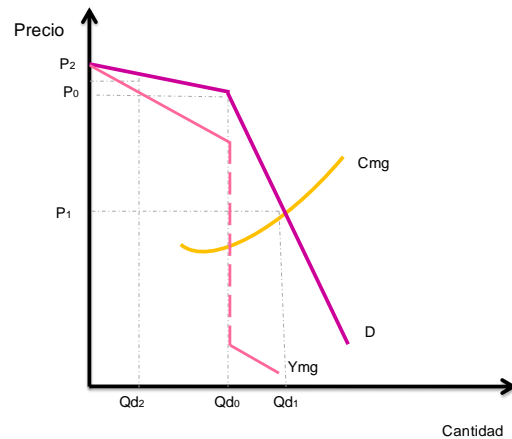
Modelo de Cournot: Maneja la figura del Duopolio es decir solo existen dos empresas que venden el mismo producto bajo la condición de cero costos de producción, dando un nivel de ventas maximizador de ganancias donde la elasticidad de la demanda es $=1$. Cada empresa va a maximizar sus Ganancias totales (GT), asumiendo que la empresa mantenga constante su producción.

Modelo de Edgeworth: Trabaja con el duopolio que vende una mercancía homogénea producida con costo cero, estableciendo que cada empresa tiene una curva de demanda rectilínea idéntica, al igual que la capacidad de producción limitada, ya que por sí solas no pueden cubrir la demanda de los consumidores y ambas intentan maximizar sus Ingresos totales, bajo el supuesto de que la otra empresa mantendrá su precio constante.

Modelo de Bertrand: Asume que cada empresa que integra a la industria, si quiere incrementar sus ganancias, asume que las demás mantienen el precio sin cambios.

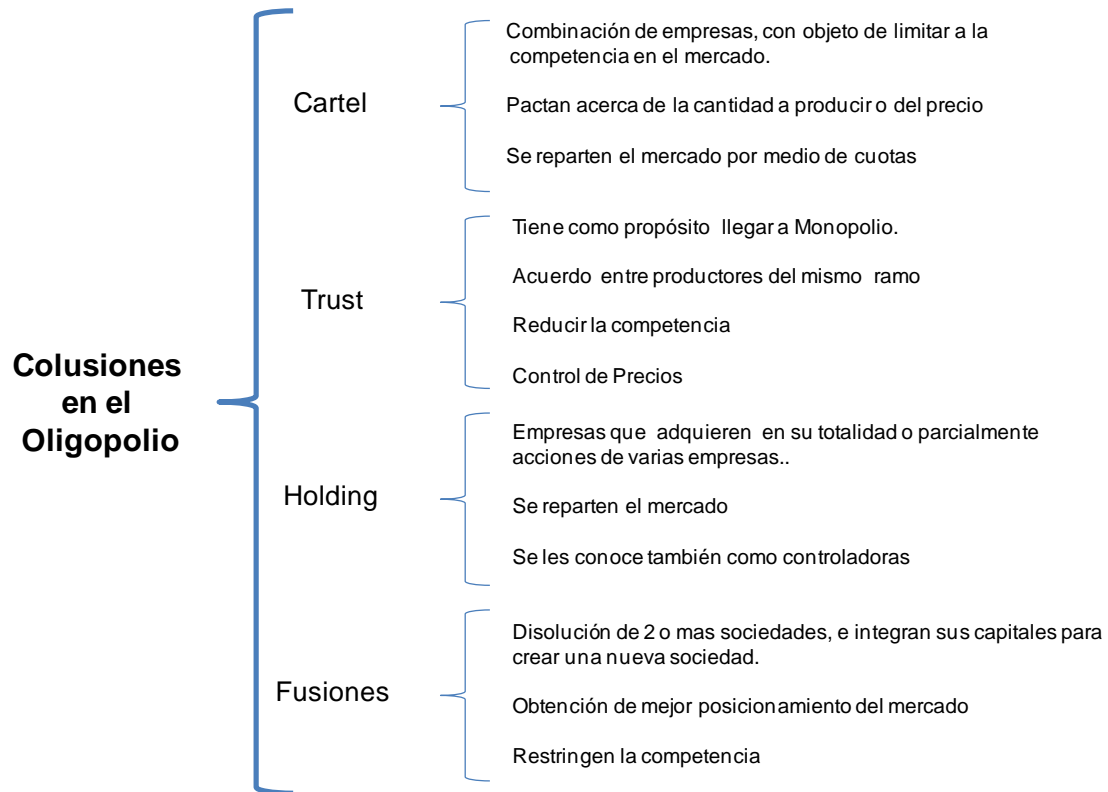
Modelo de Sweezy o de demanda quebrada: Explica la rigidez de los precios que se dan dentro del mercado, si el oligopolista incrementa el precio, las demás empresas que integran a la industria no lo harán y por lo tanto tendrá una disminución de sus consumidores, pero tampoco puede disminuir los precios puesto que las demás también lo harán, entonces la única forma en que compiten entre sí las empresas es por la calidad, diseño, publicidad, servicio, etc., del producto.

Gráficamente representa la interrelación del mercado; la curva en la primera parte muestra la parte elástica y la segunda la inelástica, esto se da por: la elástica se refiere al aumento del precio de P_0 a P_2 , mermando al mercado, en cambio es inelástica cuando el precio disminuye de P_0 a P_1 ampliando el mercado, pero las demás empresas que integran a la industria realizarán la misma acción para evitar que la empresa sea la única vendedora. En el caso del Ingreso marginal (Y_{mg}) también presenta un quiebre, debido a las elasticidades de la demanda; al igual que en las otras competencias se busca igualar el Y_{mg} con el C_{mg} , como el C_{mg} interseca a la discontinuidad del Y_{mg} , permitirá que se dé un aumento de precios, obteniendo beneficios; en cambio si el Y_{mg} está por debajo del C_{mg} , la producción debe de disminuir.





Colusión en el Oligopolio:



Un aspecto importante a considerar es que los oligopolios se encuentran relacionados con la teoría de juegos. Revisa el **(ANEXO 1) La teoría de juegos y los oligopolios.**

2.5. Monopsonio

El monopsonio es la estructura de mercado donde existen muchos ofertantes los cuales satisfacen las necesidades de un solo demandante.

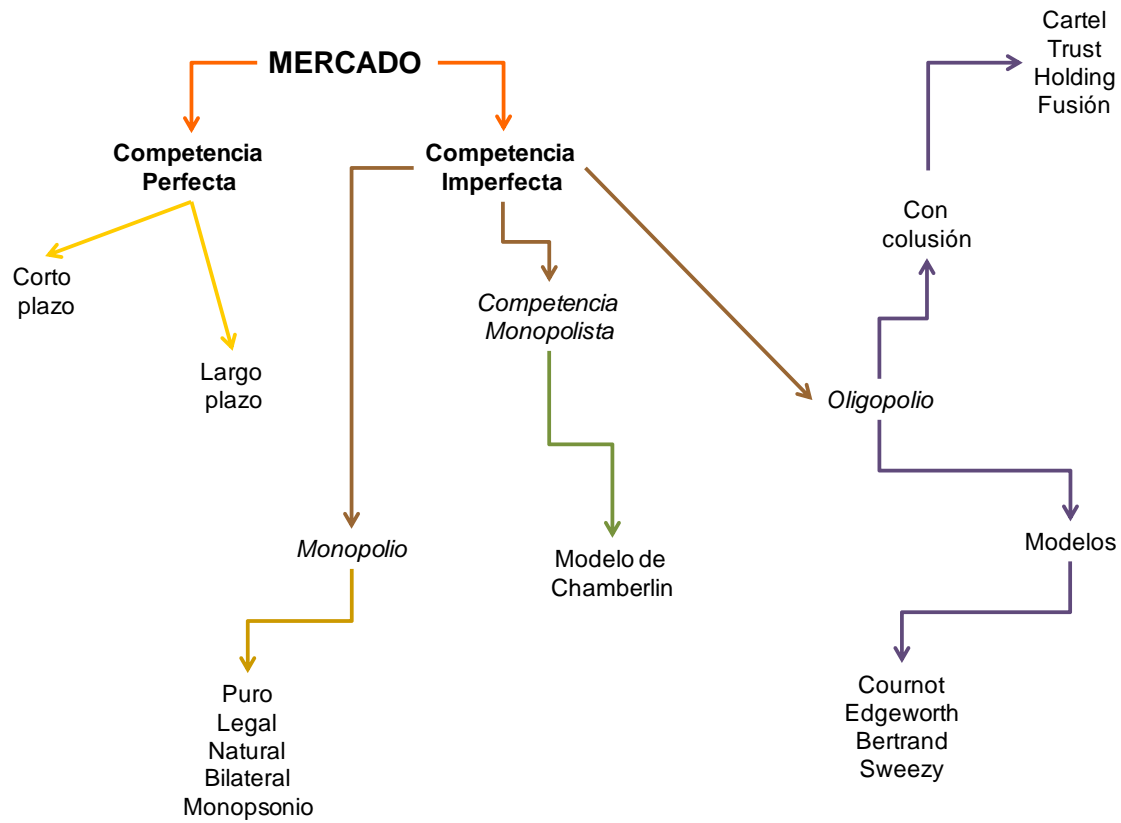
El demandante obligará a los ofertantes a que se acondicionen a la calidad y precio que quiere el primero, obteniendo precios menores a los que existen en el mercado competitivo.

Este mercado se distingue porque 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.

RESUMEN



GLOSARIO

Competencia imperfecta

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

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, entendiéndose por muchos productores cuando, independientemente de su número, no tienen la capacidad de reunirse, repartirse el mercado y determinar el precio.

Competencia perfecta

Corresponde a uno de los dos tipos de mercados, de acuerdo con el 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.

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

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

CUESTIONARIO DE REFORZAMIENTO

Contesta las siguientes preguntas:

1. ¿Qué es la competencia perfecta?, menciona 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. Realiza un cuadro comparativo con las diferencias de la competencia perfecta y la monopolística.

EXAMEN DE AUTOEVALUACIÓN

Busca las respuestas de las preguntas en la siguiente sopa de letras.

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

1. Tipo de monopolio permitido por las leyes del país donde se establece.
2. Competencia donde sólo hay un comprador y muchos vendedores.
3. En esta competencia hay un gran número de empresas, el producto tiene sustitutos cercanos y se enfoca más a las cualidades físicas del producto.
4. Tipo de modelo que estudia a la competencia monopolística, y se concibe a la publicidad como el motor de las ventas.
5. Representación gráfica de la rigidez de los precios en el mercado dentro del oligopolio.
6. Tipo de colusión del oligopolio donde se reparten el mercado por medio de cuotas.
7. Tipo de colusión del oligopolio donde al disolverse, juntan sus capitales para iniciar una nueva sociedad.
8. En esta competencia sólo existen dos empresas que venden el mismo producto bajo la condición de cero costos de producción.



LO QUE APRENDÍ

Busca más detalladamente qué es la *teoría de juegos* y la importancia de ésta para las empresas y la toma de decisiones. Elabora un informe al respecto. No olvides citar tus fuentes.

MESOGRAFÍA

Bibliografía sugerida

Autor	Capítulo	Páginas
Aparicio (2001)	5	107-124
	6	141-158
Cue y Quintana (2008)	8	137-159
	9	161-184
Graue (2006)	11	253-268
	12	269-282
	13	283-302
	14	303-324
McConnell & Brue (2004)	23	141-168
	24	169-191
	25	192-205
	26	206-228
Parkin y Esquivel (2006)	11	249-270
	12	275-294
	13	299-322
Salvatore (2008)	8, 9, 10	184-244

Bibliografía básica

Aparicio Cabrera, Abraham. (2001). *Curso de Microeconomía*. México: Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial, UNAM.

Call, Steven T. y Holahan, William L. (1985). *Microeconomía*. (2ª ed.) México: Interamericana.

Cue, Agustín y Quintana, Luis. (2008). *Introducción a la Microeconomía. Un enfoque integral para México*. México: Patria.

Graue Russek, Ana Luisa. (2006). *Microeconomía: Enfoque de negocios*. México: Pearson Educación.

McConnell, Campbell y Brue, Stanley. (2004). *Microeconomía: principios, problemas y políticas*. (14ª ed.) México: McGraw-Hill.

Parkin, Michael, Esquivel, Gerardo. (2006). *Microeconomía: Versión Para Latinoamérica*. México: Pearson Educación.

Salvatore, Dominick, (2008). *Microeconomía*. (4ª ed.) México: McGraw-Hill.

Schettino, Macario. (2002). *Introducción a la economía para no economistas*. México: Pearson Educación.

Vargas Sánchez, Gustavo. (2002). *Introducción a la teoría económica. Aplicaciones a la economía mexicana*. México: McGraw-Hill.

Bibliografía complementaria

Case, Karl E. y Fair, Ray C. (2000). *Principios de Microeconomía*. (4ª ed.) México: Pearson Educación.

Colonna D'Istria, Robert. (1996). *Iniciación a la Economía*. (2ª ed.) Madrid: Acento Editorial.

Emery, E. David. (2000). *Principios de Economía: Microeconomía*. (2ª ed.) México: Sitesa.

Glazer, Amihai y Hirshleifer, Jack. (2000). *Microeconomía: Teoría y Aplicaciones*. (5ª ed.) México: Prentice Hall.

Mankiw N., Gregory. (2004). *Principios de Economía*. (3ª ed.) México: McGraw-Hill.

Ménard, Mathilde. (1996). *Diccionario De Términos Económicos*. (2ª ed.) Madrid: Acento Editorial.

Méndez Morales, Silvestre José. (2007). *Economía y La Empresa*. (3ª ed.) México: McGraw-Hill.

Rossetti, José Paschoal. (2002). *Introducción a la Economía*. (3ª ed.) México: Oxford University Press.

Seo, K.K. & Winger, Bernard J. (1979). *Managerial Economics: Text, Problems And Short Cases*. (5ª ed.) Homewood, IL,

Richard D. Irwin Inc. [Hay traducción al español: (1982). *Economía Empresarial: Texto, Problemas y Casos*. México: Unión Tipográfica Editorial.]

Varian, Hal R. (2005). *Microeconomía Intermedia: Un enfoque actual*. (5ª ed.) Barcelona: Antoni Bosch.

Vizcarra Cifuentes, José Luis. (2007). *Diccionario de Economía*. México: Patria.

Sitios de internet

Sitio	Descripción
http://www.mitecnologico.com/Main/DefinicionClasificacionDeMercados	Definición y clasificación de los mercados. Mi Tecnológico, consultado el 23/09/11
www.ugr.es/~clizarra/index_archivos/MIMPERFECT.pps	Lizarra Mollinedo, Carmen. “Mercados en competencia imperfecta” [diapositivas], consultado el 23/09/11
http://licenciaturadekarenrodriguezprieto.blogspot.com/2007/10/clasificacion-de-los-mercados.html	Rodríguez Prieto, Karen. (2007). “Clasificación de los mercados”, Apuntes del sistema financiero mexicano, (17/10/07) [Blog], consultado el 23/09/11



SUAYED
UNA OPCIÓN
PARA TI

Licenciatura: **Administración**

UNIDAD 3

ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA





OBJETIVO ESPECÍFICO

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 son la oferta y demanda, los cuales 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, por ejemplo, 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 con los distintos tipos de mercado que se mencionan. Y explica por qué entran en esa clasificación.

Mercado	Nacionales	Internacionales	Explicación
Perfecta			
Monopolio			
Oligopolio			
Competencia Monopolística			

Descarga el archivo  con el cuadro desde plataforma.

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 otra serie entera 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

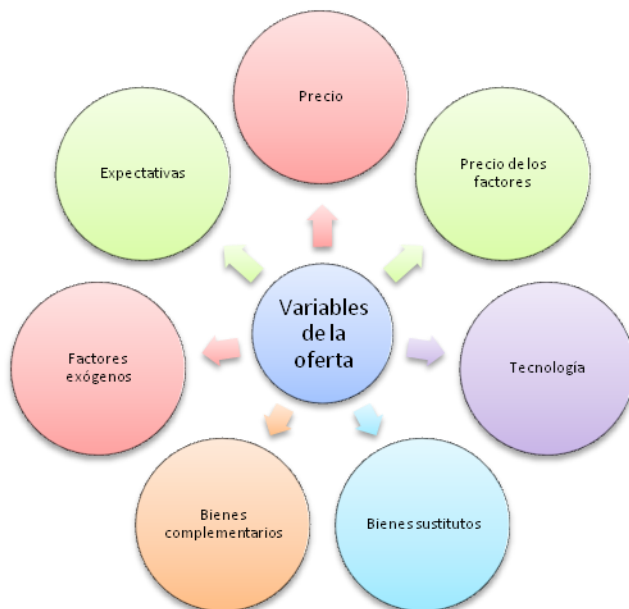
toda la información excepto en pequeños mercados locales. Por otra parte, los consumidores pueden ser fieles a un producto concreto por razones de proximidad, costumbre, confianza o calidad, lo que genera mercados imperfectos para el artículo en cuestión.

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 le corresponde el salario y al capital los intereses; estos precios, al verse alterados, modifican la producción y el precio que le corresponde a ésta.

