

# Apuntes de Microeconomía

Elaborados por:

**Dra. Claudia Camargo Wilson.**

**Programa educativo: Ingeniero Industrial**





# Microeconomía

## 9008



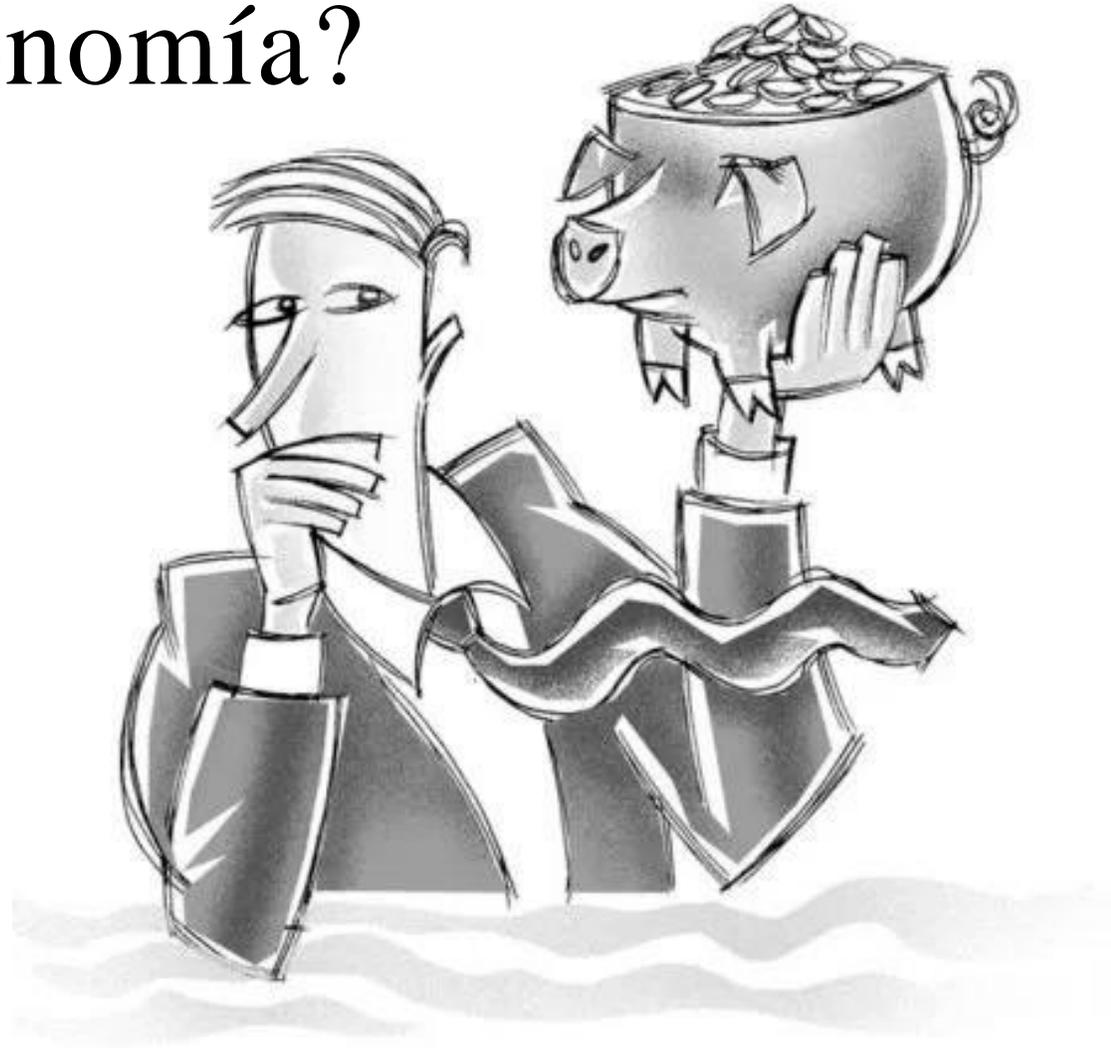
# INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA DE LA MICROECONOMÍA

**Dra. Claudia Camargo Wilson**  
Ensenada, B.C.

The background features a black field with several overlapping, semi-transparent geometric shapes. On the left, there are shapes in shades of green, cyan, orange, and pink. On the right, there are shapes in shades of blue, purple, and red. The shapes are arranged in a way that creates a sense of depth and movement, with some appearing to be layered on top of others.

# ASPECTOS GENERALES DE LA ECONOMIA

¿qué es la economía?



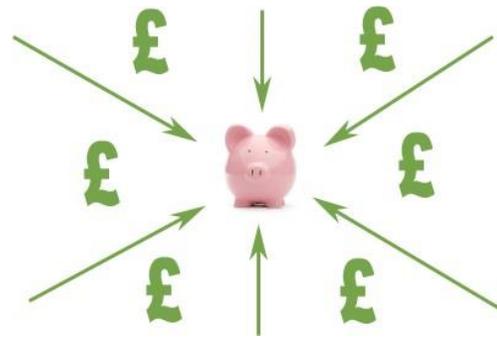
# La idea de la economía se deriva de Querer más de lo que se tiene.



¿qué nos limita a obtener lo que queremos?



• El tiempo



• Nuestros ingresos



• Los precios que debemos pagar

Al final todos nos quedamos con algún deseo insatisfecho.



Como sociedad, lo que podemos obtener ~~es~~ <sup>está</sup> limitado por nuestros recursos productivos.

- Dones de la naturaleza
- El trabajo
- El ingenio humano
- Así como las herramientas
- El equipo que hemos producido.



# Escasez

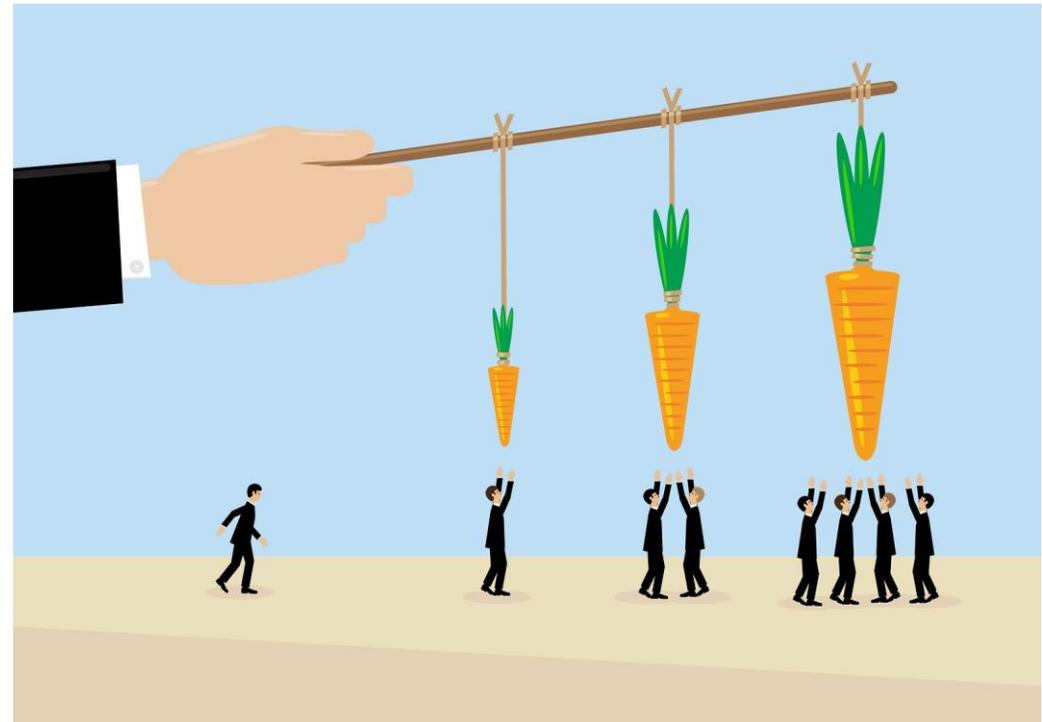
Es la incapacidad para satisfacer todos nuestros deseos.

Para hacer frente a la escasez debemos ***elegir*** entre las alternativas disponibles.



# Incentivo

Es una recompensa que alienta o un castigo que desalienta una acción.

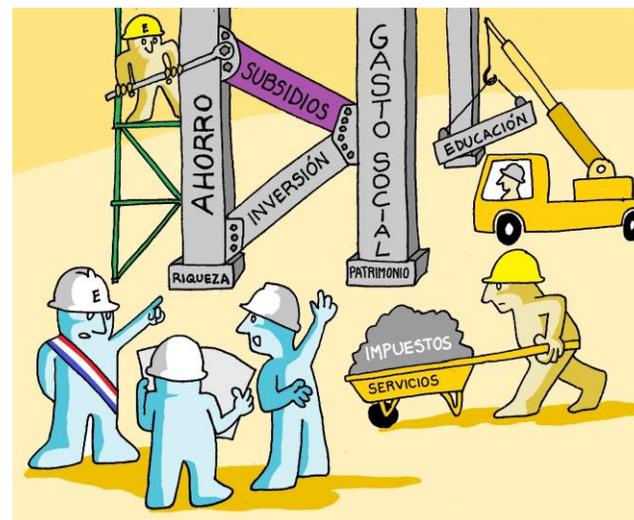


# ECONOMÍA:

Es la ciencia social que estudia las *elecciones* que los individuos, las empresas, los gobiernos y las sociedades enteras hacen para enfrentar la **escasez**, así ' como los **incentivos** que influyen en esas elecciones y las concilian.

Michael Parkin (2010)

Microeconomía Versión para Latinoamérica



# Microeconomía

Es el estudio de las elecciones que hacen los individuos y las empresas, la manera en que dichas elecciones interactúan en los mercados y la influencia que los gobiernos ejercen sobre ellas.

Es una parte de la economía que estudia el comportamiento económico de agentes económicos individuales, como son los consumidores, las empresas, los trabajadores y los inversores; así como de los mercados.



# Macroeconomía

Es el estudio del desempeño de la economía tanto nacional como global.



Es la parte de la teoría económica que se encarga de estudiar los indicadores globales de la economía mediante el análisis de las variables agregadas como el monto total de bienes y servicios producidos, el total de los ingresos, el nivel de empleo, de recursos productivos, la balanza de pagos, el tipo de cambio y el comportamiento general de los precios.

## Variables Microeconómicas

- Ingreso
- Costo variable
- Costo fijo
- Beneficio
- Ingreso Marginal
- Costo Marginal
- Precio

VS.

## Variables Macroeconómicas

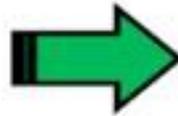
- Producto
- Empleo
- Precios
- Inversión
- Ahorro
- Gasto
- Exportaciones
- Importaciones

# Macroeconomía vs. Microeconomía

## Variables Macroeconómicas

Producto  
Empleo  
Precios  
Inversión  
Ahorro  
Gasto  
Exportaciones  
Importaciones

### Métodos



Contabilidad Nacional  
Econometría

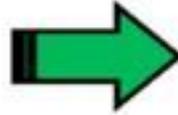
## Datos Macroeconómicos

PIB =	300 MMM \$
Desempleo	10%
Inflación	5%
Inversión	50 MMM\$
Ahorro	50 MMM\$
Gasto	100 MMM \$
Export	30MMM \$
Import	20 MMM \$

## Variables Microeconómicas

Ingreso  
Costo Variable  
Costo Fijo  
Beneficio  
Ingreso Marginal  
Costo Marginal  
Precio

### Métodos



Contabilidad Financiera  
E C A ©

## Datos Microeconómicos

Ingreso	15 MM \$
Costo Var.	7 MM\$
Costo Fijo	3 MM\$
Beneficio	5 MM\$
Ingreso Mg	10 \$/h
Costo Mg	10 \$/h
Precio	12 \$/h
Margen	2\$/h

# Dos grandes preguntas económicas

1. ¿De qué manera las elecciones determinan *qué, cómo y para quién* se producen los bienes y servicios?
2. ¿En qué punto las elecciones que se hacen en la búsqueda del *interés personal* fomentan también el *interés social*?



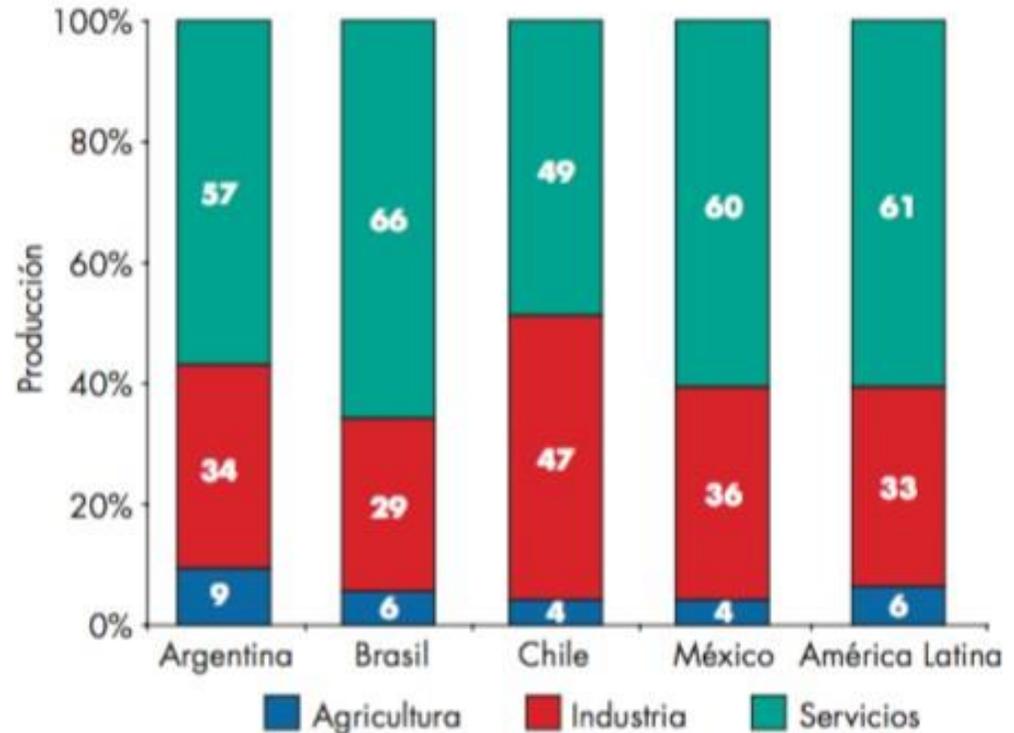
# ¿Qué, cómo y para quién?

Los **bienes y servicios** son los objetos que la gente valora y produce para satisfacer las necesidades humanas.



# ¿Qué?

Lo que producimos cambia a través de los países y con el paso del tiempo. Según datos del 2008, el total de la producción de la región de América Latina se destina, en promedio, 6 por ciento de bienes primarios, 32 por ciento a la producción de bienes manufacturados, y el restante 61 por ciento a la producción de servicios



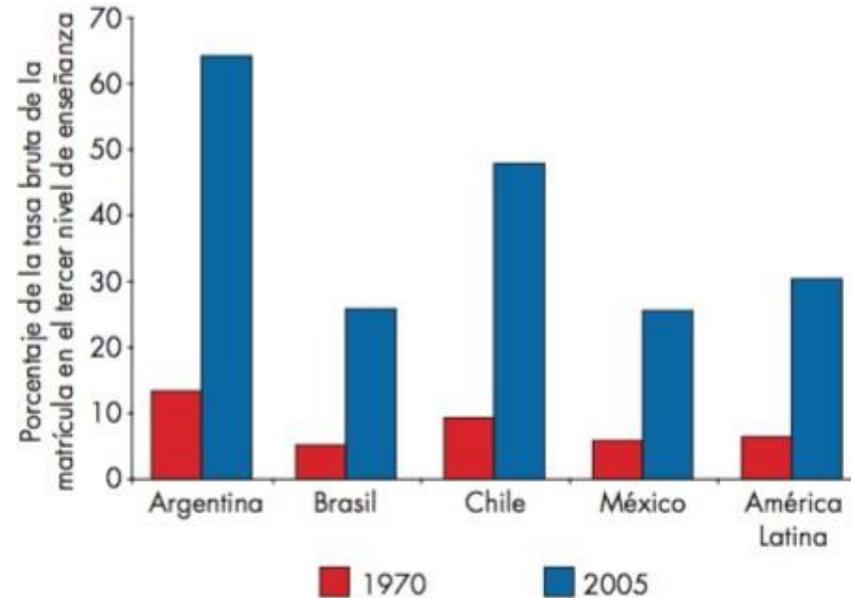
Cuanto más rico sea un país, mayor parte de su producción estará dedicada a los servicios y una menor a los alimentos y los bienes manufacturados.

Fuente de los datos: Banco Mundial, Indicadores de Desarrollo Humano, 2008.

# ¿Cómo?

Los bienes y servicios se producen usando recursos productivos que los economistas llaman **factores de producción**. Los factores de producción se agrupan en cuatro categorías:

- Tierra.
- Trabajo.
- Capital.
- Habilidades empresariales.



Para 2005, el total de alumnos matriculados en educación superior sobre el total de población en edad escolar casi se ha quintuplicado respecto de la población en educación superior de 1970.

*Fuente de los datos: Anuario Estadístico de América Latina y el Caribe, CEPAL, 2008.*

# ¿Para quién?

- De los ingresos de la gente depende quién consume los bienes y servicios producidos. Un ingreso considerable permite a una persona adquirir una gran cantidad de bienes y servicios. Un ingreso magro deja a una persona con pocas opciones y pequeñas cantidades de bienes y servicios.
- Para obtener ingresos, la gente vende los servicios de los factores de producción que posee:
- La tierra retribuye **renta**.
- El trabajo retribuye **salarios**.
- El capital retribuye **intereses**.
- Las habilidades empresariales retribuyen **utilidades**.



The background features a series of overlapping, semi-transparent geometric shapes in various colors including green, blue, orange, pink, and red, creating a dynamic and modern aesthetic. The shapes are arranged in a way that suggests depth and movement, with some appearing to recede into the background while others come forward.

# GRANDES IDEAS DE LA ECONOMIA

# Elección, intercambio y costos de oportunidad.

Una **elección** es un **intercambio**: renunciamos a algo para obtener otra cosa

La alternativa de mayor valor a la que renunciamos es el **costo de oportunidad** de la actividad que elegimos. ,



# Márgenes e incentivos.

Todas las personas hacen elecciones en el **margen**, y sus decisiones se ven influidas por **incentivos**.

Margen= limites



Incentivo = motivador a tomar una decisión

# Intercambio voluntario y mercados eficientes.

El **intercambio voluntario** mejora tanto a compradores como a vendedores, y los **mercados** son una forma eficiente de organizar el intercambio.



# La imperfección o falla del mercado.

Es una situación en la que el mercado, per si solo, no asigna recursos de manera eficiente.

Cuando un solo productor controla todo el mercado e impide la entrada de otros, el productor controla todo el mercado e impide la entrada de otros, el productor puede restringir la cantidad disponible y subir el precio.

La imperfección del mercado también surge cuando los productores no toman en cuenta los costos que imponen otras personas.

La imperfección del mercado también aparece porque algunos bienes, como la defensa nacional, deben consumirse por igual por todos.

# Gasto, ingreso y valor de la producción.

Para la economía en su conjunto, el gasto total es *igual* al ingreso e *igual* al valor de la producción.

El monto de su gasto genera ingresos por un monto igual. Lo mismo es cierto para el gasto de todos los demás. Así, para la economía en su conjunto, el gasto total en bienes y servicios es igual al ingreso total.

# Niveles de vida y crecimiento de la productividad.

Los niveles de vida tienden a mejorar cuando la producción per cápita aumenta.

Al aumentar la producción por persona o per capita, es posible disfrutar de un nivel de vida mas alto y comprar mas bienes y servicios.

# Inflación: un problema monetario.

Los precios suben en un proceso llamado inflación, cuando el aumento en la demanda (proveniente de una mayor cantidad de dinero) es superior al aumento en la producción.

Este proceso conduce a una situación en la cual “demasiado dinero persigue muy pocos bienes”

# Desempleo: eficiente o desperdiciado.

El desempleo siempre esta presente. Algunas veces su tasa es baja y algunas es alta. Así mismo, el desempleo fluctúa durante el ciclo económico.

**Desempleo normal y eficiente.** Es aquel que es causado por la búsqueda cuidadosa de empleos y trabajadores, mejora la productividad porque ayuda a asignar a la gente a empleos más productivos.

**Desempleo desperdiciado.** Es resultado de fluctuaciones del gasto.

LA ECONOMÍA  
SOMOS TODOS  
NOSOTROS

PERO QUE ELLOS  
NO SE ENTEREN



The background features a black field with several overlapping, semi-transparent geometric shapes. On the left, there are shapes in shades of green, blue, orange, and pink. On the right, there are shapes in shades of cyan, blue, purple, and red. The shapes are layered, creating a sense of depth and movement.

# TÓPICOS ESPECIALES DE ECONOMIA

# ¿Que son las necesidades?

- Una **necesidad** es aquello que resulta indispensable para vivir en un estado de salud plena.



- Las **necesidades** se diferencian de los **deseos** en que el hecho de no satisfacerlas produce resultados negativos evidentes, como puede ser una disfunción o incluso el fallecimiento del individuo.

# LA PIRÁMIDE DE MASLOW

**Necesidad de autorrealización**  
Desarrollo del potencial.



**Necesidad de autoestima**  
Reconocimiento, confianza,  
respeto, éxito.



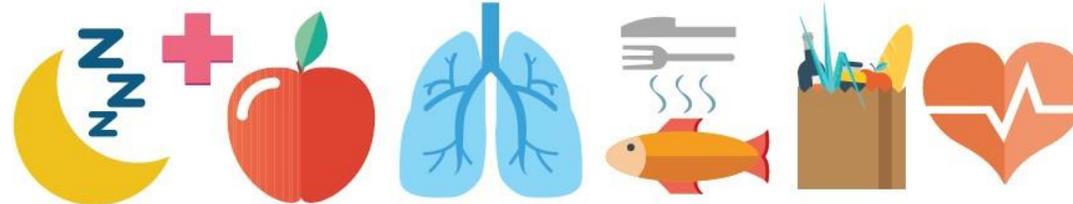
**Necesidades sociales**  
Desarrollo afectivo, asociación,  
aceptación, afecto, intimidad sexual.



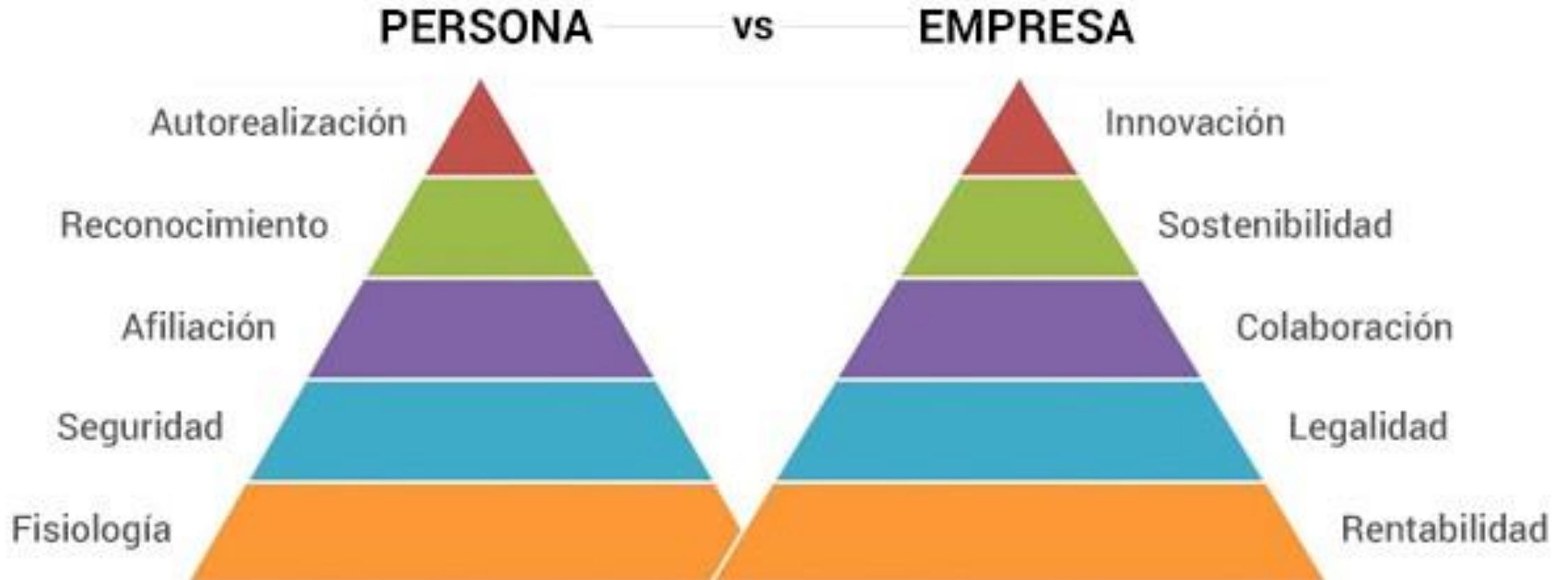
**Necesidad de seguridad**  
Necesidad de sentirse seguro y  
protegido: Vivienda, empleo.



**Necesidades fisiológicas o básicas**  
Alimentación, mantenimiento de salud,  
respiración, descanso, sexo.



# Pirámide de Maslow



# Necesidades económicas





# Según su importancia o naturaleza

- **Necesidades Primarias:** son aquellas necesidades cuya satisfacción depende la supervivencia.



- **Necesidades Secundarias:** Son aquellas necesidades cuya satisfacción aumentan el bienestar del individuo y varían de una sociedad a otra o de una época a otra.



**Aquellas indispensables para la subsistencia del ser humano (ej.: comer)**

**Primarias o biológicas**

**Aquellas de las que el ser humano podría prescindir (algunas se convierten en exigibles) y su satisfacción dependen del nivel socioeconómico y cultural.**

**Secundarias o psicológicas**

**Son cosas de lujo o superfluas, por ejemplo, joyas, autos deportivos, etc.**

**Terciarias o superfluas**

**Algunos autores hablan de las necesidades espirituales: son aquellas que tienen que ver con los afectos, lo espiritual, lo sentimental, etc. Este tipo de necesidades no se satisfacen con bienes económicos es por eso que no entran dentro del estudio de la economía.**

# Según su procedencia (de quien surgen) o carácter social

- **Necesidades del individuo:** son aquellas propias del individuo como ser humano.
- **Necesidades de la Sociedad:** parten del individuo y pasan a ser de toda la sociedad. El transporte (el metro o los autobuses públicos), la seguridad, el orden público, etc.



# El flujo circular en una economía

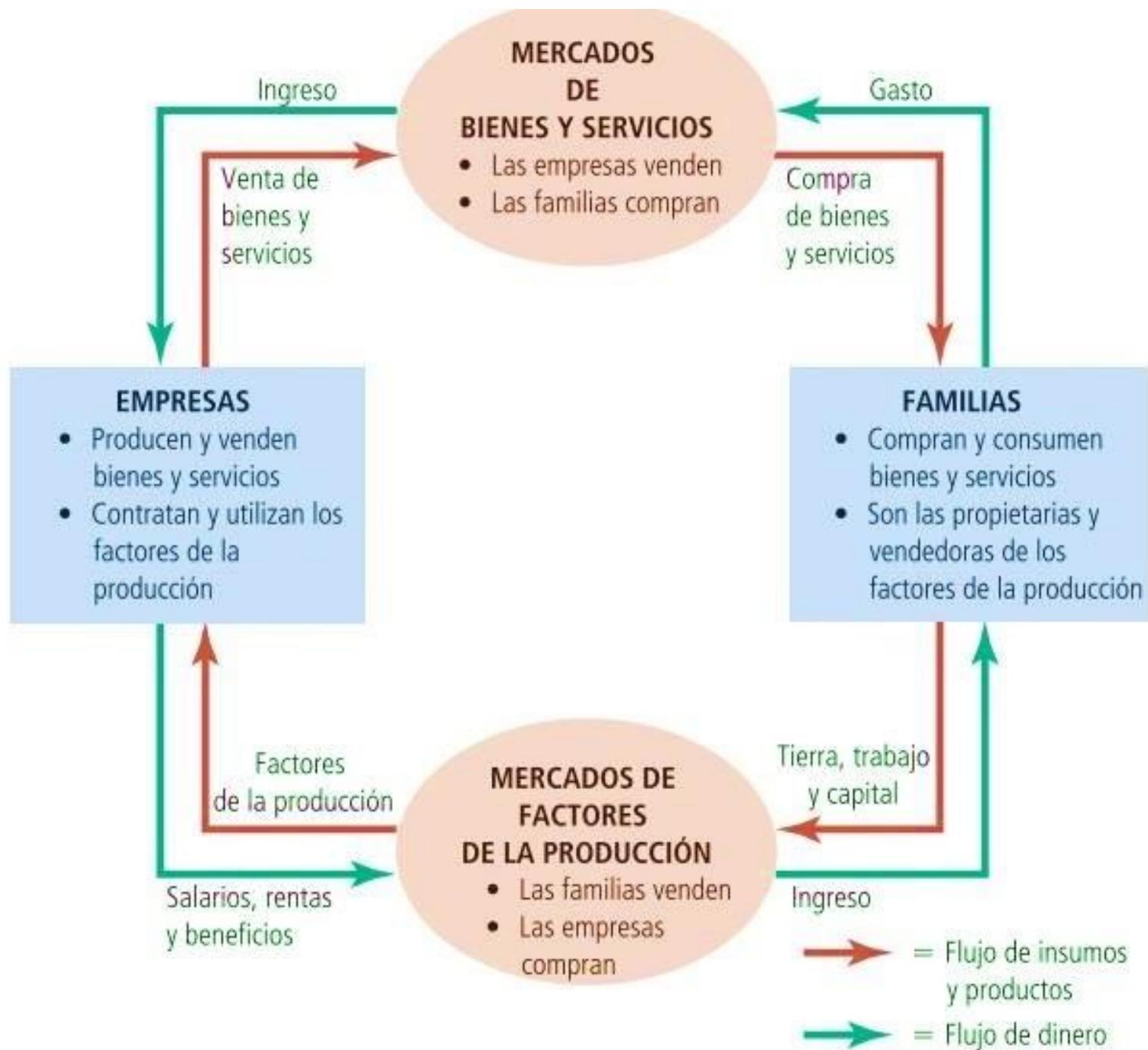
Es un modelo que expresa el funcionamiento de la **actividad económica** dentro de una economía de mercado, suponiendo que la **economía es cerrada**, es decir, que los consumidores gastan todo su ingreso, no existe el Estado y no hay comercio internacional.



# El flujo circular

Es un modelo económico que pretende explicar como se **relacionan dos tipos de agentes económicos**. Por un lado se encuentran los hogares o familias (**consumidores**), y por otro lado las empresas (**productores**).





# Eficiencia económica



Logro de los objetivos económicos de una empresa, una organización, una rama o sector económico o un país, con el mínimo de recursos.

Es decir, significa la maximización de beneficios o la minimización de pérdidas.

Algunas formas en que se manifiesta la eficiencia económica son: aumento de la productividad, disminución de costos, incremento de la calidad en la producción, avances científicos y tecnológicos.

# Equidad



Principio que permite el trato justo entre dos personas o entidades. Se aplica el termino equidad en economía para señalar todas aquellas transacciones que arrojan iguales beneficios a quienes las realizan, sin que alguien se aproveche de los demás.

# Estabilidad Económica

Situación que se da cuando no existe un proceso sostenido y generalizado de aumento de precios; mas bien, los precios crecen muy lentamente, no rebasan el cinco por ciento anual.

También existe estabilidad económica cuando no se dan variaciones bruscas en el tipo de cambio, es decir, se mantiene mas o menos la misma paridad de la moneda de un país con las demás monedas extranjeras



# Escasez

Concepto fundamental en la terminología económica que significa falta o insuficiencia de algo: escasez de bienes.

Para los economistas, la característica básica de la ciencia económica es la utilización adecuada de los medios escasos para satisfacer las múltiples necesidades humanas.



# Elección

Acción y efecto de escoger. Se aplica en la economía para señalar como los individuos escogen bienes relativamente escasos, para satisfacer sus múltiples necesidades. En la economía subjetiva se aplica cuando se eligen bienes y servicios, trabajos, etc.



# Crecimiento económico

Aumento de la producción de bienes y servicios de una sociedad en un periodo preciso, que generalmente es un año. El crecimiento económico es objetivo y medible a través de diversas variables como:

- a) Incremento del producto interno bruto de un año a otro
- b) Aumento de la producción por sectores económicos: agropecuarios, industrial y servicios.
- c) Acrecentamiento de la productividad general de la economía, por sectores y ramas económicas.