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

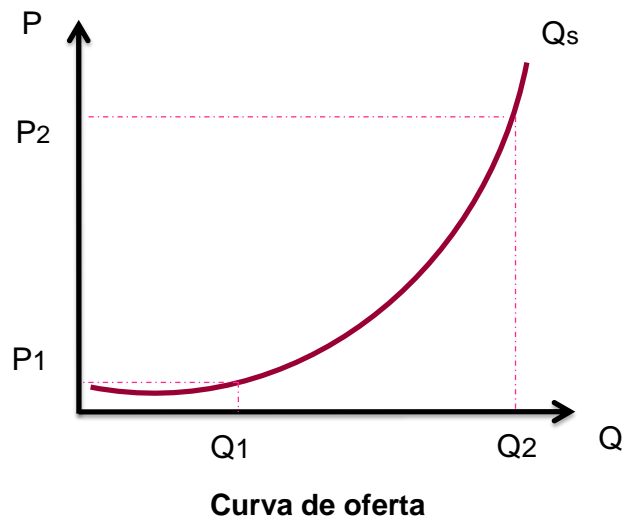
Precio de los bienes relacionados: Distinguiremos entre bienes sustitutivos y bienes complementarios. Bien sustitutivo es aquel que puede cubrir las mismas características de la materia prima base, considerando la diferencia entre precios que en algunas ocasiones merma la calidad del producto final; 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 desplaza la oferta.

Bajo las condiciones [ceteris paribus](#) la función de la oferta para un artículo está dada por:

$$Q_s = a + bx$$

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



En la figura anterior, Curva de oferta, se observa que entre mayor es el precio del artículo A, más grande es la cantidad **Qo** 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.

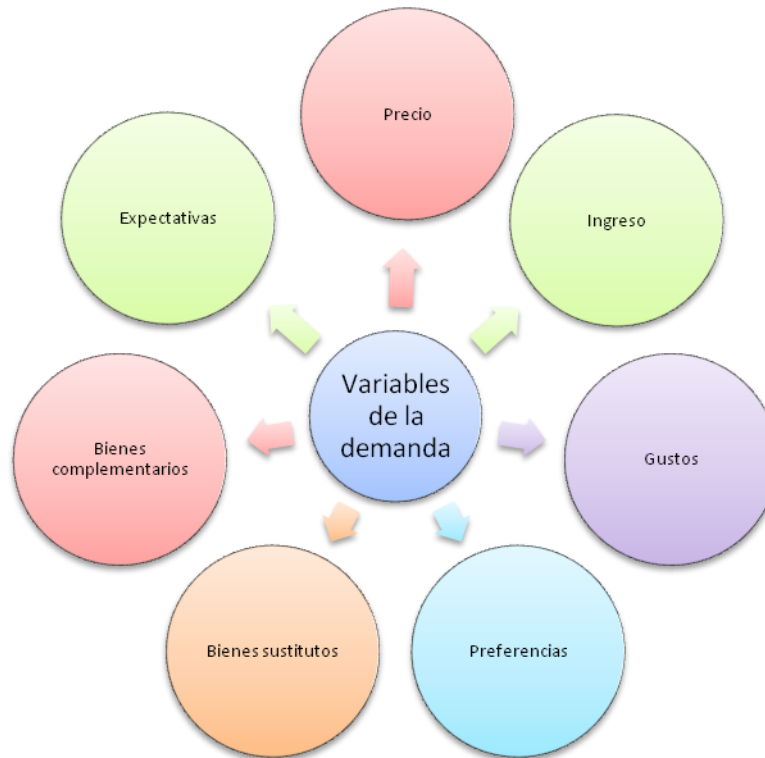
Del mismo modo que sucede con la demanda, se debe establecer la diferencia entre un cambio en la oferta y un cambio en la cantidad ofrecida.

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 sustitutos 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 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 periodo.

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.

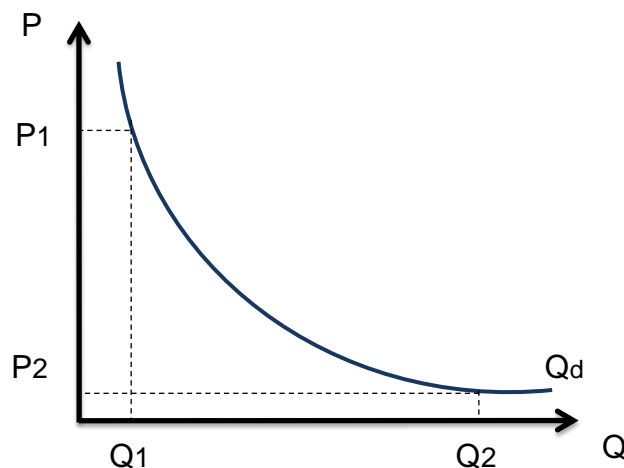
La explicación de los determinantes y propiedades de las distintas demandas es una de las deducciones teóricas que pueden hacerse a partir de supuestos sencillos sobre el comportamiento del consumidor; la teoría básica también explica algunos fenómenos paradójicos como por qué, en algunos casos, la demanda 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.

$$Qd = a - bx$$

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



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 Qd 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.

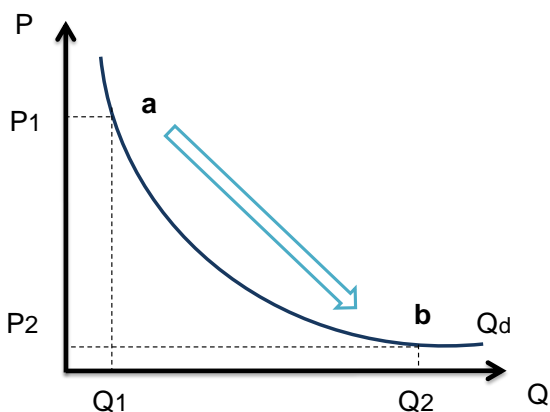
La demanda del mercado o **demanda agregada** para un bien o un artículo representa las diferentes cantidades del mismo que demandan, a precios diferentes, todos los consumidores durante un periodo específico. De esta forma, la demanda agregada depende de los mismos factores que influyen en la demanda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

3.3. Desplazamiento de las curvas de oferta y demanda

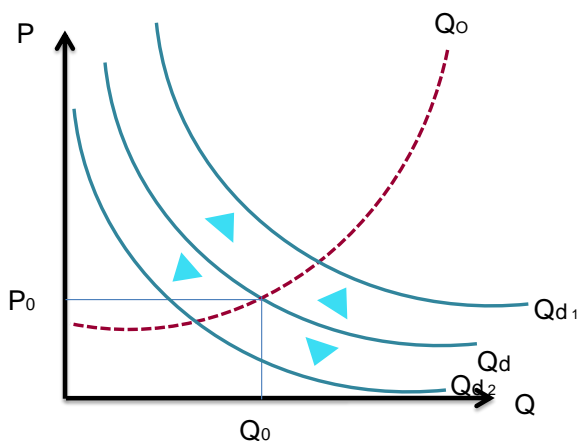
Los desplazamientos de la demanda

- **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.

La gráfica 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.

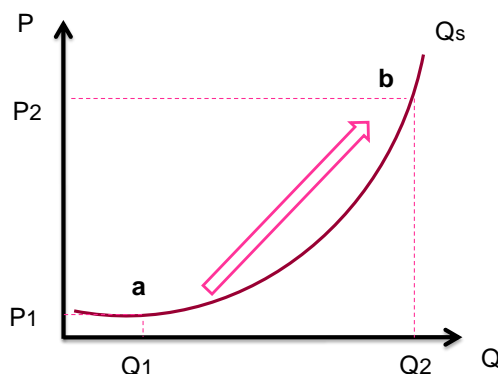


- **El desplazamiento** de toda la curva de la demanda tanto para la izquierda como para la derecha y que el precio se mantenga constante, se da por los diferentes factores que intervienen como:



- 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 está fuera de temporada, aumento de precio del bien sustituto, etc.



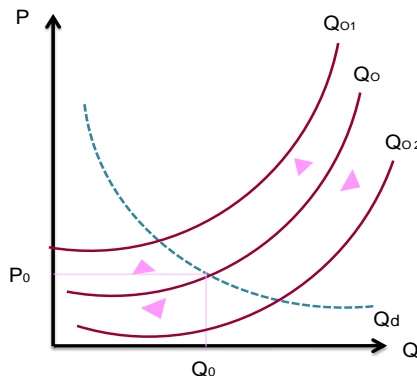
Los desplazamientos de la oferta

- **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.

La gráfica 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 a la izquierda como a la 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 ²	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.
Fórmula	$\frac{\% \Delta Q_d}{\% \Delta P}$	$\frac{\% \Delta Q_d}{\% \Delta Y}$	$\frac{\% \Delta Q_s}{\% \Delta P}$
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 cantidad demandada.		El resultado es infinito y se debe a que un mínimo aumento en el precio provoca un gran aumento en la cantidad ofertada
Elástica	Resultado mayor que 1 y menor que infinita la disminución de la cantidad demandada excede el aumento porcentual del precio.	Mayor que 1 el aumento % de la cantidad demandada es mayor al aumento del ingreso.	Resultado mayor que 1 y menor que infinita el aumento de la cantidad ofrecida excede el aumento porcentual del precio.

² Las elasticidades trabajan con el supuesto ceteris paribus, (mientras todo lo demás, permanece constante).



Inelástica	Mayor que 0 pero menor que 1, es decir la disminución en la cantidad demandada es menor que el aumento % del precio.	Menor que 1 pero mayor que cero, el aumento de la cantidad es menor al aumento del ingreso.	Mayor que 0 pero menor que 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 que cero, cuando aumenta el ingreso y la cantidad demandada disminuye	



3.5. Elasticidad cruzada de la demanda

La elasticidad cruzada de la demanda es, según Parkin (2006): “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*” (p. 91).

Se calcula:

$$\frac{\% \Delta Q_d}{\% \Delta P \text{ del bien sustituto o complementario}}$$

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

$$\frac{\left(\frac{15}{110 + 125}\right)}{\left(\frac{5}{20 + 25}\right)} = \frac{0.0638}{0.1111} = 0.5745$$

La elasticidad es positiva, por lo tanto 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, etcétera.

3.6. Cálculo de la demanda excepcional

La demanda del mercado 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.

Geométricamente, 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 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.

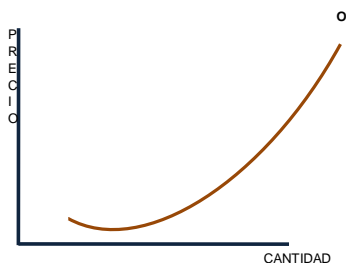
RESUMEN

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



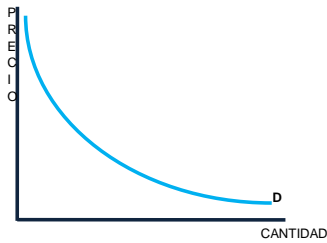
DEMANDA

ES LA RELACION ENTRE PRECIOS DE LOS BIENES Y LAS CANTIDADES QUE UN CONSUMIDOR ESTA DISPUESTO A ADQUIRIR

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

ESTA EN **FUNCION** DE: PRECIOS, INGRESOS, SUSTITUTOS, BIENES COMPLEMENTARIOS, PRECIOS ESPERADOS FUTUROS, POBLACIÓN, GUSTOS Y PREFERENCIAS, CLIMA, ETC

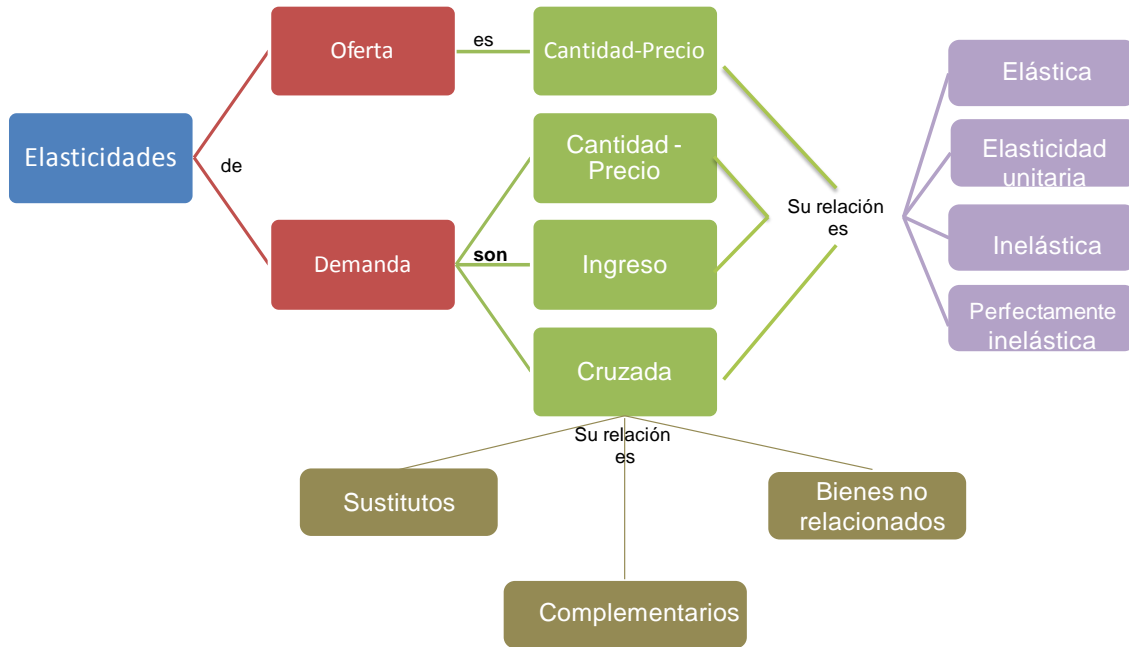
SU GRÁFICA:



TIENE PENDIENTE **NEGATIVA** POR LA RELACIÓN INVERSA ENTRE SUS VARIABLES

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 DEMANDAN, A PRECIOS DIFERENTES; DURANTE UN PERIODO



GLOSARIO

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 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

Grafica lo que se te 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

ACTIVIDAD 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



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 gráfica del ejercicio anterior, grafica 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.



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	

CUESTIONARIO DE REFORZAMIENTO

Contesta las siguientes preguntas.

1. ¿Qué es la oferta?
2. ¿Qué es la demanda?
3. Describe 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, cómo se calculan y da tres ejemplos de cada uno.
6. ¿Cuál es la importancia de la elasticidad cruzada de la demanda, para la toma de decisiones?
7. Define qué es la oferta y demanda exponencial.



EXAMEN DE AUTOEVALUACIÓN

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

- a) el cambio porcentual de la cantidad demandada de un bien “z” entre el cambio porcentual del precio del bien “W
- b) elástica
- c) el aumento mínimo del precio ocasiona un aumento demasiado grande en la cantidad ofrecida
- d) complementarios
- e) la cantidad demandada es la misma a todos los precios
- f) es elástica al ingreso

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

_____.

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

_____.



LO QUE APRENDÍ

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

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

MESOGRAFÍA

Bibliografía sugerida

Autor	Capítulo	Páginas
Cue y Quintana (2008)	3 y 4	50-77
	4	57-64
Graue (2006)	4	46-61
Salvatore (2008)	2	14-15
Schettino (2002)	3	25-31
Vargas (2002)	4	90-96
Parkin y Esquivel (2006)	3y 4	59-98

Bibliografía básica

Call, Steven T. y Holahan, William L. (1985). *Microeconomía*. (2ª ed.) México: Interamericana.

Cue, Agustín y Quintana, Luis. (2008). *Introducción a la Microeconomía. Un enfoque integral para México*. México: Patria.

Graue Russek, Ana Luisa. (2006). *Microeconomía: Enfoque de negocios*, México: Pearson Educación.

Mcconell, Campbell y Brue, Stanley. (2004). *Microeconomía: principios, problemas y políticas*. (14ª ed.) México: McGraw-Hill.

Parkin, Michael, Esquivel, Gerardo. (2006). *Microeconomía: Versión Para Latinoamérica*. México: Pearson Educación.

Salvatore, Dominick, (2008). *Microeconomía*. (4ª ed.) México: McGraw-Hill.

Schettino, Macario. (2002). *Introducción a la economía para no economistas*. México: Pearson Educación.

Vargas Sánchez, Gustavo. (2002). *Introducción a la teoría económica. Aplicaciones a la economía mexicana*. México: McGraw-Hill.

Bibliografía complementaria

Case, Karl E. y Fair, Ray C. (2000). *Principios de Microeconomía*. (4ª ed.) México: Pearson Educación.

Colonna D'Istria, Robert. (1996). *Iniciación a la Economía*. (2ª ed.) Madrid: Acento Editorial.

Emery, E. David. (2000). *Principios de Economía: Microeconomía*. (2ª ed.) México: SITESA.

Glazer, Amihai y Hirshleifer, Jack. (2000). *Microeconomía: Teoría y Aplicaciones*. (5ª ed.) México: Prentice Hall.

Mankiw N., Gregory. (2004). *Principios de Economía*. (3ª ed.) México: McGraw-Hill.

Ménard, Mathilde. (1996). *Diccionario De Términos Económicos*. (2ª ed.) Madrid: Acento Editorial.

Méndez Morales, Silvestre José. (2007). *Economía y La Empresa*. (3ª ed.) México: McGraw-Hill.

Rossetti, José Paschoal. (2002). *Introducción a la Economía*. (3ª ed.) México: Oxford University Press.

Seo, K.K. & Winger, Bernard J. (1979). *Managerial Economics: Text, Problems And Short Cases*, (5th ed.) Homewood, IL: Richard D. Irwin Inc. [Hay traducción al español: (1982). *Economía Empresarial: Texto, Problemas y Casos*. México, Unión Tipográfica Editorial.]

Varian, Hal R. (2005). *Microeconomía Intermedia: Un enfoque actual*. (5^a ed.) Barcelona: Antoni Bosch.

Vizcarra Cifuentes, José Luis. (2007). *Diccionario de Economía*. México, Patria.

Sitios de Internet

Sitio	Descripción (consultados el 23/09/11)
http://fora.tv/2008/03/04/Dan_Ariely_Predictably_Irrational	Ariely, Dan. (2008). <i>Predictably Irrational</i> , Fora.tv, [video, 49:29 min, EN], 04/03/08
http://www.auladeeconomia.com/glosario.htm	Auladeeconomia.com, sitios de economía y negocios. (2002). Glosario
http://www.auladeeconomia.com/micro-ejerciciosresueltos4.htm	(2004). Ejercicios resueltos de microeconomía: oferta, demanda y elasticidad:
www.econlink.com.ar/definicion/precio.shtml	Ecolink. (2009). "Precio", Diccionario de economía
http://personal.telefonica.terra.es/web/felipefoj/RECURSOS%20DI	Econoaula, "Recursos didácticos de economía", ESO y Bachillerato Felipe



DACTICOS.htm	Foj, Málaga
http://www.cema.edu.ar/~kf00/Economia_de_los_Negocios/Clases_en_Powerpoint/Micro_Clase_1.ppt	Fernández, Katherina. (2008). <i>Introducción a la demanda y oferta de mercado</i> , Clase 1 de Microeconomía, UCEMA, [diapositivas]
http://www.scribd.com/doc/17380691/PRECIO	Juan Pablo 18001424, Definición y obtención del precio en un mercado en equilibrio [diapositivas]
www.ugr.es/~clizarra/index_archivos/MIMPERFECT.pps	Lizarra Mollinedo, Carmen. <i>Mercados en competencia imperfecta</i> [diapositivas], Universidad de Granada,
http://www.eumed.net/cursecon/3/flujo.htm	Martínez Coll, Juan Carlos. (1999). “Flujo circular de la actividad económica”, Funcionamiento de los mercados, curso de Microeconomía, EUMED
http://www.mitecnologico.com/Main/DefinicionClasificacionDeMercados	Definición y clasificación de los mercados. MiTecnológico
http://www.elprisma.com/apuntes/economia/demandaoferta	Popritkin, Andrés, “Oferta y demanda”, El prisma
http://www.uv.es/cim/pyp-dem/descarga	Raga Burdeus, Francisco, y Baixauli García, Fernando. (2008). “Estrategia y política de productos y precios”, Diplomatura en Empresariales, Universidad de Valencia, 18/12/08,
http://licenciaturadekarenrodriguezprieto.blogspot.com/2007/10/cla	Rodríguez Prieto, Karen. (2007). “Clasificación de los mercados”,



SUAYED
SOLUCIONES
PARA TI

sificacin-de-los-mercados.html	Apuntes del sistema financiero mexicano, (17/10/07) [Blog]
www.promonegocios.net/precio/concepto-de-precio.html	Thompson, Iván, (2006). Concepto de precio, PromonegocioS, (01/06)
www.scribd.com/doc/93591/Elasticidades	Veliz, Dennis. (2006). Elasticidades, [diapositivas]



SUAYED UNA OPCIÓN PARA TI

Licenciatura: **Administración**

UNIDAD 4

LA EMPRESA COMO OFERENTE



APUNTES DIGITALES
PLAN 2012

SUAYED UNA OPCIÓN PARA TI



OBJETIVO ESPECÍFICO

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.- Grafica lo que se te 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

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



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

Px	01	02	03	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	

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. Dichos recursos tienen una característica en común, a saber, que *son escasos*, es decir, son limitados (Mankiw, 2004, p. 3), 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 oportunidad³; para que la empresa tome la mejor decisión de aprovechamiento de factores se realizará 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.

³ Costo de oportunidad se define como aquello a lo que debe renunciarse para obtener una cosa.



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. (Véase. Fischer; Dornbusch y Schmalensee, 1996, pp. 139-141)

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

$$\text{BENEFICIOS O UTILIDADES} = \text{INGRESOS} - \text{COSTOS}$$

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

$$\text{BENEFICIO SOCIAL} > \text{COSTOS}$$

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 compite.

La capacidad de las empresas para producir se puede comparar, según Mankiw (2004, pp. 29-35), con base en:

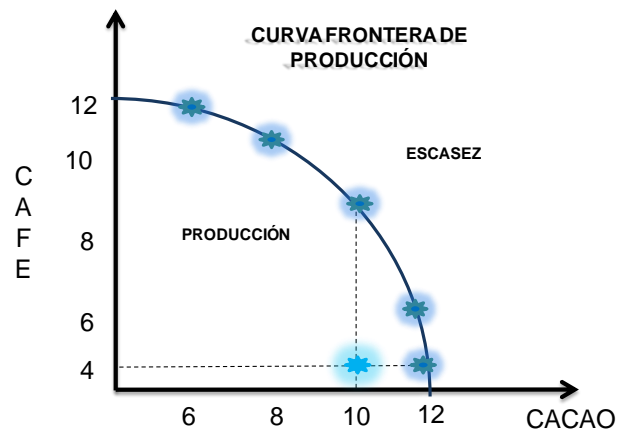
1. **Ventaja comparativa.** Es la comparación entre los productores de un bien de acuerdo con su costo de oportunidad.
2. **Ventaja absoluta.** Es la comparación entre los productores de un bien de acuerdo con su productividad.

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

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 gráfica observamos

que sin las cantidades constantes producidas, y las demás variables que pueden cambiar esa “constancia”, permanecerá sin cambios (*ceteris paribus*), 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

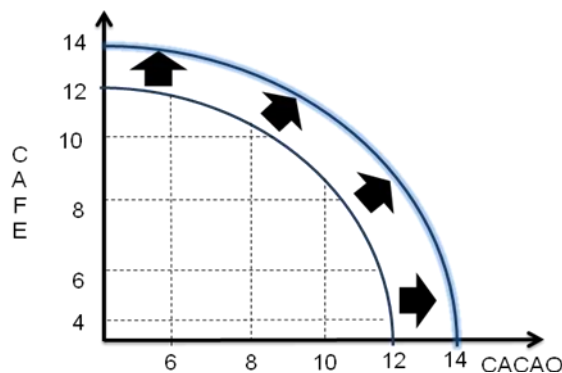


debajo de la curva y que no la forman es producción ineficiente y tenemos recursos desaprovechados, es decir se podría asignar más trabajadores para la producción de café para que esta aumentara. Sobre el largo de la curva se da la aplicación del costo de oportunidad⁴ ya que producimos más de café que de cacao o producir más cacao que café, es decir se priva de producir más café, para aumentar las cantidades de cacao.

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.

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

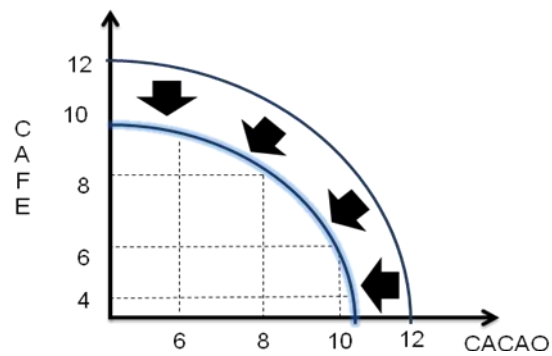
Se dice que la producción es alcanzable porque cada uno de los puntos que tocan la curva está utilizando los recursos en forma óptima. Si un punto de la frontera de posibilidades queda fuera de la curva, quiere decir que ésta no se puede alcanzar porque alguno de los factores es muy limitado.



⁴ Se define como el escoger la mejor alternativa, sacrificando otra.

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 lograrlo deben 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 las 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 style="text-align: center;">TIERRA (T)</p>	<p>Son todos los recursos naturales (RN) que se pueden utilizar en un proceso productivo, llámese tierras de cultivo, árboles, yacimientos minerales, yacimientos acuíferos, etc.</p>
 <p style="text-align: center;">TRABAJO (L)</p>	<p>Todas las capacidades que tiene el humano para realizar diferentes actividades. (Capacidad física, mental, etc.)</p>
 <p style="text-align: center;">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 style="text-align: center;">ORGANIZACION (O)</p>	<p>Es la habilidad empresarial, que se tiene para combinar y utilizar óptimamente los recursos económicos.</p>

Existe una técnica que explica cómo una organización decide distribuir los recursos limitados con los que cuenta; se le conoce como Frontera de Posibilidades de la Producción o curva de transformación: 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:

$$Q = f(L, K)$$

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:

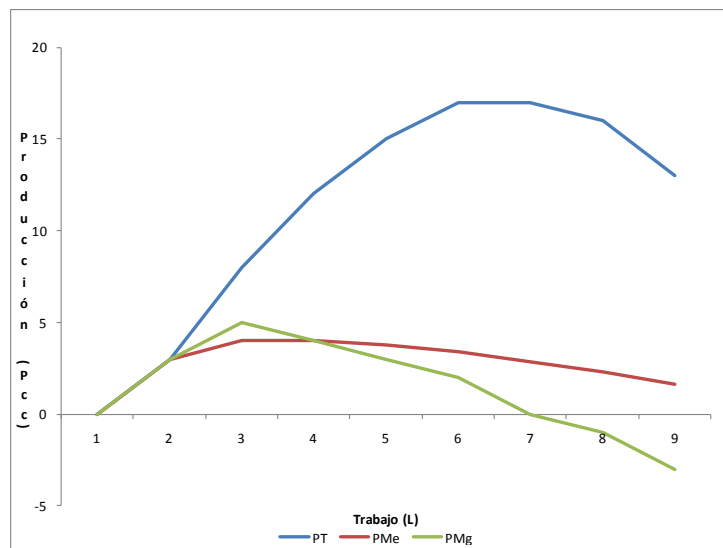
Producto total (PT): Es la cantidad total producida en un periodo de tiempo por los factores de la producción utilizados.

Producto medio o promedio (PMe): Es la cantidad producida por cada unidad del factor variable; es decir representa la productividad dentro de la

empresa, se obtiene al dividir el $\frac{PT}{\text{Insumo variable}}$.

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

$$\frac{\Delta PT}{\Delta \text{Insumo variable}}$$



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 se 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 sí 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 *isocuanta*⁵ cualquiera, y una línea *isóclina*⁶, 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

⁵ Representación gráfica de las diferentes combinaciones de dos insumos para producir.

⁶ Línea que une los puntos de las diferentes isocuantas que tienen la misma inclinación o su pendiente es constante.

permanece constante, manifestando ello un cambio tecnológico neutral pues tal como debemos recordar la $TMgST^7$ 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.

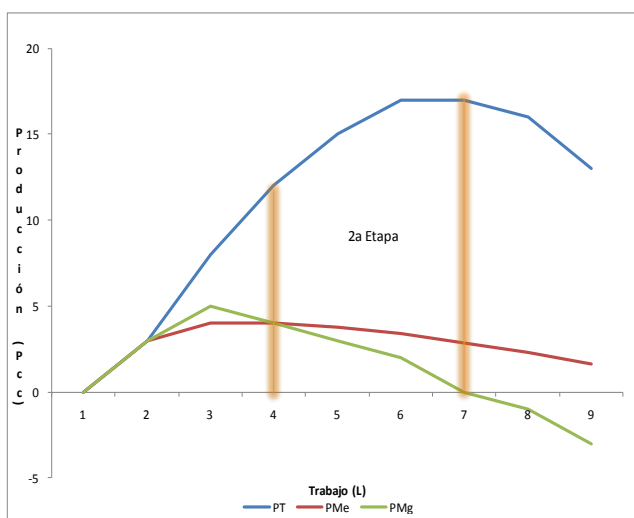
Por último, si la traslación de la isocuanta la convierte en más inelástica, el progreso tecnológico al haber incidido en mejorar en mayor medida la productividad del trabajo, podremos calificarlo en intensificador del factor trabajo.

⁷ 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:** 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 determinará las características de un cuerpo, en el ámbito matemático es el factor multiplicativo que pertenece a cierto objeto como las variables.

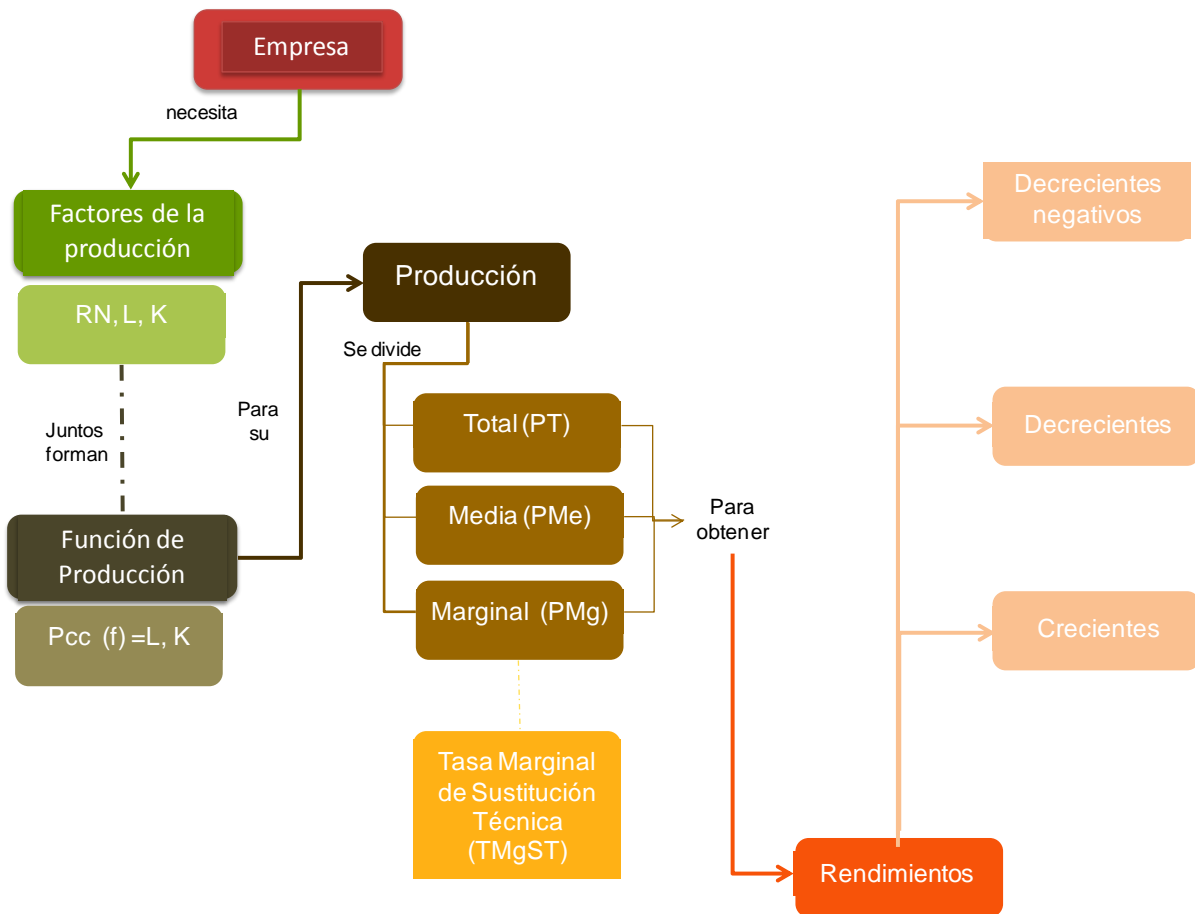
En el ámbito económico es la combinación de todos y cada uno de los factores de la producción que se necesitan para producir; ejemplo, si queremos hacer pan, la variable “a” es la harina, “b” leche, “c” agua, “d” mantequilla, “e” la mano de obra, “f” la maquinaria, “g” el espacio de la planta, etc.

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.

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

Esta 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



GLOSARIO

Ceteris paribus

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.

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. No olvides anotar tus fuentes de consulta.

ACTIVIDAD 2

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

Redacta un informe no mayor a dos cuartillas.

CUESTIONARIO DE REFORZAMIENTO

Contesta las siguientes preguntas.

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. Explica por qué la producción es creación de utilidad.
6. ¿Qué es el factor tierra, trabajo, capital y organización?

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 con base en la productividad:	c) Ventaja absoluta
<input type="checkbox"/>	4. Se mide con base en el costo de oportunidad:	d) Ventaja comparativa
<input type="checkbox"/>	5. Representación gráfica del límite 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 porque el producto marginal y medio con crecientes:	j) Primera etapa
<input type="checkbox"/>	11. Se inicia cuando el producto marginal es cero y la producción total es máxima:	k) Tercera etapa



LO QUE APRENDÍ

Investiga en periódicos, noticias que nos hablen acerca de la producción óptima de las empresas o de las economías y deseconomías a escala y justifica el porqué las seleccionaste.

Elabora un informe de lo investigado.

MESOGRAFÍA

Bibliografía sugerida

Autor	Capítulo	Páginas
Salvatore (2008)	6	118-122
Vargas (2002)	8	214-220
Mankiw (2004)	13 y 18	190-271
Varian (2005)	18	331-335
Graue (2006)	9	233

Bibliografía básica

Call, Steven T. y Holahan, William L. (1985). *Microeconomía*. (2ª ed.)
México: Interamericana.

Cue, Agustín y Quintana, Luis. (2008). *Introducción a la Microeconomía. Un enfoque integral para México*. México: Patria.

Graue Russek, Ana Luisa. (2006). *Microeconomía: Enfoque de negocios*,
México: Pearson Educación.

Mankiw N., Gregory. (2004). *Principios de Economía*. (3ª ed.) México: McGraw-Hill.