# Desarrollo económico

Proceso mediante el cual los países pasan de un estado atrasado de su economía a un estado avanzado de la misma.

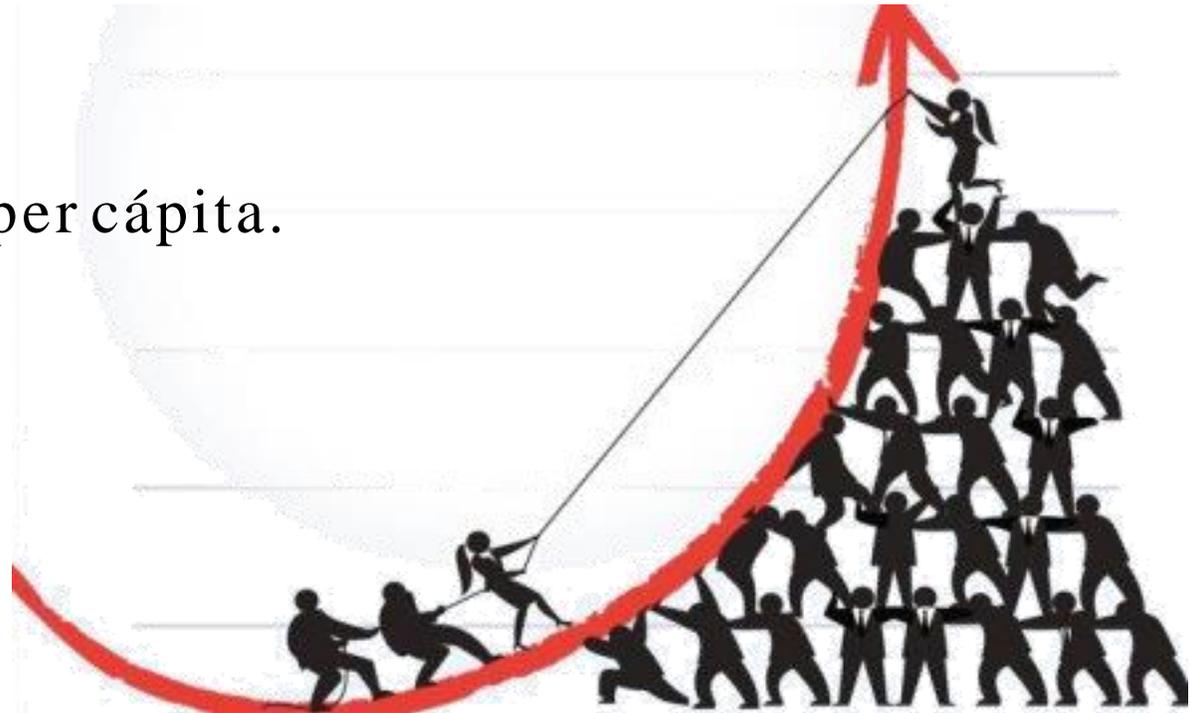
Este nivel alcanzado en el desarrollo representa mejores niveles de vida para la población en su conjunto; implica que los niveles de vida se van mejorando día con día, lo que representa cambios cuantitativos y cualitativos.



# Dos expresiones fundamentales del desarrollo económico son:

- Aumento de la producción y productividad per cápita en las diferentes ramas económicas

- Aumento del ingreso real per cápita.

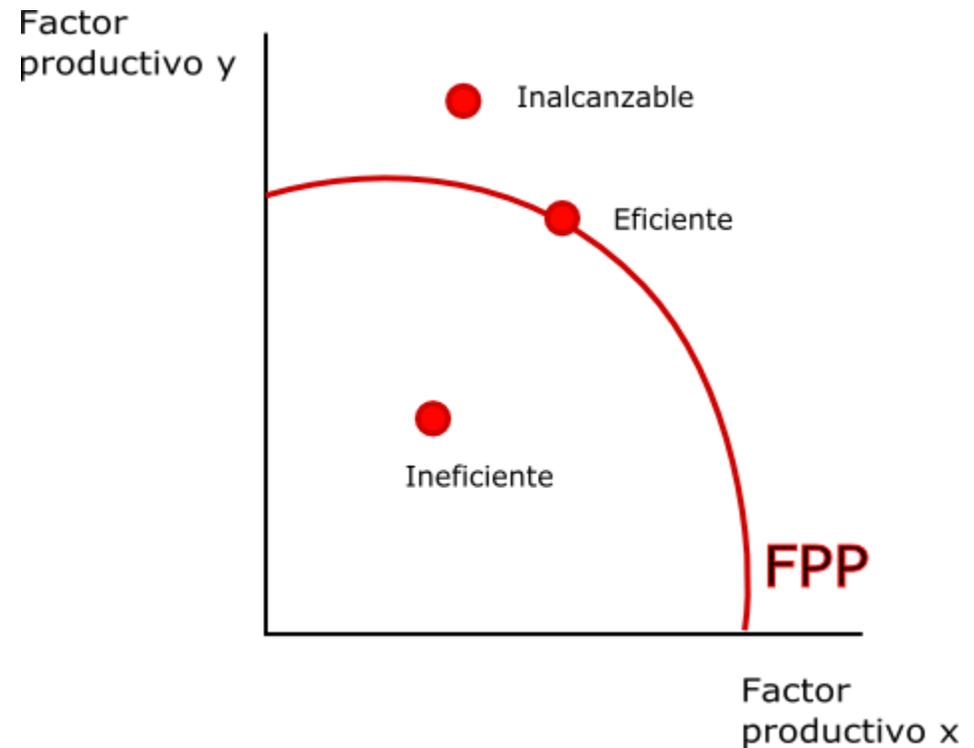


# Características del Desarrollo económico

- a) Desenvolvimiento de las fuerzas productivas
- b) Crecimiento del producto nacional con un reparto mas equitativo de la riqueza entre los habitantes del país
- c) Crecimiento del empleo con mayores ingresos reales para los trabajadores
- d) Mas y mejores escuelas para mayor numero de personas

# Frontera de Posibilidades de Producción FPP

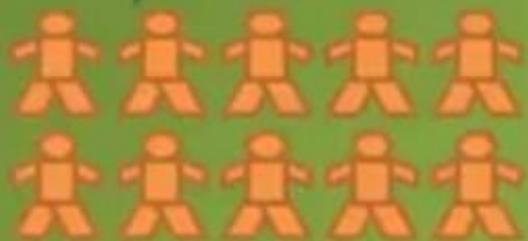
Es una representación gráfica de las cantidades máximas de producción que puede obtener una economía en un periodo determinado haciendo uso de todos los recursos que tiene disponibles.



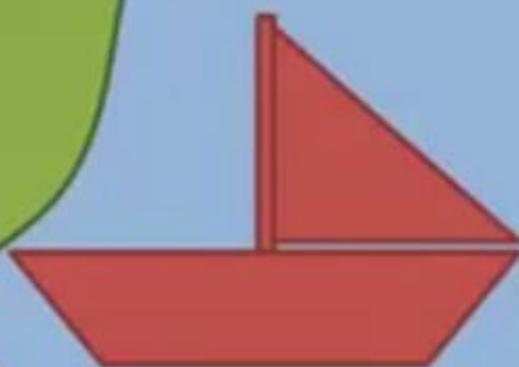
# Características

- Solo producen 2 bienes.
- No intercambian con otras economías.
- Cantidades por unidad de tiempo.
- La tecnología está dada y es la mejor posible.
- Los factores de producción están dados.
- Factores de producción son versátiles.
- Pleno empleo

Para vivir pueden pescar  
o recoger cocos.

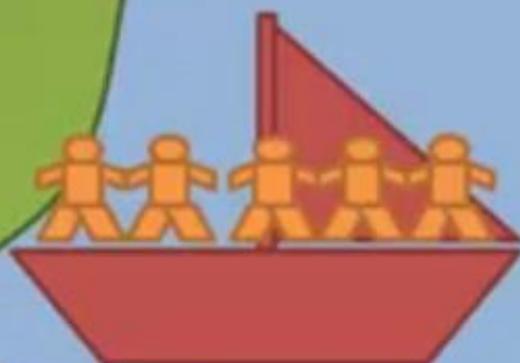


Peces Cocos



Si todos van a pescar,  
pueden obtener 15 peces/día  
y ningún coco.

Peces	Cocos
15	0

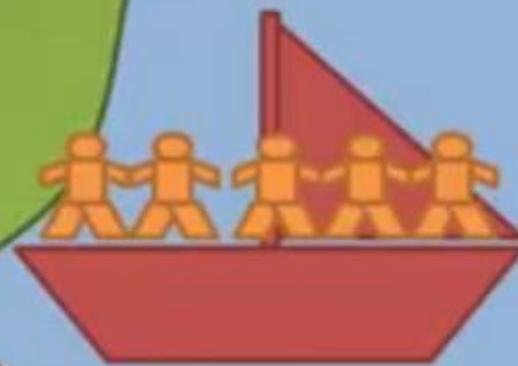


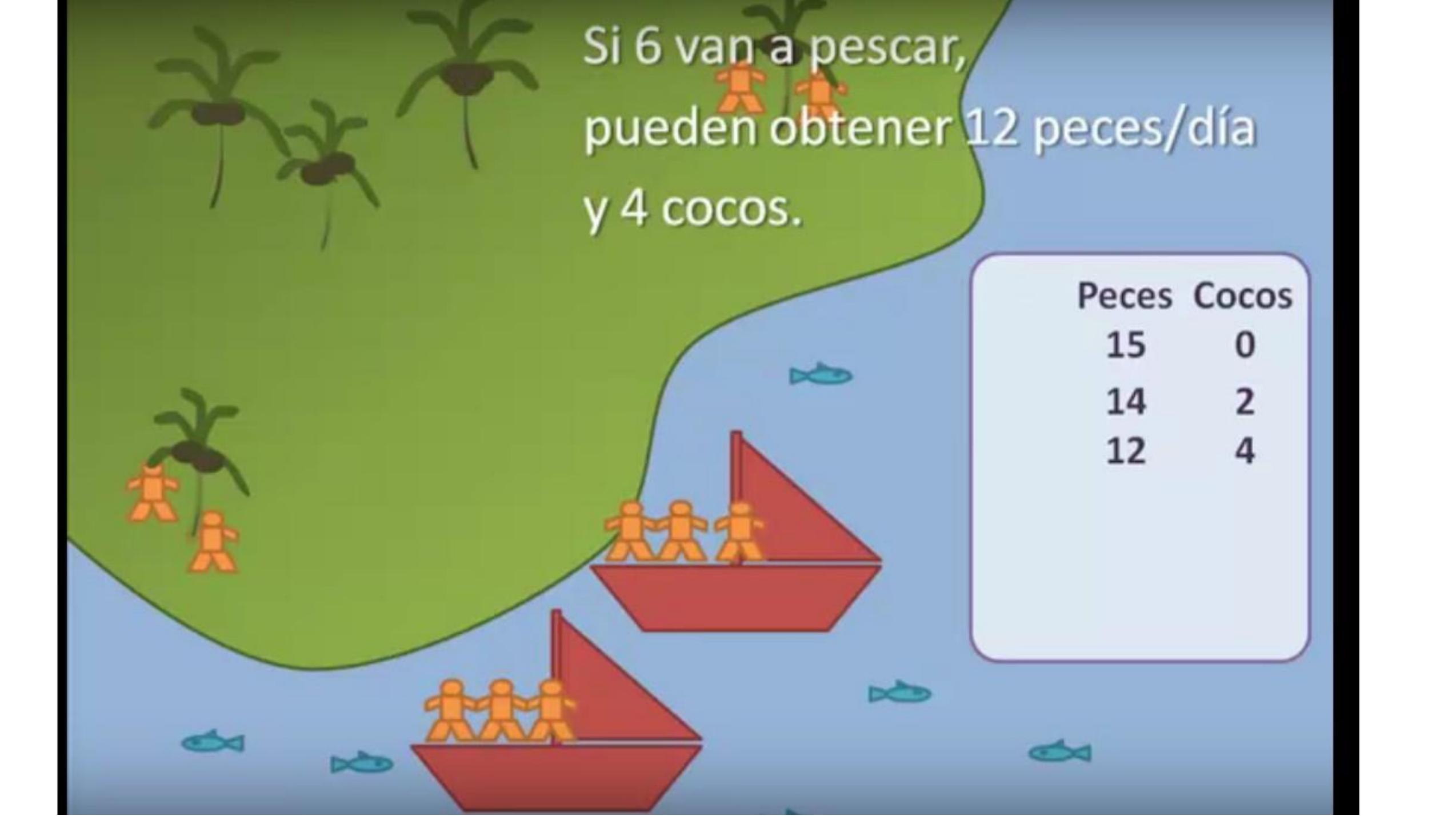
Si 8 van a pescar,  
pueden obtener 14 peces/día  
y 2 cocos.

Peces	Cocos
-------	-------

15	0
----	---

14	2
----	---





Si 6 van a pescar,  
pueden obtener 12 peces/día  
y 4 cocos.

Peces	Cocos
15	0
14	2
12	4

Si 4 van a pescar,  
pueden obtener 9 peces/día  
y 6 cocos.

Peces	Cocos
-------	-------

15	0
----	---

14	2
----	---

12	4
----	---

9	6
---	---



Si ninguno va a pescar,  
obtienen 0 peces/día  
y 10 cocos.

Peces	Cocos
-------	-------

15	0
----	---

14	2
----	---

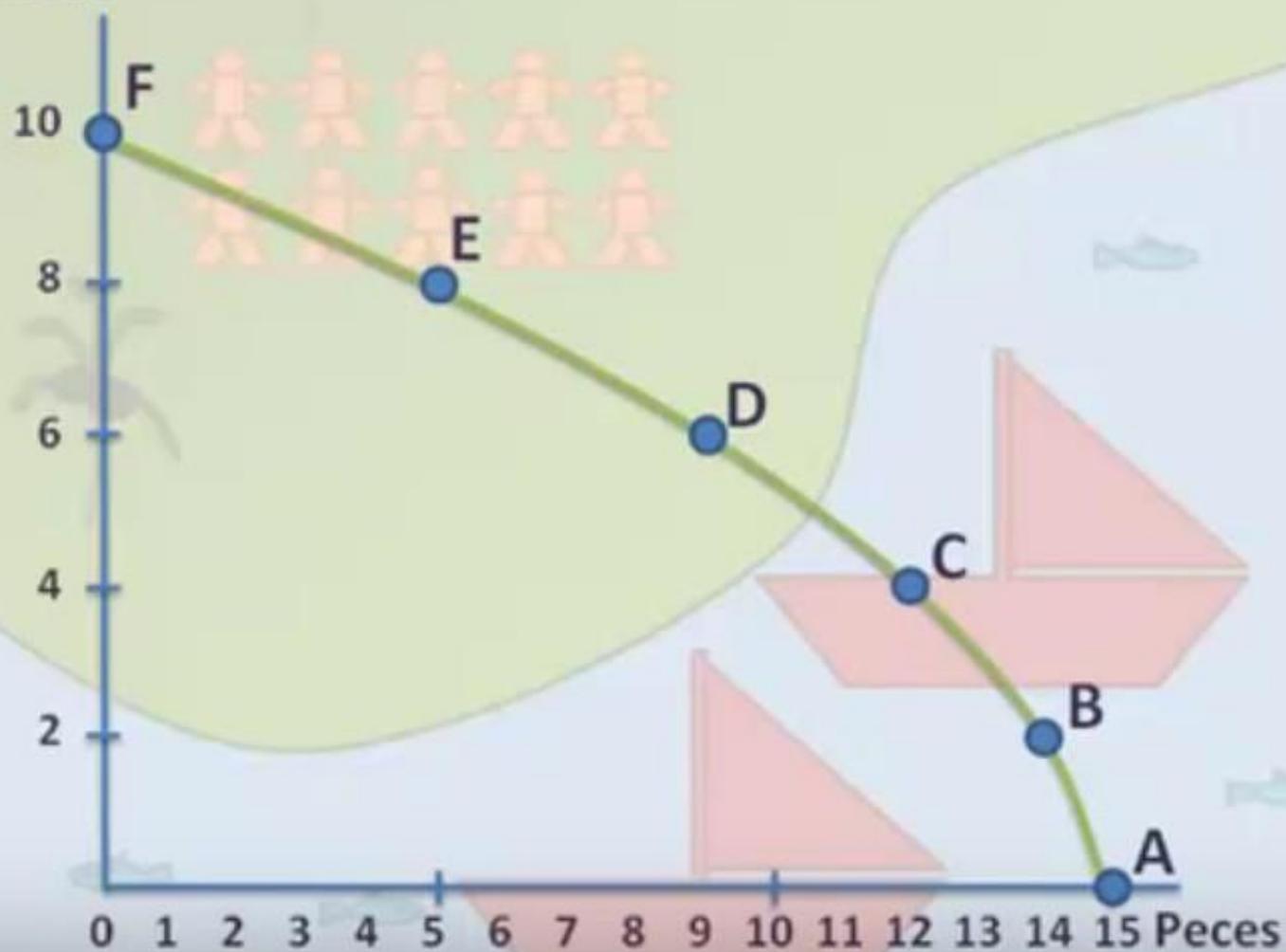
12	4
----	---

9	6
---	---

5	8
---	---

0	10
---	----

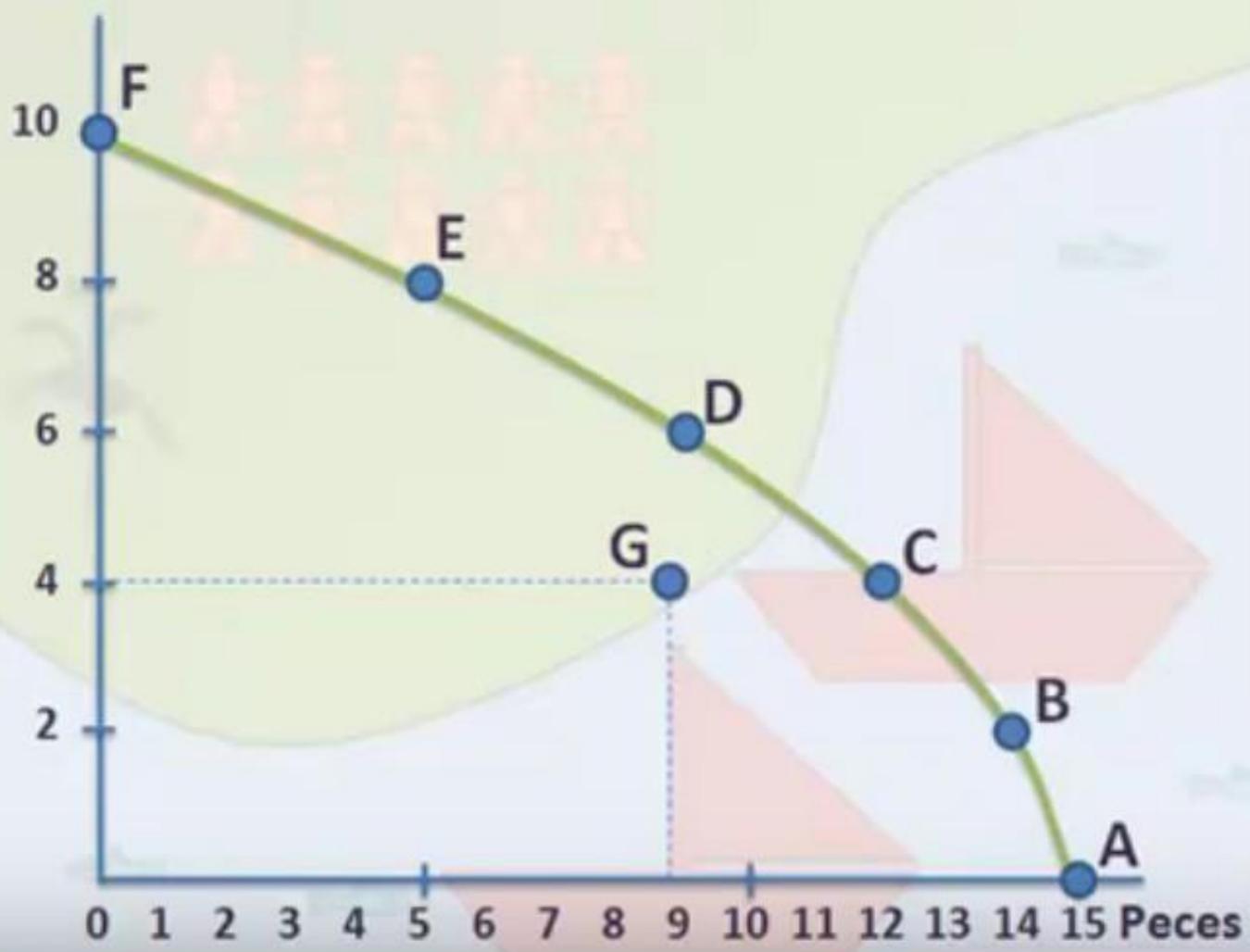
Cocos



Peces Cocos

A	15	0
B	14	2
C	12	4
D	9	6
E	5	8
F	0	10

Cocos

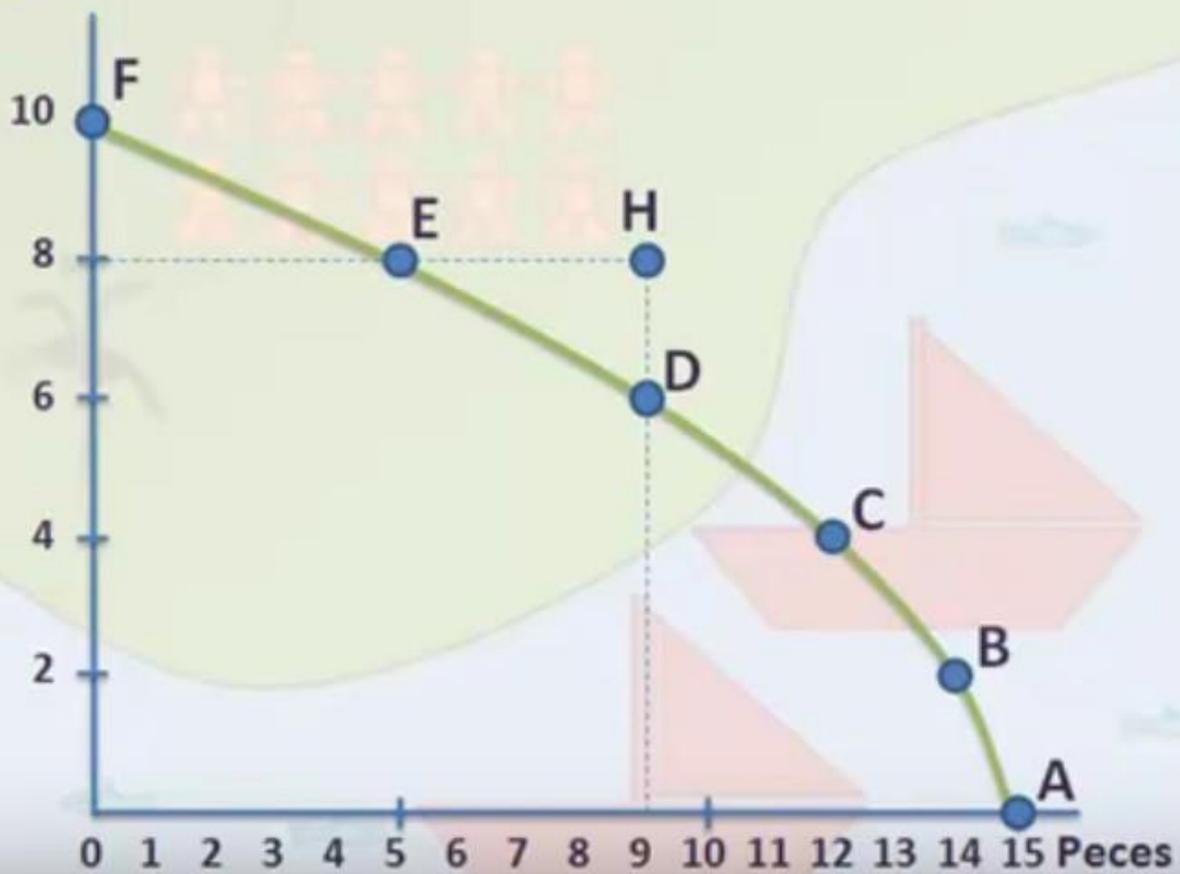


Peces Cocos

A	15	0
B	14	2
C	12	4
D	9	6
E	5	8
F	0	10

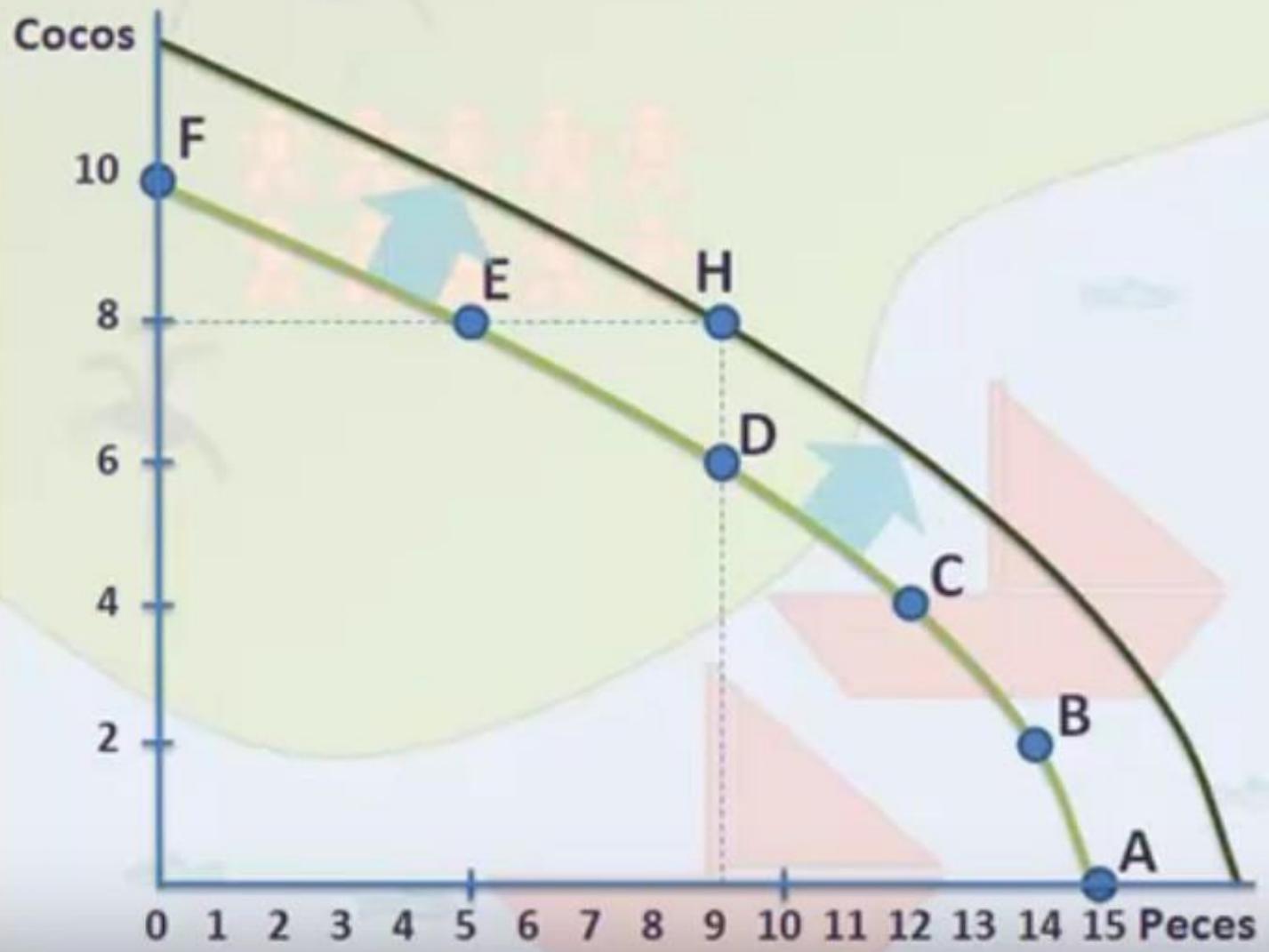


Cocos



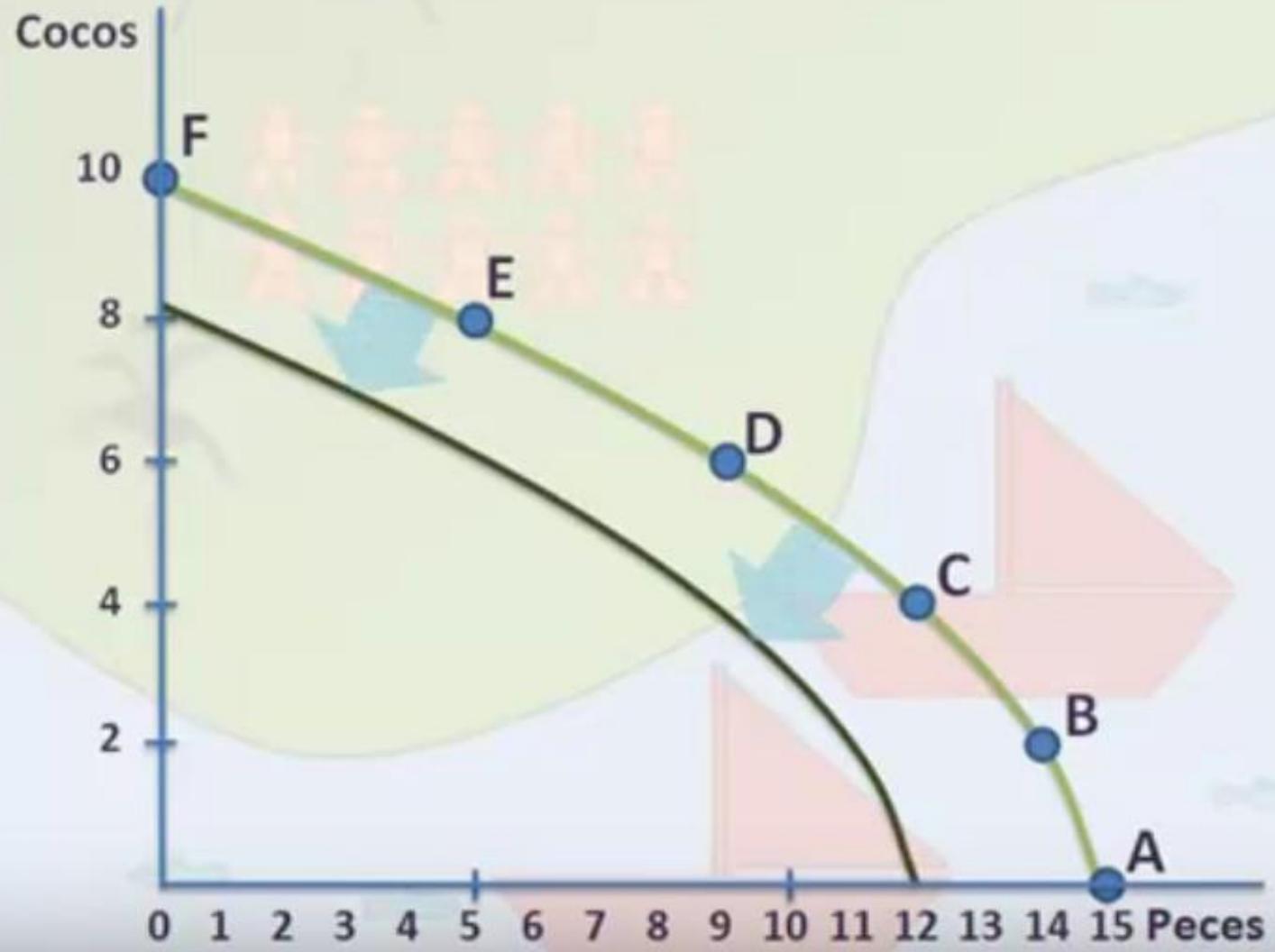
Peces Cocos

A	15	0
B	14	2
C	12	4
D	9	6
E	5	8
F	0	10



	Peces	Cocos
A	15	0
B	14	2
C	12	4
D	9	6
E	5	8
F	0	10





	Peces	Cocos
A	15	0
B	14	2
C	12	4
D	9	6
E	5	8
F	0	10



# Costo de oportunidad

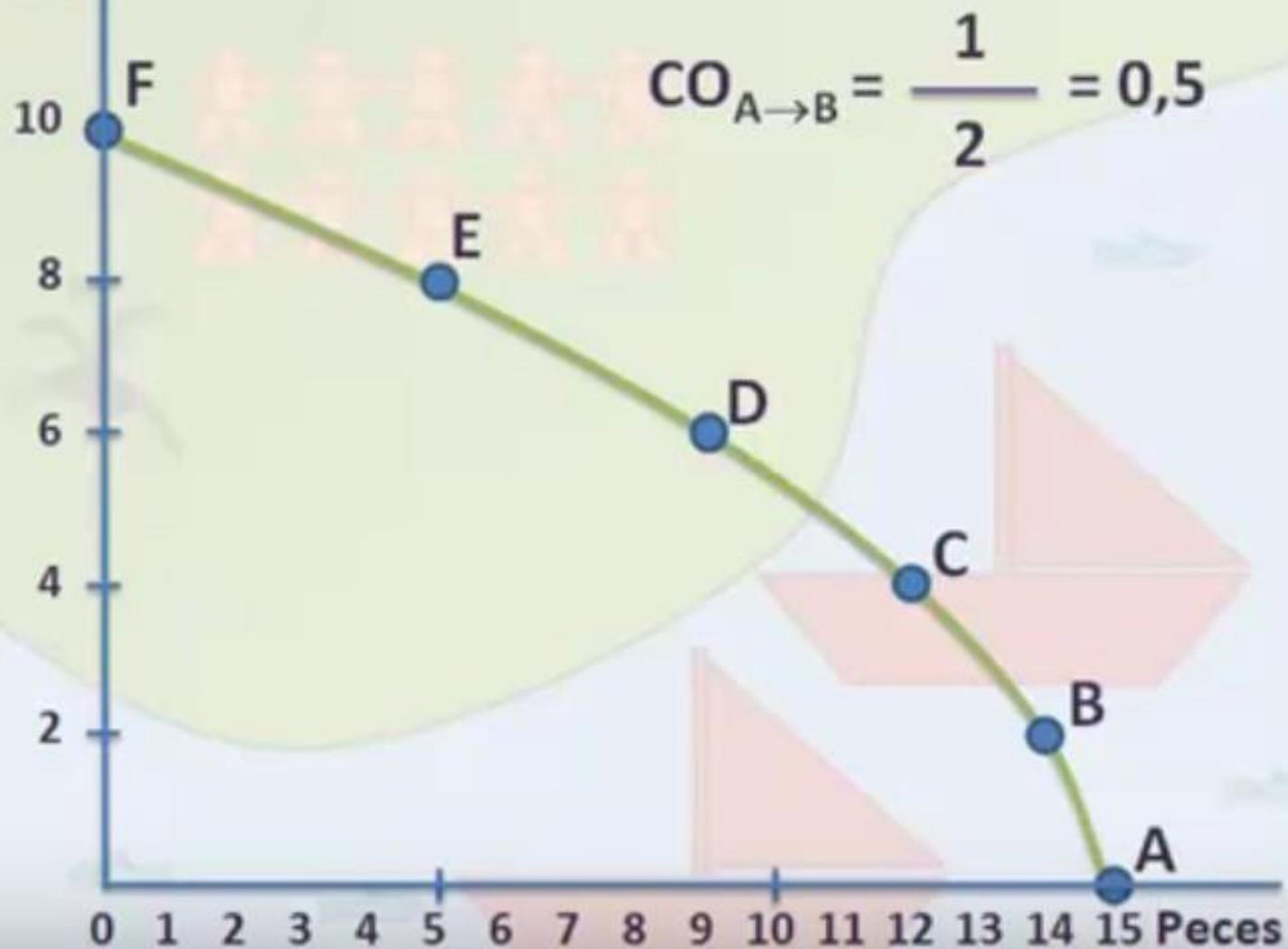
- El costo de una decisión es el beneficio que podríamos haber obtenido de haber escogido la opción alternativa.