McConnell, Campbell y Brue, Stanley. (2004). *Microeconomía: principios, problemas y políticas*. (14ª ed.) México: McGraw-Hill.

Parkin, Michael, Esquivel, Gerardo. (2006). *Microeconomía: Versión Para Latinoamérica*, México: Pearson Educación.

Salvatore, Dominick, (2008). *Microeconomía*. (4ª ed.) México: McGraw-Hill.

Schettino, Macario. (2002). *Introducción a la economía para no economistas*. México: Pearson Educación.

Vargas Sánchez, Gustavo. (2002). *Introducción a la teoría económica. Aplicaciones a la economía mexicana*. México: McGraw-Hill.

Varian, Hal R. (2005). *Microeconomía Intermedia: Un enfoque actual*. (5ª ed.) Barcelona: Antoni Bosch.

Bibliografía complementaria

Case, Karl E. y Fair, Ray C. (2000). *Principios de Microeconomía*. (4ª ed.) México: Pearson Educación.

Colonna D'Istria, Robert. (1996). *Iniciación a la Economía*. (2ª ed.) Madrid: Acento Editorial.

Emery, E. David. (2000). *Principios de Economía: Microeconomía*. (2ª ed.) México: SITESA.

Glazer, Amihai y Hirshleifer, Jack. (2000). *Microeconomía: Teoría y Aplicaciones*. (5ª ed.) México: Prentice Hall.

Mankiw N., Gregory. (2004). *Principios de Economía*. (3ª ed.) México: McGraw-Hill.

Ménard, Mathilde. (1996). *Diccionario De Términos Económicos*. (2ª ed.) Madrid: Acento Editorial.

Méndez Morales, Silvestre José. (2007). *Economía y La Empresa*. (3ª ed.) México: McGraw-Hill.

Rossetti, José Paschoal. (2002). *Introducción a la Economía*. (3ª ed.) México: Oxford University Press.

Seo, K.K. & Winger, Bernard J. (1979). *Managerial Economics: Text, Problems And Short Cases*. (5th ed.) Homewood, IL, Richard D. Irwin Inc. [Hay traducción al español: (1982). *Economía Empresarial: Texto, Problemas y Casos*. México: Unión Tipográfica Editorial.]

Varian, Hal R. (2005). *Microeconomía Intermedia: Un enfoque actual*. (5ª ed.) Barcelona: Antoni Bosch.

Vizcarra Cifuentes, José Luis. (2007). *Diccionario de Economía*. México: Patria.

Sitios de Internet

Sitio	Descripción
http://www.colombialink.com/01_INDEX/index_finanzas/05_factores.html	ColombiaLink, Factores de la producción
http://www.eco-finanzas.com/diccionario/F/FACTORES_DE_LA_PRODUCCION.htm	Eco-finanzas: “Factores de la producción”, Diccionario de economía, administración finanzas y marketing
http://www.econlink.com.ar/funcion-produccion	Ecolink, “La función de producción”, Diccionario de economía
http://www.ecuaderno.com/2006/03/05/la-ley-de-rendimientos-decrecientes-y-los-blogs	Emma. (2006), “La ley de rendimientos decrecientes y los blogs”, eCuaderno, 05/03/06, [blog]
http://www.eco-finanzas.com/diccionario/C/COEFICIENTE_MEDIO_DE_PRODUCCION.htm	“Coeficiente medio de producción”, disponible en línea:
http://www.economia48.com/spa/d/coeficiente-de-produccion/coeficiente-de-produccion.htm	La gran enciclopedia de economía, “Coeficiente de producción”, economia48
http://www.economia48.com/spa/d	“Función de producción”, economia48

/funcion-de-produccion/funcion-de-produccion.htm	
http://www.scribd.com/doc/6947361/teoria-de-la-produccion-y-los-costos	[Gaboni], Teoría de la producción y costos
http://www.eumed.net/cursecon/libreria/bg-micro/1f.htm	Guerrien, Bernard. (1998). “El enfoque de la función de producción”, en La microeconomía, EMUNED
http://es.mimi.hu/economia/isocuantas.html	MiMi.hu, “Isocuantas”, Economía
http://www.mitecnologico.com/Main/TrayectoORutaDeExpansion	Concepto de ruta de expansión
http://www.mitecnologico.com/Main/FactoresDeLaProduccion	Factores de la producción, Mitecnológico
www.elprisma.com/apuntes/curso.asp?id=10917	El Prisma, “Isocuanta” Economía: Definiciones
http://www.azc.uam.mx/socialesyhumanidades/06/departamentos/relaciones/Materialdeconsulta/Material%20didactico/Teo_prod.pdf	Robles Rodríguez, Josefina (ed.), (2004). Teoría de la producción, Formación del Área Relaciones Productivas en México, UAM Azcapotzalco, [diapositivas]
http://usuarios.lycos.es/economiasil/cap102.htm	Solórzano Gutiérrez, Silberth. (2004). “Los factores de producción”, Curso de Economía, UNAMABA
http://www.zonaeconomica.com/funcion-de-produccion	Zona económica, “Función de producción”, Microeconomía, Diccionario de economía



SUAYED UNA OPCIÓN PARA TI

Licenciatura: **Administración**

UNIDAD 5

COSTOS DE PRODUCCIÓN





SUAYED
MÁS OPCIÓN
PARA TI

OBJETIVO ESPECÍFICO

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 especifica la relación técnica entre insumos y productos, y que los precios de los insumos convierten 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

Responde la siguiente pregunta:

¿Por qué se presentan los rendimientos decrecientes de los factores de la producción?

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:

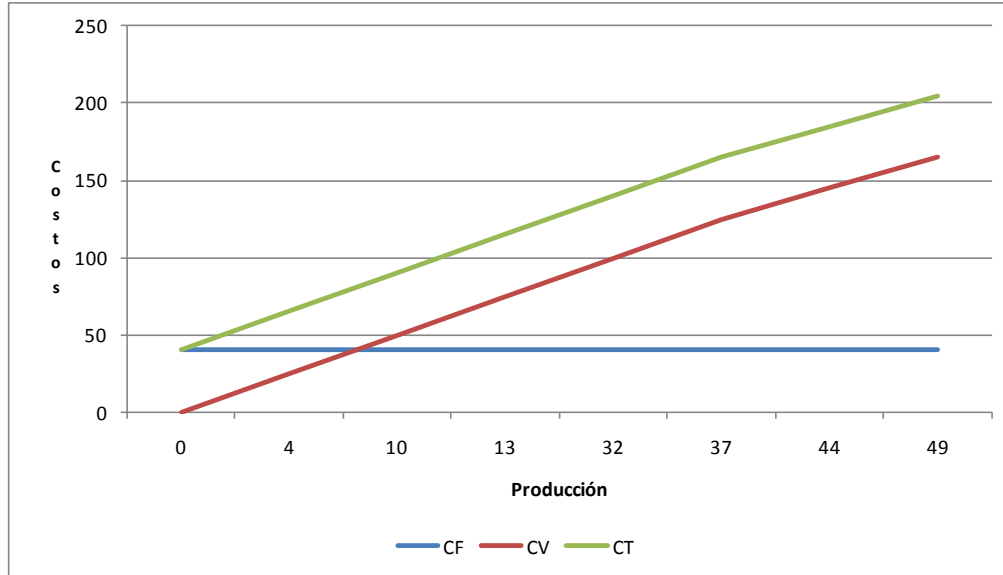
- Los costos totales
- Los costos fijos
- Los costos variables
- Los costos promedio
- Los costos marginales

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.

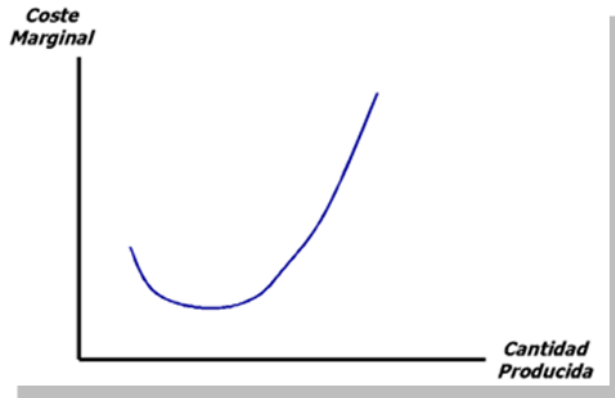
II. Costo marginal

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 ocurría 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.

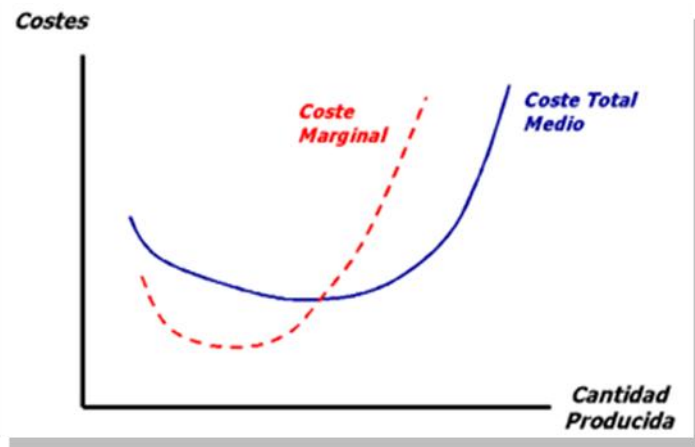


Cada vez cuesta más producir una unidad adicional.



Curva de costos 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 costos 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

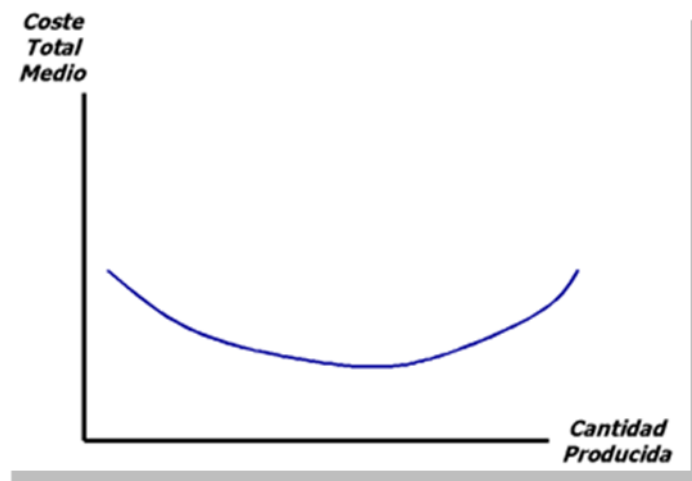
1. Costos a *corto plazo*. A corto plazo existen costos fijos, costos en los que incurre la empresa con independencia de su nivel de actividad, costos que se originan incluso aunque la empresa estuviese parada (amortización de las máquinas, costos financieros, alquileres, etc.). Son costos que la empresa 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

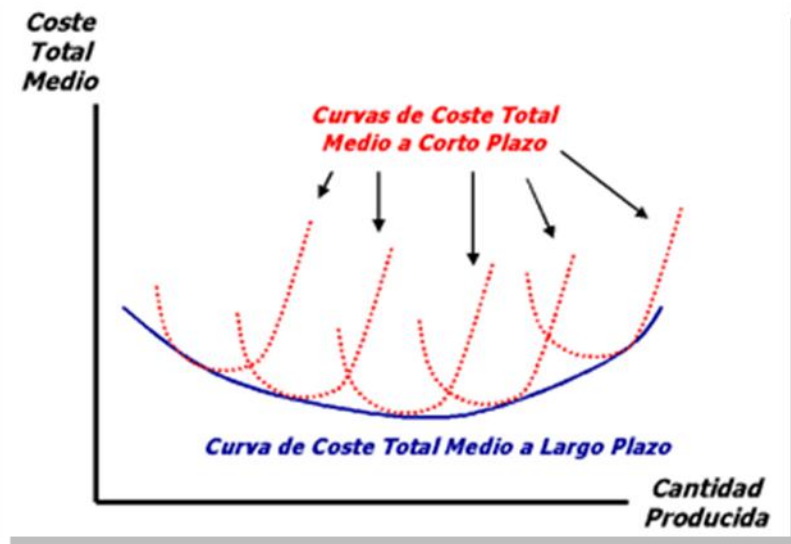
La curva a largo plazo se situará siempre por debajo de las diferentes curvas a corto plazo:

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.

Uniendo 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.

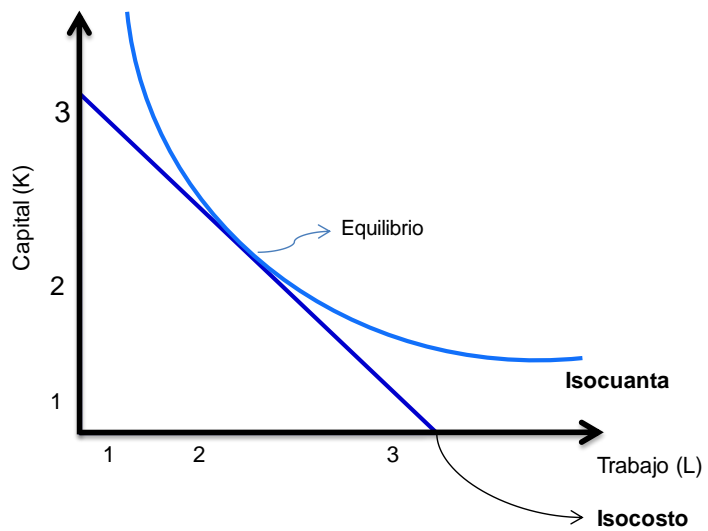
El **equilibrio del productor** se alcanza cuando maximiza su producción para un desembolso total determinado, es decir, cuando alcanza la isocuanta más alta, lo cual ocurre cuando ésta es tangente al isocosto. Lo anterior es análogo al equilibrio del consumidor, cuando la curva de indiferencia más alta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

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

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

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

Lo anterior significa que, en el equilibrio, el producto marginal del último peso (euro, 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 continuará aumentando su producción en tanto que el Ingreso Marginal (YMg) sea igual al Costo Marginal (CMg), es decir, la empresa aumentará la producción hasta el punto máximo que logre la igualdad; si sigue produciendo representará pérdidas para la empresa, teniendo que regresar al equilibrio.

El equilibrio del YMg y CMg nos da beneficio por unidad producida cero, este resultado es óptimo, pues la empresa ya acumuló 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

Costo		Definición	Fórmula
Fijo	(CF)	No depende del nivel de producción	
Variable	(CV)	Depende del nivel de producción	
Total	(CT)	Suma del costo fijo y variable	$CT = CF + CV$
Medio	(CMe)	Se obtiene por dividir el Costo Total entre la Producción	$\frac{Pcc}{CT}$
Marginal	(CMg)	Es el incremento del Costo Total por producir una unidad adicional	$\frac{\Delta Pcc}{\Delta CT}$
Isocuanta		Muestra la combinación de los factores de producción	
Isocosto		Representación gráfica de las combinaciones de los factores de producción que cuestan la misma cantidad.	$RN(R) + L(w) + K$

GLOSARIO

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 gráfica de los costos.

Deseconomías 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 dos 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 una hoja de cálculos:

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

Contesta las siguientes preguntas:

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



EXAMEN DE AUTOEVALUACIÓN

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



- 1) Al conjunto de Factores que provocan una disminución en los costos promedio de la empresa, aumentando la producción se conoce como: _____.
- 2) A las diferentes combinaciones de capital y trabajo se les llama: _____.
- 3) Cuando se alcanza la isocuanta más alta y el isocosto es tangente a este se obtiene: _____.
- 4) El aumento de los costos promedio cuando se amplía la producción se le llama: _____.
- 5) 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:
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:
4. Muestra las diferentes combinaciones de los insumos que puede adquirir la empresa, según los precios de los mismos:
5. Costos que aumentan conforme a la producción:
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.



LO QUE APRENDÍ

Busca 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 y no olvides citar tus fuentes.

MESOGRAFÍA

Bibliografía sugerida

Autor	Capítulo	Páginas
Graue (2006)	9 y 10	236-240; 242, 249
Cue y Quintana (2008)	6	100-101, 103-113
Vargas (2005)	8	220-222
Mankiw (2004)	13	187-190
Salvatore (2008)	6 y 7	122-124; 146-153
McConnell y Brue (2004)	22	120-121, 125-130, 132-138
Parkin (2006)	10	233-237
Varian (2005)	20	355-365

Bibliografía básica

Call, Steven T. y Holahan, William L. (1985). *Microeconomía*. (2ª ed.)
México: Interamericana.

Cue, Agustín y Quintana, Luis. (2008). *Introducción a la Microeconomía. Un enfoque integral para México*. México: Patria.

Graue Russek, Ana Luisa. (2006). *Microeconomía: Enfoque de negocios*, México: Pearson Educación.

Mankiw N., Gregory. (2004). *Principios de Economía*. (3ª ed.) México: McGraw-Hill.

Mcconell, Campbell y Brue, Stanley. (2004). *Microeconomía: principios, problemas y políticas*. (14ª ed.) México: McGraw-Hill.

Parkin, Michael, Esquivel, Gerardo. (2006). *Microeconomía: Versión Para Latinoamérica*. México: Pearson Educación.

Salvatore, Dominick, (2008). *Microeconomía*. (4ª ed.) México: McGraw-Hill.

Schettino, Macario. (2002). *Introducción a la economía para no economistas*. México: Pearson Educación.

Vargas Sánchez, Gustavo. (2002). *Introducción a la teoría económica. Aplicaciones a la economía mexicana*. México: McGraw-Hill.