# El costo de oportunidad es una proporción

Es la disminución en la cantidad producida de un bien dividida entre el aumento en la cantidad producida de otro bien conforme nos movemos a lo largo de la frontera de posibilidades de producción.

Cocos

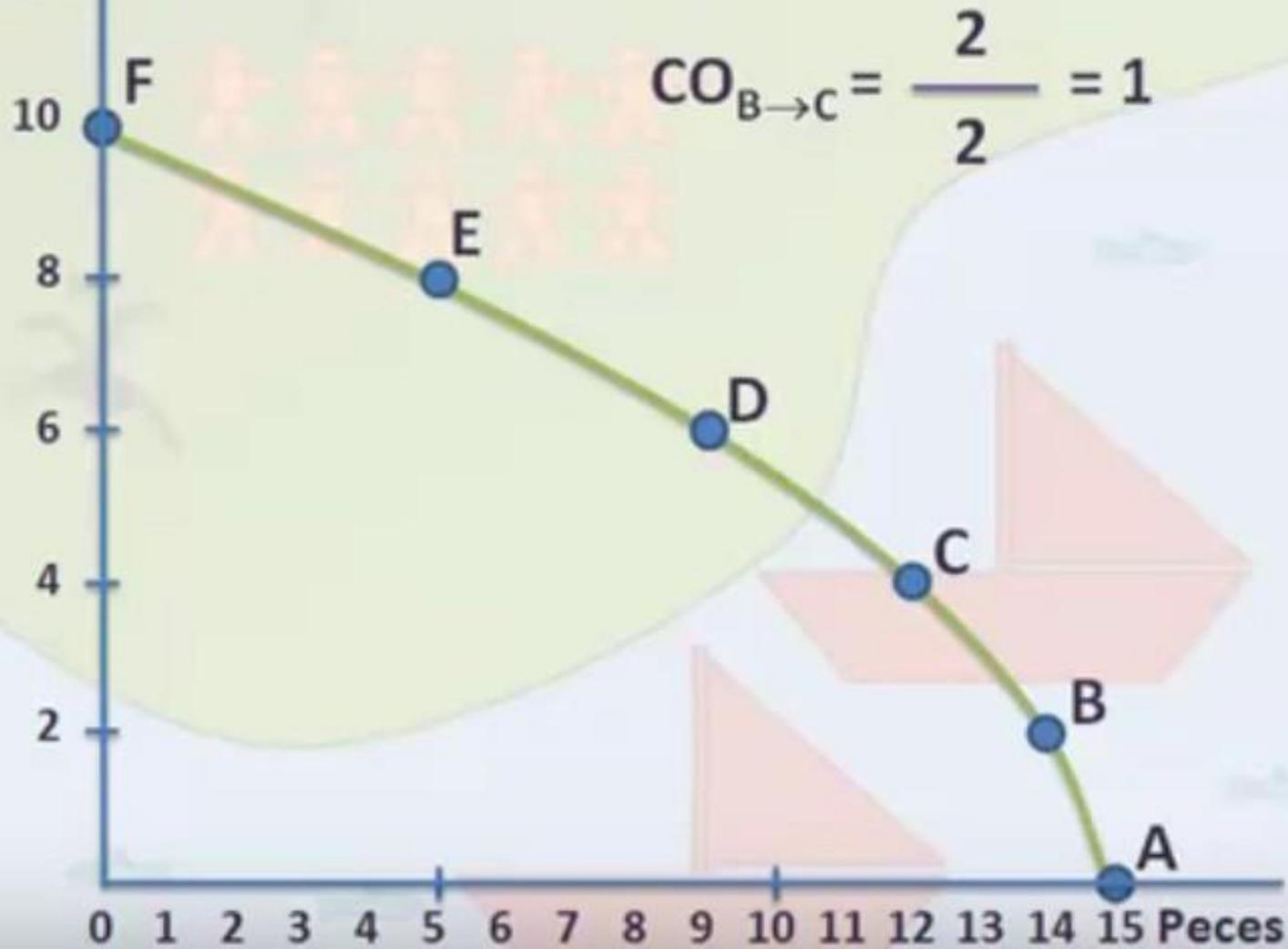


Peces Cocos

A	15	0
B	14	2
C	12	4
D	9	6
E	5	8
F	0	10



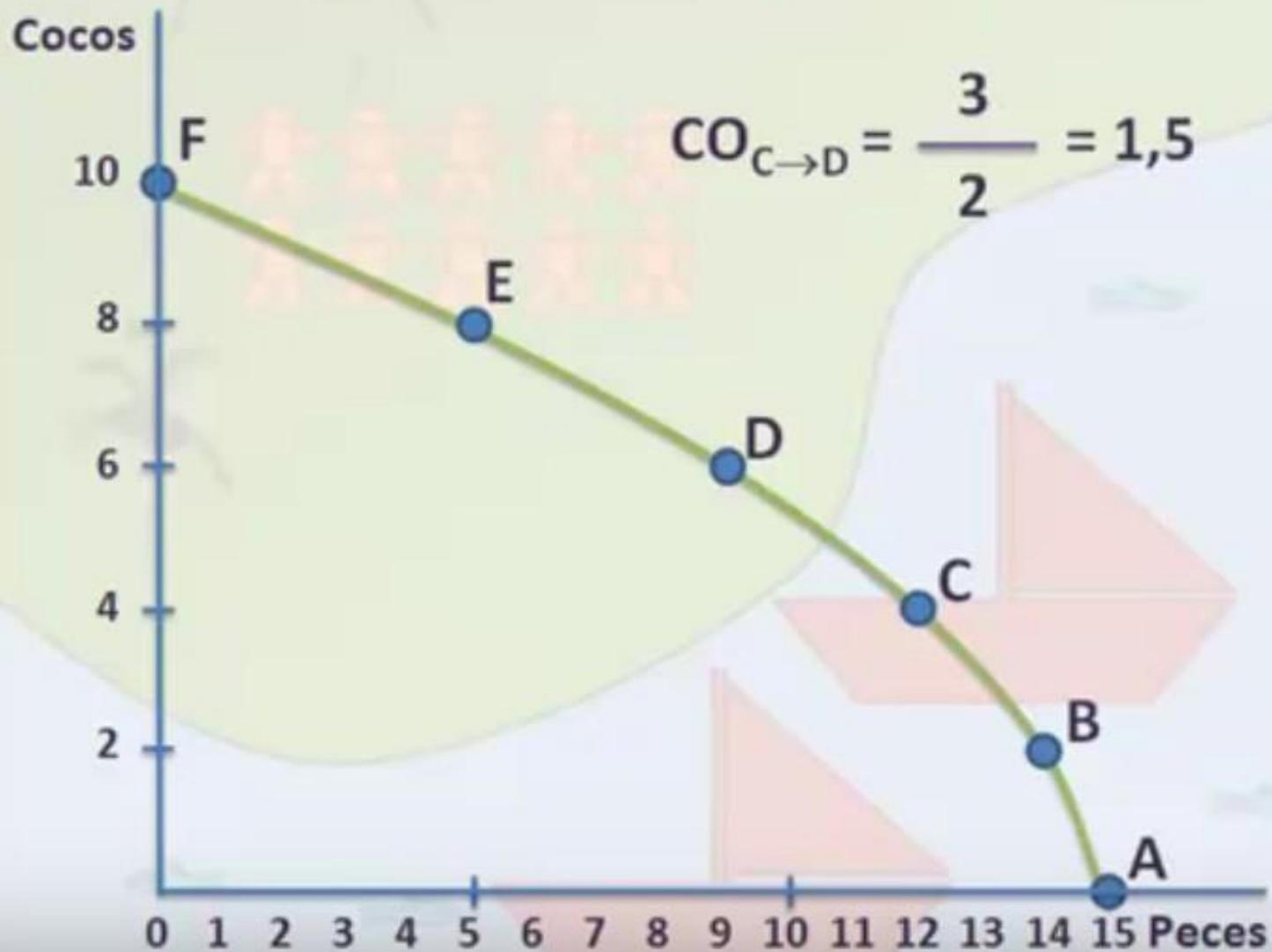
Cocos



Peces Cocos

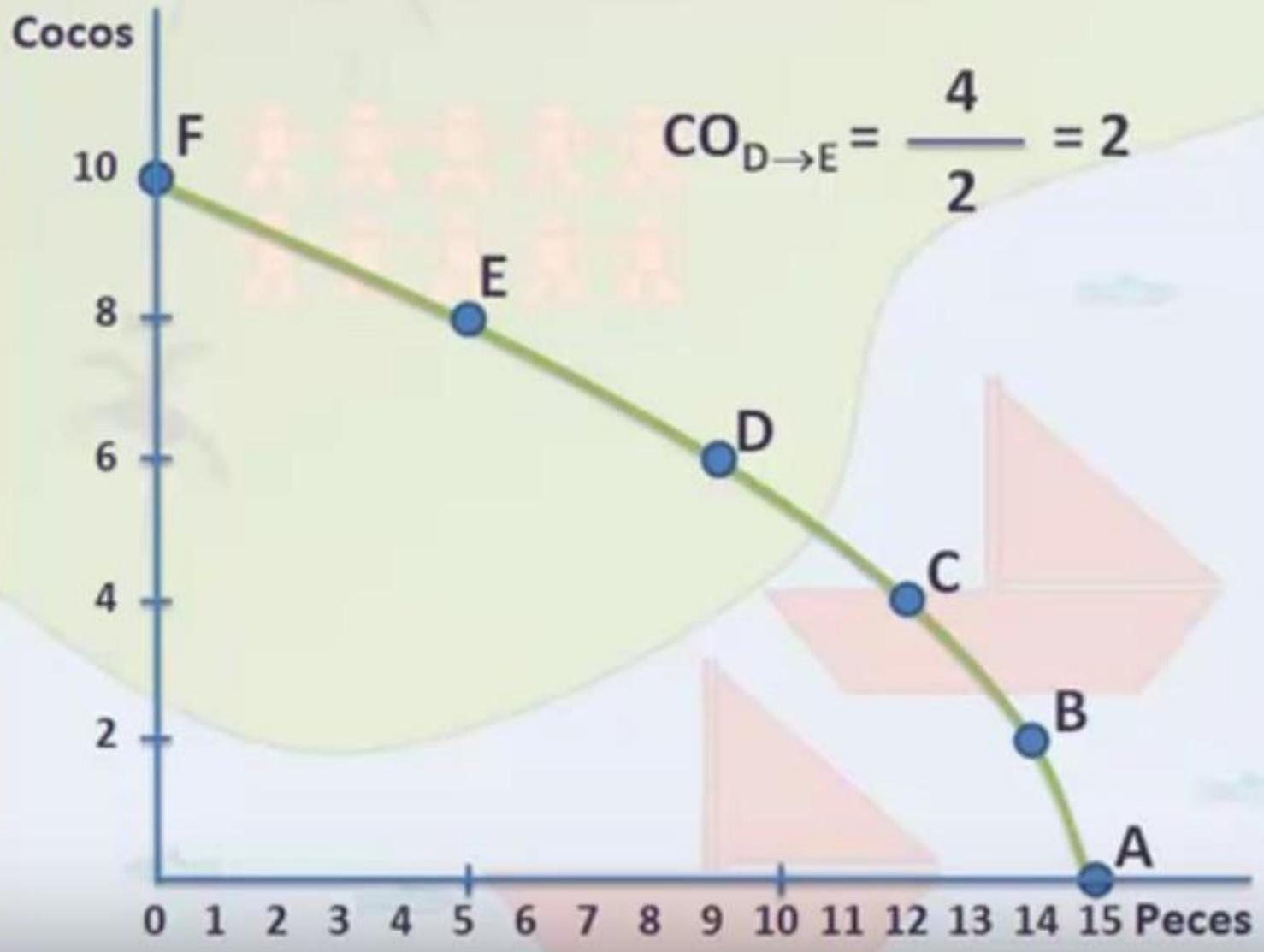
A	15	0
B	14	2
C	12	4
D	9	6
E	5	8
F	0	10





	Peces	Cocos
A	15	0
B	14	2
C	12	4
D	9	6
E	5	8
F	0	10

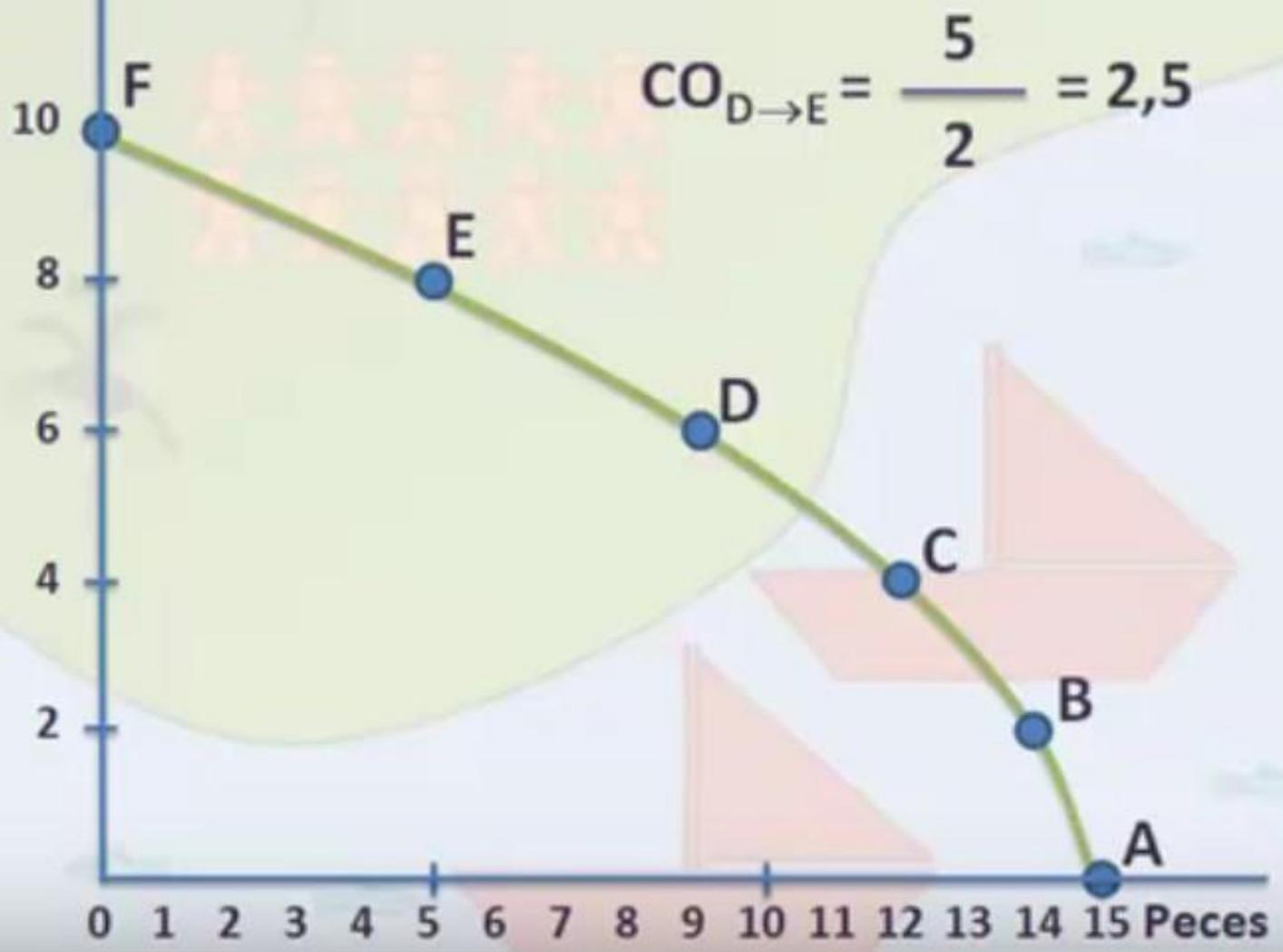




	Peces	Cocos
A	15	0
B	14	2
C	12	4
D	9	6
E	5	8
F	0	10



Cocos



Peces Cocos

A	15	0
B	14	2
C	12	4
D	9	6
E	5	8
F	0	10

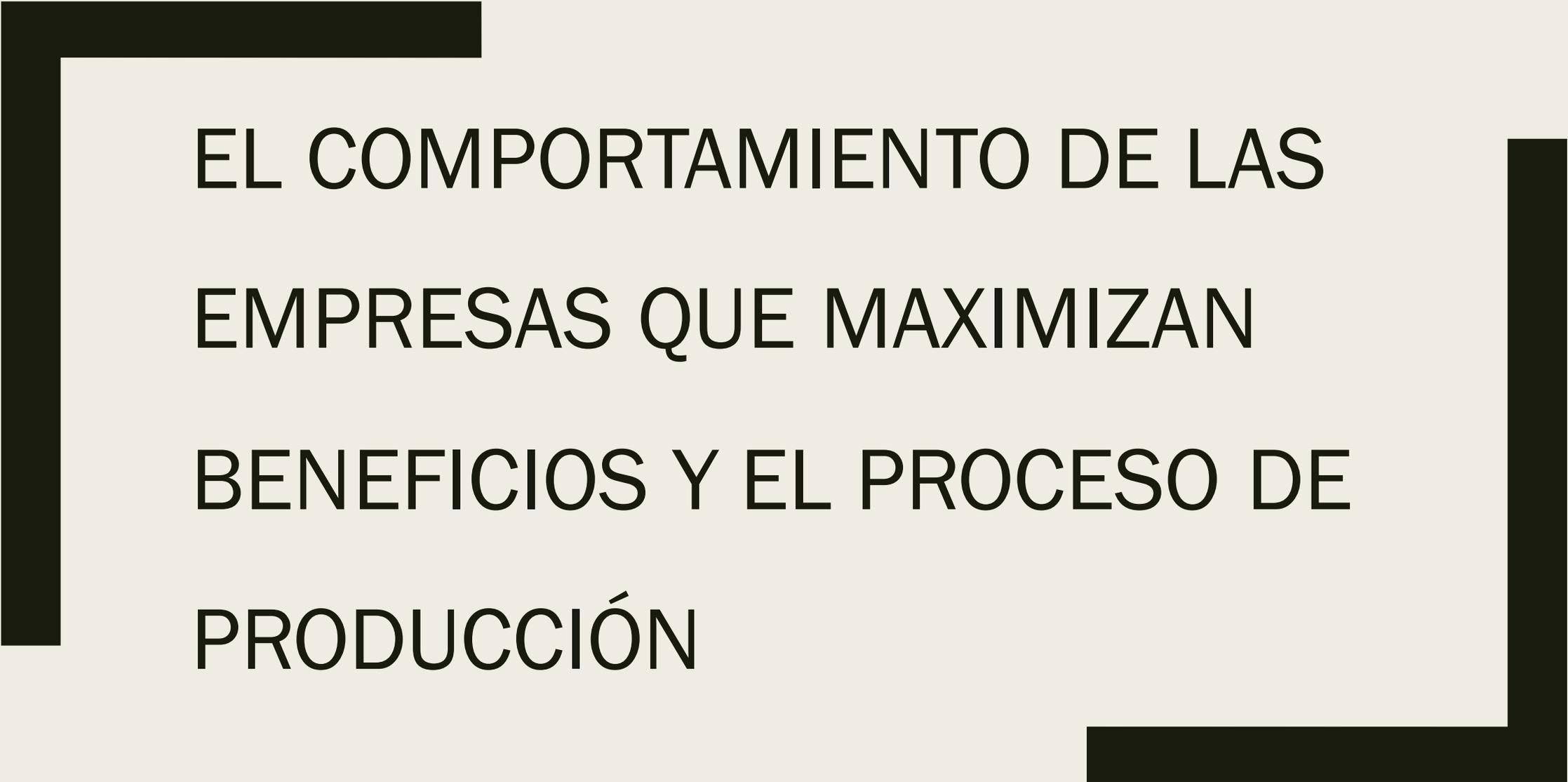


# LA FIRMA Y LA PRODUCCIÓN



# EL COMPORTAMIENTO DE LAS EMPRESAS QUE MAXIMIZAN BENEFICIOS Y EL PROCESO DE PRODUCCIÓN

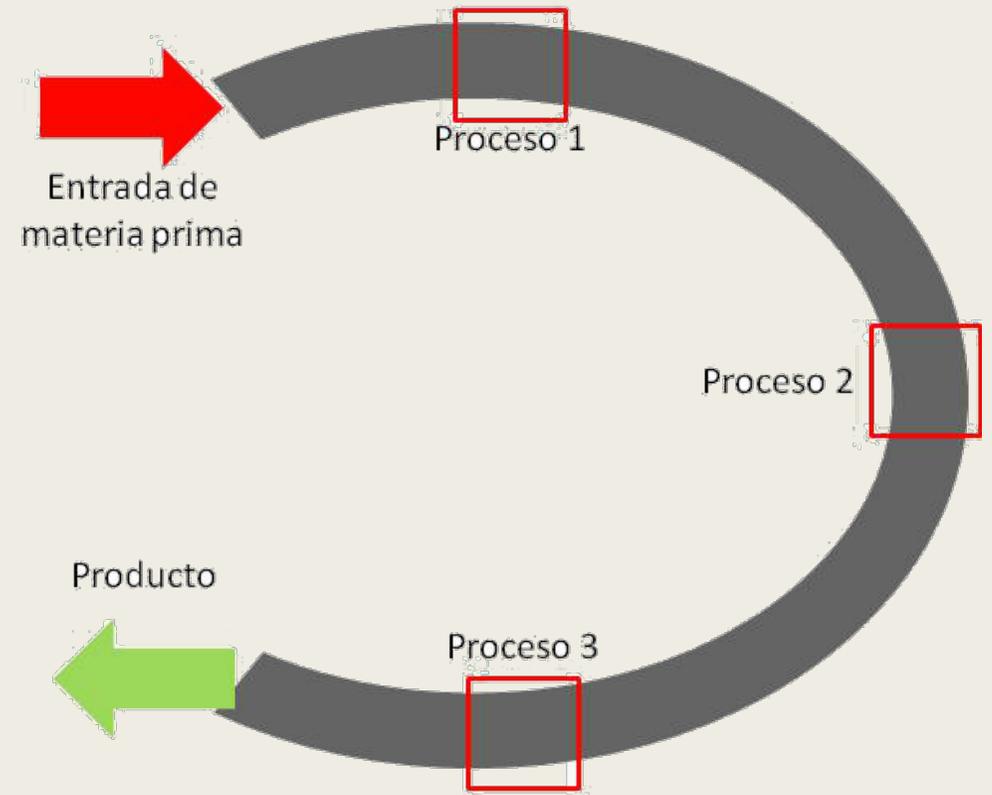
- Beneficios y costos económicos
- Decisiones a corto plazo frente a decisiones a largo plazo
- Las bases de las decisiones; precios de mercado de la producción, tecnología disponible y precios de los insumos
- Procesos de producción, funciones de producción, producto total, producto marginal, producto medio
- Producto total, producto marginal, producto medio.
- Funciones de producción con dos factores, variables de producción; la elección de la tecnología.

A thick black L-shaped frame surrounds the text. The top horizontal bar is on the left, the left vertical bar is on the left, and the bottom horizontal bar is on the right, with a vertical bar on the right side.

EL COMPORTAMIENTO DE LAS  
EMPRESAS QUE MAXIMIZAN  
BENEFICIOS Y EL PROCESO DE  
PRODUCCIÓN

# La producción

Proceso por el cual los insumos se combinan, transforman y convierten en productos



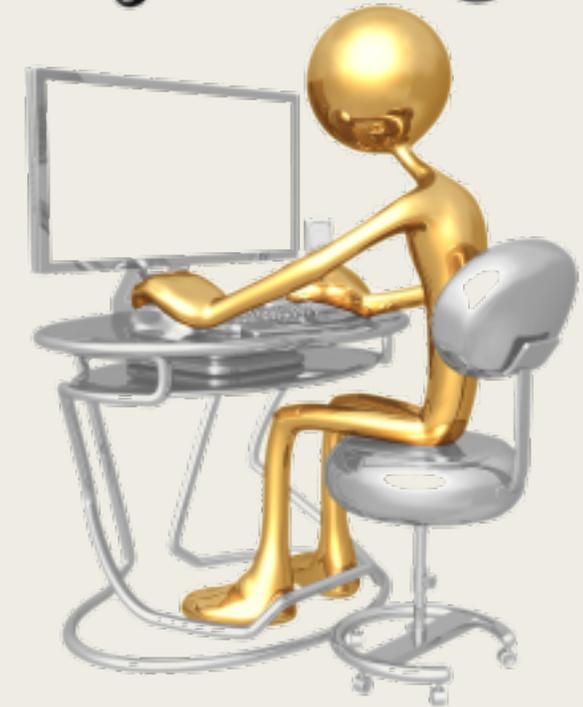
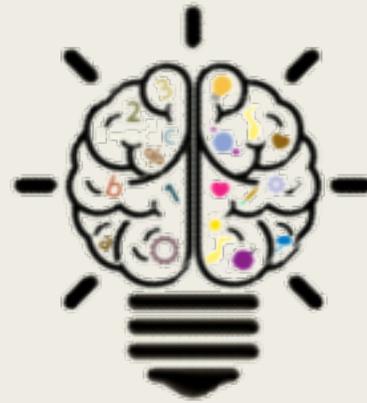
# Una empresa

puede variar en su tamaño y organización interna, pero todas usan insumos los transforman en cosas para las cuales existe demanda.





Contador Público



fall out boy



**THE CURE**



**R.E.M.**

**oasis**



**ARCTIC MONKEYS**



**THE DOORS**



# Supuestos a analizar

- La producción no es exclusiva de las empresas.
- Competencia perfecta.

# La producción no es exclusiva de las empresas.

Ejemplo:

El Gobierno combina tierra, trabajo y capital a fin de producir servicios públicos que tienen demanda:

- La defensa nacional
- La policía
- Los bomberos
- La educación

# Una empresa

- Existe cuando una persona o grupo de personas decide producir un bien o servicio a fin de satisfacer una demanda percibida.
- Existen para obtener utilidades
- Se dedican a la producción (es decir, transforman insumos en productos) porque pueden vender lo que producen a un precio superior al costo que implica su elaboración.

# El comportamiento de una empresa

- Depender de su organización interna y de su relación con las empresas con las cuales compite.
- ¿Cuántos competidores hay?
- ¿Cuál es su magnitud?
- ¿Cómo compiten?

# Competencia perfecta

- Existe en una industria donde hay muchas empresas relativamente pequeñas que elaboran productos idénticos.
- La característica mas importante de una industria perfectamente competitiva es que ninguna empresa por si sola tiene control alguno sobre los precios.
- una empresa individual no puede influir ni en el precio de mercado de su producto ni en los precios de los insumos que compra.

Esta característica importante se deduce de dos supuestos.

- La industria competitiva esta formada por muchas empresas, cada una de las cuales es pequeña en relación con el tamaño de la industria.
- que todas las empresas de una industria perfectamente competitiva elaboran productos homogéneos.

# Las empresas de las industrias perfectamente competitivas

- No diferencian sus productos, ni tampoco toman decisiones en torno al precio.
- Los precios se captan según los determinan las leyes de la oferta y la demanda en el mercado
- Solo puede decidir cuanto va a producir y como elaborará su producto.

# La empresa

Cualquier que sea su tipo todas las empresas deben tomar varias decisiones básicas a fin de alcanzar lo que, según hemos supuesto, es su objetivo primordial: obtener las máximas utilidades.

# Las tres decisiones que toda empresa debe tomar

1. Que cantidad de producto debe ofrecer
2. Que tecnología de producción va a usar.
3. Cando deberá demandar de cada insumo.

# Beneficios y costos económicos

¿Qué es el beneficio o utilidad?

- La **utilidad** es la diferencia entre el ingreso total y el costo total.

$$Utilidad = ingreso\ total - costo\ total$$

$$Utilidad = ingreso\ total - costo\ total$$

Donde:

**Ingreso total** es la cantidad que se recibe a partir de la venta de un producto.

Numero de unidades vendidas (q) x Precio que se cobra por unidad (P)

**Costo total**

Costos en efectivo + costo de oportunidad.

# Tasa de rendimiento

Es un flujo anual del ingreso neto generado por una inversión, expresado como porcentaje de la inversión total.

Ejemplo,

si alguien hace una inversión de \$100,000 en capital para iniciar un pequeño restaurante y este genera un flujo de utilidades de \$15,000 cada año, se dice que el proyecto tiene una “tasa de rendimiento” del 15%.

# Tasa normal de rendimiento

Es la tasa que resulta justamente suficiente para mantener satisfechos a los dueños y a los inversionistas. Si la tasa de rendimiento disminuyera por debajo de la normal, sería imposible o difícil que los administradores obtuvieran los recursos necesarios para comprar nuevos bienes de capital.

# Ejemplo:

Suponga que Sue y Ann deciden fundar un pequeño negocio que venderá cinturones de turquesa en el aeropuerto. Para entrar en el negocio, necesitan invertir en un quiosco muy vistoso. El precio de un quiosco es de \$20,000 incluyendo todos los accesorios y exhibidores. Suponga que Sue y Ann estiman que venderán 3,000 cinturones cada año en \$10 cada uno. Suponga además que el proveedor les vendería cada cinturón en \$5. Finalmente, el quiosco debe estar atendido por un empleado, quien trabajaría por un sueldo anual de \$14,000. **¿Va a generar alguna utilidad este negocio?**

Si suponemos que el quiosco conserva su valor a lo largo del tiempo, lo único a lo que Sue y Ann renuncian es al interés que podrían haber ganado si no hubieran comprometido sus fondos en el quiosco. Es decir, el único costo real es el costo de oportunidad de la inversión, que es el interés sobre los \$20,000 al que renuncian.

<b>Inversión inicial:</b>	<b>\$20,000</b>
<b>Tasa de interés de mercado disponible:</b>	<b>0.10, o 10%</b>
<hr/>	
<b>Ingreso total (3,000 cinturones × \$10 cada uno)</b>	<b>\$30,000</b>
<b>Costos</b>	
Cinturones del proveedor	\$15,000
Costo del trabajo	14,000
Rendimiento normal/costo de oportunidad del capital ( $\$20,000 \times 0.10$ )	<u>2,000</u>
<b>Costo total</b>	<b>\$31,000</b>
<b>Utilidad = ingreso total – costo total</b>	<b>-\$1,000<sup>a</sup></b>
<hr/>	

# Decisiones a costo plazo frente a decisiones a largo plazo

- Todas las decisiones que toma una compañía —cuánto producir, cómo producirlo y qué insumos demandar— consideran el tiempo.
- Si una empresa decide que quiere duplicar o triplicar su producción, necesitará tiempo para arreglar el financiamiento, contratar arquitectos o llamar a contratistas y construir una nueva planta.

# Corto plazo

1. Una escala fija (o un factor fijo de producción) y
2. No se registran entradas a la industria ni tampoco salidas.

El factor o los factores de producción que son fijos en el corto plazo difieren de una industria a otra

- Una fábrica se construye teniendo en mente una tasa de producción determinada. Aunque esa tasa puede incrementarse, la producción no aumentará más allá de un cierto límite en el corto plazo.
- Un médico que trabaja en forma independiente, el límite es la capacidad para atender a los pacientes; el día tiene únicamente un cierto número de horas.
- En el caso de un agricultor, el factor fijo puede ser la tierra. La capacidad de una granja pequeña está limitada por el número de acres cultivados.

# Largo plazo

- No hay factores fijos de producción.
- Las compañías pueden planear cualquier nivel de producción que consideren deseable.
- Es posible que nuevas empresas inicien operaciones (entren a la industria), mientras que algunas de las existentes abandonen el negocio (salgan de la industria).

# Las empresas toman dos tipos básicos de decisiones:

- Aquellas que rigen sus operaciones cotidianas y
- Aquellas que implican una planeación estratégica a un plazo más largo.

# Las bases de las decisiones

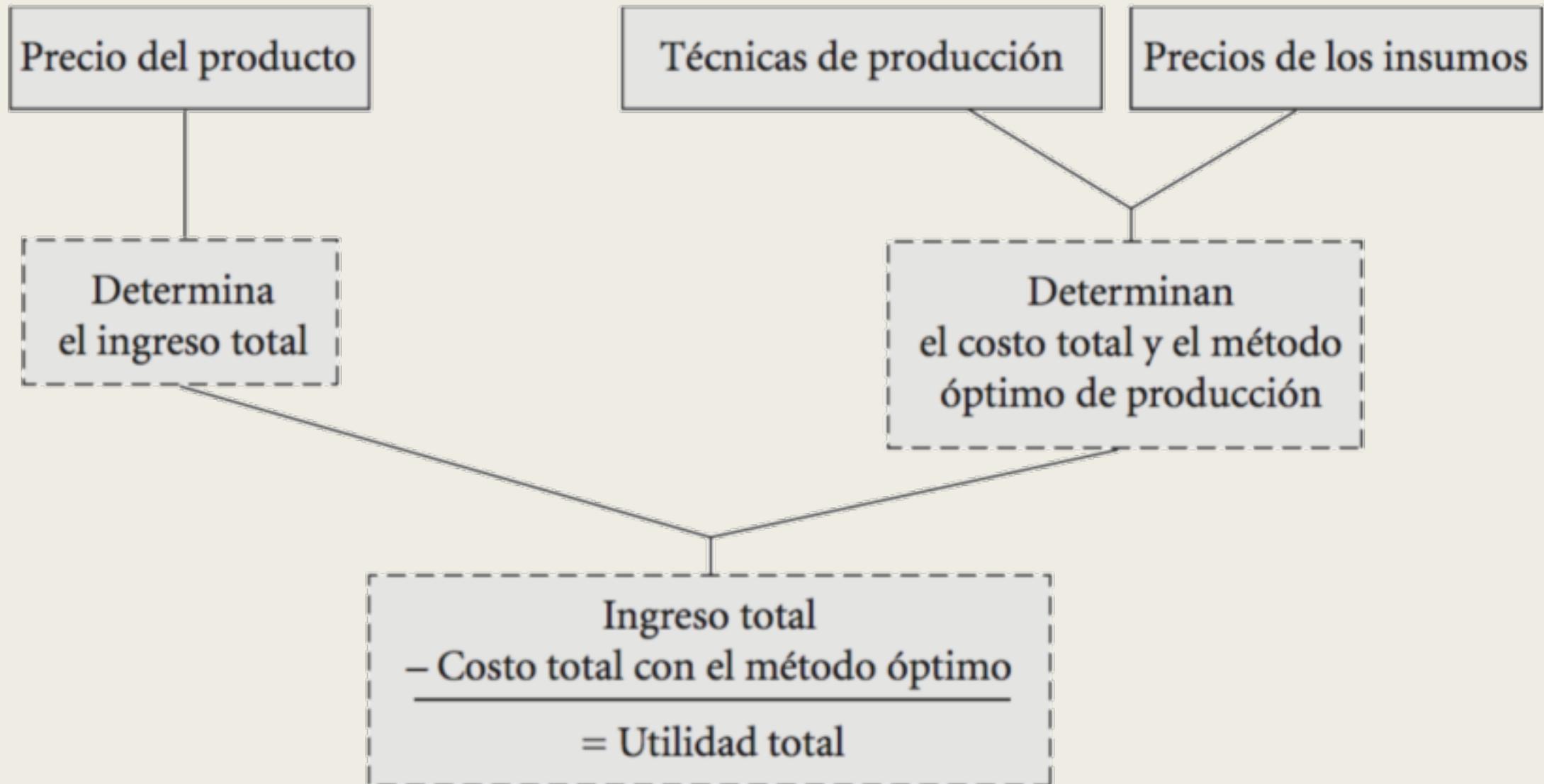
- Las tres decisiones fundamentales de una empresa se toman con el objetivo de maximizar las utilidades.
- Las utilidades son iguales a los ingresos totales menos los costos totales, cada empresa necesita saber cuánto le cuesta elaborar su producto y en cuánto se puede vender.

En el lenguaje de la economía, una empresa necesita saber tres datos:

- El precio de mercado del producto
- Las técnicas de producción que están disponibles
- Los precios de los insumos

# El método óptimo de producción

Es aquel que minimiza el costo. Cuando se ha determinado el costo y que se conoce el precio de mercado del producto, una empresa hará un juicio definitivo acerca de la cantidad de productos que podrá elaborar y las cantidades que demandará de cada insumo.



A large, thick black L-shaped frame surrounds the text. The top-left corner is a horizontal bar extending to the right, then a vertical bar extending downwards. The bottom-right corner is a horizontal bar extending to the left, then a vertical bar extending upwards.

# Procesos de producción

Funciones de producción: producto total, producto marginal y producto medio

# Producción

Es el proceso mediante el cual los insumos se combinan y se transforman en productos.



# Tecnología de la producción

- Relaciona los insumos con los productos.
- Se necesitan cantidades específicas de insumos para producir cualquier servicio o bien determinado.
- La mayoría de los productos se pueden elaborar por medio de diversas técnicas.

# Tecnología basada en el uso intensivo del trabajo.

Quinientos hombres y mujeres podrían ir al lote equipados con mazos y retirar los escombros en forma manual.



# Tecnología basada en el uso intensivo del capital.

La misma labor se podría hacer con la ayuda de dos personas y una máquina demoledora, una pala mecánica, una retroexcavadora y un camión para transportar el cascajo



# Al elegir la tecnología más adecuada

Las compañías se inclinan por aquella que minimice el costo de producción.

Si una empresa que se encuentre en una economía con *una oferta abundante de mano de obra de bajo costo pero que no disponga de mucho capital*, el método de producción óptimo implicará técnicas basadas en el **uso intensivo del trabajo**.

Si la empresa se desenvuelve en una economía *con altos niveles salariales y altos costos del trabajo* tienen un incentivo para sustituir la mano de obra y usar técnicas que hacen un **uso más intenso del capital** y que permiten ahorrar trabajo.

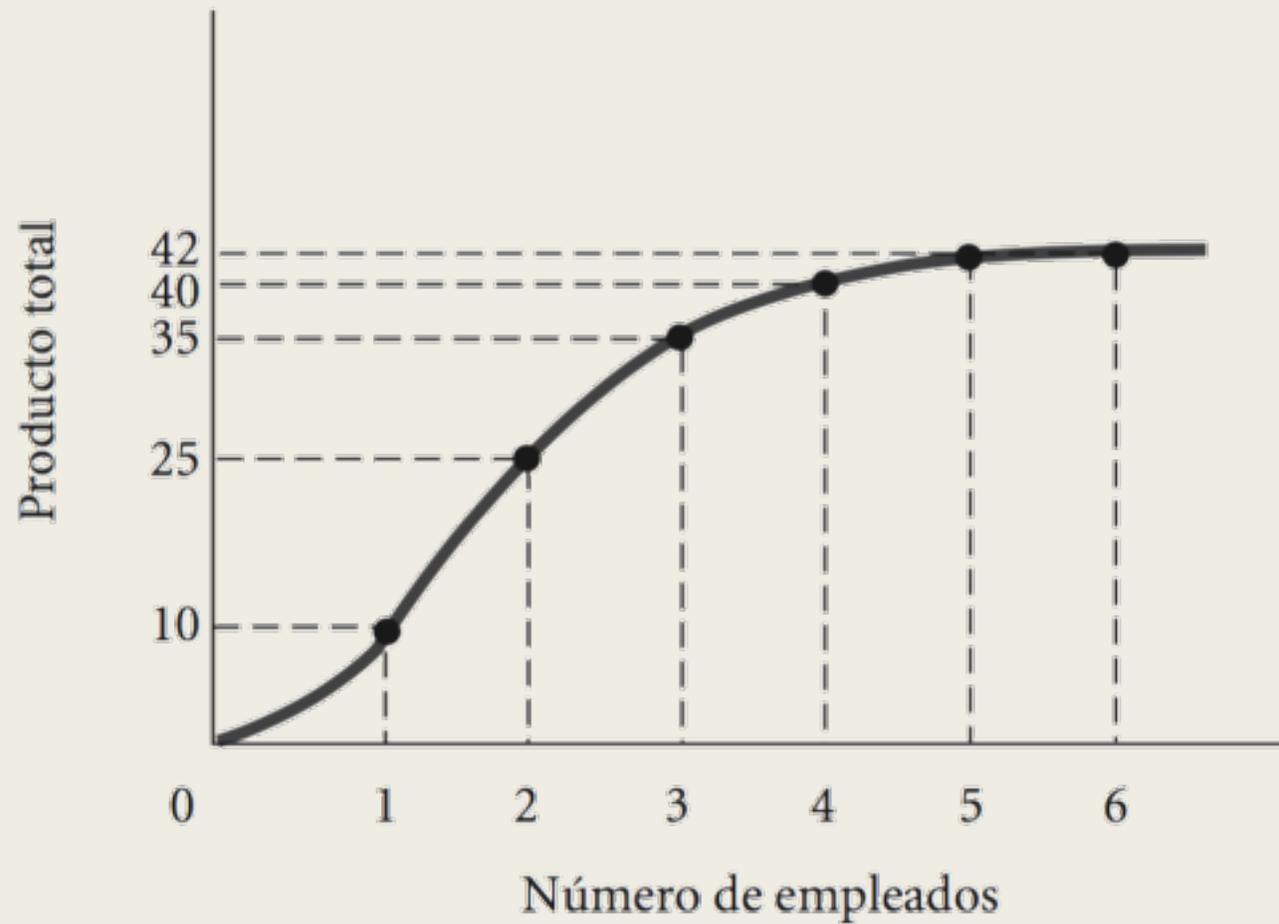
# Funciones de producción

- Producto total
- Producto marginal
- Producto promedio

# Una pequeña tienda de emparedados produce...

Unidades de trabajo (empleados)	Producto total (emparedados por hora)	Producto marginal del trabajo	Producto promedio del trabajo (producto total/unidades de trabajo)
0	0	—	—
1	10	10	10.0
2	25	15	12.5
3	35	10	11.7
4	40	5	10.0
5	42	2	8.4
6	42	0	7.0

# Función de producción

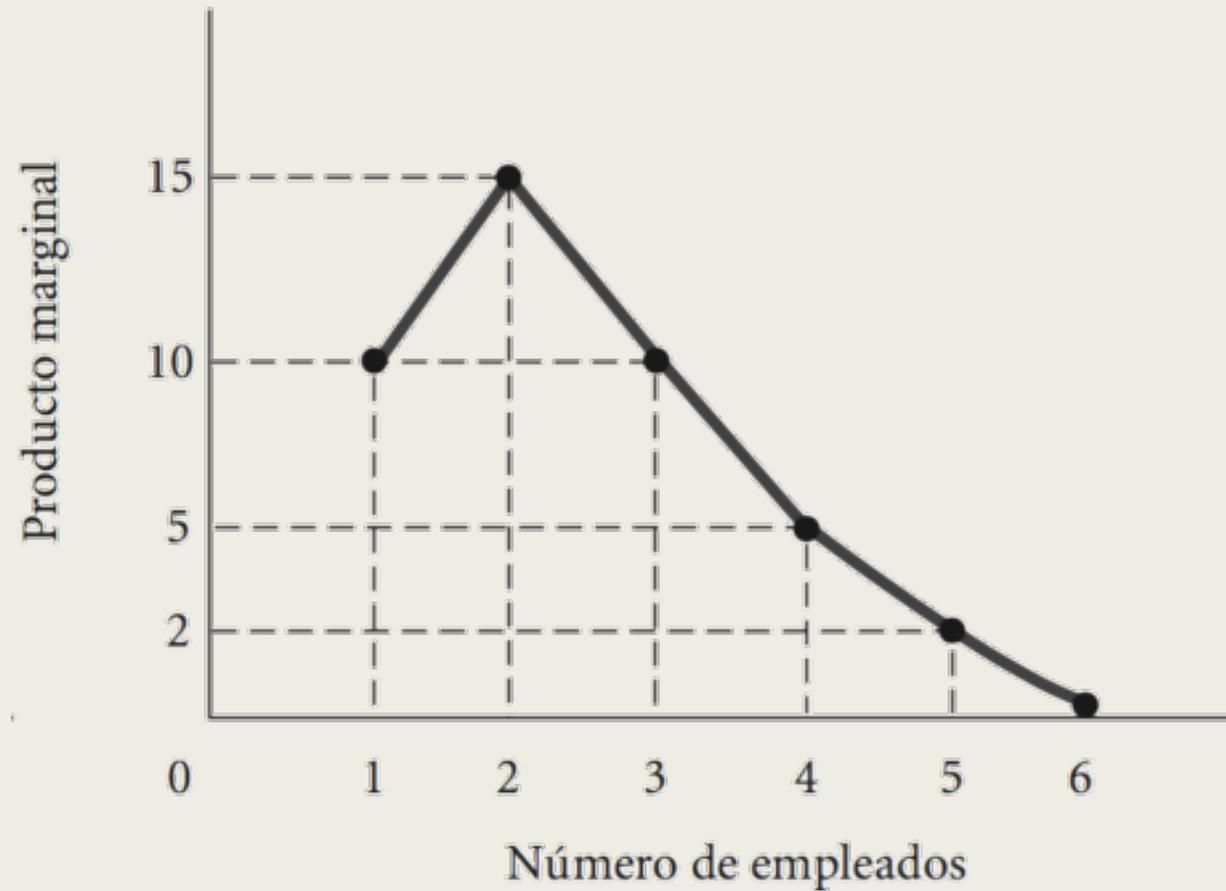


# El producto marginal

Se refiere a la producción adicional que se obtiene al incorporar una unidad más de un insumo específico, manteniendo constantes todos los demás insumos.

Unidades de trabajo (empleados)	Producto total (emparedados por hora)	Producto marginal del trabajo
0	0	—
1	10	10
2	25	15
3	35	10
4	40	5
5	42	2
6	42	0

# Producto Marginal vs. Número de empleados



# Ley de rendimientos decrecientes

*“Después de un cierto punto, cuando se incorporan unidades adicionales de un insumo variable a los insumos fijos (en este caso, las instalaciones y la parrilla), disminuye el producto marginal del insumo variable (en este caso, el trabajo)”*

# Producto promedio

Cantidad promedio que produce cada unidad de un factor variable de producción.

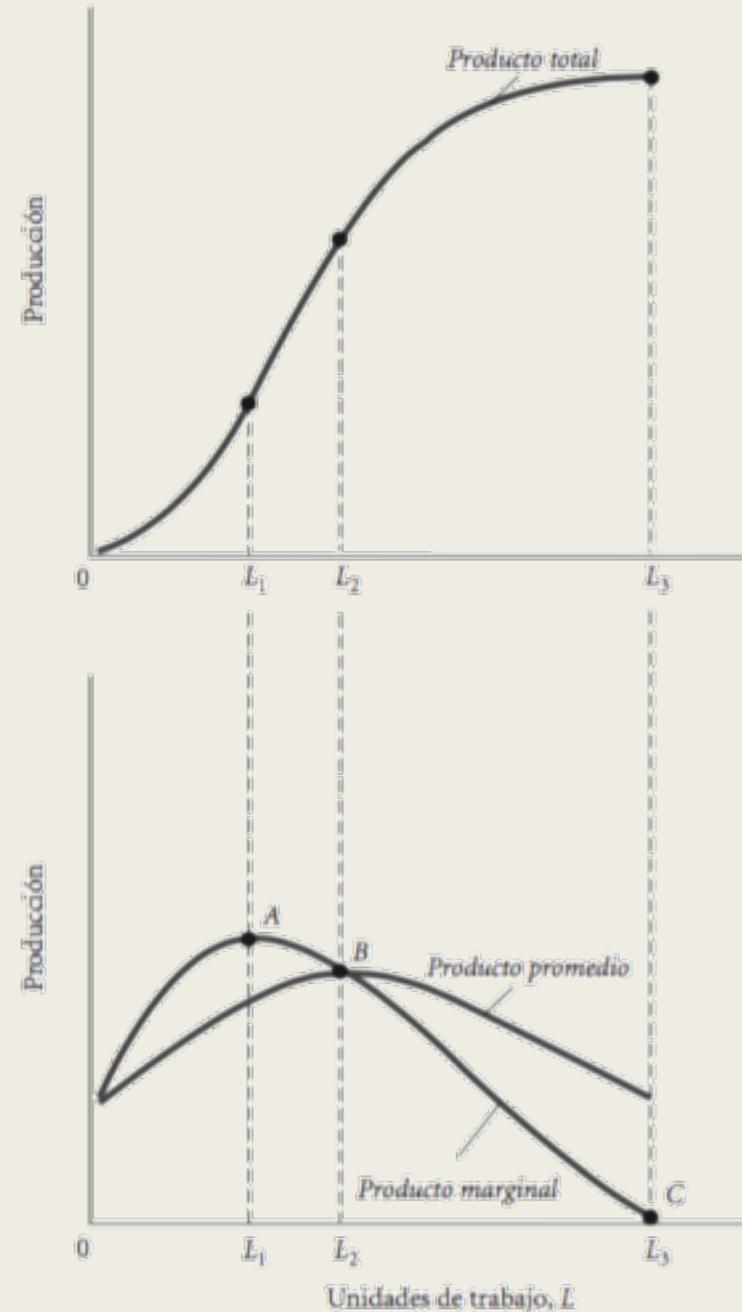
$$\text{producto promedio del trabajo} = \frac{\text{producto total}}{\text{unidades totales de trabajo}}$$

Unidades de trabajo (empleados)	Producto total (emparedados por hora)	Producto promedio del trabajo (producto total/unidades de trabajo)
0	0	—
1	10	10.0
2	25	12.5
3	35	11.7
4	40	10.0
5	42	8.4
6	42	7.0

# Producto marginal frente a producto promedio

Las curvas marginal y promedio del producto se pueden obtener a partir de las curvas del producto total.

El producto promedio se encuentra a su nivel máximo en el punto de intersección con el producto marginal.



# Funciones de producción con dos factores variables de producción

- Los insumos trabajan en forma conjunta en la producción.
- El capital adicional aumenta la productividad del trabajo.
- Como los bienes de capital —edificios, máquinas, etcétera— no son de utilidad si no hay personas que los operen, decimos que el capital y el trabajo son *insumos complementarios*.

# Volviendo a la tienda de emparedados...

- Si la demanda de emparedados comienza a exceder la capacidad de la tienda para producirlos, el dueño de la tienda tal vez decida expandir la capacidad.
- Una segunda parrilla, en esencia, duplicaría la capacidad productiva de la tienda. Sin embargo, con dos parrillas, el tercero y el cuarto empleados elaborarían 15 emparedados por hora usando la segunda parrilla.
- En esencia, el capital adicional aumenta la *productividad* del trabajo, es decir, la cantidad de producción que elabora cada empleado por hora.

# Elección de la tecnología

- Si el trabajo se vuelve costoso, las empresas tienen la posibilidad de adoptar tecnologías que permiten ahorrar mano de obra; es decir, pueden sustituir trabajo por capital.
- Si el capital se vuelve relativamente costoso, las empresas pueden sustituirlo con trabajo.
- En síntesis, es posible elaborar la mayoría de los bienes y servicios de diversas maneras mediante el uso de tecnologías alternativas.

# Elección de la tecnología

Para elegir una técnica de producción, la empresa debe inspeccionar los mercados de insumos para informarse de los precios actuales de mercado del trabajo y del capital.

- ¿Cuál es la tasa salarial ( $PL$ ), y cuál es el costo por hora del capital ( $PK$ )?
- La elección correcta entre los insumos depende de qué tan productivo sea un insumo y de su precio.

# Ejemplo

Considere las elecciones que están disponibles para el fabricante de pañales que se presenta en la tabla. Se dispone de cinco técnicas diferentes para producir 100 pañales.

Tecnología	Unidades de capital ( $K$ )	Unidades de trabajo ( $L$ )
<i>A</i>	2	10
<i>B</i>	3	6
<i>C</i>	4	4
<i>D</i>	6	3
<i>E</i>	10	2

Suponga que tanto el trabajo como el capital están disponibles a un precio de \$1 por unidad.

$$\text{Costo} = (L \times P_L) + (K \times P_K)$$

Tecnología	Unidades de capital (K)	Unidades de trabajo (L)	$P_L = \$1$ $P_K = \$1$
<i>A</i>	2	10	\$12
<i>B</i>	3	6	9
<i>C</i>	4	4	8
<i>D</i>	6	3	9
<i>E</i>	10	2	12

Ahora suponga que la tasa salarial ( $P_L$ ) aumentara de manera drástica, de \$1 a \$5.

Tecnología	Unidades de capital (K)	Unidades de trabajo (L)	Costo = $(L \times P_L) + (K \times P_K)$	
			$P_L = \$1$ $P_K = \$1$	$P_L = \$5$ $P_K = \$1$
<i>A</i>	2	10	\$12	52
<i>B</i>	3	6	9	33
<i>C</i>	4	4	8	24
<i>D</i>	6	3	9	21
<i>E</i>	10	2	12	20

# Dos factores determinan el costo de producción:

1. Las tecnologías disponibles
2. Los precios de los insumos

Las compañías que maximizan las utilidades elegirán aquella tecnología que reduzca al mínimo el costo de producción considerando los precios actuales de los insumos de mercado.

# Costos de producción

---

## Unidad 3

# Las tres decisiones de una empresa

## **LAS DECISIONES** se basan en

1. Cantidad de producción que van a *ofrecer*
2. Como elaborar esa producción (que técnica usar)
3. Cantidad de cada insumo que van a *demandar*.

## **INFORMACION**

1. Precio de la producción
2. Técnicas de producción disponibles\*
3. Precio de los insumos\*

\*Determina los costos de producción

# **Costos totales, costos fijos y variables**

---



# Costo Fijo Total (CFT)

---

- Representan todos aquellos costos que tiene la empresa como:
- Arrendamiento (Edificio, equipo, etc.)
- Primas de seguros
- Impuestos
- Servicios (agua, luz, teléfono, internet, etc.)
- Guardias de seguridad
- Obligaciones contractuales con los empleados.

# Costo Fijo Total (CFT)

---

Considerando el caso de una pequeña empresa de consultoría que emplea a varios economistas, asistentes de investigación y secretarías.

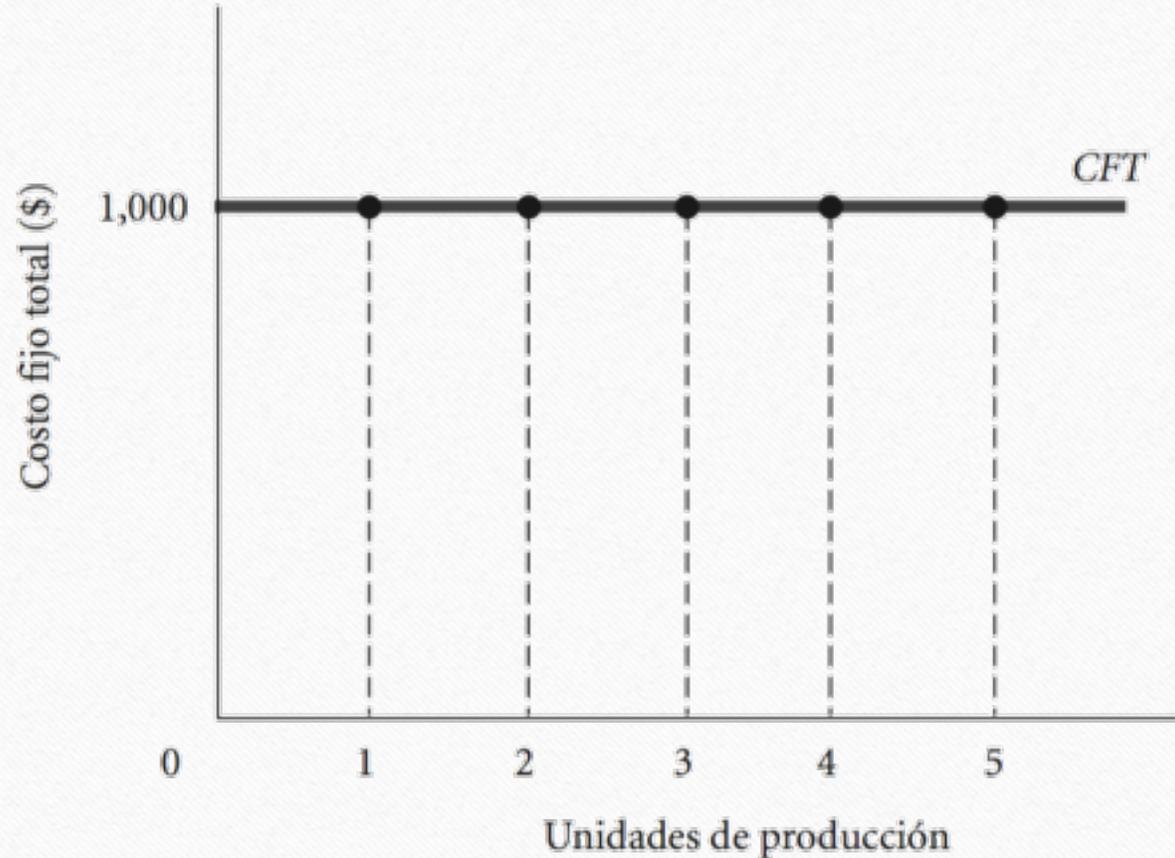
- Renta espacio en un edificio de oficinas y tiene un contrato de arrendamiento a cinco años.
- Las facturas mensuales de energía eléctrica y calefacción
- Lo mismo puede decirse de los salarios del personal administrativo básico.
- Los pagos por algunos equipos de capital también se pueden considerar fijos.

## Costo Fijo Total (CFT)

---

Son aquellos que no cambian con la producción, incluso cuando esta es igual a cero.

Si los *CFT* no cambian con la producción, la grafica es simplemente una línea recta horizontal al nivel de \$1,000.