Varian, Hal R. (2005). *Microeconomía Intermedia: Un enfoque actual*. (5ª ed.) Barcelona: Antoni Bosch



Bibliografía complementaria

Case, Karl E. y Fair, Ray C. (2000). *Principios de Microeconomía*. (4ª ed.)
México: Pearson Educación.

Colonna D'Istria, Robert. (1996). *Iniciación a la Economía*. (2ª ed.) Madrid:
Acento Editorial.

Emery, E. David. (2000). *Principios de Economía: Microeconomía*. (2ª ed.)
México: SITESA.

Glazer, Amihai y Hirshleifer, Jack. (2000). *Microeconomía: Teoría y
Aplicaciones*. (5ª ed.) México: Prentice Hall.

Ménard, Mathilde. (1996). *Diccionario de Términos Económicos*. (2ª ed.)
Madrid: Acento Editorial.

Méndez Morales, Silvestre José. (2007). *Economía y La Empresa*. (3ª ed.)
México: McGraw-Hill.

Rossetti, José Paschoal. (2002). *Introducción a la Economía*. (3ª ed.)
México: Oxford University Press.

Seo, K.K. & Winger, Bernard J. (1979). *Managerial Economics: Text,
Problems And Short Cases*, (5th ed.) Homewood, IL,
Richard D. Irwin Inc. [Hay traducción al español: (1982).
Economía Empresarial: Texto, Problemas y Casos.
México: Unión Tipográfica Editorial.]

Vizcarra Cifuentes, José Luis. (2007). *Diccionario de Economía*. México: Patria.

Sitios de Internet

Sitio	Descripción
www.auladeeconomia.com/micro.htm	Aula de Economía, Curso de Microeconomía
http://books.google.com.mx/books?id=PhkSnK8f3o4C&pg=PA153&dq=CLASIFICACION+DE+LOS+COSTOS&cd=5#v=onepage&q=&f=false	Ávila y Lugo, José. (2004). Introducción a la economía, 3ª ed., Apunte 31, México, UNAM Aragón / Plaza y Valdés, p. 153, vista previa
http://books.google.com.mx/books?id=PQqPiqnsd1EC&pg=RA1PA87&dq=econom%C3%ADas+a+escala&cd=1#v=onepage&q=econom%C3%ADas%20a%20escala&f=false	Carbaugh, Robert J. (2004). “Economías de escala y especialización”, en Economía Internacional, (9ª ed.) México: Cengage Learning, p. 87
www.economia48.com/.../economias..escala/economias-de-escala.htm	La gran enciclopedia de economía, “Economías de escala”, economia48
http://www.e-consulta.com/index.php?option=com_content&task=view&id=21661&Itemid=177	e-consulta. (05/01/09). Los misterios de la industria Textil, e-consulta: opinión, actualizado el (11/04/09)
http://economia.terra.cl/noticias/noticia.aspx?idNoticia=200901072243_INF_387282	Pospone Bridgestone planes de inversión en Cuernavaca, Morelos, 07/01/09, El Financiero
www.scribd.com/doc/6947361/teoria-	[Gaboni], Teoría de la producción y

de-la-produccion-y-los-costos	costos
http://www.lagaceta.com.ar/nota/306658/Rural/Siguen_alza_costos_laboral_es_los_tambos_argentinos.html	“Siguen en alza los costos laborales, en los tambos argentinos”, 26/12/08, La Gaceta: Rural
http://www.infoeconomicas.com.ar/idx.php/0/021/article/Clasificacin-de-Costos.html	“Conceptos de costos” (27/02/08), Infoeconómicas
http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/Empresarios/costos.htm#ClasComportamiento	Caja de herramientas, “Clasificación y comportamiento de los costos”, infopyme.com
http://www.icesi.edu.co/~jjmora/pdfs/econorga4.pdf	Mora R., Jhon James. (2005). La economía de las Organizaciones. ICESI
http://www.cnnexpansion.com/actualidad/2009/01/19/productores-piden-fijar-precio-de-leche	Notimex. (19/01/09). Productores piden fijar precio de leche, 19/01/09, CNN Expansión: Actualidad
http://senderodelpeje.com/sdp/contenido/2009/01/14/308835	Notimex. (14/01/09). Logra Fresnillo récord de producción de plata en 2008, baja la de oro, SDP noticias
http://www.elmundo.es/elmundomotor/2009/01/20/empresas/1232444807.html	Piccione, Sergio. (20/01/09), “Chrysler y Fiat analizan una colaboración industrial y comercial”, El Mundo: Motor
http://www.azc.uam.mx/socialesyhumanidades/06/departamentos/relaciones/Materialdeconsulta/Material%20didactico/Teo_prod.pdf	Robles Rodríguez, Josefina (ed.), (2004). Teoría de la producción, Formación del Área Relaciones Productivas en México, UAM Azcapotzalco



SUAYED
SOLUCIONES
PARA TI

http://books.google.com.mx/books?id=62gNCThG6EwC&pg=PA65&dq=isocuantas&lr=&cd=6#v=onepage&q=isocuantas&f=false	Rosales Obando, José. (1984). “Características básicas de las isocuantas” en Elementos de Microeconomía, San José, UNED, p. 65, vista previa
http://www.correo-gto.com.mx/notas.asp?id=100599	Ruiz, Vicente y Fuentes, Martín. (19/01/09). “Siembran recursos desiguales y cosechan...”, Correo: Vida pública
http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1088718	Scibona, Néstor. (11/01/09). “Desalineados y desbalanceados”, La Nación: Economía



SUAYED UNA OPCIÓN PARA TI

Licenciatura: **Administración**

UNIDAD 6

LA EMPRESA COMO DEMANDANTE





OBJETIVO ESPECÍFICO

Que el alumno entienda el papel demandante de la empresa, dentro del mercado de factores y la demanda derivada.

INTRODUCCIÓN

En la economía el factor primario que hace que esta funcione son los recursos naturales, los cuales nos proveen de productos que se pueden utilizar inmediatamente para el consumo o son la materia prima esencial para la producción dentro del sector secundario o productivo. Los recursos naturales se dividen en Renovables y No renovables, ambos deben ser administrados adecuadamente y sobre todo ser optimizados; muchos de los recursos renovables se están convirtiendo en no renovables, y por lo tanto se está afectando al consumo tanto de las familias, como de las empresas. Los recursos naturales tienen un precio que se determina como renta, y este se obtiene tanto por la explotación como por el uso de los mismos.

Otro factor esencial es el Trabajo, ya que podemos tener recursos naturales, o tecnología pero, ¿quién los maneja?; el precio por el trabajo se establece con base en los salarios que ofrecen las empresas por las actividades o funciones a realizar dentro de la empresa, para lograr su objetivo. El factor trabajo también establece su precio según sus competencias y no sólo conforme con los conocimientos que tienen para la realización de las actividades.

En cambio, el precio del capital se establece por medio de las autoridades monetarias y es la tasa de interés, ya que por medio de ella se toma la decisión de adquirir un financiamiento para adquisición de maquinaria,



SUAYED
SUA OPCIÓN
PARA TI

equipo, etc., o en el caso de que se invierta la tasa de interés será el precio que obtienen por no utilizar ese activo financiero.



LO QUE SÉ

Con los datos que se te proporcionan, grafica lo que se te pide en una hoja de cálculo:

Cantidad	Costo fijo	Costo Variable	Costo fijo promedio	Costo Variable promedio	Costo total promedio	Costo marginal
0	145	0				
1	145	10				
2	145	50				
3	145	90				
4	145	100				
5	145	120				
6	145	145				

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



TEMARIO DETALLADO

(8 horas)

6.1. Mercado de factores

6.2. Demanda derivada

6.3. Establecimiento del precio

6.1. Mercado de factores

Como se vio en unidades anteriores los factores que intervienen en la producción son: Recursos Naturales (RN), Trabajo (L) y Capital (K), cada uno de estos factores tiene un costo, los cuales son:

FACTOR	COSTO
Recursos Naturales (RN)	Renta R
Trabajo (L)	Salarios (W)
Capital ⁸ (K)	Tasa de interés (i, r)

Al igual que los mercados de bienes, en el de Factores existe la oferta y demanda de éstos y determinan su punto de equilibrio a la intersección de las anteriores.

Mercado de Recursos Naturales (RN)

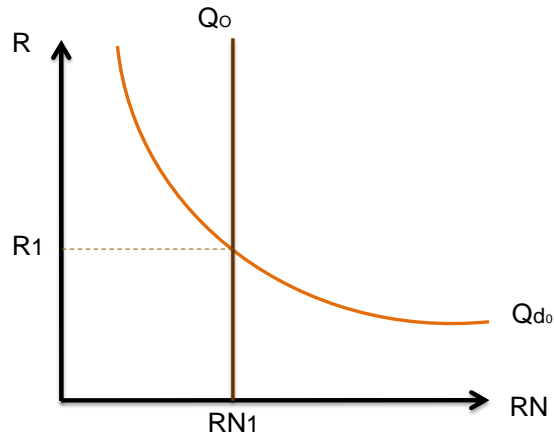
Se divide según su naturaleza:

Recursos renovables: se considera que se generan periódicamente, siempre y cuando se administren correctamente, su curva de oferta es inelástica porque es fija su oferta; en cambio los **No renovables** son aquellos que se tiene que utilizar y distribuir en forma eficiente.

⁸ Dentro del capital se incluye todo aquello que nos sirve para transformar la materia prima, como la maquinaria, equipo, edificios, etc.; lo que contablemente integra al activo no circulante; y lograr obtener la mercancía final o procesada.

El precio a determinar por los Recursos Naturales se le llama **Renta**.

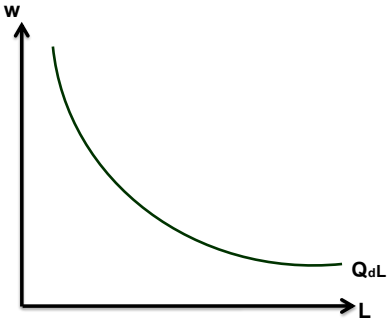
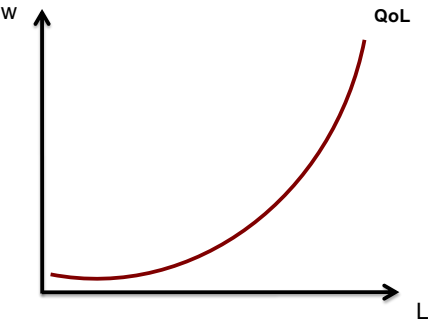
En la gráfica de la derecha se muestra que la curva de oferta es inelástica, porque la oferta de la tierra es fija (línea vertical) y la demanda determina la renta al interceptarse con la oferta.



El recurso natural trabajará para lo que se pueda ganar, es decir, si la tierra sólo se utiliza para sembrar jitomate, pero aumenta la demanda de éste producto, desplazará la curva de demanda hacia arriba y consigo aumentará la renta, por lo tanto, el precio de la tierra para sembrar jitomate es alto porque el precio del producto aumenta; es decir, se deriva la demanda por que el factor se deriva de la demanda del producto producido por el factor (en este caso los jitomates).

Mercado de trabajo

Demanda	Oferta
Se origina por parte de las empresas y está en función del salario.	Es la cantidad de trabajo que los individuos ofrecen a las empresas a diferentes salarios.
$QdL = f(w)$	$QoL = f(w)$
Donde : L= Trabajo w= salario	Donde : L= Trabajo w= salario

	
<p>La relación entre las variables es: $\Delta w \nabla L$ ó $\nabla w \Delta L$</p>	<p>La relación entre las variables es: $\Delta w \Delta L$ ó $\nabla w \nabla L$</p>
<p>La ecuación de la curva es: $QdL = f(w) = L - bw$</p> <p>Donde: L=cantidad de trabajadores disponibles w= salario b= pendiente de la curva</p>	<p>La ecuación de la curva es: $QoL = f(w) = L + bw$</p> <p>Donde: L=cantidad de trabajadores w= salario b= pendiente de la curva</p>
<p>Movimiento de la curva:</p> <ul style="list-style-type: none"> ☞ Sobre la misma curva se da por los cambios a los salarios. ☞ Se desplaza en su totalidad si hay cambios tecnológicos, contratación de más personal, guerras, catástrofes naturales, cambios en la producción. 	<p>Movimiento de la curva:</p> <ul style="list-style-type: none"> ☞ Sobre la misma curva se da por los cambios a los salarios. ☞ Se desplaza en su totalidad si aumenta o disminuye la tasa de natalidad, tasa de mortalidad, edad en activo, edad de retiro de los trabajadores, migración, etc.

Mercado del factor capital

Los bienes de capital se consideran como las estructuras, equipo, inventarios, patentes, marcas, etc.; en cambio los activos financieros se consideran como los ahorros, fondos de pensión, aseguradoras, etc.; para adquirir los primeros los empresarios necesitan muchas veces requerir préstamos o financiamientos que son proporcionados por diversas instituciones del Sistema Financiero; para el segundo caso, todas aquellas personas que posean dinero y quieran ahorrar o invertir, al igual que el caso anterior, se dirigen a una Institución financiera.

Las instituciones financieras para el caso de la compra de bienes de capital, da un contrato a firmar donde el empresario recibe una cantidad de dinero previamente establecida, el plazo de pago, la **tasa de interés**, pagos parciales, riesgo y el aval; para el caso de los activos financieros, se le da, tasa de interés, rendimiento durante el plazo establecido y riesgo.

Corto plazo: La curva de demanda de capital muestra la relación entre la cantidad demandada y la tasa de rendimiento sobre el capital, como la demanda de este factor es derivada, ya que proviene del producto marginal del capital (el producto agregado originado por la acumulación del capital existente), por lo tanto, se tiene una pendiente negativa, cuando el **K** es insuficiente, la tasa de rendimiento es alta; en cambio la oferta se presenta como una curva inelástica por las inversiones pasadas, provocando una provisión de capital.

6.2. Demanda derivada

La demanda derivada se vincula a la demanda de los factores que ayudan a producir; la elasticidad de la demanda de los factores de la producción depende de las características del bien, para explicar esta dependencia nos enfocaremos a las leyes formuladas de Alfred Marshall, quién describe por qué los factores de la producción son retribuidos, en proporción al compararlos con otros factores.

Las leyes que explica Alfred Marshall son las siguientes:

Antes, recordemos que la elasticidad mide las variaciones que puede tener una variable respecto a otra.

La **1ª ley** habla de la Sustentabilidad, la cual se explica por la elasticidad que es mayor mientras más fácilmente se sustituya en el proceso de producción, es decir, todos los factores de producción se pueden sustituir, por ejemplo: el trabajo puede ser sustituido por la tecnología, hasta cierto punto, puesto que necesitaremos mano de obra para manejar la tecnología. Lo que indica que los insumos que utiliza una empresa están relacionados entre sí.

2ª Ley donde la elasticidad de la demanda del factor será mayor cuanto más elástica sea la demanda del bien que produce, es decir, si aumenta el precio del factor trabajo, este aumento se verá reflejado en el precio del bien final, teniendo como consecuencia una posible disminución de la

demanda del producto, esto impactará a la decisión del productor de dar un aumento de salarios a sus trabajadores.

En la **3ª ley** la elasticidad de la demanda de algunos de los factores de la producción se basa en la oferta de los mismos, que también participan en el proceso. Como ejemplo, considerando que si se da un aumento de salarios a los trabajadores, pero el precio de la tecnología aumenta a gran escala; el aumento de salarios no contrae la demanda.

4ª Ley la demanda de los factores será más inelástica cuando el costo sea menor en comparación con la producción total.

Cada una de las leyes se cumplirá conforme a los requerimientos de la empresa y también al juego de precios que tengan los factores dentro del mercado.

6.3. Establecimiento del precio

En este tema analizaremos cada uno de los factores, cómo juega su oferta y demanda hasta lograr el equilibrio en cada uno de ellos:

Factor Recurso Natural

Una forma de administrar este factor es determinando si es un recurso renovable o no; se dice que es no renovable cuando la oferta es fija, como ejemplo el petróleo y los recursos minerales, en cambio es renovable cuando se regeneran frecuentemente y pueden proporcionar servicios que sean útiles. Para la distribución de ambos, en el primer caso se necesita que estos sean correctamente distribuidos a largo plazo; en cambio para los renovables se tiene que garantizar la eficiencia de los servicios.

La oferta y demanda de este factor se estudia desde la perspectiva de:

Si es un lugar donde es poco el “terreno” que hay, y la demanda es alta, el valor de este factor se incrementa.

En próxima gráfica observamos que la demanda se desplaza hacia arriba (Q_d), porque aumenta la cantidad demandada, mientras que la oferta se mantiene en la misma cantidad, generando así, un incremento en la Renta (R_0 a R_1), si lo anterior tuviera valores sería por ejemplo de 5 a 10; trayendo consigo un nuevo punto de equilibrio.

En cambio si el recurso natural no es escaso el precio es menor, sin importar la cantidad demandada.

Factor Trabajo

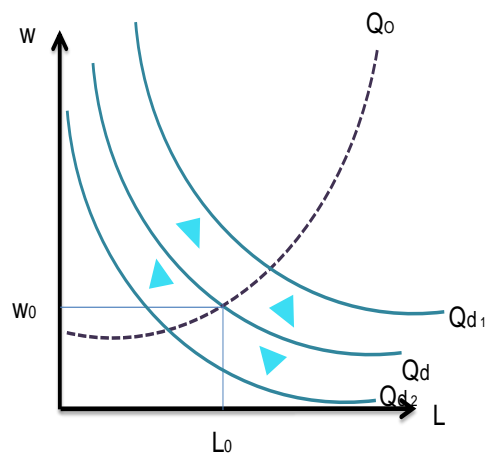
La demanda de trabajo es representada por las empresas, estas necesitan trabajadores para poder producir, pero a cambio las empresas tienen que pagar un precio por ellos y se conoce como salario.