## Costos fijos

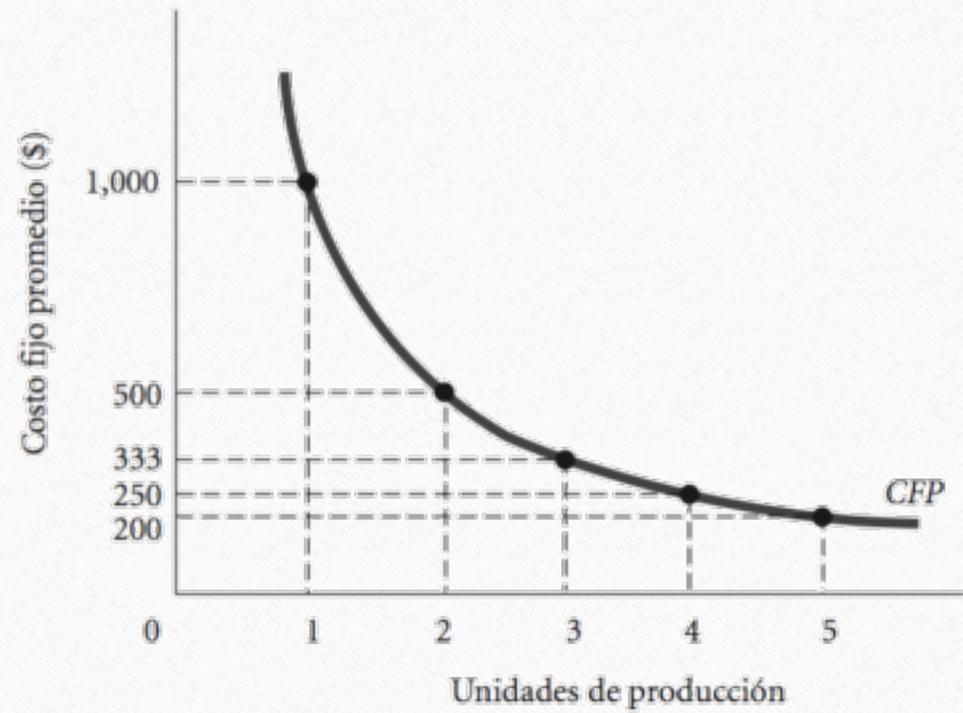
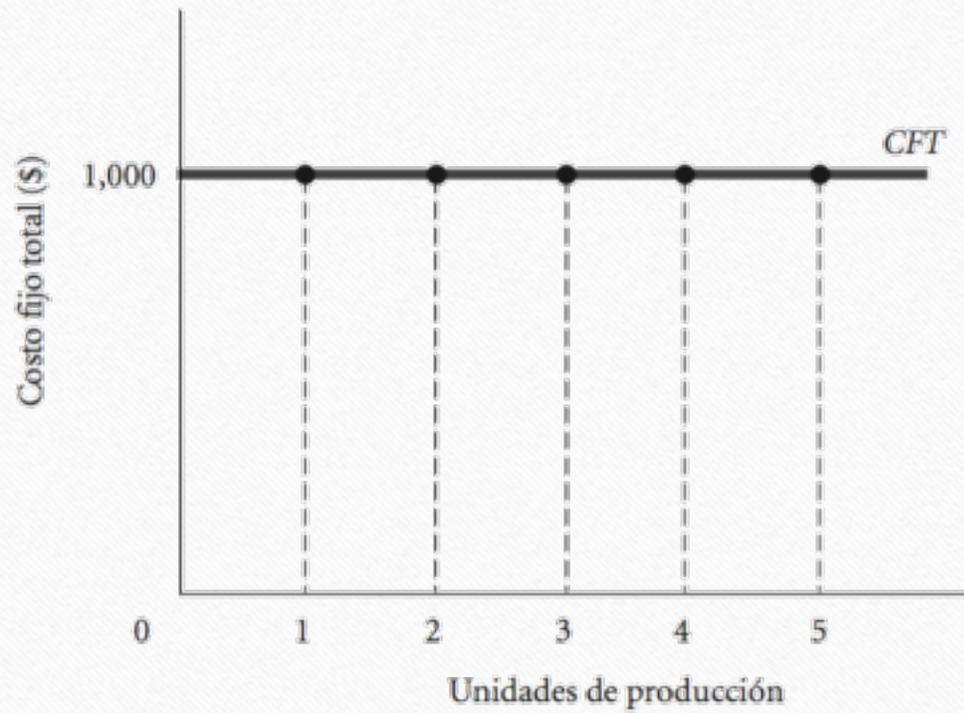
---

Al estudiar los costos fijos, se distinguen entre **Costos Fijos Totales (CFT)** y **Costos Fijos Medio (Promedio) (CFM)**.

$$CFM = \frac{CFT}{q}$$

$q$	$CFT$	$CFP (CFT/q)$
0	\$1,000	\$ -
1	1,000	1,000
2	1,000	500
3	1,000	333
4	1,000	250
5	1,000	200

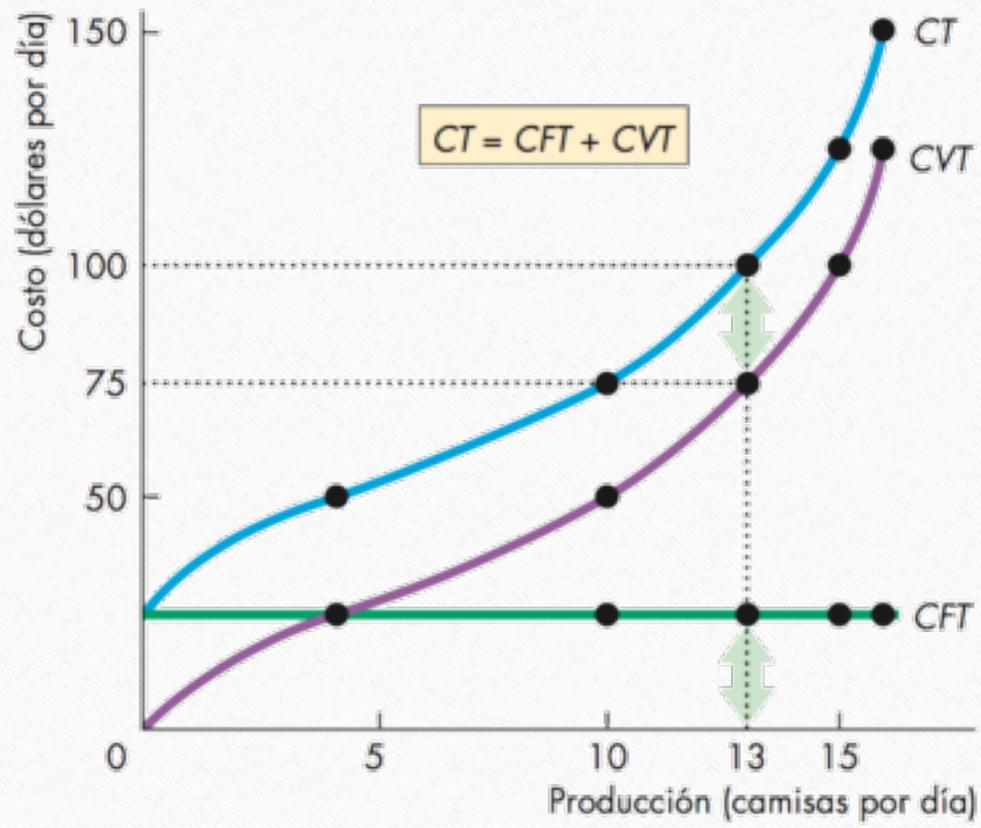
# Graficas de Costo Fijo Total y Costo Fijo Medio



# Costos Variables Totales (CVT)

---

- Es la suma de aquellos costos que varían con el nivel de producción.
- Para elaborar una mayor cantidad de producción, una empresa necesita más insumos.
- El costo de la producción adicional depende directamente de los insumos adicionales que se requieran y de cuál sea su costo.



	Trabajo (trabajadores por día)	Producción (camisas por día)	Costo fijo total (CFT)	Costo variable total (CVT)	Costo total (CT)
			(dólares por día)		
A	0	0	25	0	25
B	1	4	25	25	50
C	2	10	25	50	75
<b>D</b>	<b>3</b>	<b>13</b>	<b>25</b>	<b>75</b>	<b>100</b>
E	4	15	25	100	125
F	5	16	25	125	150

# Decisiones de producción

---

# Las necesidades de insumos están determinadas por la tecnología.

---

Por lo general, las empresas tienen a su disposición diversas técnicas de producción, y se supone que la opción que eligen es aquella que produce el nivel deseado de producción al menor costo. Para descubrir qué tecnología implica el costo mínimo, una empresa debe comparar los costos variables totales de elaborar ese nivel de producción usando diferentes técnicas de producción.

# Ejemplo:

---

Supongamos, que tenemos una pequeña granja. Hay que hacer una cierta cantidad de trabajo para cultivar y cosechar 120 acres. Podríamos contratar a cuatro trabajadores agrícolas y dividir las tareas, o bien, podría adquirir maquinaria agrícola compleja (capital) y hacer el trabajo sin ayuda. Su elección final depende de varios factores.

- ¿Qué maquinaria está disponible?
- ¿Qué funciones realiza esa maquinaria?
- ¿Funcionará en extensiones pequeñas de cultivo como la de usted?
- ¿Cuánto costará adquirir cada pieza de equipo?
- ¿Qué sueldo tendrá que pagar a los trabajadores agrícolas?
- ¿A cuántos empleados tendrá que contratar para hacer el trabajo?

# Elección de tecnología

---

- Si la maquinaria es costosa y la mano de obra es barata, es probable que elija la tecnología basada en el uso intensivo de la mano de obra.
- Si el trabajo que hay que realizar en la granja es costoso y el distribuidor local del equipo agrícola está saliendo de los negocios, tal vez usted logre hacer un buen trato para adquirir la maquinaria y elegir el método basado en el uso intensivo del capital.

# La curva de costo variable total

---

Es una gráfica que muestra la relación entre el costo variable total y el nivel de producción de una empresa ( $q$ ).

A cualquier nivel de producción determinado, el costo variable total depende de:

1. Las técnicas de producción que estén disponibles y
2. Los precios de los insumos que requiere cada tecnología.

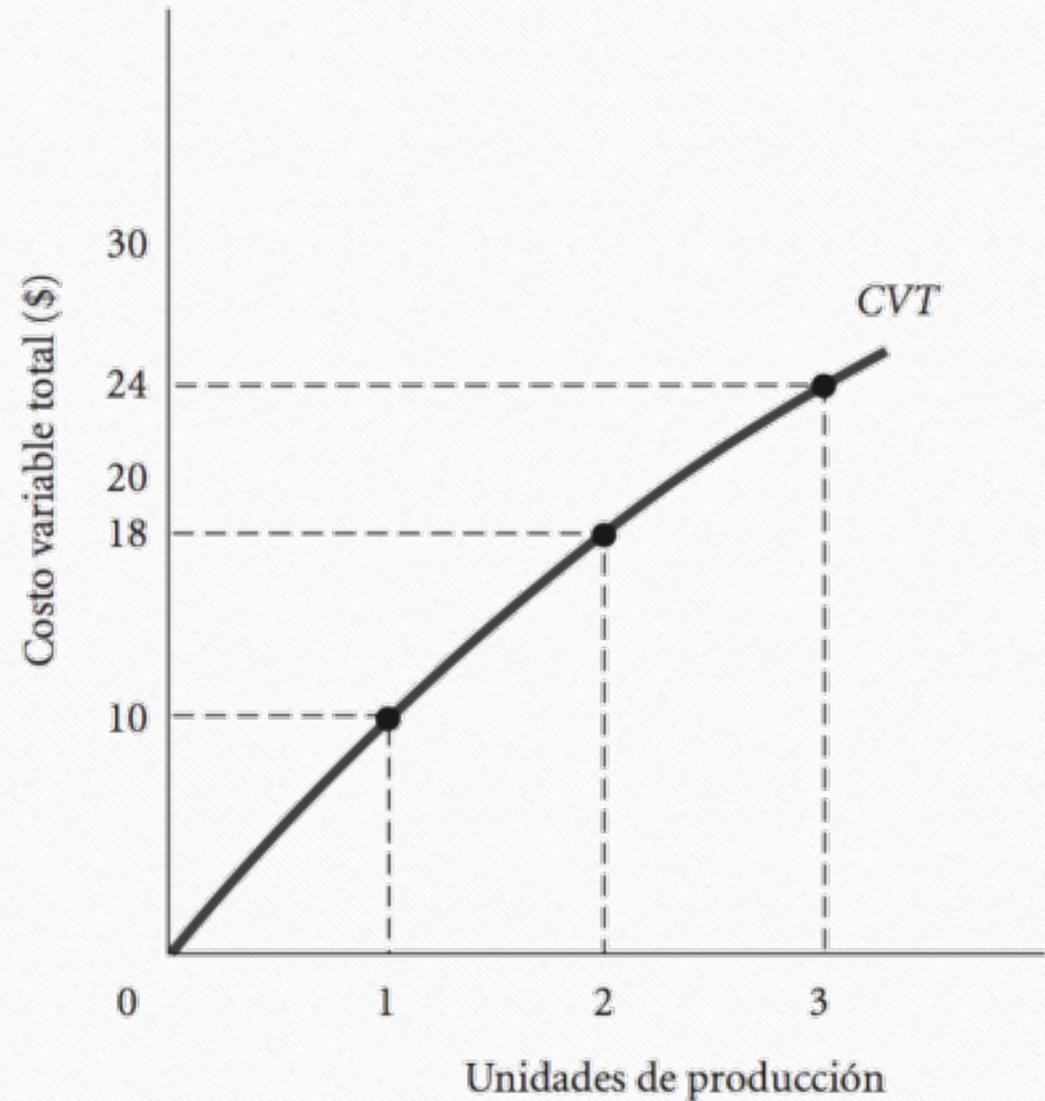
# Ejemplo:

Producir (unidades)	Con la Técnica	Unidades de insumos requeridos		$P_K = \$2, P_L = \$1$
		$K$	$L$	$CVT = (K * P_K) + (L * P_L)$
1	A	4	4	$(4 * \$2) + (4 * \$1) = \$12$
	B	2	6	$(2 * \$2) + (6 * \$1) = \$10$
2	A	7	6	$(7 * \$2) + (6 * \$1) = \$20$
	B	4	10	$(4 * \$2) + (10 * \$1) = \$18$
3	A	9	6	$(9 * \$2) + (6 * \$1) = \$24$
	B	6	14	$(6 * \$2) + (14 * \$1) = \$26$

## Curva de costo variable total

---

La curva del costo variable total incorpora información de los precios tanto de los factores de producción, o insumos, como de la tecnología. Indica el costo de producción al utilizar la mejor técnica disponible a cada nivel de producción considerando los precios actuales de los factores.



# Costos de producción

---

Costo marginal

# Costo Marginal

---

- Es el aumento en el costo total como resultado del incremento de la producción en una unidad.
- Se calcula como el incremento del costo total dividido entre el aumento de la producción.
- El “margen” es una forma de contemplar los costos variables: los costos marginales reflejan los cambios en los costos variables porque cambian cuando varía la producción.
- El costo *marginal* mide el costo *adicional* de los insumos que se requieren para elaborar cada unidad sucesiva de producción.

# Calculo de costo marginal

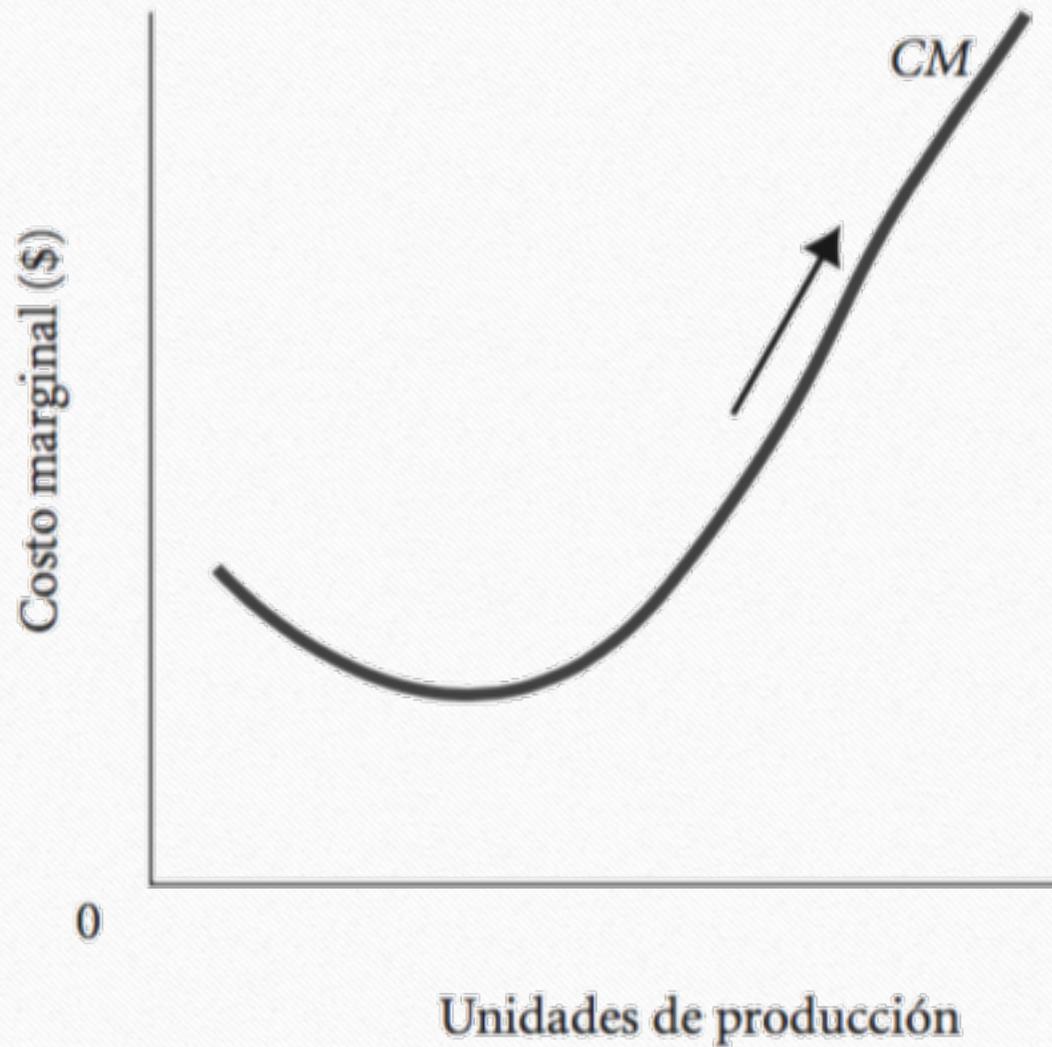
---

Unidades de producción	Costos variables totales (\$)	Costos marginales (\$)
0	0	
1	10	10
2	18	8
3	24	6

## Curva de Costo Marginal

---

Si cada unidad adicional de trabajo añade una cantidad progresivamente menor a la producción total, *se deduce que se necesita más trabajo para elaborar cada unidad adicional de producción*. De este modo, cada unidad adicional de producción tiene un mayor costo de elaboración.



# Costos de producción

---

Costo medio

# Costo medio

---

Hay tres costos medios.

1. Costo Fijo Medio (CFM)
2. Costo Variable Medio (CVM)
3. Costo Total Medio (CTM)

Partiendo de  $CT = CFT + CVT$

---

$$\frac{CT}{q} = \frac{CFT}{q} + \frac{CVT}{q}$$

Donde

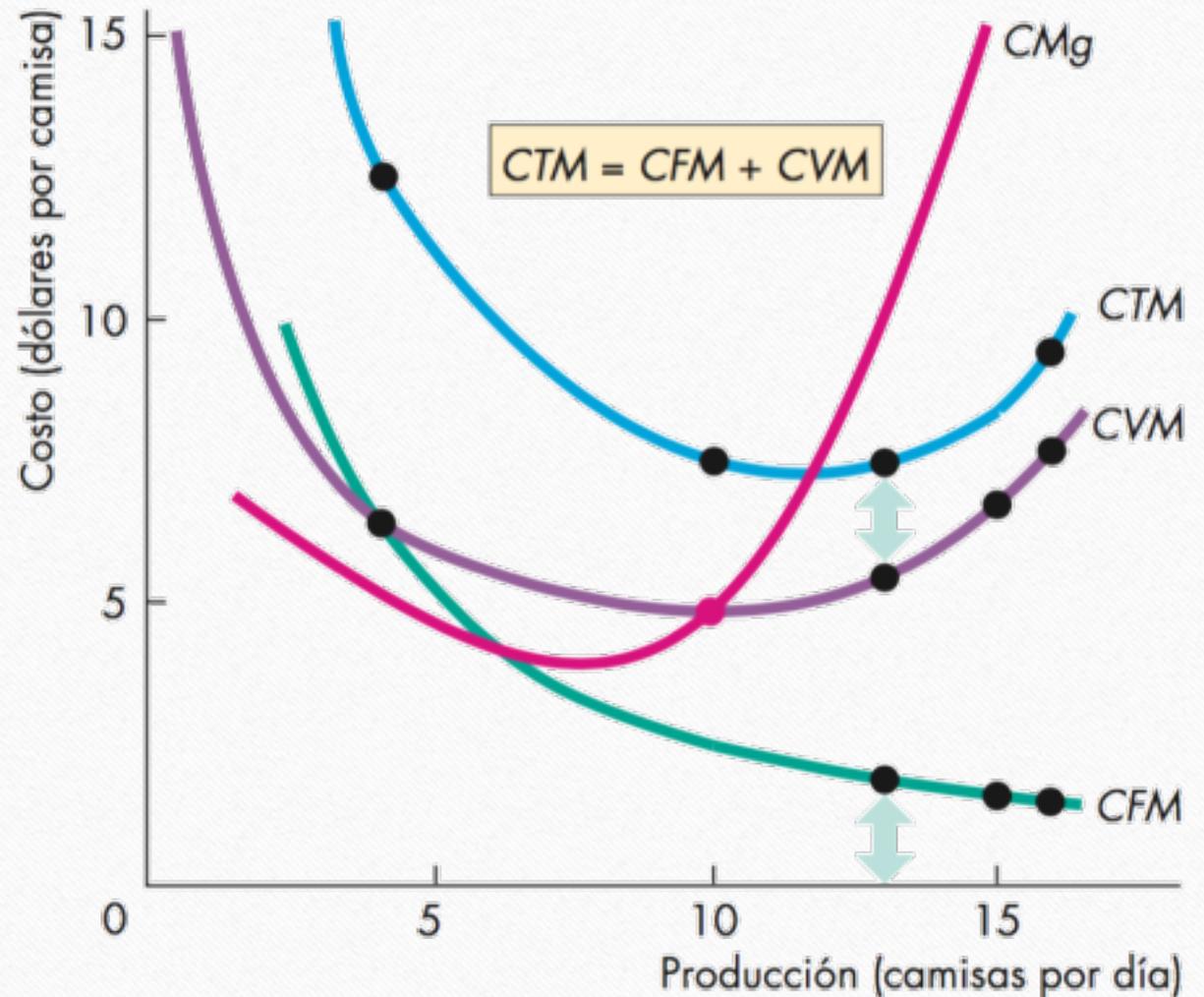
$q =$  *cantidad producida*

$$CTM = CFM + CVM$$

	Trabajo (trabajadores por día)	Producción (camisas por día)	Costo fijo total (CFT)	Costo variable total (CVT)	Costo total (CT)	Costo marginal (CM)	Costo fijo medio (CFM)	Costo variable medio (CVM)	Costo total medio (CTM)
			(dólares por día)			(dólares por camisa adicional)	(dólares por camisa)		
A	0	0	25	0	25	—	—	—	—
B	1	4	25	25	50	6.25	6.25	6.25	12.50
C	2	10	25	50	75	4.17	2.50	5.00	7.50
D	3	13	25	75	100	8.33	1.92	5.77	7.69
E	4	15	25	100	125	12.50	1.67	6.67	8.33
F	5	16	25	125	150	25.00	1.56	7.81	9.38

*CTM* combina las formas de las curvas *CFM* y *CVM*. La forma de U de la curva *CTM* ocurre por la influencia de dos fuerzas opuestas:

1. La distribución del costo fijo total entre una producción mayor.
2. La disminución, a la larga, de los rendimientos.



# Ejercicios

---

Tablas de Surf

El siguiente es el plan de producto total de la empresa Tablas de Surf, S.A.

Trabajo (trabajadores por semana)	Producción (tablas por semana)
1	30
2	70
3	120
4	160
5	190
6	210
7	220

La empresa contrata a cada trabajador por 500 dólares a la semana y su costo fijo total es de 1000 dólares por semana.

a) Calcule el costo total, el costo variable total y el costo fijo total para cada cantidad de producción presentada en la tabla y trace las curvas de costo total a corto plazo.

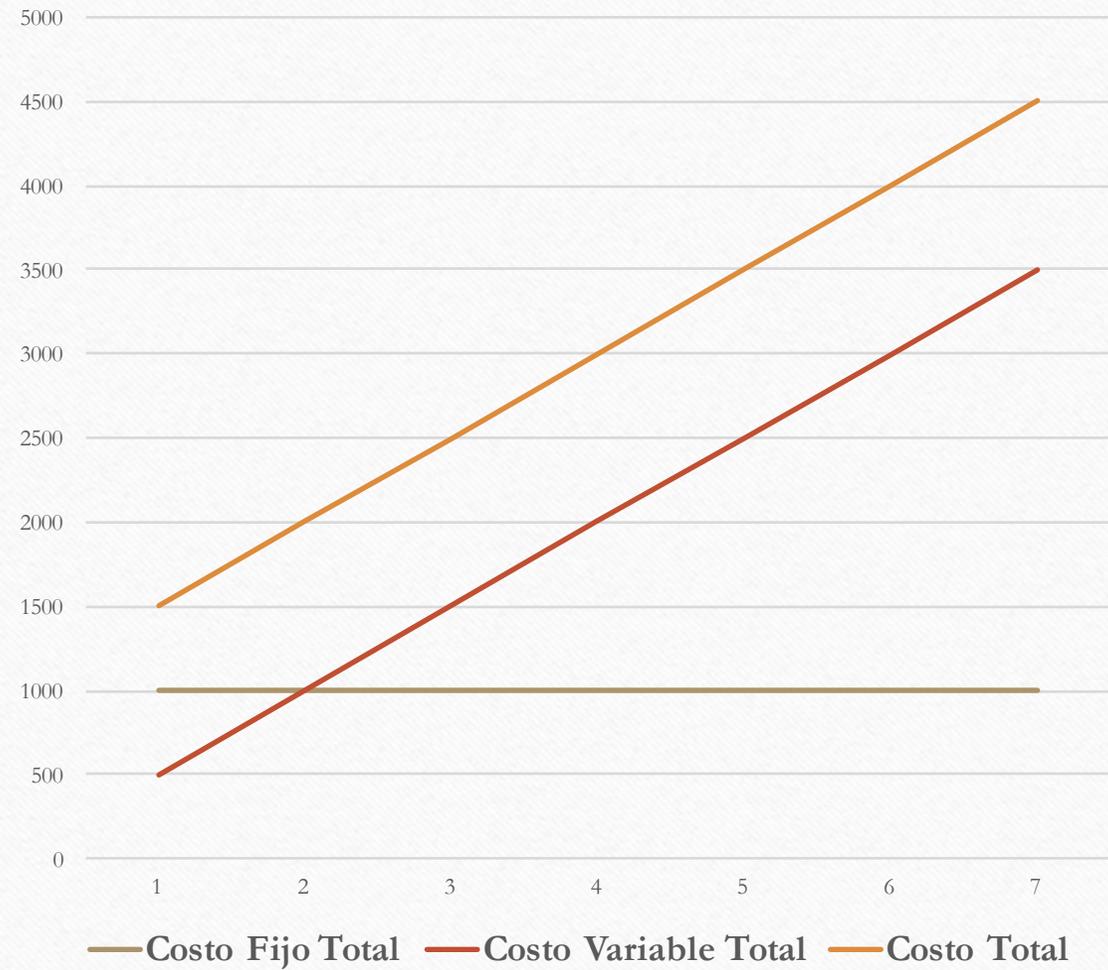
# Tabla

---

Trabajo	Producción	Costo Fijo Total	Costo Variable Total	Costo Total
1	30	1000	500	1500
2	70	1000	1000	2000
3	120	1000	1500	2500
4	160	1000	2000	3000
5	190	1000	2500	3500
6	210	1000	3000	4000
7	220	1000	3500	4500

# Gráfica de costos

---



b) Calcule el **costo total medio**, el **costo fijo medio**, el **costo variable medio** y el costo marginal para cada cantidad de producción presentada en la tabla y trace las curvas.

---

- Formulas

$$\frac{CT}{q} = \frac{CFT}{q} + \frac{CVT}{q}$$

Donde

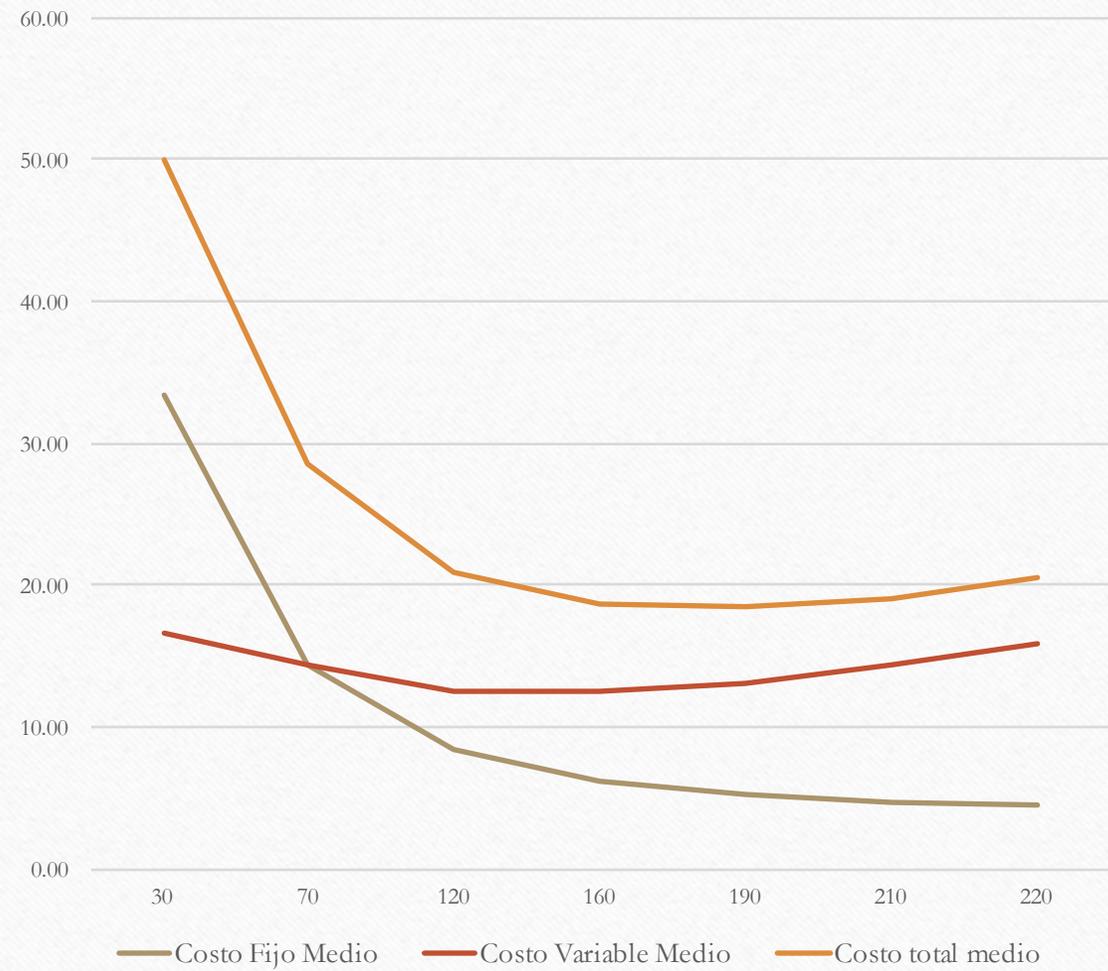
$q =$  cantidad producida

# Tabla

Trabajo	Producción	Costo Fijo Medio	Costo Variable Medio	Costo Total Medio
1	30	33.33	16.67	50.00
2	70	14.29	14.29	28.57
3	120	8.33	12.50	20.83
4	160	6.25	12.50	18.75
5	190	5.26	13.16	18.42
6	210	4.76	14.29	19.05
7	220	4.55	15.91	20.45

## Curva de Costos medios (promedios)

---

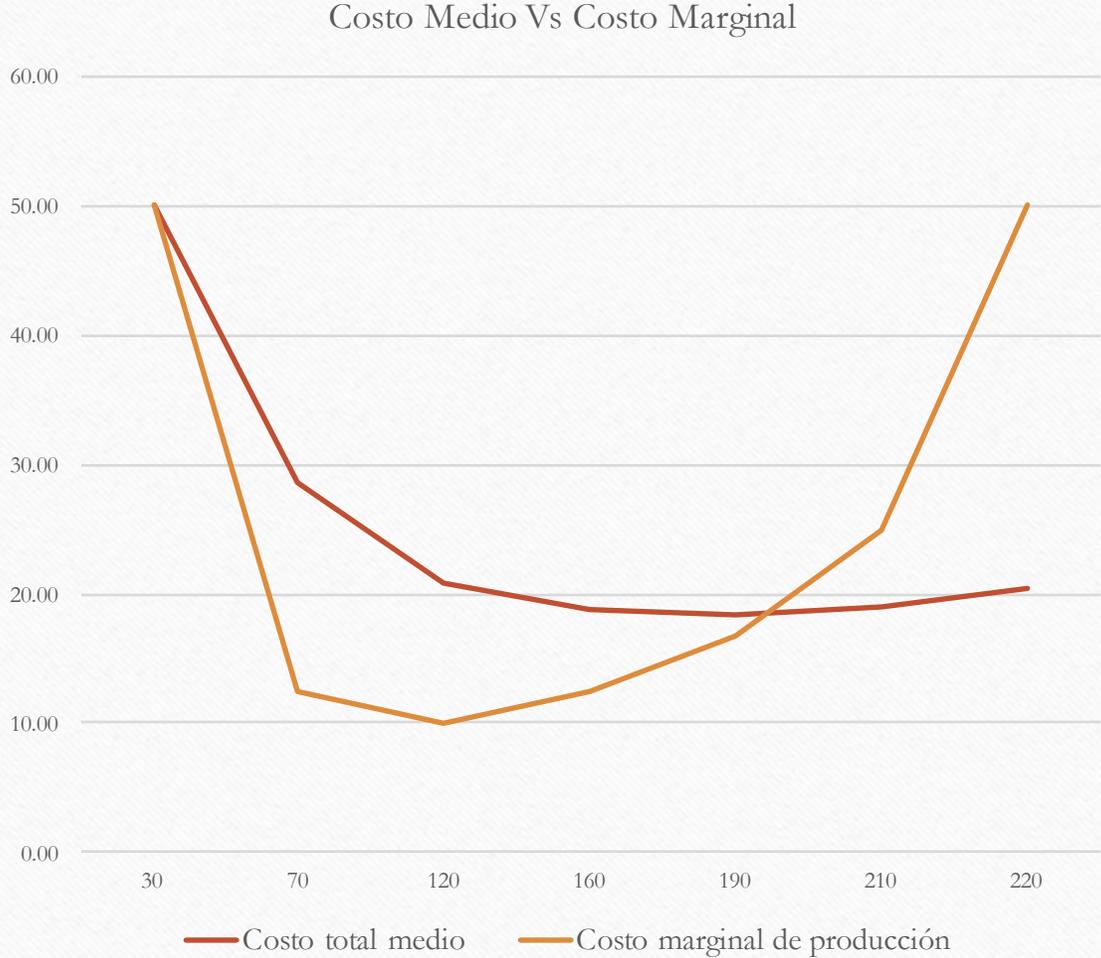


# Costo Marginal de producción $CM = \frac{\Delta CT}{\Delta q}$

Trabajo	Produccion	Costo Total	$\Delta q$	$\Delta CT$	Costo marginal de producción
1	30	1500	30	1500	50
2	70	2000	40	500	12.5
3	120	2500	50	500	10
4	160	3000	40	500	12.5
5	190	3500	30	500	16.67
6	210	4000	20	500	25
7	220	4500	10	500	50

# Gráfica Costo Medio y Costo Marginal

---



## Continuación...

---

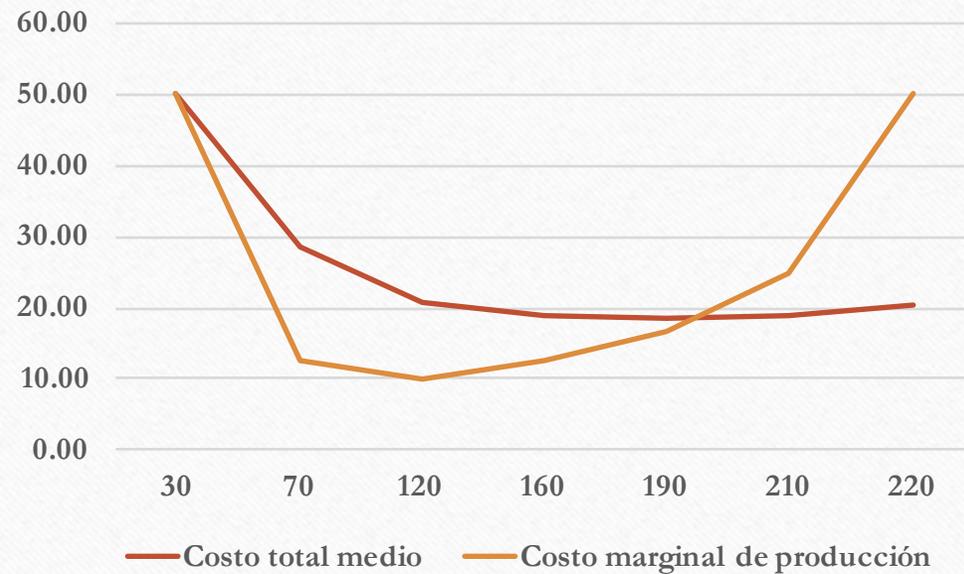
c) El propietario del edificio que Tablas de Surf, S.A. aumentará el alquiler en 200 dólares a la semana. Todo lo demás permanece como se describe anteriormente. Explique los cambios que ocurren en las curvas de costo medio y de costo marginal de Tablas de Surf, S.A.

Tabla si aumentará el alquiler en 200 dólares a la semana

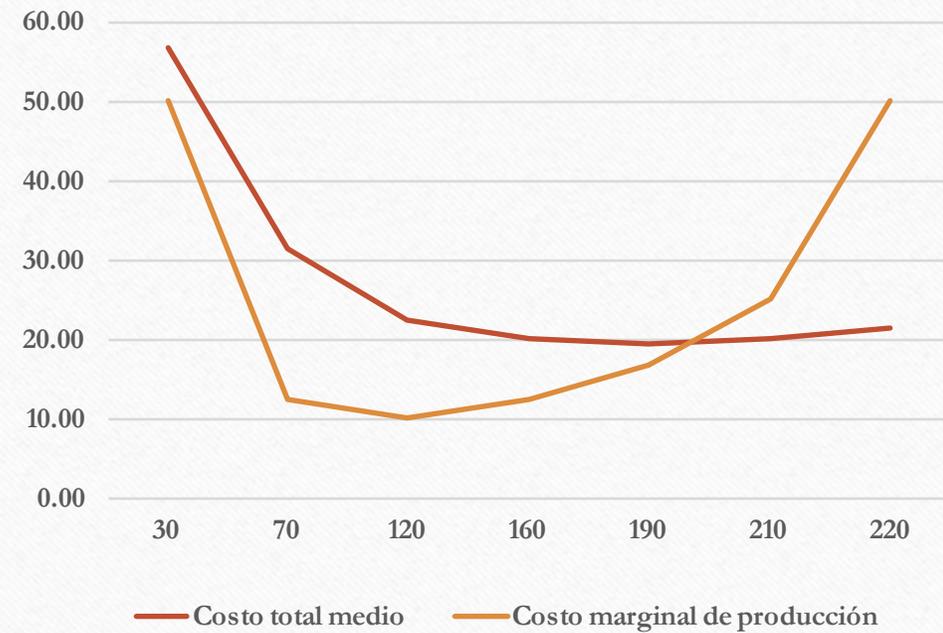
Trabajo	Producción	Costo Fijo Total	Costo Variable Total	Costo Total	Costo Marginal
1	30	1200	500	1700	56.67
2	70	1200	1000	2200	12.50
3	120	1200	1500	2700	10.00
4	160	1200	2000	3200	12.50
5	190	1200	2500	3700	16.67
6	210	1200	3000	4200	25.00
7	220	1200	3500	4700	50.00

# Comparación de graficas

Costo Medio Vs Costo Marginal



Costo Medio Vs Costo Marginal + 200 dlls de renta



# Otro cambio

---

d) El sindicato laboral que representa a los trabajadores de Tablas de Surf, S.A. negocia un incremento salarial de 100 dólares semanales para cada trabajador. Todo lo demás permanece como se describe anteriormente. Explique cómo cambian las curvas de costo medio a corto plazo y de costo marginal de la empresa.

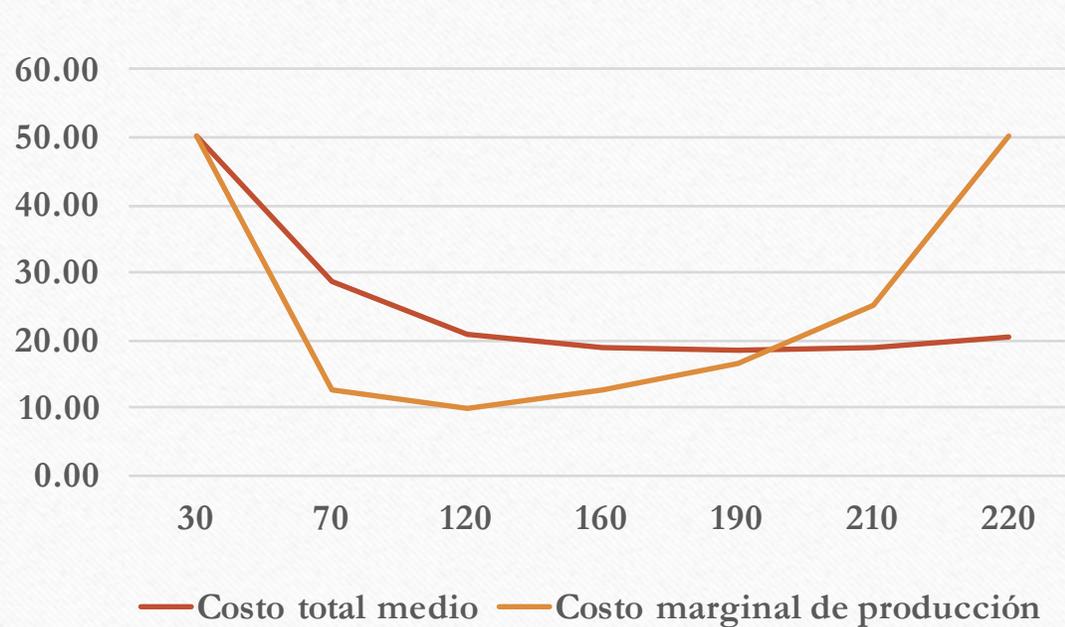
Tabla si aumentará el salario en 100 dólares x semana a cada empleado

---

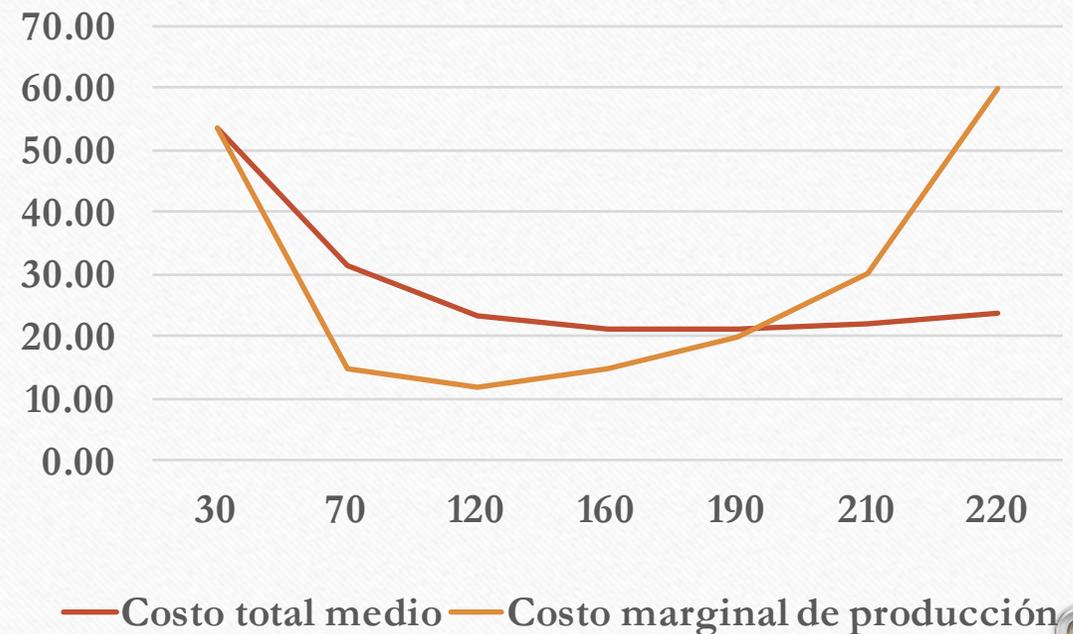
Trabajo	Producción	Costo Fijo Total	Costo Variable Total	Costo Total	Costo Marginal
1	30	1000	600	1600	53.33
2	70	1000	1200	2200	15.00
3	120	1000	1800	2800	12.00
4	160	1000	2400	3400	15.00
5	190	1000	3000	4000	20.00
6	210	1000	3600	4600	30.00
7	220	1000	4200	5200	60.00

# Comparación de graficas

## Costo Medio Vs Costo Marginal



## Costo Medio Vs Costo Marginal +100 dlls por semana



# Unidad v: los mercados competitivos

---

OFERTA Y DEMANDA

**Dra. Claudia Camargo Wilson**

# Introducción

---

Sabemos que la economía trata acerca de las elecciones que hacen las personas para enfrentar la escasez y la manera en que estas elecciones responden a los incentivos.

Los precios son uno de los incentivos a los que las personas responden.

# Mercados

---

Un mercado es cualquier acuerdo que permita a compradores y vendedores obtener información y hacer negocios entre sí. Existen diferentes tipos de mercados:

Mercados de *bienes*, como manzanas o botas para alpinismo;

Mercados de *servicios*, como cortes de cabello y lecciones de tenis;

Mercados de *recursos*, como programadores de computadora y máquinas excavadoras,

Mercados de otros *insumos* manufacturados, como circuitos de memoria y refacciones para automóviles.

# mercados

---

Algunos mercados son lugares físicos donde se reúnen vendedores y compradores y un subastador o intermediario ayuda a determinar los precios.

Otros consisten en grupos de personas dispersos alrededor del mundo, cuyos integrantes nunca se encuentran físicamente y saben muy poco unos de otros, pero se mantienen conectados a través de Internet o mediante el teléfono o el fax.

Los mercados varían según la intensidad de la competencia que enfrentan compradores y vendedores.

Los productores ofrecen en venta sus artículos sólo si el precio es suficientemente alto para cubrir su costo de oportunidad.

Los consumidores, por su parte, responden al cambio en el costo de oportunidad buscando alternativas más baratas para los artículos más caros.

# Costo de oportunidad

---

El *costo de oportunidad* de una acción es la alternativa de mayor valor a la que renunciamos.

Por ejemplo, cuando usted compra una taza de café, el artículo de mayor valor que sacrifica para obtenerla podría ser cierta cantidad de goma de mascar; por lo tanto, el costo de oportunidad de una taza de café es la *cantidad* de goma de mascar a la que ha renunciado.

Es posible calcular esta cantidad si tomamos en cuenta los precios nominales del café y de la goma de mascar.

# Precio nominal - Precio relativo

---

**Precio monetario o nominal:** número de dólares, pesos, euros o cualquier otra moneda que se debe ceder para obtenerlo.

**Precio relativo:** Es la proporción de un precio en relación con otro, es un costo de oportunidad.

# Preguntas de repaso

1. ¿Cuál es la diferencia entre un precio nominal y un precio relativo?
2. Explique por qué un precio relativo es un costo de oportunidad.
3. Mencione ejemplos de bienes cuyo precio relativo haya subido o bajado en un monto importante.

# Teoría de la oferta y la demanda

Determina los *precios relativos*

Esto quiere decir que la palabra “precio” equivale a precio *relativo*.

Cuando se pronostica que un precio bajará, no se habla del precio *monetario o nominal*, aunque podría ser así.

Lo que quiere decir es que el precio *relativo* disminuirá, es decir, el precio bajará de manera *relativa* al precio promedio de otros bienes y servicios.

# Demanda

---

Conjunto de mercancías y servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir en el mercado, en un tiempo determinado y a un precio dado.



# Demanda

---

Cuando una persona demanda algo significa que

1. Lo desea
2. Puede pagarlo,
3. Ha hecho un plan definido para comprarlo.

# cantidad demandada

---

Es la cantidad de un bien o servicio es que los consumidores planean comprar durante un periodo de tiempo dado a un precio específico.

La cantidad demandada no necesariamente es la misma que se compra en realidad.

La cantidad demandada se mide en términos de cantidad por unidad de tiempo.

# Ley de la demanda

---

Establece que:

Si los demás factores permanecen constantes, cuanto más alto sea el precio de un bien, menor será la cantidad demandada de dicho bien, y cuanto más bajo sea el precio de un bien mayor será la cantidad demandada del mismo.

# ¿A qué se debe que un precio más alto disminuya la cantidad demandada?

---

**Efecto sustitución:** Si los demás factores permanecen constantes, cuando el precio de un bien aumenta, su precio *relativo* (su costo de oportunidad) se eleva. Aunque cada bien es único, existen *sustitutos* para él, es decir, otros bienes pueden ser utilizados en su lugar.

**Efecto ingreso:** Si los demás factores que influyen en los planes de compra permanecen constantes, cuando un precio aumenta lo hace de manera *relativa* a los ingresos de la gente. Por lo tanto, cuando la gente enfrenta un precio más alto sin que sus ingresos hayan cambiado, ya no puede adquirir la misma cantidad de cosas que compraba antes.

# recordemos

---

**Demanda**, se refiere a la relación completa entre el precio de un bien y la cantidad demandada del mismo.

***Cantidad demandada***, se refiere a un punto de la curva de demanda, es decir, dónde se establece la cantidad demandada a un precio determinado.

# Curva de demanda

---

Ilustra la relación entre la cantidad demandada de un bien y el precio del mismo cuando los demás factores que influyen en los planes de compra de los consumidores permanecen constantes.



# Plan de demanda

---

Muestra las cantidades demandadas a cada precio cuando todos los demás factores que influyen en los planes de compra de los consumidores permanecen constantes.

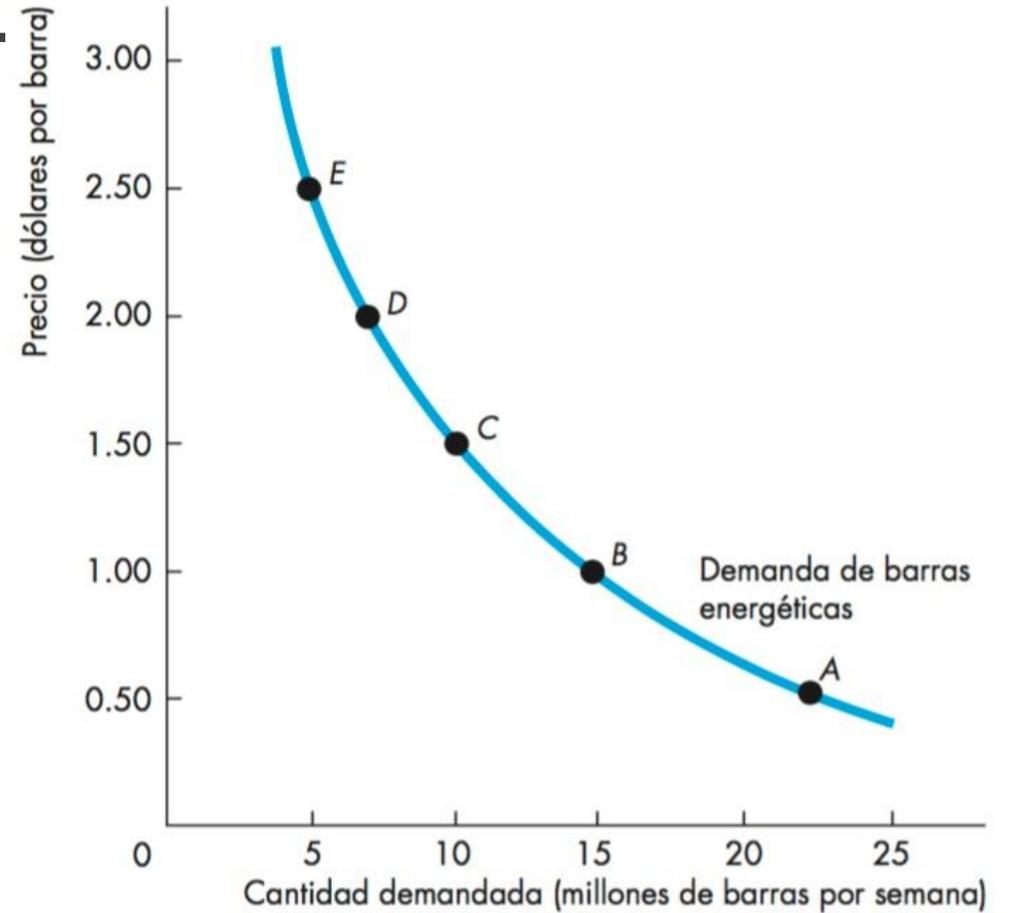
---

	<b>Precio</b> (dólares por barra)	<b>Cantidad demandada</b> (millones de barras por semana)
<i>A</i>	0.50	22
<i>B</i>	1.00	15
<i>C</i>	1.50	10
<i>D</i>	2.00	7
<i>E</i>	2.50	5

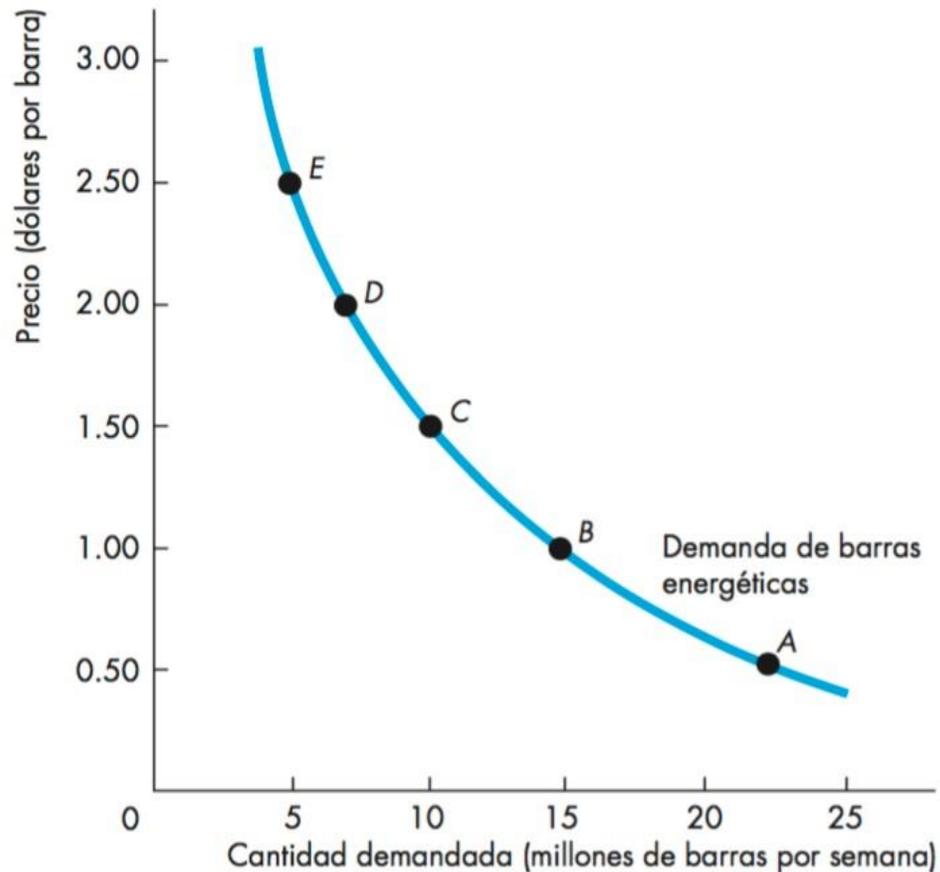
---

# Plan y curva de demanda

	<b>Precio (dólares por barra)</b>	<b>Cantidad demandada (millones de barras por semana)</b>
A	0.50	22
B	1.00	15
C	1.50	10
D	2.00	7
E	2.50	5



# Disposición y capacidad de pago



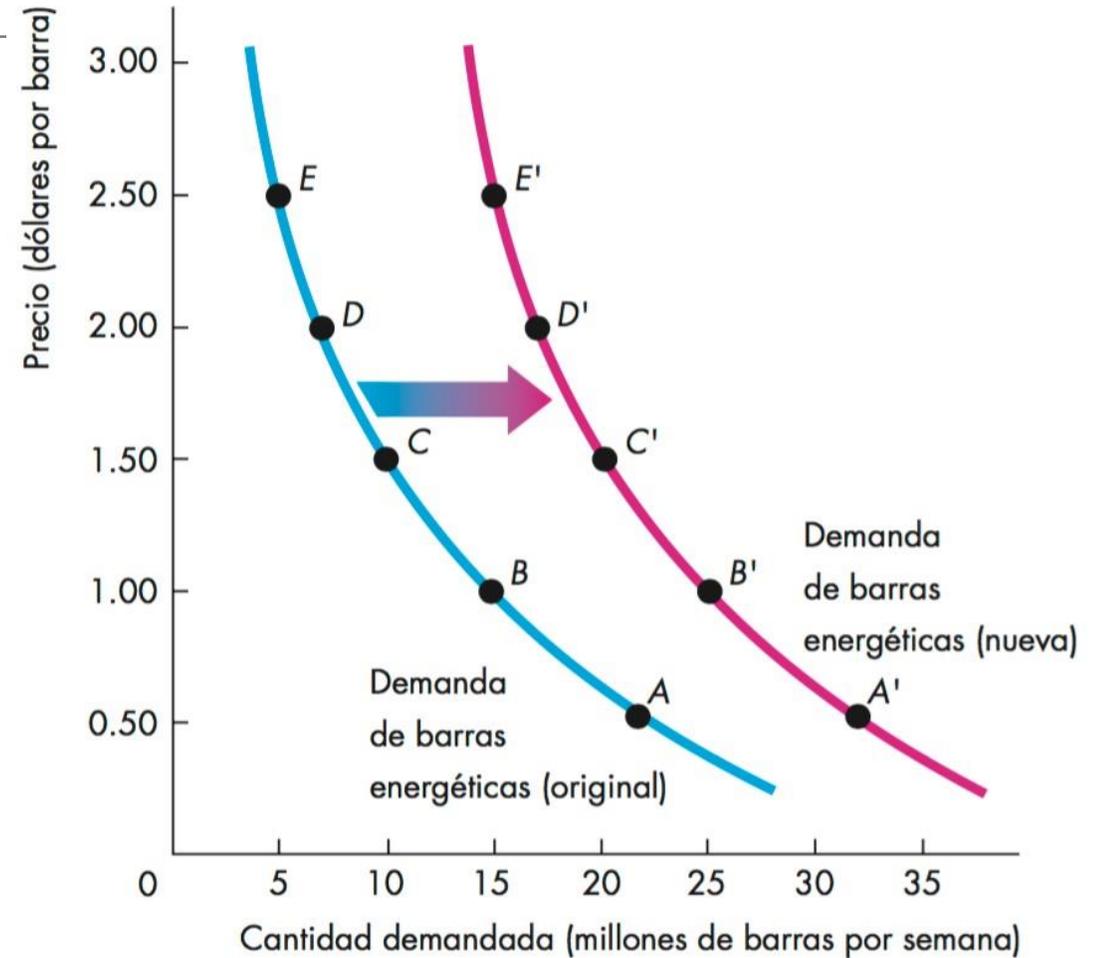
Cuanto menor sea la cantidad disponible de un bien, mayor será el precio más alto que alguien esté dispuesto a pagar por una unidad más de dicho bien.

Conforme la cantidad disponible aumenta, el beneficio marginal de cada unidad adicional baja y el precio más alto que alguien está dispuesto a pagar también disminuye a lo largo de la curva de demanda.

# Cambio en la demanda

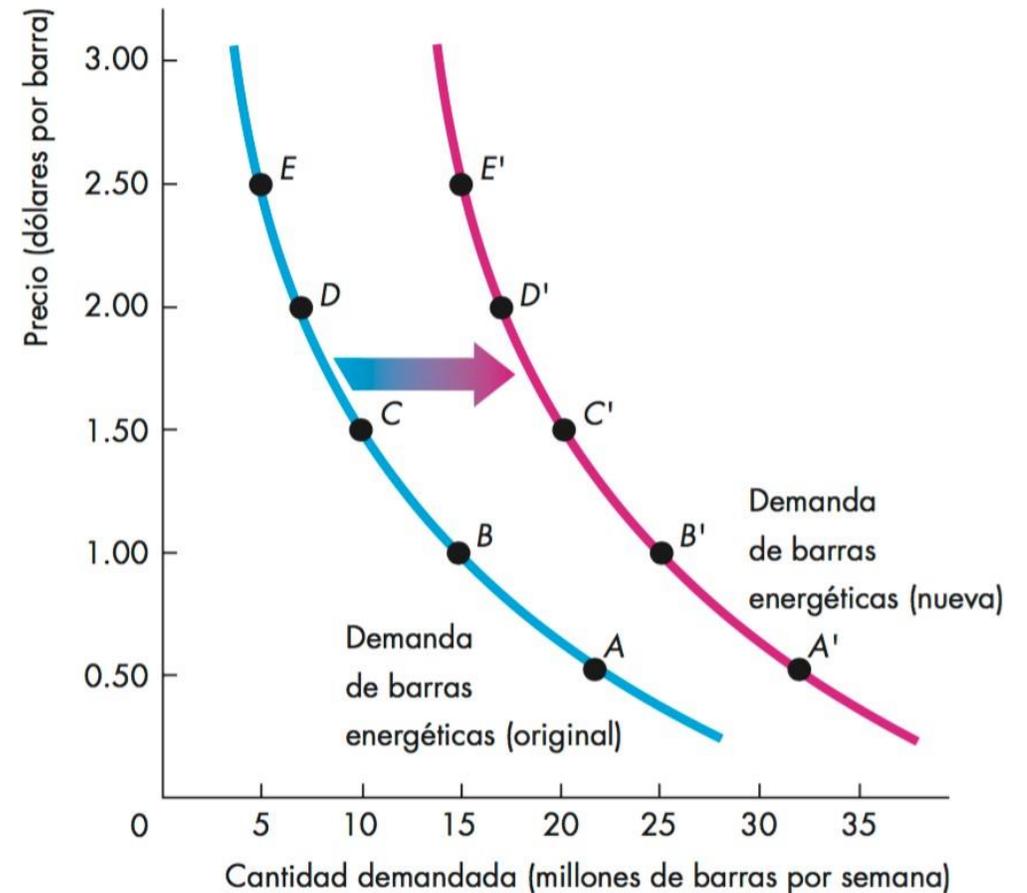
Cuando cualquier factor que influye en los planes de compra distinto al precio del bien cambia, se origina un **cambio en la demanda**.

Cuando la demanda aumenta, la curva de demanda se desplaza hacia la derecha y la cantidad demandada a cada precio es mayor.



# Cambio en la demanda

Plan de demanda original Ingreso original			Nuevo plan de demanda Nuevo ingreso más alto		
	Precio (dólares por barra)	Cantidad demandada (millones de barras por semana)		Precio (dólares por barra)	Cantidad demandada (millones de barras por semana)
A	0.50	22	A'	0.50	32
B	1.00	15	B'	1.00	25
C	1.50	10	C'	1.50	20
D	2.00	7	D'	2.00	17
E	2.50	5	E'	2.50	15



# Seis factores que provocan cambios en la demanda.

---

- Precios de bienes relacionados
- Precios esperados en el futuro
- Ingreso
- Ingreso esperado en el futuro y crédito
- Población
- Preferencias

# Precios de bienes relacionados

---

Un **sustituto** es un bien que puede utilizarse en lugar de otro.

*Por ejemplo, un viaje en autobús es un sustituto de un viaje en tren; una hamburguesa es un sustituto de un sándwich y una bebida energética es un sustituto de una barra energética.*

Un **complemento** es un bien que se utiliza en conjunto con otro.

*Las hamburguesas y las papas fritas son complementos entre sí, lo mismo que las barras energéticas y el ejercicio. Si el precio de una hora en el gimnasio baja, la gente comprará más tiempo en el gimnasio y más barras energéticas.*

# Precios esperados en el futuro

---

Si se espera que el precio de un bien aumente en el futuro y dicho bien puede almacenarse, el costo de oportunidad de obtener el bien para su uso futuro es menor hoy de lo que será cuando el precio haya aumentado. Por esta razón, la gente reprograma sus compras; es decir, hace una sustitución temporal comprando más del bien ahora (y menos después), antes de que su precio suba, lo que provoca que la demanda actual del bien aumente.

De manera similar, si se espera una disminución futura en el precio de un bien, el costo de oportunidad de comprar dicho bien ahora es más alto que en el futuro. Una vez más, la gente reprograma sus compras: compra menos del bien ahora, antes de que su precio baje, lo cual provoca que la demanda del bien baje, lo cual provoca que la demanda del bien disminuya hoy y aumente en el futuro.

*En Florida se daña la cosecha de naranjas de la temporada. Se espera que el precio del jugo de naranja suba, así que llena su congelador con suficiente jugo congelado para consumirlo durante los próximos seis meses. Su demanda actual de jugo de naranja congelado ha aumentado y su demanda futura habrá disminuido.*

# Ingreso

---

Cuando el ingreso aumenta, los consumidores compran más de casi todos los bienes; cuando éste disminuye, los consumidores compran menos de casi cualquier bien. Aunque un aumento en el ingreso con lleva a un incremento en la demanda de la *mayoría* de los bienes, este incremento en la demanda no se extiende a *todos* los bienes.

Un **bien normal** es aquel cuya demanda se incrementa conforme el ingreso aumenta

Un **bien inferior** es aquel cuya demanda baja conforme el ingreso aumenta.

*Cuando los ingresos suben, la demanda de viajes aéreos (un bien normal) aumenta, mientras la demanda de viajes largos en autobús (un bien inferior) disminuye.*

# Ingreso esperado en el futuro y credito

---

Cuando se espera que el ingreso aumente en el futuro o cuando el crédito es fácil de obtener, la demanda podría aumentar en el presente.

*Por ejemplo, una vendedora recibe la noticia de que recibirá un gran bono a fin de año, por lo que decide comprar un automóvil nuevo ahora.*

# Población

---

La demanda también depende del tamaño y la distribución por edades de la población. Cuanto más grande sea la población, mayor será la demanda de todos los bienes y servicios; cuanto menos numerosa sea la población, menor será la demanda de todos los bienes y servicios.

*Por ejemplo, la demanda de espacios para estacionarse, películas o de prácticamente cualquier otra cosa que usted pueda imaginar es mucho mayor en la ciudad de Nueva York (cuya población es de 7.5 millones de personas) que en Boise, Idaho (donde el número de habitantes es de 150 mil).*

# Preferencias

---

Las *Preferencias* determinan el valor que la gente le da a cada bien y servicio. Las preferencias dependen de cosas como el clima, la información y la moda.