La relación entre el trabajo y los salarios es inversa, por lo tanto la pendiente de la curva es negativa.

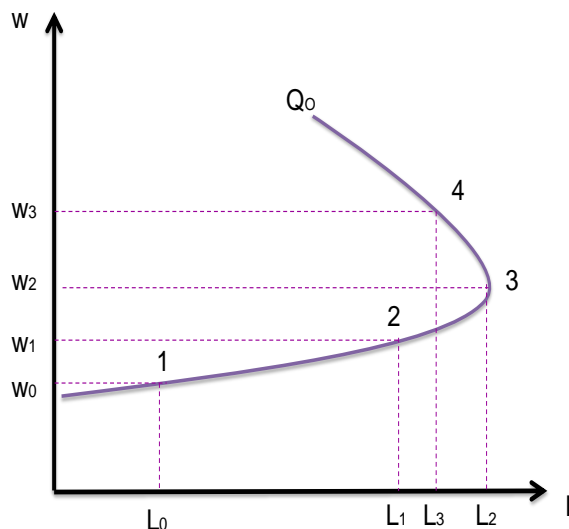
En la gráfica observamos que al aumento de la demanda de trabajo (Q_{d1}), los salarios son menores, por ejemplo en época navideña hay una gran demanda de trabajo y los salarios por pagar es mínima.

Para el caso contrario a una disminución de la demanda de trabajo (Q_{d2}) los salarios se mantienen o son mayores, lo anterior, se ve cuando las empresas contratan tecnología de punta, por lo tanto hay menos pago de salarios; también se da que al contratar más tecnología se necesita personal más capacitado o específico.

La oferta de trabajo corresponde a las personas que están en edad de trabajar (PEA), y representa a la cantidad de trabajo que las personas ofrecen a las empresas a diferentes salarios, al igual que la oferta de bienes y servicios a mayor oferta de trabajo, mayor salario y viceversa.



Esta gráfica representa la tasa de salarios alta, un incremento de esta hará que los trabajadores estén dispuestos a comprar más cantidad de horas de ocio, mientras que su ingreso total le permite trabajar menos tiempo, es decir, un aumento de los salarios, hará que aumente su ingreso sin que los trabajadores aumenten su capacidad, reflejándose en un aumento en la demanda de bienes y servicios; en cambio cuando los salarios disminuyen, aumenta las horas trabajadas con un ingreso mínimo y disminución del tiempo de ocio.



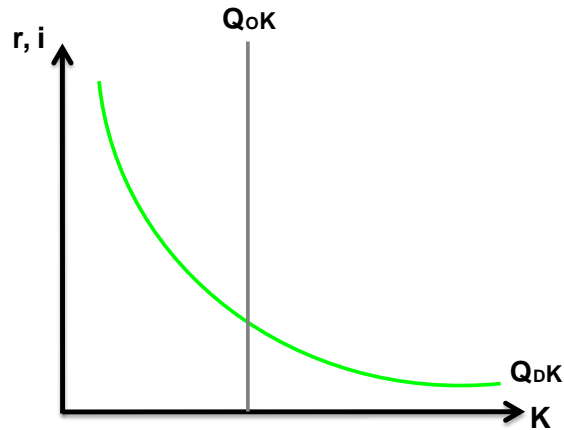
El pago que se le da a los trabajadores en el caso de México es el salario, según la Ley Federal de Trabajo en el Capítulo V se define como, “[Artículo 82](#).- Salario es la retribución que debe pagar el patrón al trabajador por su trabajo”; se fija con base en la unidad de tiempo, obra, comisión, etc., también existe el pago mínimo por el trabajo y se conoce como salario mínimo.

Artículo 90.- Salario mínimo es la cantidad menor que debe recibir en efectivo el trabajador por los servicios prestados en una jornada de trabajo.

El salario mínimo deberá ser suficiente para satisfacer las necesidades normales de un jefe de familia en el orden material, social y cultural, y para proveer a la educación obligatoria de los hijos.

Factor de los bienes de Capital

Se considera el precio de los bienes de capital y activos financieros a la tasa de interés, Vargas (2002) señala que: “Es el pago que se da respecto a la cantidad de dinero recibida (entregada) como préstamo (ahorro) por unidad de tiempo” o “es el pago por la posibilidad de utilizar el dinero (el costo del dinero), que está medido en pesos al año por cada peso prestado” (p. 413).



Tomando las definiciones anteriores concluimos que la tasa de interés representa la retribución que se recibe o se da por la utilización del dinero, en un periodo de tiempo determinado.

Existen dos tipos de tasa de interés:

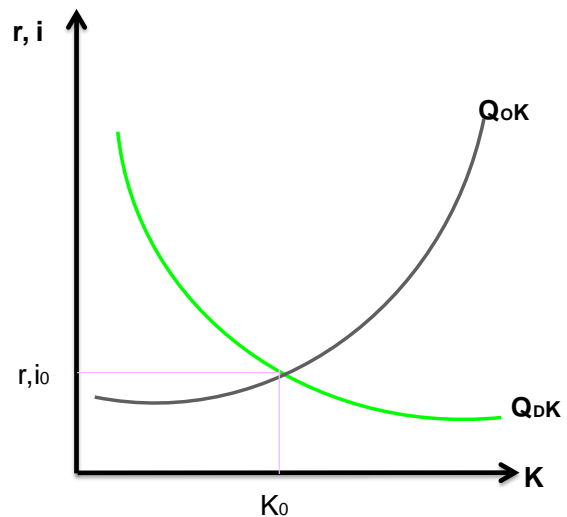
Nominal. Representa la cantidad porcentual anual de dinero que se obtiene sobre una cantidad prestada o depositada en el banco.

Real. Es la tasa de interés nominal menos la tasa de inflación, el cálculo de ésta muestra el cambio en el poder adquisitivo de la tasa de interés, así como el monto del préstamo (Parkin y Esquivel, 2006, p. 213).

$$Tasa\ de\ interes = \frac{tasa\ de\ intres\ nominal - tasa\ de\ inflación}{(1 + tasa\ de\ inflación)}$$

Corto plazo

La curva de demanda de capital muestra la relación entre la cantidad demandada y la tasa de rendimiento sobre el capital, como la demanda de este factor es derivada, ya que proviene del producto marginal del capital (es decir el producto agregado originado por la acumulación del capital existente), por lo tanto se tiene una pendiente negativa, cuando el K es insuficiente, la tasa de rendimiento es alta; en cambio la oferta se presenta como una curva inelástica por las inversiones pasadas, provocando una provisión de capital. Al unirse la curva de demanda y oferta, la cantidad de K se prorratea entre las empresas que lo demandan, tienen en una tasa de interés donde ambas partes están dispuestas tanto a pagar como a recibir sobre la oferta.

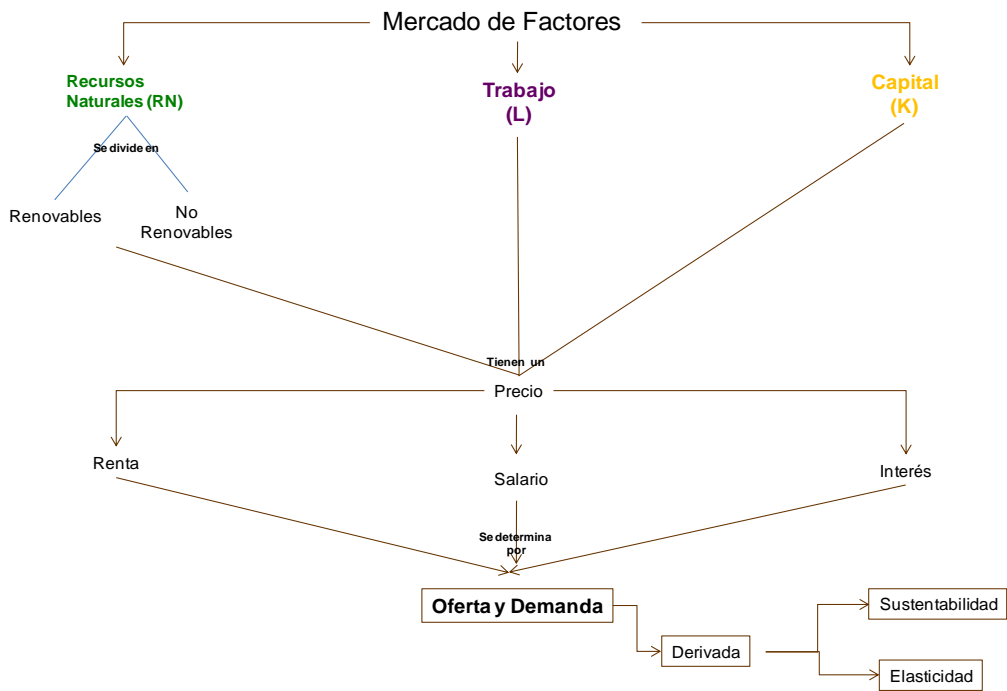


Largo plazo

Las personas y empresas acumulan capital, provocando que la oferta sea perceptiva a las tasas de interés, por lo tanto la curva es elástica. El equilibrio a largo plazo en la tasa de interés está en el nivel en que las provisiones de capital que las empresas desean; serán parecidas a la riqueza que las personas desean tener. “El equilibrio a largo plazo de las existencias de capital se presenta a la tasa de interés real, donde el valor de los activos que la gente desea poseer corresponde exactamente a la cantidad de capital que las empresas desean para la producción” (Samuelson, y Nordhaus, 2010, p. 301)



RESUMEN



GLOSARIO

Activos financieros

Derechos y responsabilidades monetarias de un contratante.

Bienes de Capital

Son los bienes que se necesitan para producir.

Demanda derivada

Demanda de un factor de la producción que se deriva de un bien final al que contribuye.

Recursos Naturales

Son aquellos bienes que se obtienen sin intervención del ser humano.

Renta

Ingreso obtenido por el uso de del factor tierra.

Salarios

Es la retribución que debe pagar el patrón al trabajador por su trabajo.

Salario mínimo

Es la cantidad menor que debe recibir en efectivo el trabajador por los servicios prestados en una jornada de trabajo.

Tasa de interés

Es el costo por obtener dinero por el producto del crédito o precio que se paga por el uso de financiamientos.

Tasa de interés nominal

Es la tasa de interés pagada en varios activos financieros.

Tasa de interés real

Se obtiene por la deducción de la tasa de inflación a la tasa de interés nominal.

Trabajo

Esfuerzo humano aplicado a la producción de riqueza, por lo tanto, puede decirse que el trabajo es el resultado de la actividad humana que tiene por objeto crear satisfactorios y que hace necesaria la intervención del Estado para regular su vinculación y funcionamiento con los demás factores de la producción.



ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

ACTIVIDAD 1

Busca información sobre los diferentes préstamos que se le pueden otorgar a una empresa, la tasa y plazo para pagar dicho préstamo.



CUESTIONARIO DE REFORZAMIENTO

Contesta las siguientes preguntas:

1. ¿Qué son los factores de la producción?
2. ¿Cómo se determina la oferta y demanda de trabajo?
3. ¿Qué es la demanda derivada?
4. ¿Cómo se determina el precio en equilibrio de los recursos naturales?
5. Define la relación entre la tasa de interés y el capital a corto plazo.

EXAMEN DE AUTOEVALUACIÓN

Indica si las siguientes aseveraciones son verdaderas o falsas.

	Verdadera	Falsa
1. Para los recursos no renovables, la curva de oferta es inelástica porque su oferta es fija.	()	()
2. La ecuación para obtener la curva de la demanda de trabajo es: $QdL = f(w) = L + bw$	()	()
3. La oferta de trabajo se modifica por el aumento o disminución de la tasa de la población económicamente activa.	()	()
4. La demanda derivada se relaciona con los factores de la producción que se necesitan para producir.	()	()
5. La tasa de interés real se obtiene por la disminución del índice inflacionario de la tasa nominal.	()	()

LO QUE APRENDÍ

Visita y lee cuidadosamente los siguientes enlaces, consultados el 26/09/11, y contesta las preguntas.

Kerman, Romeo. (15/07/11). La superficie agrícola se reduce una cuarta parte en una década, El País: España-País Vasco, disponible en línea:

http://www.elpais.com/articulo/pais/vasco/superficie/agricola/reduce/cuarta/parte/decada/elpepuespvas/20110715elpvas_7/Tes.

La Comunidad pierde más de 74.000 explotaciones agrarias en diez años, El Mundo: Agricultura, Castilla y León, disponible en línea:

<http://www.elmundo.es/elmundo/2011/07/14/castillayleon/1310642639.html>.

Orduz Salinas, Natalia. (14/07/11). Abusos que explotan, Semana: Opinión, disponible en línea:

<http://www.semana.com/opinion/abusos-explotan/160310-3.aspx>

1. ¿Cómo afecta la sobreexplotación del recurso primario de la economía (Recursos Naturales) a la demanda derivada?
2. ¿Cómo afecta la explotación de los recursos a los costos, productividad y rentabilidad de las empresas?
3. ¿Qué efectos tiene esta explotación a los factores Trabajo y Capital?

MESOGRAFÍA

Bibliografía sugerida

Autor	Capítulo	Páginas
Graue (2006)	7	165-197
Case y Fair (2000)	10-11	211-245
Samuelson y Nordhaus (2010)	12, 13, 14, 15	235-303

Bibliografía básica

Call, Steven T. y Holahan, William L. (1985). *Microeconomía*. (2ª ed.) México: Interamericana.

Cue, Agustín y Quintana, Luis. (2008). *Introducción a la Microeconomía. Un enfoque integral para México*. México: Patria.

Graue Russek, Ana Luisa. (2006). *Microeconomía: Enfoque de negocios*, México: Pearson Educación.

Mankiw N., Gregory. (2004). *Principios de Economía*. (3ª ed.) México: McGraw-Hill.

Mcconell, Campbell y Brue, Stanley. (2004). *Microeconomía: principios, problemas y políticas*. (14ª ed.) México: McGraw-Hill.

Parkin, Michael, Esquivel, Gerardo. (2006). *Microeconomía: Versión Para Latinoamérica*. México: Pearson Educación.

Salvatore, Dominick, (2008). *Microeconomía*. (4ª ed.) México: McGraw-Hill.

Samuelson, A. Paul y Nordhaus William D. (2010). *Microeconomía con aplicaciones en Latinoamérica*. (19ª ed.) México: McGraw-Hill.

Schettino, Macario. (2002). *Introducción a la economía para no economistas*. México: Pearson Educación.

Vargas Sánchez, Gustavo. (2002). *Introducción a la teoría económica. Aplicaciones a la economía mexicana*. México: McGraw-Hill.

Varian, Hal R. (2005). *Microeconomía Intermedia: Un enfoque actual*. (5ª ed.) Barcelona: Antoni Bosch.

México: Ley Federal de Trabajo (vigente)

Bibliografía complementaria

Case, Karl E. y Fair, Ray C. (2000). *Principios de Microeconomía*. (4ª ed.) México: Pearson Educación.

Colonna D'Istria, Robert. (1996). *Iniciación a la Economía*. (2ª ed.) Madrid: Acento Editorial.

Emery, E. David. (2000). *Principios de Economía: Microeconomía*. (2ª ed.) México: SITESA.

Glazer, Amihai y Hirshleifer, Jack. (2000). *Microeconomía: Teoría y Aplicaciones*. (5ª ed.) México: Prentice Hall.

Ménard, Mathilde. (1996). *Diccionario de Términos Económicos* (2ª ed.) Madrid: Acento Editorial.

Méndez Morales, Silvestre José. (2007). *Economía y La Empresa*. (3ª ed.) México: McGraw-Hill.

Rossetti, José Paschoal. (2002). *Introducción a la Economía*. (3ª ed.) México: Oxford University Press.

Seo, K.K. & Winger, Bernard J. (1979). *Managerial Economics: Text, Problems And Short Cases*. (5th ed.) Homewood, IL, Richard D. Irwin Inc. [Hay traducción al español: (1982). *Economía Empresarial: Texto, Problemas y Casos*. México: Unión Tipográfica Editorial.]



Varian, Hal R. (2005). *Microeconomía Intermedia: Un enfoque actual*. (5ª ed.) Barcelona: Antoni Bosch.