*Por ejemplo, un mayor interés por la salud y la condición física ha cambiado las preferencias a favor de las barras energéticas, por lo que la demanda de este bien ha aumentado.*

# En resumen

---

## LEY DE LA DEMANDA

La cantidad demanda de barras energéticas	
<i>Disminuye si:</i>	<i>Aumenta si:</i>
*El precio de una barra energética aumenta	El precio de barra energética disminuye

## CAMBIOS DE LA DEMANDA

La demanda de barra energética	
<i>Disminuye si:</i>	<i>Aumenta si:</i>
El precio de un sustituto baja	El precio de un sustituto aumenta
El precio de un complemento sube en el futuro	El precio de un complemento baja
Se espera que el precio de una barra energética baje en el futuro.	Se espera que el precio de una barra energética suba en el futuro
El ingreso disminuye	El ingreso aumenta
El ingreso esperado en el futuro baja o el crédito se vuelve más difícil de obtener	El ingreso esperado en el futuro sube o el crédito se vuelve más fácil de obtener
La población disminuye	La población aumenta

# El cambio en la cantidad demandada versus el cambio en la demanda

---

Los cambios en los factores que influyen en los planes de los compradores provocan ya sea un cambio en la cantidad demandada o un cambio en la demanda.

Un punto en la curva de demanda muestra la cantidad demandada a un precio determinado. Por lo tanto, un movimiento a lo largo de la curva de demanda indica un **cambio en la cantidad demandada**.

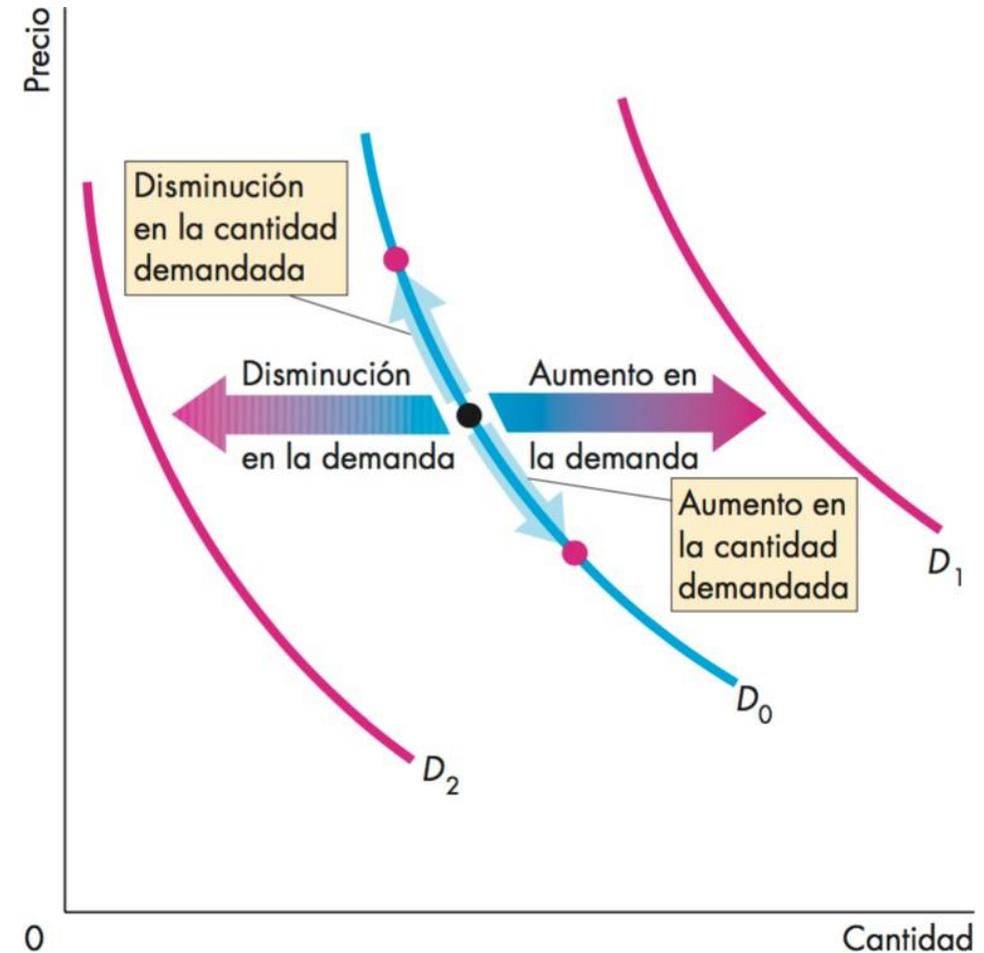
## Movimiento a lo largo de la curva de la demanda

Si el precio de un bien cambia, pero todos los demás factores permanecen constantes, se da un movimiento a lo largo de la curva de demanda.

**VS**

## Un desplazamiento de la curva de la demanda

Si el precio de un bien permanece constante, pero algunos de los otros factores que influyen en los planes de compra de los consumidores cambia, se genera un cambio en la demanda de dicho bien. Gráficamente, este cambio en la demanda se representa con un desplazamiento de la curva de demanda.



# Preguntas de repaso

1. Defina qué es la cantidad demandada de un bien o servicio.
2. ¿En qué consiste la ley de la demanda y cómo la podemos ilustrar?
3. ¿Qué nos indica la curva de demanda acerca del precio que los consumidores están dispuestos a pagar?
4. Enumere todos los factores que influyen en los planes de compra y modifican la demanda, y señale, para cada factor, si la aumenta o la disminuye.
5. ¿Por qué la demanda no cambia cuando el precio de un bien cambia mientras todos los demás factores que influyen en los planes de compra permanecen constantes?

# Oferta

---

Cantidad de mercancías que pueden ser vendidas a los diferentes precios del mercado por un individuo o por el conjunto de individuos de la sociedad.

# Oferta

---

Si una empresa ofrece un bien o servicio, significa que dicha empresa

1. cuenta con los recursos y la tecnología para producirlo,
2. puede obtener un beneficio al producirlo, y
3. ha elaborado un plan definido para producirlo y venderlo.

# Oferta

---

Una oferta implica más que sólo contar con los *recursos* y la *tecnología* tecnología para producir algo. Los *recursos* y la *tecnología* constituyen los límites de lo posible.

Es posible producir muchas cosas útiles, pero éstas no serán fabricadas a menos que hacerlo resulte lucrativo. La oferta refleja la decisión acerca de qué artículos es tecnológicamente factible producir.

# Oferta

---

La **cantidad ofrecida** de un bien o servicio es la suma que los productores planean vender durante un periodo dado a un precio específico. La cantidad ofrecida no necesariamente es la misma cantidad que se venderá en realidad. A veces, la cantidad ofrecida es mayor que la cantidad demandada, de modo que la cantidad vendida es menor que la cantidad ofrecida.

# Ley de la oferta

---

Establece que:

Si los demás factores permanecen constantes, cuanto más alto sea el precio de un bien, mayor será la cantidad ofrecida de éste, y cuanto más bajo sea el precio de un bien, menor será la cantidad ofrecida del mismo.



# Curva de oferta

Muestra la relación entre la cantidad ofrecida de un bien y su precio cuando todos los demás factores que influyen en las ventas planeadas por los productores permanecen sin cambio.



# Plan de oferta

---

Enumera las cantidades ofrecidas a cada precio cuando todos los demás factores que influyen en las ventas planeadas de los productores permanecen sin cambio.

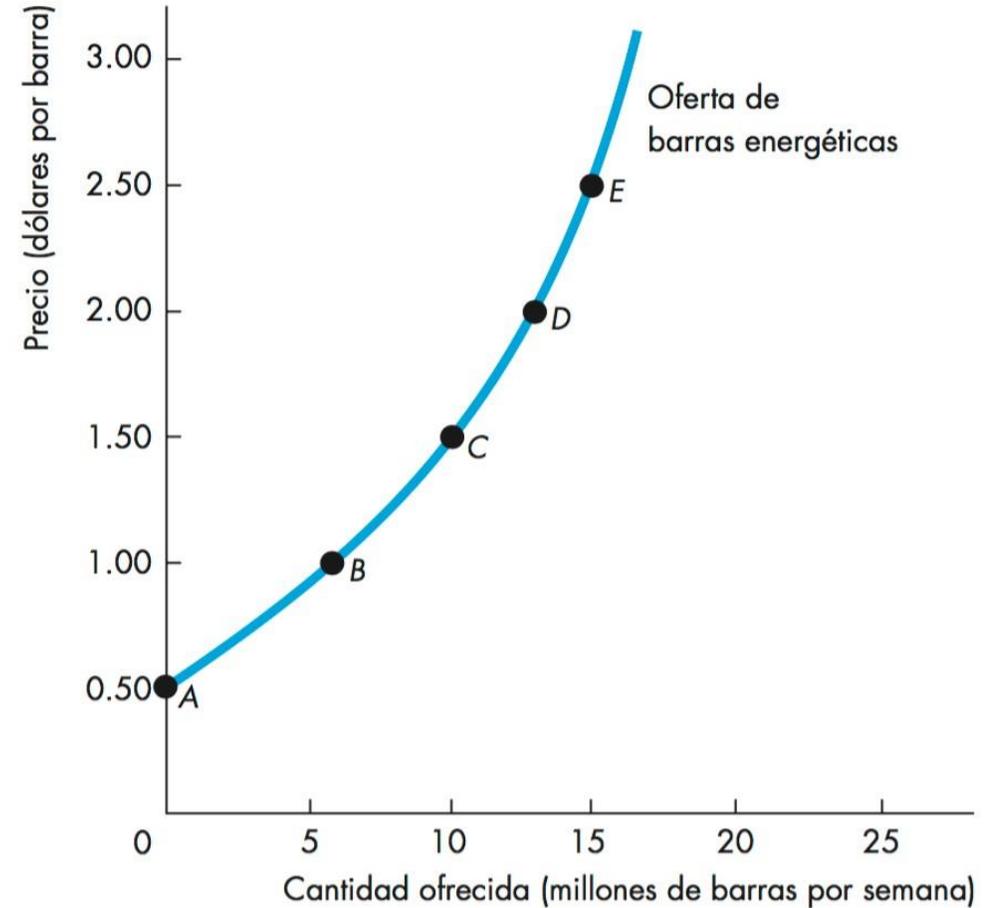
---

	<b>Precio (dólares por barra)</b>	<b>Cantidad ofrecida (millones de barras por semana)</b>
<i>A</i>	0.50	0
<i>B</i>	1.00	6
<i>C</i>	1.50	10
<i>D</i>	2.00	13
<i>E</i>	2.50	15

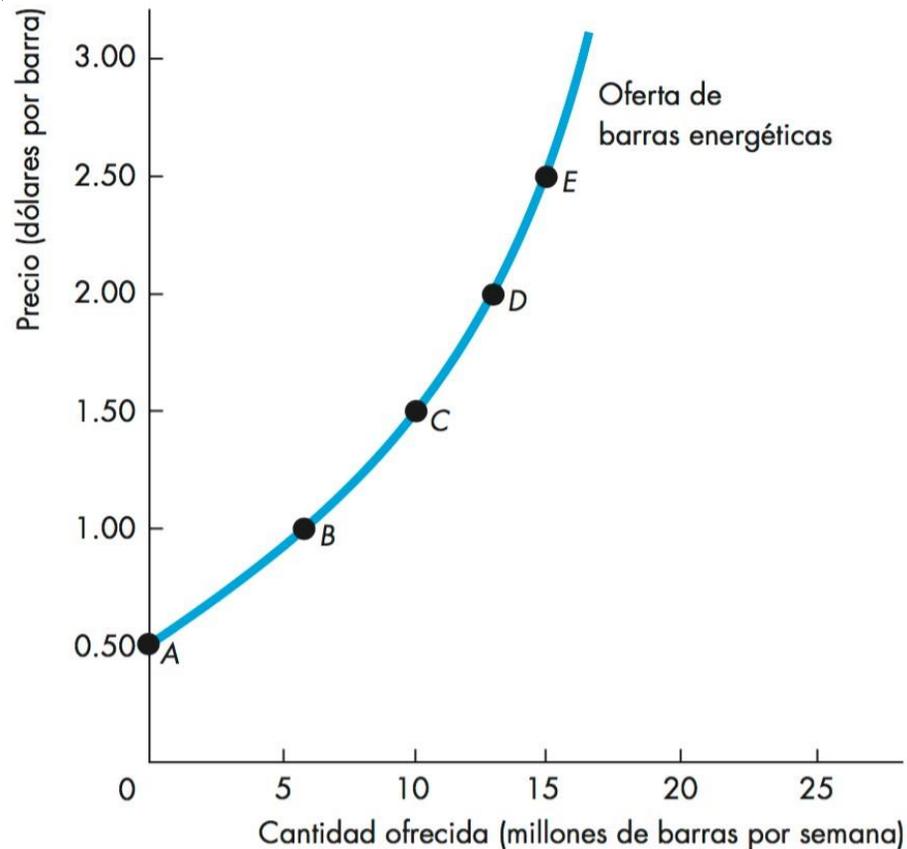
---

# Plan y Curva de oferta

	<b>Precio (dólares por barra)</b>	<b>Cantidad ofrecida (millones de barras por semana)</b>
A	0.50	0
B	1.00	6
C	1.50	10
D	2.00	13
E	2.50	15



# Precio mínimo de oferta

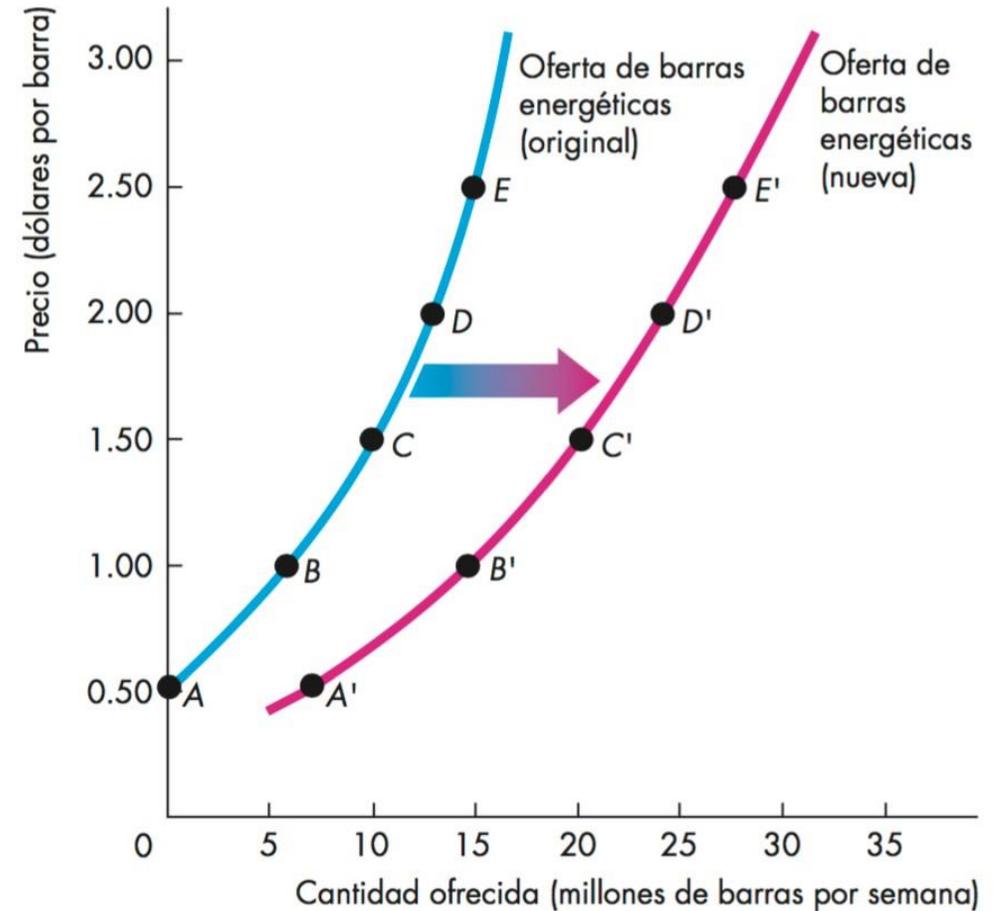


La curva de oferta puede interpretarse como una curva de precio mínimo de oferta, ya que nos indica el precio más bajo al que alguien está dispuesto a vender y este precio más bajo es el *costo marginal*.

Si la cantidad producida es pequeña, el precio más bajo al que alguien estará dispuesto a vender una unidad adicional es relativamente bajo. Pero a medida que la cantidad producida aumenta, el costo marginal de cada unidad adicional aumenta y el precio más bajo al que alguien estará dispuesto a vender también aumenta a lo largo de la curva de oferta.

# Cambio en la oferta

Plan de oferta original con tecnología antigua			Nuevo plan de oferta con nueva tecnología		
	Precio (dólares por barra)	Cantidad ofrecida (millones de barras por semana)		Precio (dólares por barra)	Cantidad ofrecida (millones de barras por semana)
A	0.50	0	A'	0.50	7
B	1.00	6	B'	1.00	15
C	1.50	10	C'	1.50	20
D	2.00	13	D'	2.00	25
E	2.50	15	E'	2.50	27



# Seis factores que provocan cambio en la oferta

- Precios de los recursos productivos.
- Precios de los bienes relacionados producidos.
- Precios esperados en el futuro.
- Número de proveedores.
- Tecnología.
- Estado de la naturaleza.

# Precios de los recursos productivos

---

La manera más sencilla de identificar esta influencia es pensar en la curva de oferta como una curva de precio mínimo de oferta. Si el precio de un recurso productivo aumenta, el precio más bajo que un productor estará dispuesto a aceptar se incrementa, con lo que la oferta disminuye.

*Por ejemplo, durante 2008, cuando el precio del combustible para jets aumentó, la oferta de servicios de transportación aérea disminuyó. De manera similar, un aumento en los salarios mínimos disminuye la oferta de bienes que emplean trabajadores poco calificados o con poca experiencia.*

# Precios de los bienes relacionados producidos

---

Los precios de los bienes y servicios relacionados que las empresas producen influyen también en la oferta.

*Por ejemplo, si el precio de una bebida energética sube, las empresas cambian la producción de barras por bebidas y la oferta de barras energéticas disminuye. Las barras energéticas y las bebidas energéticas son sustitutos en la producción, es decir, bienes que pueden producirse utilizando los mismos recursos.*

*Cuando el precio de la carne sube, aumenta la oferta de cuero. La carne y el cuero son complementos en la producción; en otras palabras, son bienes que deben producirse en conjunto.*

# Precios esperados en el futuro

---

Cuando se espera que el precio de un bien aumente, el beneficio de vender dicho bien en el futuro será más alto de lo que es hoy en día. En consecuencia, la oferta disminuye hoy y aumenta en el futuro.

# Número de proveedores

---

Cuanto más grande sea el número de empresas que producen un bien, mayor será la oferta de dicho bien.

Si más empresas entran en una industria, la oferta en esa industria se incrementa.

Si las empresas abandonan la industria, la oferta disminuye.

# tecnología

---

El término “tecnología” se usa en sentido amplio para representar la manera en que los factores de producción se usan para producir un bien. Un cambio tecnológico ocurre cuando se descubre un nuevo método que disminuye el costo de producción de un bien.

*Por ejemplo, los nuevos métodos usados en las fábricas donde se producen circuitos integrados para computadoras han disminuido el costo y aumentado la oferta de éstos.*

# Estado de la naturaleza

---

El estado de la naturaleza incluye todas las fuerzas naturales que influyen en la producción.

Entre estas fuerzas están el clima y, de manera más amplia, el ambiente natural.

Un buen clima aumenta la oferta de muchos productos agrícolas y un mal clima la disminuye.

Los fenómenos naturales extremos, como los terremotos, tornados y huracanes influyen también en la oferta.

# En resumen

## LEY DE LA OFERTA

La cantidad de barras energéticas ofrecidas	
<i>Disminuye si:</i>	<i>Aumenta si:</i>
El precio de una barra energética bajan	El precio de barra energética sube

## CAMBIOS EN LA OFERTA

La demanda de barra energética	
<i>Disminuye si:</i>	<i>Aumenta si:</i>
El precio de uno de los recursos utilizados en la producción de barras energéticas sube	El precio de uno de los recursos utilizados en la producción de barras energéticas baja
El precio de un sustituto en la producción sube	El precio de un sustituto en la producción baja
El precio de un complemento en la producción baja	El precio de un complemento en la producción sube
Se espera que el precio de una barra energética aumente en el futuro	Se espera que el precio de una barra energética baje en el futuro
El numero de proveedores de barras energéticas disminuye	El numero de proveedores de barras energéticas aumenta
Ocurre un cambio tecnológico que disminuye la producción de barras energéticas	Ocurre un cambio tecnológico que aumenta la producción de barras energéticas
Un fenómeno natural disminuye la producción de barras energéticas	Un fenómeno natural aumenta la producción de barras energéticas.

## Movimiento a lo largo de la curva de la oferta

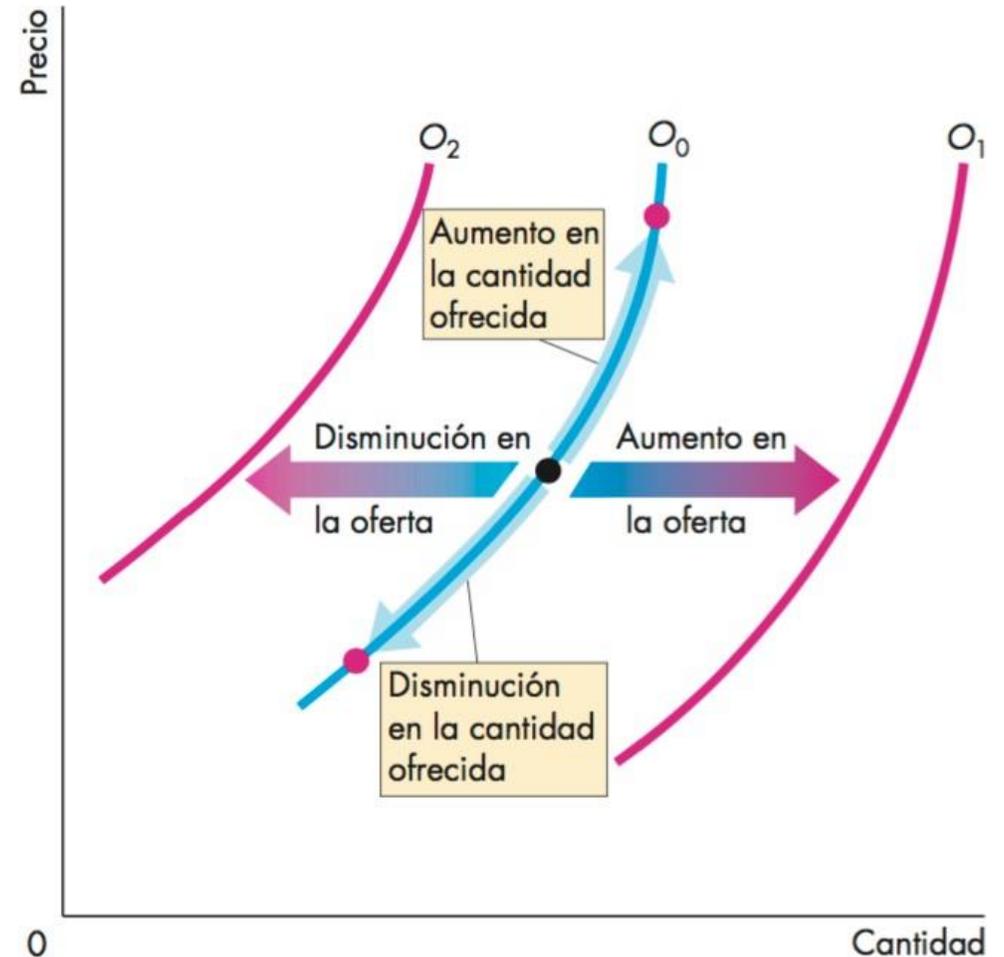
Si el precio de un bien baja pero todo lo demás permanece constante, la cantidad ofrecida de dicho bien disminuye y hay un movimiento descendente sobre la curva de oferta  $O_0$ .

Si el precio de un bien sube pero todos los demás factores se mantienen sin cambios, la cantidad ofrecida aumenta y hay un movimiento ascendente sobre la curva de oferta  $O_0$ .

VS

## Desplazamiento de la curva de la oferta

Cuando cualquiera de los otros factores que influyen en los planes de venta cambia, la curva de oferta se desplaza y ocurre un *cambio en la oferta*. Si la oferta aumenta, la curva de oferta se desplaza a la derecha hasta  $O_1$ . Si la oferta disminuye, la curva de oferta se desplaza a la izquierda hasta  $O_2$ .



# Preguntas de repaso

1. Describa qué significa la cantidad ofrecida de un bien o servicio.
2. ¿En qué consiste la ley de la oferta y cómo la podemos ilustrar?
3. ¿Qué nos indica la curva de oferta acerca del precio mínimo de oferta del productor?
4. Enumere todos los factores que influyen en los planes de venta y diga si cada uno de ellos cambia la oferta.
5. ¿Qué ocurre con la cantidad ofrecida y con la oferta de teléfonos celulares cuando el precio por unidad disminuye?

# Equilibrio del mercado

---

Cuando el precio de un bien aumenta, la cantidad demandada *disminuye* y la cantidad ofrecida *aumenta*.

*Equilibrio* es la situación en que fuerzas opuestas se compensan entresí.



# Dos elementos a identificar

---

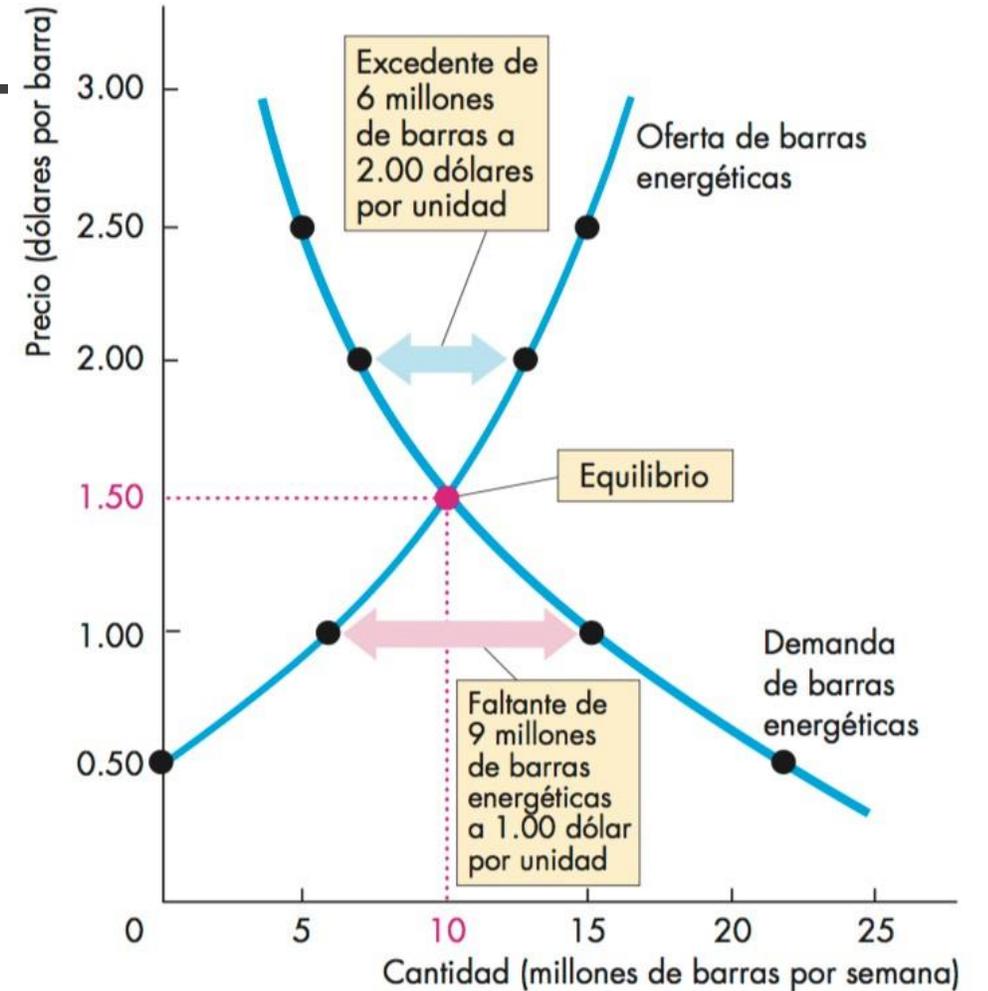
El **precio de equilibrio** es el precio al que la cantidad demandada es igual a la cantidad ofrecida.

La **cantidad de equilibrio** es la cantidad comprada y vendida al precio de equilibrio.



# Equilibrio

Precio (dólares por barra)	Cantidad demandada (millones de barras por semana)	Cantidad ofrecida (millones de barras por semana)	Faltante (-) o excedente (+)
0.50	22	0	-22
1.00	15	6	-9
<b>1.50</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>0</b>
2.00	7	13	+6
2.50	5	15	+10



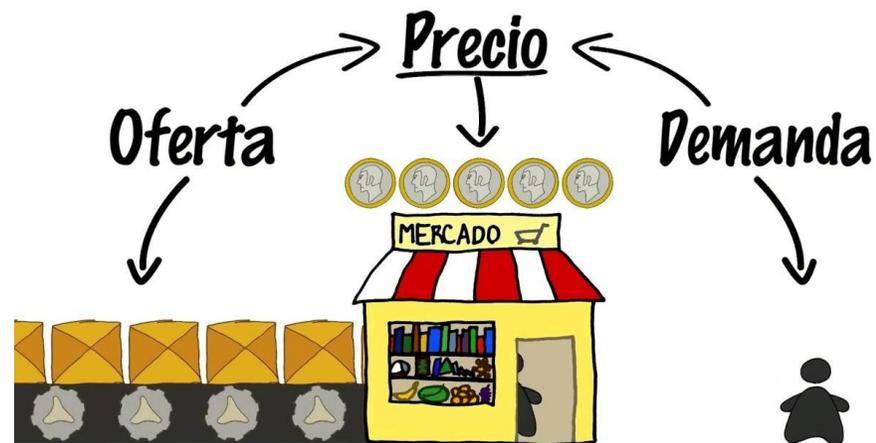
# El precio como regulador

---

Si el precio es demasiado alto, la cantidad ofrecida excede a la cantidad demandada.

Si el precio es demasiado bajo, la cantidad demandada excede a la cantidad ofrecida.

Hay un precio al que la cantidad demandada iguala la cantidad ofrecida.



# Ajustes de precio

---

## UN FALTANTE DE PRODUCCIÓN (ESCASEZ) IMPULSA EL PRECIO HACIA ARRIBA

Si el precio de una barra energética es de 1 dólar. Los consumidores planean comprar 15 millones de barras energéticas semanalmente y los productores planean vender 6 millones de barras a la semana.

## UN EXCEDENTE DE PRODUCCIÓN (ABUNDANCIA) IMPULSA EL PRECIO HACIA ABAJO

Suponga que el precio de una barra es de 2 dólares. Los productores planean vender 13 millones de barras a la semana, pero los consumidores planean comprar 7 millones de barras semanalmente.

*Los consumidores no pueden forzar a los productores a vender más de lo que planean, así consumidores a comprar más de lo que planean, que la cantidad que realmente se ofrece es de 6 por lo que la cantidad que realmente se adquiere es millones de barras por semana.*

*Los productores no pueden forzar a los productores a vender más de lo que planean, así productores a vender más de lo que planean, que la cantidad que realmente se ofrece es de 7 millones de barras a la semana.*

# El mejor intercambio disponible para compradores y vendedores

---

## **CUANDO EL PRECIO SE ENCUENTRA POR DEBAJO DEL EQUILIBRIO, ES IMPULSADO HACIA ARRIBA**

¿Por qué los compradores no rechazan el aumento ni se niegan a comprar al precio más alto?

Porque valoran el bien más que el precio corriente y no pueden satisfacer su demanda a este precio.