Vizcarra Cifuentes, José Luis. (2007). *Diccionario de Economía*. México: Patria

Sitios de Internet

Sitio	Descripción
http://www.eumed.net/cursecon/3/Factores.htm .	EUMED, “Factores productivos, tierra, trabajo, capital, tecnología y conocimiento”: Funcionamiento de los mercados
http://www.colombialink.com/01_INDEX/index_finanzas/05_factores.html .	“Factores de producción”, ColombiaLink, economía y finanzas
http://www.elpais.com/articulo/pais/vasco/superficie/agricola/reduce/cuarta/parte/decada/elpepvas/20110715elpvas_7/Tes .	Kerman, Romeo. (15/07/11). La superficie agrícola se reduce una cuarta parte en una década, <i>El País</i> : España-País Vasco
http://www.eumed.net/cursecon/7/La%20oferta%20de%20trabajo.htm .	Martínez Coll, Juan Carlos. (2001). “Los mercados de factores”, en <i>La economía de mercado, virtudes e inconveniente</i> , actualizado el 20/03/07
http://www.docstoc.com/docs/3258167/MERCADO-DE-FACTORES-PRODUCTIVOS-	Mercados de factores productivos. Mercado de recursos naturales, en el corto plazo (30/12/08)



SUAYED
SUA OPCIÓN
PARA TI

MERCADO-DE-RECURSOS-NATURALES-En-el	
http://www.elmundo.es/elmundo/2011/07/14/castillayleon/1310642639.html	La Comunidad pierde más de 74.000 explotaciones agrarias en diez años, <i>El Mundo: Agricultura</i> , Castilla y León
http://www.semana.com/opinion/abusos-explotan/160310-3.aspx	Orduz Salinas, Natalia. (14/07/11). Abusos que explotan, <i>Semana: Opinión</i>



SUAYED UNA OPCIÓN PARA TI

Licenciatura: **Administración**

UNIDAD 7

LA FAMILIA COMO CONSUMIDORA



APUNTES DIGITALES
PLAN 2012

SUAYED UNA OPCIÓN PARA TI



OBJETIVO ESPECÍFICO

Que 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, cómo 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 enlaces, y realiza un breve ensayo donde rescates la relación de éstos con la vinculación directa para las empresas (teoría del productor y costos):

González, Ixel. (04/04/11). El mercado de empleo sube en EU [sic.], *El Universal*: Cartera, <http://www.eluniversal.com.mx/finanzas/85511.html>

----- (21/04/11). Persisten riesgos en mercado laboral, advierte la OCDE, *El Universal*: Cartera, disponible en línea: <http://www.eluniversal.com.mx/finanzas/85839.html>

Globalización pesa a empresas más que política. (08/05/06). *El Universal*: Pymes, disponible en línea: <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

Teoría del Valor

De 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**, estudia desde el punto de vista del trabajo implícito y explícito qué se utiliza para la producción de una mercancía; y la segunda, la **Subjetiva**, 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.

Para la Teoría objetiva, véase John W. McConnell (1961, pp. 17-56):

Sus principales teóricos son Adam Smith, David Ricardo y 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 basándose en el valor trabajo, afirma que el valor de las mercancías lo determina la cantidad de trabajo que dichas mercancías puede 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.

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 determina que el valor es el trabajo social de los productores materializado en las mercancías. Las mercancías poseen un valor de uso que 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.).

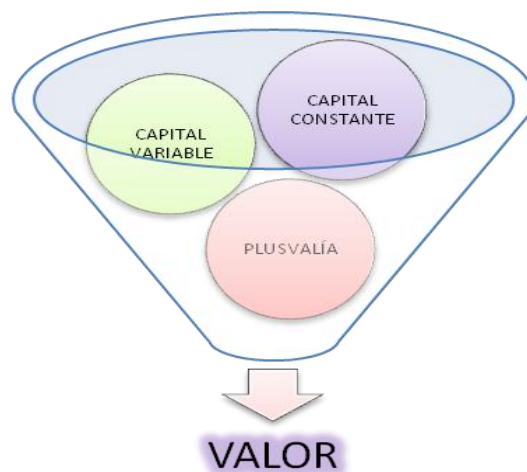
Determina que el valor de las mercancías se basan en:

- **Capital Constante:** 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. (Boríssov, Zhamin y Makárova, 1976, p. 17)
- **Capital variable:** 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. (Boríssov, Zhamin y Makárova, 1976, p. 23)



- **Plusvalía:** Valor del trabajo no pagado a los obreros y se crea por encima de la fuerza de trabajo, esta ganancia la retienen los empresarios. (Boríssov, Zhamin y Makárova, 1976, p. 175)

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.



Para la **Teoría subjetiva**, véase Zamora (1984, pp. 170-194):

Los teóricos que llevaron a cabo el subjetivismo económico fueron, W. Stanley Jevons, Karl Menger y León Walras, ellos toman como base de estudio a la esencia psicológica, es decir, la parte afectiva de los consumidores para lograr el beneficio y que los mismos bienes y productos le otorgan. 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.

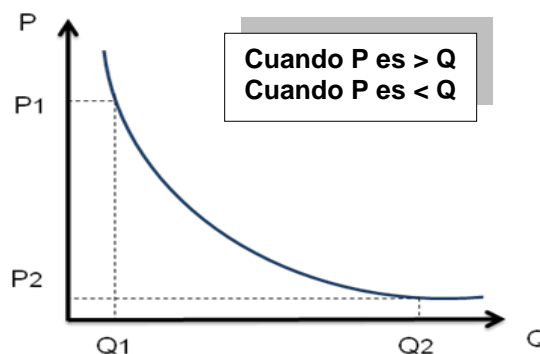
Los Subjetivistas se concentran en estudiar la conducta del consumidor con base en sus gustos, preferencias y utilidad de los bienes.

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 según 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.

Nota: Como ya se ha dicho, esta unidad se irá desarrollando según la teoría subjetiva del valor, basándose en el entorno del consumidor.

7.2. Gustos y preferencias

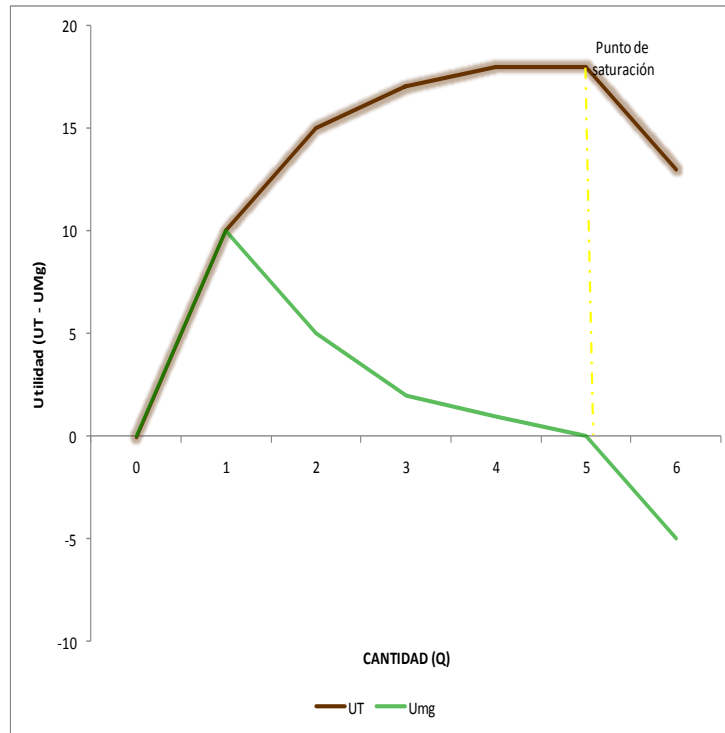
El estudio de los consumidores se basa en la curva de demanda, pues como ya hemos visto, entre más caro es un bien, menos se compra o viceversa; generando que la pendiente de la misma sea negativa. La curva de la demanda es el punto último del estudio del consumidor, este se inicia al conocer los gustos, preferencias, ingresos del anterior.



Las empresas lanzan al mercado sus productos cuando ya realizaron el Estudio de Mercado, el cual consiste 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.

Bajo el esquema de la teoría subjetiva del valor de los productos, bienes y servicios, se refiere a que los consumidores compran basándose en las características cualitativas, como tamaño, olor, sabor, color, etc.; también toman en cuenta su preferencia por el producto es decir, compara las características cualitativas de varios productos similares.

Dentro de la misma teoría subjetiva se determina la *Utilidad (UT) del bien*, producto o servicio, al nivel de satisfacción que provoca al consumidor, -qué tanto cubre las necesidades del consumidor-; pero esta utilidad tiene un punto máximo al cual se le conoce como *punto de saturación*.



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 (UMg), 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 dan cuando realiza la comparación de dos productos o canastas (o cestas, es decir, que incluyen productos similares); antes de mencionar los supuestos sobre las preferencias, conoceremos la simbología para la interpretación de los mismos, según Varian (1999, p. 36):

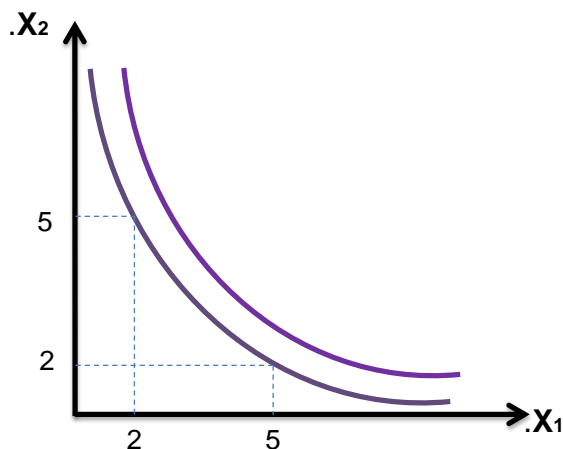


Símbolo	Significado
>	Prefiere estrictamente a
~	Indiferente a
≥	Prefiere débilmente

Supuestos de las preferencias:

1. Se prefiere estrictamente un producto en vez de otro, $X_1 > X_2$ significa que el consumidor prefiere el bien X_1 a X_2 , por lo tanto, con base en su gusto siempre preferirá a X_1 .
2. Al consumidor le es indiferente los productos $X_1 \sim X_2$, es decir, cualquiera de los productos lo satisface.
3. El consumidor prefiere uno de los dos productos o le es indiferente entre ellos $X_1 \geq X_2$.

Conforme el consumidor va realizando la comparación de sus preferencias se crean las **curvas de indiferencia**; éstas representan gráficamente las preferencias del consumidor al comparar dos bienes. Las características de las curvas de indiferencias son que:



- Tienen pendiente negativa, porque al consumir más de un bien X_2 se disminuye el consumo del bien X_1 o viceversa, es decir la relación entre los bienes es negativa.
- No se intersecan, 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 X_1 y X_2 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 de X_1 debemos vender de X_2 el asunto ya no es tan sencillo, pues si vendemos mucho de X_2 para comprar una sola unidad de X_1 podemos salir perdiendo.

En la actualidad las preferencias se analizan con ayuda de psicólogos y los resultados apoyan a las estrategias de 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. (Véase, Ariely, 2011 como ejemplo de la psicología del consumo.)

7.3. Ingresos y precios

Uno de los factores principales para que un consumidor elija aquellos bienes que le permitan obtener la máxima utilidad posible es el precio de estos bienes y el nivel de ingresos que los consumidores tengan, a lo anterior se le conoce como *restricción presupuesta*; 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 presupuesta.

$$P_1 X_1 + P_2 X_2 \leq m$$

Donde:

$P_1, P_2 =$ *Precios de los bienes*

$X_1, X_2 =$ *Cantidad de los bienes a adquirir*

$m =$ *Ingreso del consumidor*

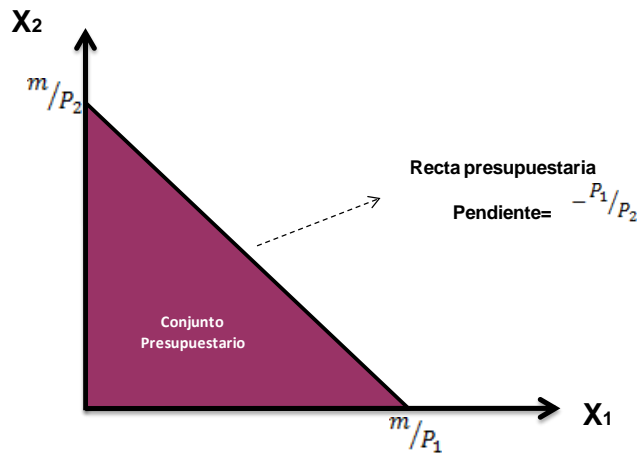
En la fórmula anterior encontramos que $P_1 X_1$ es la cantidad de dinero que gasta el consumidor por el bien uno y $P_2 X_2$ es la cantidad de dinero que se gasta por el bien dos, la cantidad gastada por ambos bienes no puede exceder a m que es el ingreso disponible para adquirir los bienes o para “lo que le alcanza”.

Gráficamente la recta presupuesta es el conjunto de bienes que dan la igualdad de m .

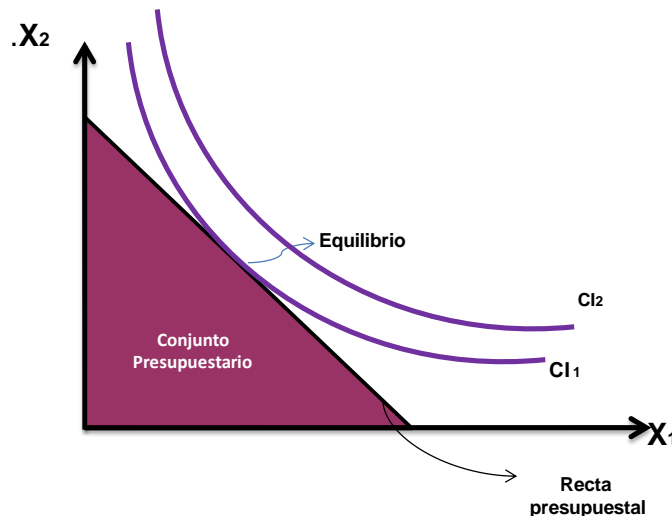
$$P_1 X_1 + P_2 X_2 = m$$

La línea recta tiene una ordenada de origen la cual es m/P_2 y la pendiente de $-P_1/P_2$.

Lo anterior indica el número de unidades que el bien 2 necesita consumir para satisfacer su restricción presupuestaria y cuántas del bien 1; es decir, mide en cuántas unidades el bien 2 puede sustituirse por el bien 1 o viceversa, a lo anterior se le conoce como costo de oportunidad.



Se define al conjunto presupuestal como la combinación de bienes que se pueden adquirir por debajo de m [ingreso].



El equilibrio del consumidor o punto óptimo del consumidor se obtiene cuando la curva de indiferencia es tangente a la recta presupuestal, es decir, se da la mayor utilidad del consumidor.

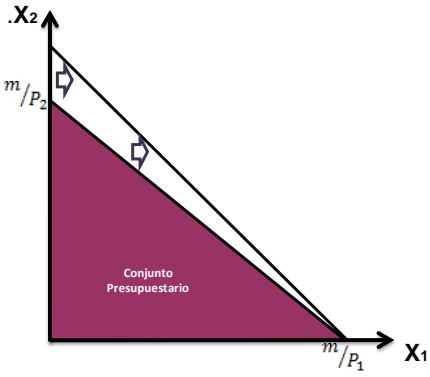
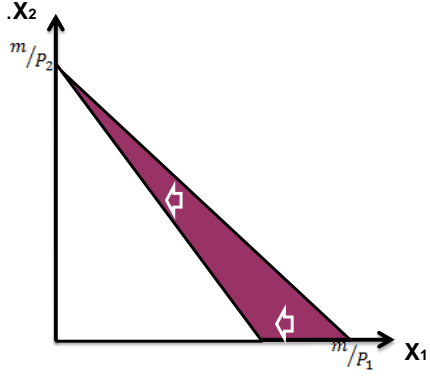


El efecto ingreso es el que ocurre debido a los cambios en el ingreso, cuando cambian los precios de los bienes. Un aumento en el precio de un bien disminuye la cantidad total de bienes que se puede comprar, y una disminución en un precio aumenta la cantidad de bienes que se puede adquirir.

Movimientos de la recta presupuestal:

Gráfica	Interpretación
	<p>Cuando los precios P_1, P_2 de los bienes X_1 y X_2 disminuyen en la misma proporción o el ingreso m aumenta, se mueve la recta presupuestal hacia la derecha; aumentando el conjunto presupuestal.</p>
	<p>Cuando los precios P_1, P_2 de los bienes X_1 y X_2 aumentan en la misma proporción o el ingreso m disminuye, moviendo la recta presupuestal hacia la izquierda; disminuye el conjunto presupuestal.</p>



	<p>Cuando el precio P_2 del bien X_2 disminuye, desplazando la recta presupuestal hacia la derecha y pivota en P_1 del bien X_1 y ya que permanecen constantes al igual que el ingreso m, aumenta el conjunto presupuestal.</p>
	<p>Cuando el precio P_1 del bien X_1 aumenta desplazando la recta presupuestal hacia la izquierda y pivota en P_2 del bien X_2 y ya que permanecen constantes al igual que el ingreso m, disminuyendo el conjunto presupuestal.</p>

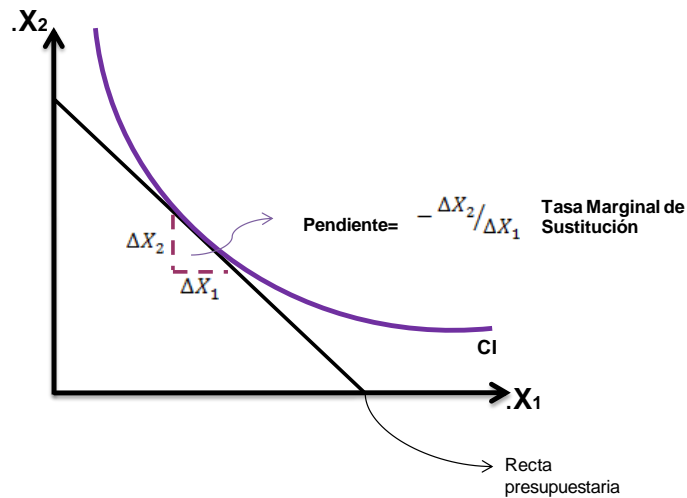
Un aumento en los precios tiene dos efectos sobre el consumidor: primeramente, al subir algún precio el consumidor ya no puede comprar la misma cantidad de bienes, así que su ingreso real disminuye; esto se conoce como efecto ingreso.

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 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.

$$\text{Tasa Marginal de Sustitución} = - \frac{UMg\Delta X_2}{UMg\Delta X_1}$$



La utilidad marginal que proporcionan los bienes se refiere a la utilidad adicional le proporciona al consumidor un bien X_1 contra la utilidad adicional le proporciona X_2 ; es decir, la utilidad marginal es el incremento en utilidad generado por un pequeño incremento en el consumo del bien de referencia.



Para ampliar el análisis de este tema, consulta la lectura **Curso de microeconomía (ANEXO 2)** de Abraham Aparicio Cabrera donde encontraras:

- Curva de ingreso-consumo y curva de Engel.
- Curva de precio-consumo y curva de Demanda.



SUAYED
SUA OPCIÓN
PARA TI

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.



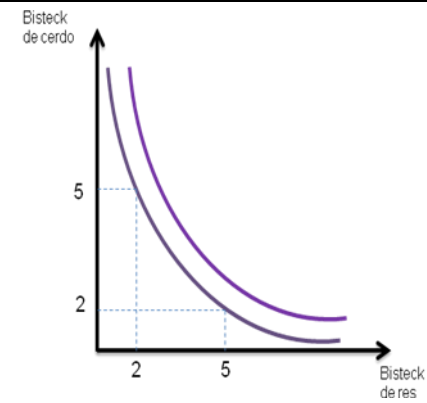
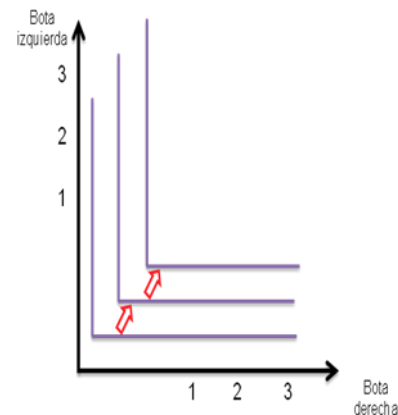
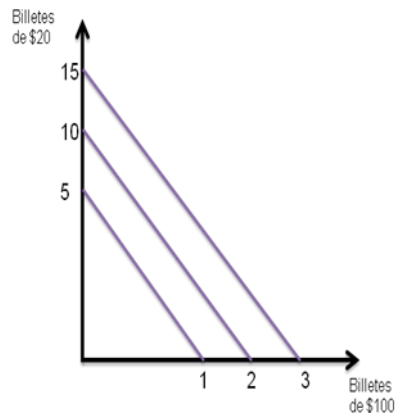
Para entender lo anterior, véase Varian, (2005, pp. 35-47).

	Bienes perfectamente sustitutos	Bienes perfectamente complementarios	Bienes Intermedios
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 desplaza 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 pesos, dan la misma satisfacción que un	Un consumidor está dispuesto a adquirir un par de botas, donde estas traen	Para un consumidor determinado, aumenta el consumo del bistec de cerdo a



billete de \$100.00 o dos una bota derecha y una 5 unidades y disminuye el billetes de \$50.00; cualquiera izquierda, es decir, si se consumo de bistec de res a 2, de las tres opciones da el compra una, se sabe que se dependiendo de su preferencia mismo beneficio. va a necesitar la otra. en un periodo determinado

Gráfica



Otros ejemplos de preferencias:

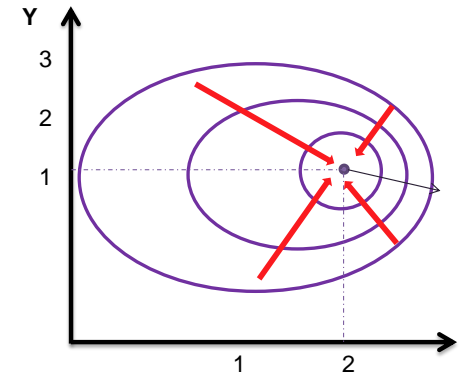
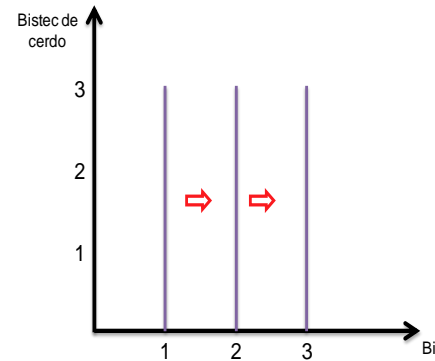
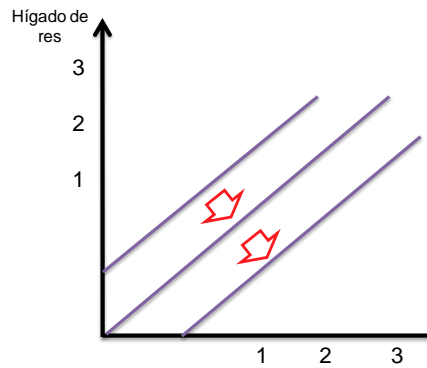
	Bienes Males	Bienes neutrales	Saciedad
Definición	Un mal es un bien que no le gusta al consumidor. En estas curvas se considera un bien “mal” y uno “bueno” (que le gusta al consumidor). Por lo tanto adquiere más cantidad del bien “bueno” y menos del “malo”.	Un bien es neutral cuando al consumidor le da lo mismo comprar uno u otro.	Es el punto de máxima satisfacción y las curvas de indiferencia circundan ese punto. Sobrepasando la saciedad del consumidor los productos pasan a ser “males”.
Ejemplo	Al consumidor le agrada el bistec de res pero, le molesta el hígado de res, por lo tanto sus curvas de indiferencia son ascendentes hacia la	Al consumidor le interesa consumir más bistec de res y el de cerdo no, por lo tanto su curva de indiferencia es vertical, en cambio si le	Los consumidores tienen un punto de saciedad, en este caso se da cuando compran una unidad de Y y dos de X, si consumen una unidad

derecha y con pendiente positiva.

interesara más el bistec de cerdo su curva seria horizontal.

adicional tanto de Y como de X se convierte en males.

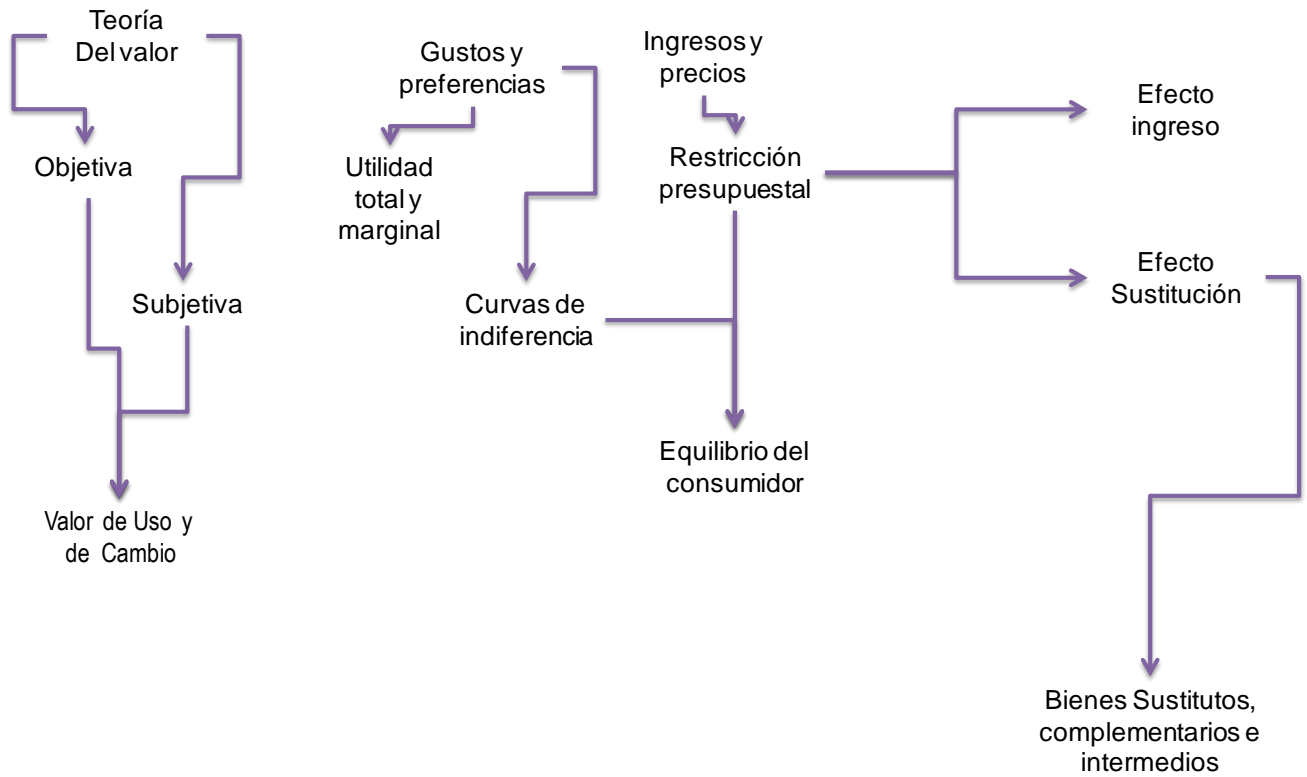
Gráfica



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

RESUMEN

La Familia Como Consumidora



GLOSARIO

Consumidor

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

Curva de Indiferencia

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

Ingreso del consumidor

Cantidad monetaria que tiene el consumidor para adquirir bienes.

Utilidad Marginal

Satisfacción adicional del consumidor por la unidad extra.

Utilidad Total

Satisfacción total de una persona por haber consumido un bien.

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

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

Una vez terminado ofrece un comentario acerca de por qué es importante que el productor u ofertante conozca el comportamiento de los consumidores.

CUESTIONARIO DE REFORZAMIENTO

Contesta las siguientes preguntas.

1. ¿Qué es el valor?
2. ¿Cómo definen los objetivistas y subjetivistas al valor?
3. En la teoría marxista, ¿qué define al valor principalmente y por qué.
4. Define qué es la utilidad total y marginal.
5. Explica las curvas de la utilidad total y la de la marginal.
6. ¿Qué son las curvas de indiferencia y cuáles son sus características?
7. Explica qué es la restricción presupuestal



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 sí llega 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

LO QUE APRENDÍ

Visita y observa cuidadosamente los siguientes enlaces, consultados el 26/09/11, y contesta las preguntas.

[Cekidh] (19/068/10). Estudio del consumidor, disponible en línea:

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

[fjrosalesm1979] (21/11/10). Los 5 sentidos y el comportamiento del consumidor, disponible en línea:

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

Mediatoolstv, 10/04/07. Una radiografía del nuevo consumidor (Los tesoros del nuevo consumidor, según M. Silverstein), disponible en línea:

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

Olguín, Guillermo. (21/05/09). Decisión de compra, disponible en línea:

<http://www.youtube.com/watch?v=QKoblvK6rGo&feature=related>

1. Independientemente del producto, ¿Por qué el productor debe conocer el comportamiento de los consumidores?



SUAYED
MÁS OPCIÓN
PARA TI

2. ¿Cómo puede explotar esa información?
3. ¿Consideras que sea válido que las empresas utilicen la vulnerabilidad de los consumidores para vender un producto?
4. ¿Cuáles son los nuevos paradigmas del consumidor?

MESOGRAFÍA

Bibliografía sugerida

Autor	Capítulo	Páginas
Graue (2006)	8	197-218
Salvatore (2008)	4-5	76-130
Case y Fair (2000)	6	113-137
Vargas (2002)	6	150-185
Parkin (2006)	7 y 8	153-184
Varian (1999)	2, 3, 4	21-74

Bibliografía básica

Call, Steven T. y Holahan, William L. (1985). *Microeconomía*. (2ª ed.) México: Interamericana.

Cue, Agustín y Quintana, Luis. (2008). *Introducción a la Microeconomía. Un enfoque integral para México*. México: Patria.

Graue Russek, Ana Luisa. (2006). *Microeconomía: Enfoque de negocios*. México: Pearson Educación.

Mcconell, Campbell y Brue, Stanley. (2004). *Microeconomía: principios, problemas y políticas*. (14ª ed.) México: McGraw-Hill.

McConnell, John W. (1961). *Enseñanzas básicas de los grandes economistas*. Buenos Aires: Tipográfica Editora Argentina.

Parkin, Michael, Esquivel, Gerardo. (2006). *Microeconomía: Versión Para Latinoamérica*. México: Pearson Educación.

Salvatore, Dominick, (2008). *Microeconomía*. (4ª ed.) México: McGraw-Hill.

Schettino, Macario. (2002). *Introducción a la economía para no economistas*. México: Pearson Educación.

Vargas Sánchez, Gustavo. (2002). *Introducción a la teoría económica. Aplicaciones a la economía mexicana*. México: McGraw-Hill.

Varian, Hal R. (2005). *Microeconomía Intermedia: Un enfoque actual*. (5ª ed.) Barcelona: Antoni Bosch.



Bibliografía complementaria

Ariely, Dan. (2011). *Las ventajas del deseo. Cómo sacar partido de la irracionalidad en nuestras relaciones personales y laborales*. Barcelona: Ariel

----- (2008). *Las trampas del deseo. Cómo controlar los impulsos irracionales que nos llevan al error*. Barcelona: Ariel.

Boríssov, E.F.; Zhamin, V.A. y Makárova, M.F. (1976). *Diccionario de economía Política*. Bs As: Futura.

Case, Karl E. y Fair, Ray C. (2000). *Principios de Microeconomía*. (4ª ed.) México: Pearson Educación.

Colonna D'Istria, Robert. (1996). *Iniciación a la Economía*. (2ª ed.) Madrid: Acento Editorial.

Emery, E. David. (2000). *Principios de Economía: Microeconomía*. (2ª ed.) México: SITESA.

Galdwell, Malcom. (2010). *Lo que el perro vio y otras aventuras*. Madrid, Taurus.

Glazer, Amihai y Hirshleifer, Jack. (2000). *Microeconomía: Teoría y Aplicaciones*. (5ª ed.) México: Prentice Hall.

Mankiw N., Gregory. (2004). *Principios de Economía*. (3ª ed.) México: McGraw-Hill.

Ménard, Mathilde. (1996). *Diccionario de Términos Económicos*. (2ª ed.)
Madrid: Acento Editorial.

Méndez Morales, Silvestre José. (2007). *Economía y La Empresa*. (3ª ed.)
México: McGraw-Hill.

Rossetti, José Paschoal. (2002). *Introducción a la Economía*. (3ª ed.)
México: Oxford University Press.

Seo, K.K. & Winger, Bernard J. (1979). *Managerial Economics: Text, Problems And Short Cases*, (5th ed.) Homewood, IL, Richard D. Irwin Inc. [Hay traducción al español: (1982). *Economía Empresarial: Texto, Problemas y Casos*. México: Unión Tipográfica Editorial.]

Vizcarra Cifuentes, José Luis. (2007). *Diccionario de Economía*. México: Patria.

Zamora, Francisco. (1984). *Tratado de teoría económica*. (19ª ed.) México: Fondo de Cultura Económica.



Sitios de Internet

Sitio	Descripción
http://www.galeon.com/cts-economia/micro.htm .	Duque Escobar, Gonzalo. (2006). "Microeconomía", en CTS y Economía, Universidad Nacional de Colombia, Manizales
http://www.eumed.net/cursecon/4/utalidad.htm .	EUMED, "Utilidad total y marginal" en El consumo y los consumidores
http://www.fenadeco.org/pag_files/Teoria%20del%20consumidor.pdf .	"Teoría del consumidor", Federación Nacional de Estudiantes de Economía, Colombia, Fenadeco, (2008)
http://www.microeconomia.org/documentos_new/Tema02.pdf .	García Sánchez, Antonio. (2004). "La teoría del consumidor", Microeconomía III, Universidad de Sevilla
http://www.angelfire.com/bc3/vall/capitulo5.htm	Valle Hernández, Alfredo. (2004). "Teoría de consumidor" en Curso Básico de Economía, Instituto Tecnológico de Tijuana



RESPUESTAS A LOS EXÁMENES DE AUTOEVALUACIÓN

Unidad 1		Unidad 2	Unidad 3	
Lo que sé	I.	I.	I.	II.
1. a	1. F	1. Legal	1. demanda	1. la cantidad demandada es la misma a todos los precios
2. c	2.V	2. Monopsonio	2. negativa	2. es elástica al ingreso
3. b	3.F	3. Monopolística	3. precio	3. el aumento mínimo del precio ocasiona un aumento demasiado grande en la cantidad ofrecida
4. c	4.F	4. Chamberlain	4. cantidad	4. el cambio porcentual de la cantidad demandada de un bien "z" entre el cambio porcentual del precio del bien "W."
5. b	5.V	5. Demanda quebrada	5. $a-b(x)$	5. complementarios
6. b	6.F	6. Cartel	6. oferta	6. elástica
	7. V	7. Fusion	7. trabajo/capital	
	8. V	8. Duopolio	8. tecnología	
			9. $a+b(x)$	
			10. positiva	



Unidad 4
I.
1. a
2. b
3. c
4. d
5. e
6. f
7.g
8. h
9. i
10. j
11. k

Unidad 5	
I.	II.
A) economías a escala	1. medio
B) isocuanta	2. planeación
C) equilibrio del productor	3. totales
D) deseconomía a escala	4. isocostos
E) isocosto	5. variables
	6. marginales
	7. fijos

Unidad 6
I.
1. F
2. F
3. V
4. V
5. V

Unidad 7
I.
1. i
2. h
3. e
4. a
5.g
6.d
7.b
8. f