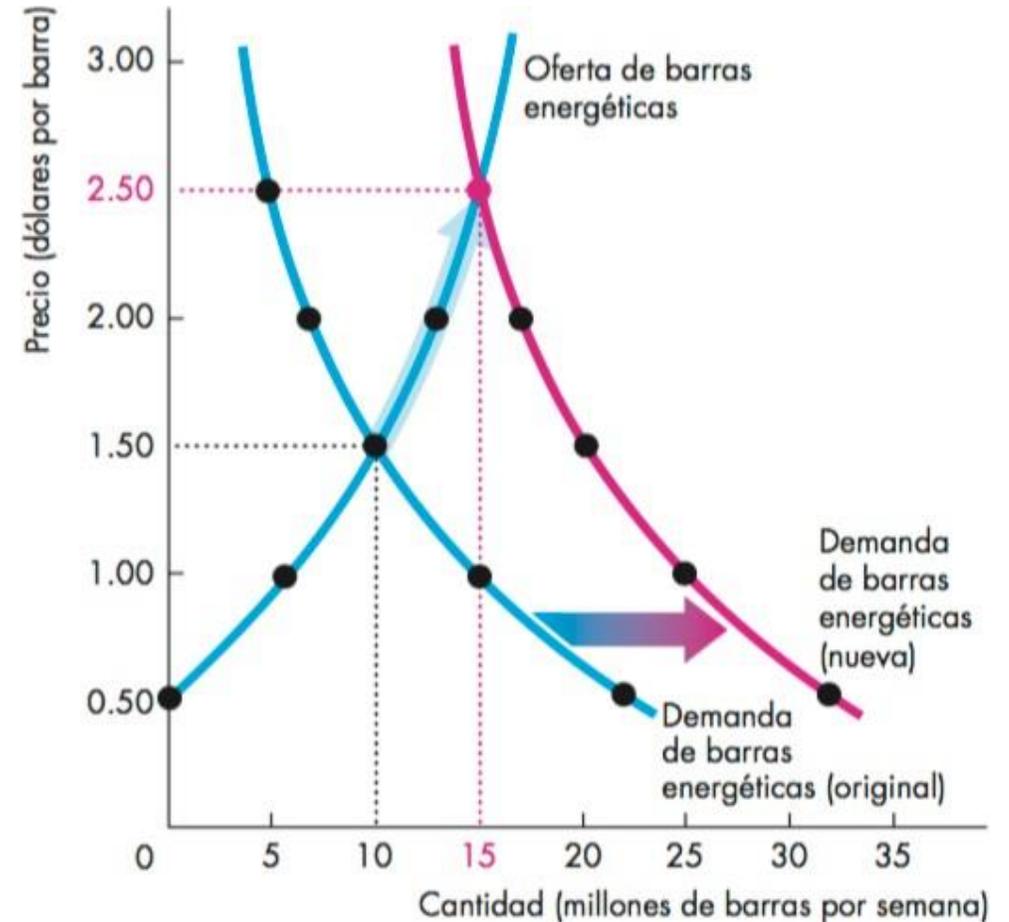
## **CUANDO EL PRECIO ESTÁ POR ARRIBA DEL EQUILIBRIO, SE VE IMPULSADO HACIA ABAJO**

¿Por qué los vendedores no rechazan esta disminución ni se rehúsan a vender a este precio menor?

Porque su precio mínimo de oferta está por debajo del precio corriente y no pueden vender todo lo que les gustaría a este precio.

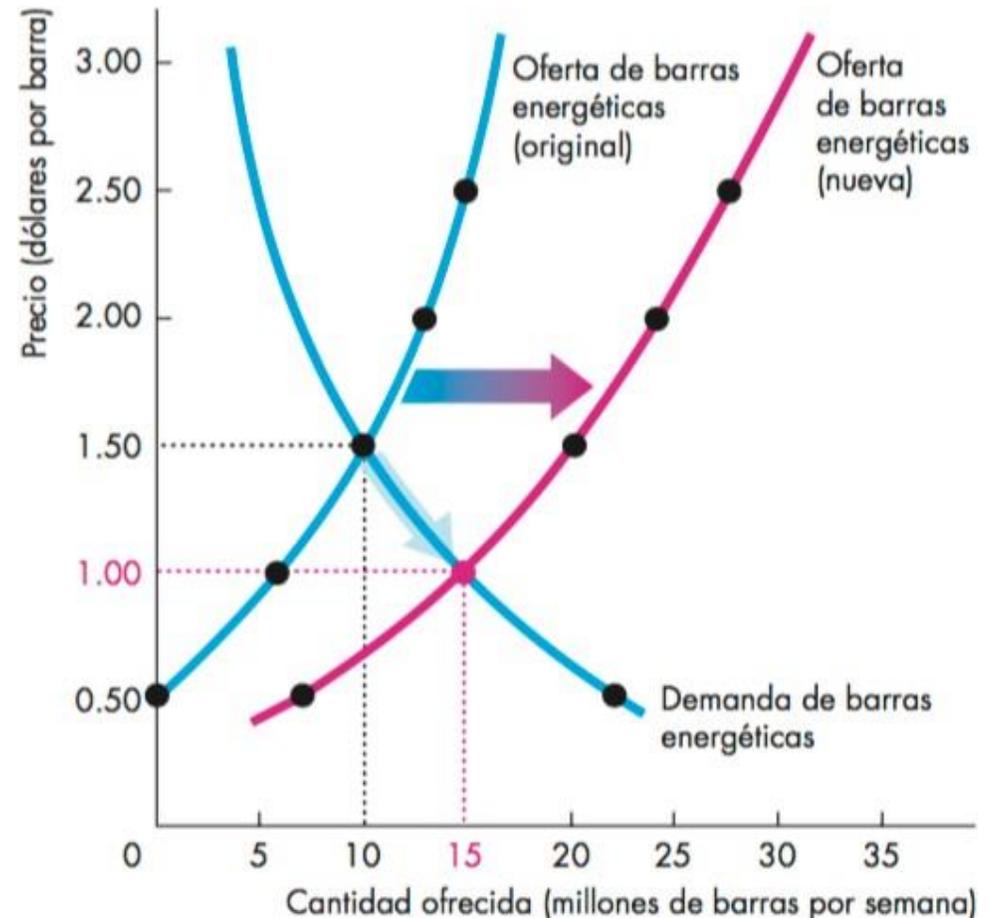
# Un aumento y disminución en la demanda

Precio (dólares por barra)	Cantidad demandada (millones de barras por semana)		Cantidad ofrecida (millones de barras por semana)
	Original	Nueva	
0.50	22	32	0
1.00	15	25	6
<b>1.50</b>	<b>10</b>	20	<b>10</b>
2.00	7	17	13
<b>2.50</b>	<b>5</b>	<b>15</b>	<b>15</b>



# aumento y disminución en la oferta

Precio (dólares por barra)	Cantidad demandada (millones de barras por semana)	Cantidad ofrecida (millones de barras por semana)	
		Original	Nueva
0.50	22	0	7
<b>1.00</b>	<b>15</b>	6	<b>15</b>
<b>1.50</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	20
2.00	7	13	25
2.50	5	15	27

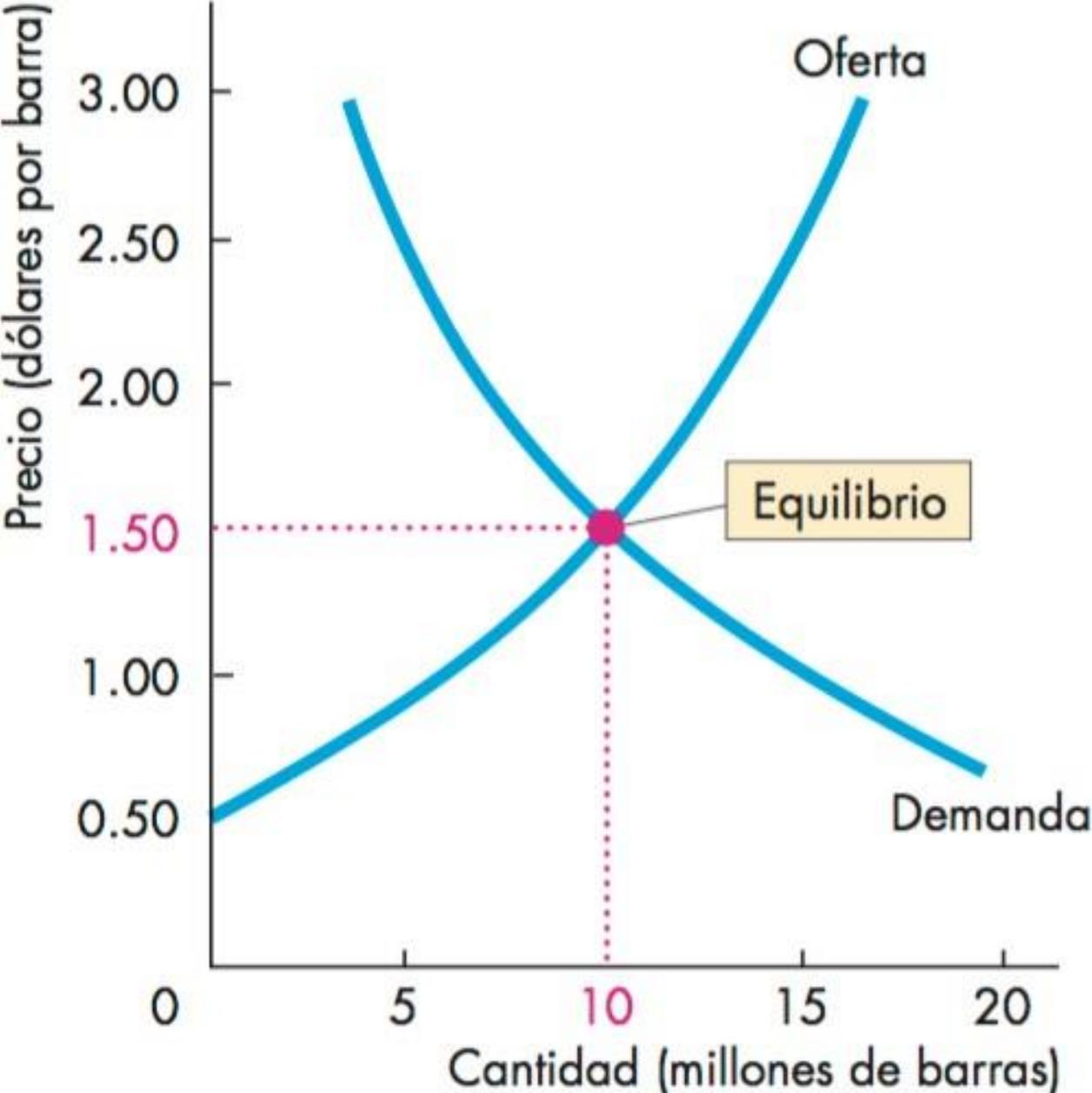


# Cambios posibles tanto en la demanda como en la oferta

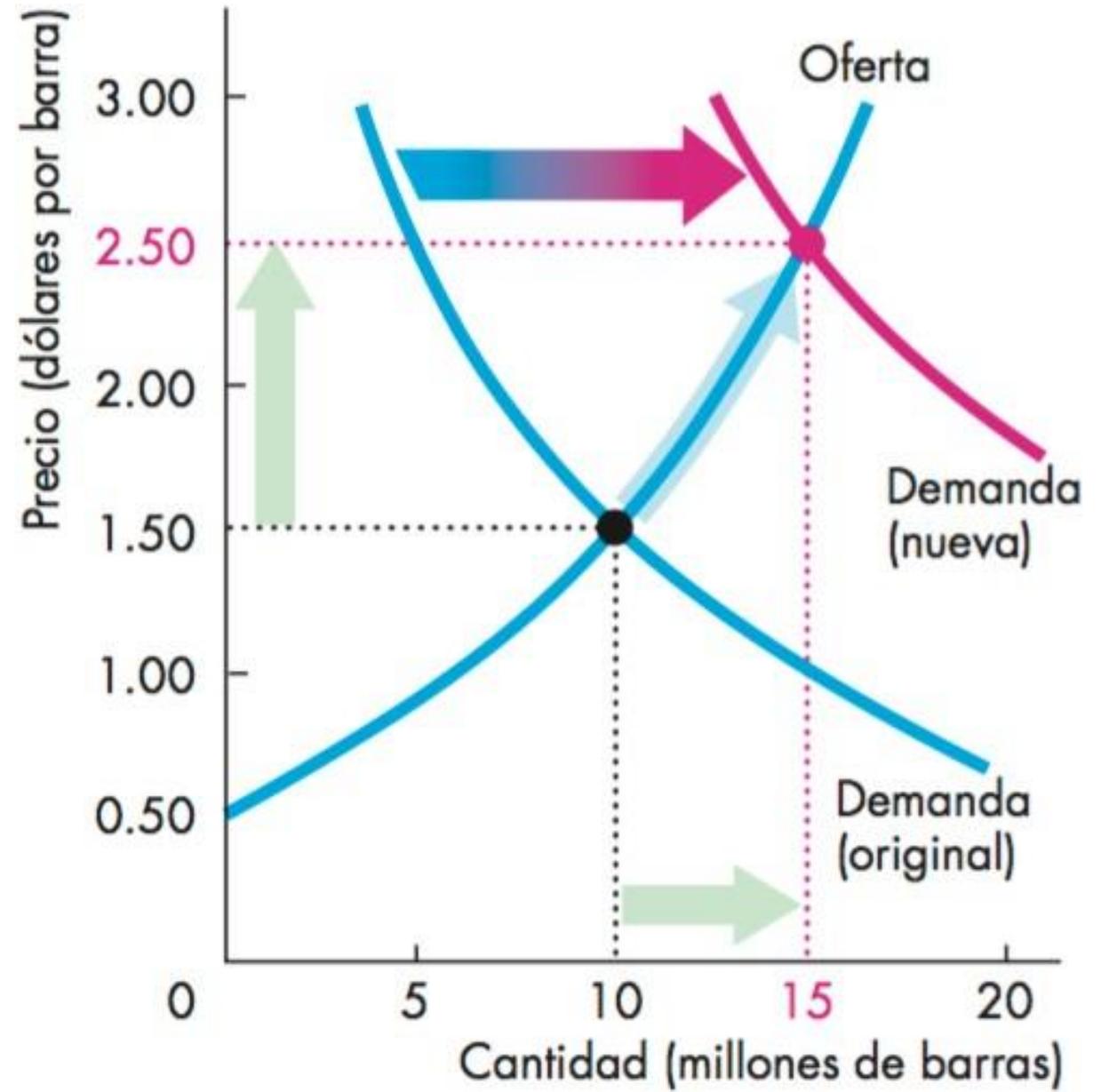
---

A CONTINUACIÓN SE RESUME LOS EFECTOS DE TODOS  
LOS POSIBLES CAMBIOS EN LA DEMANDA Y LA OFERTA.

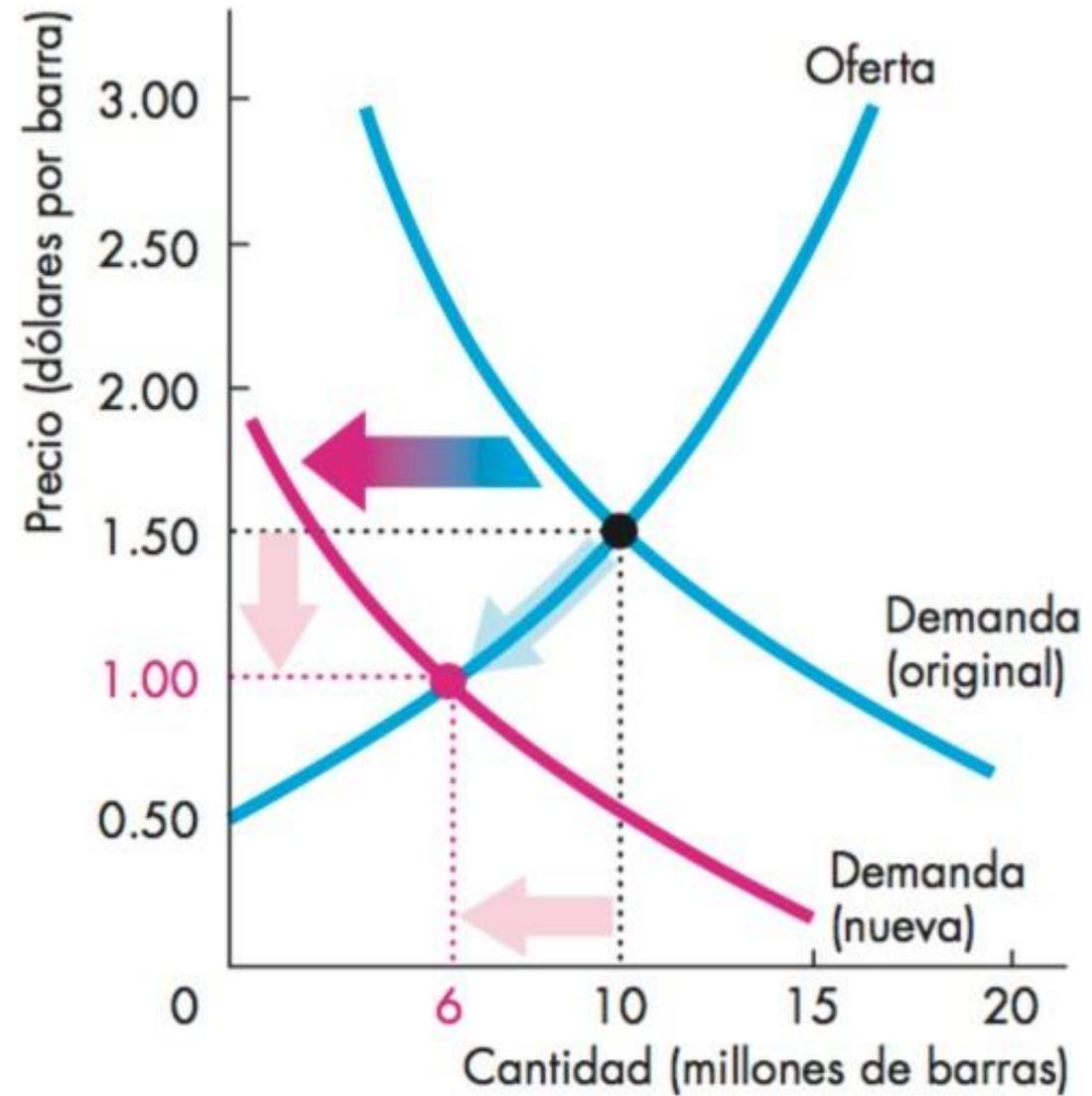
Cambio en la  
demanda sin  
cambio en la  
oferta



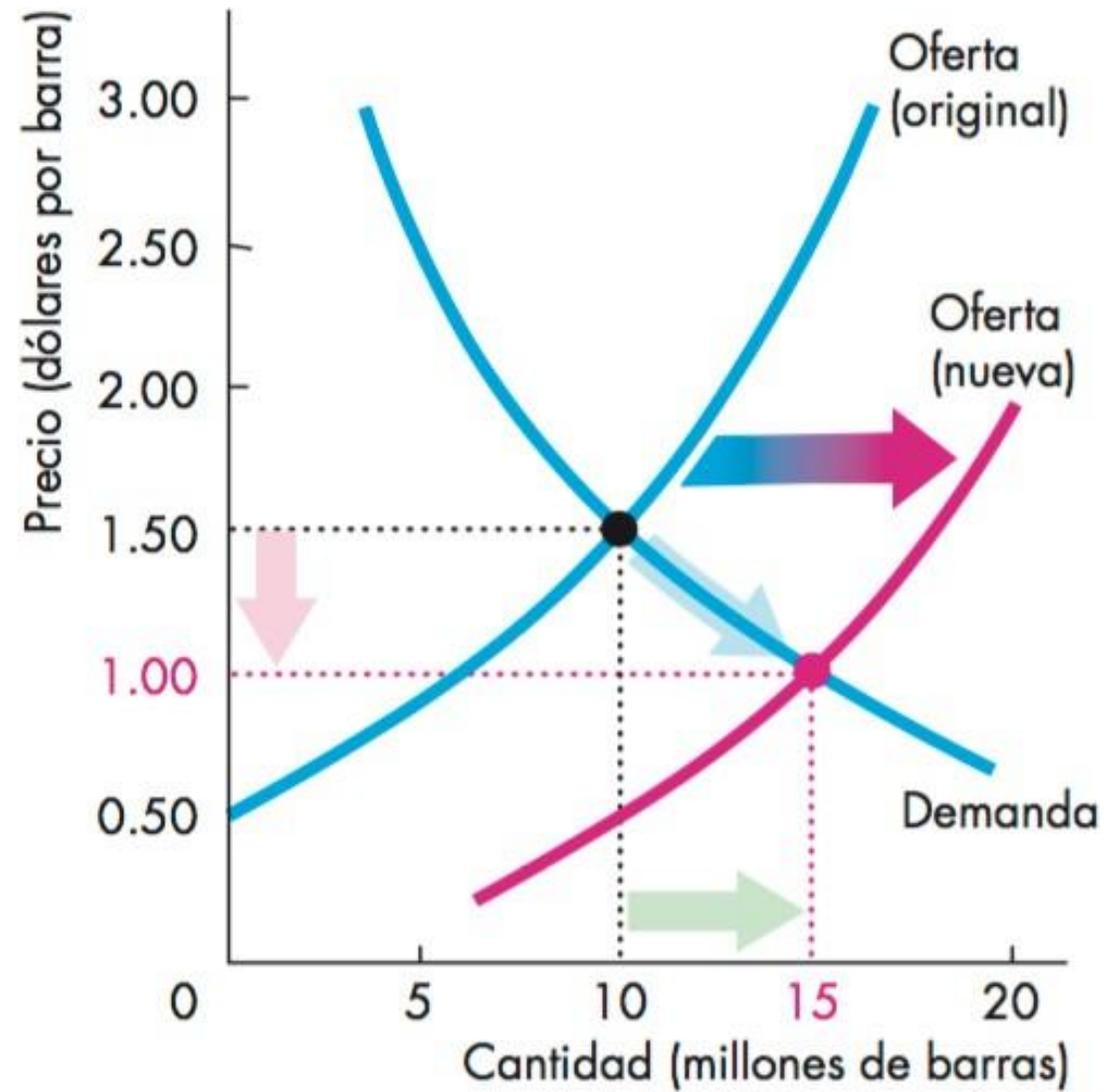
Aumento en la demanda



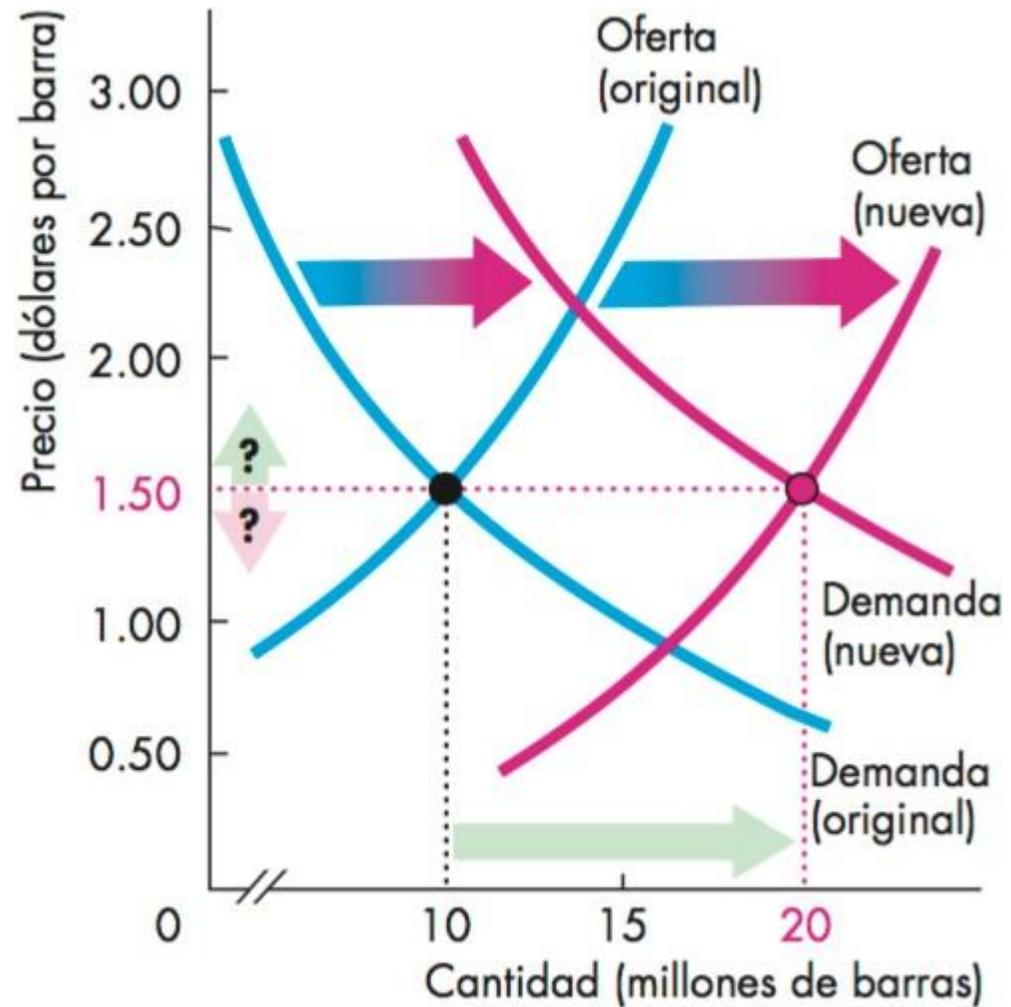
# Disminución en la demanda



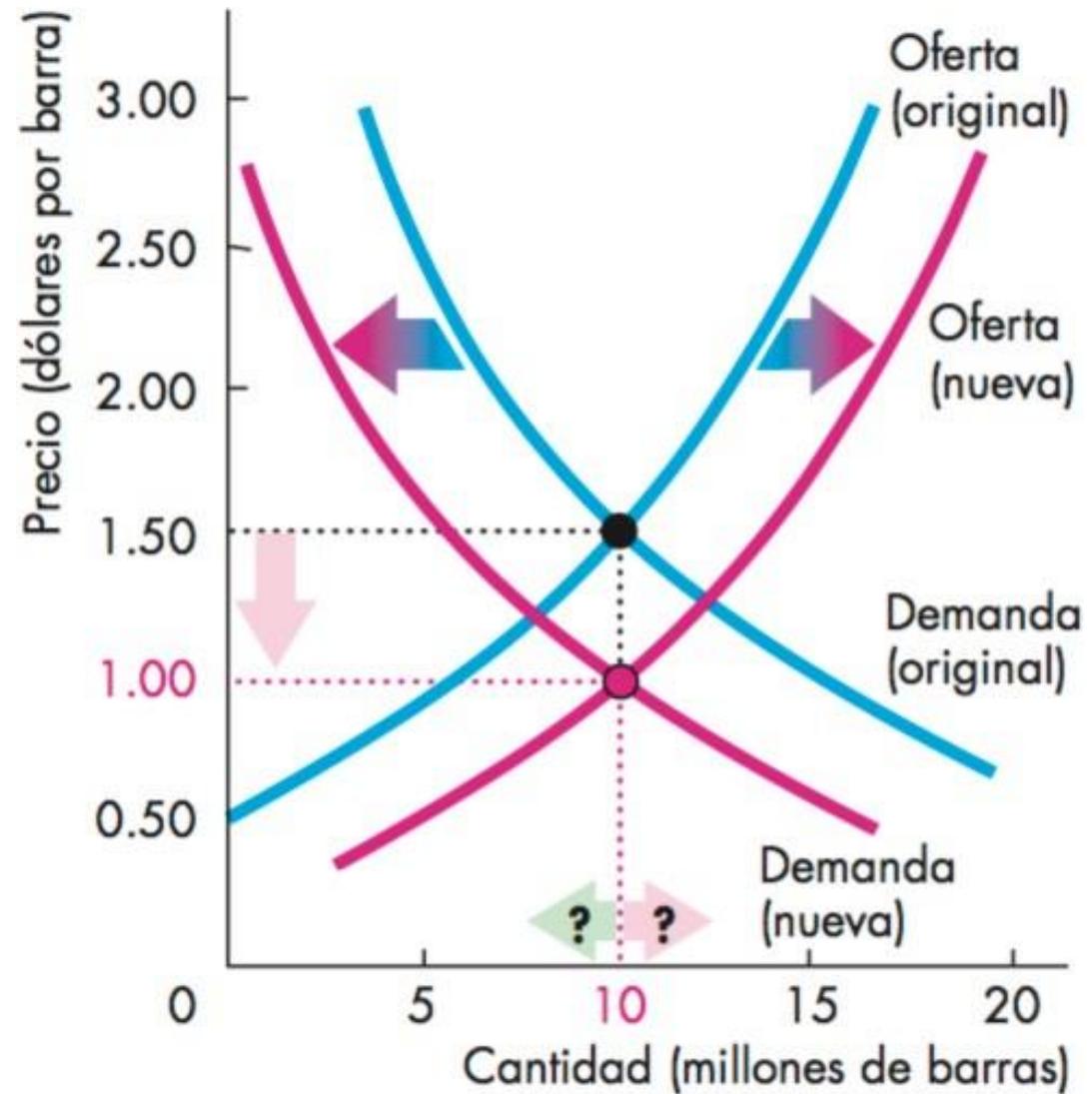
# Aumento en la oferta



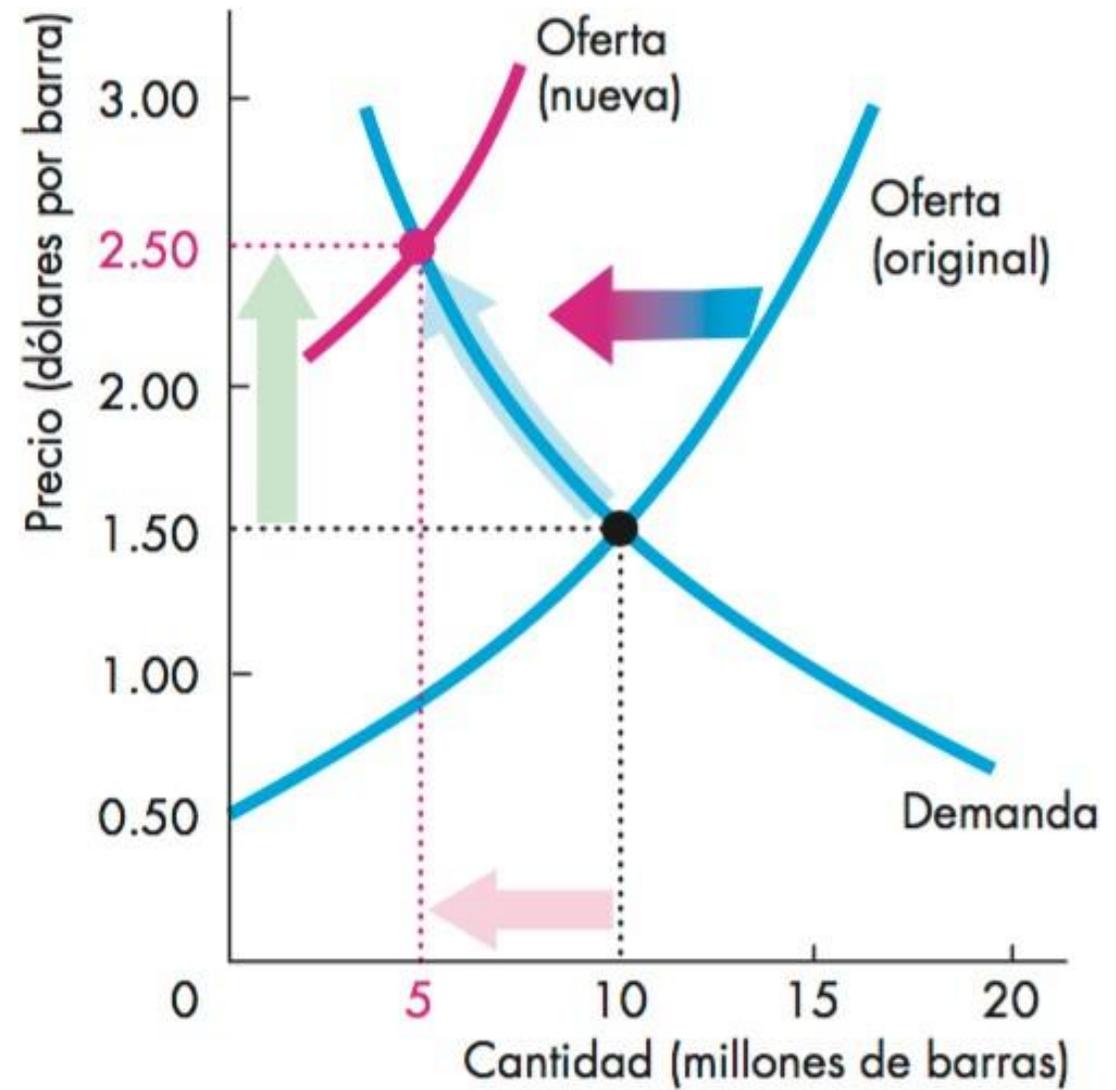
Aumento tanto  
en la demanda  
como en la  
oferta



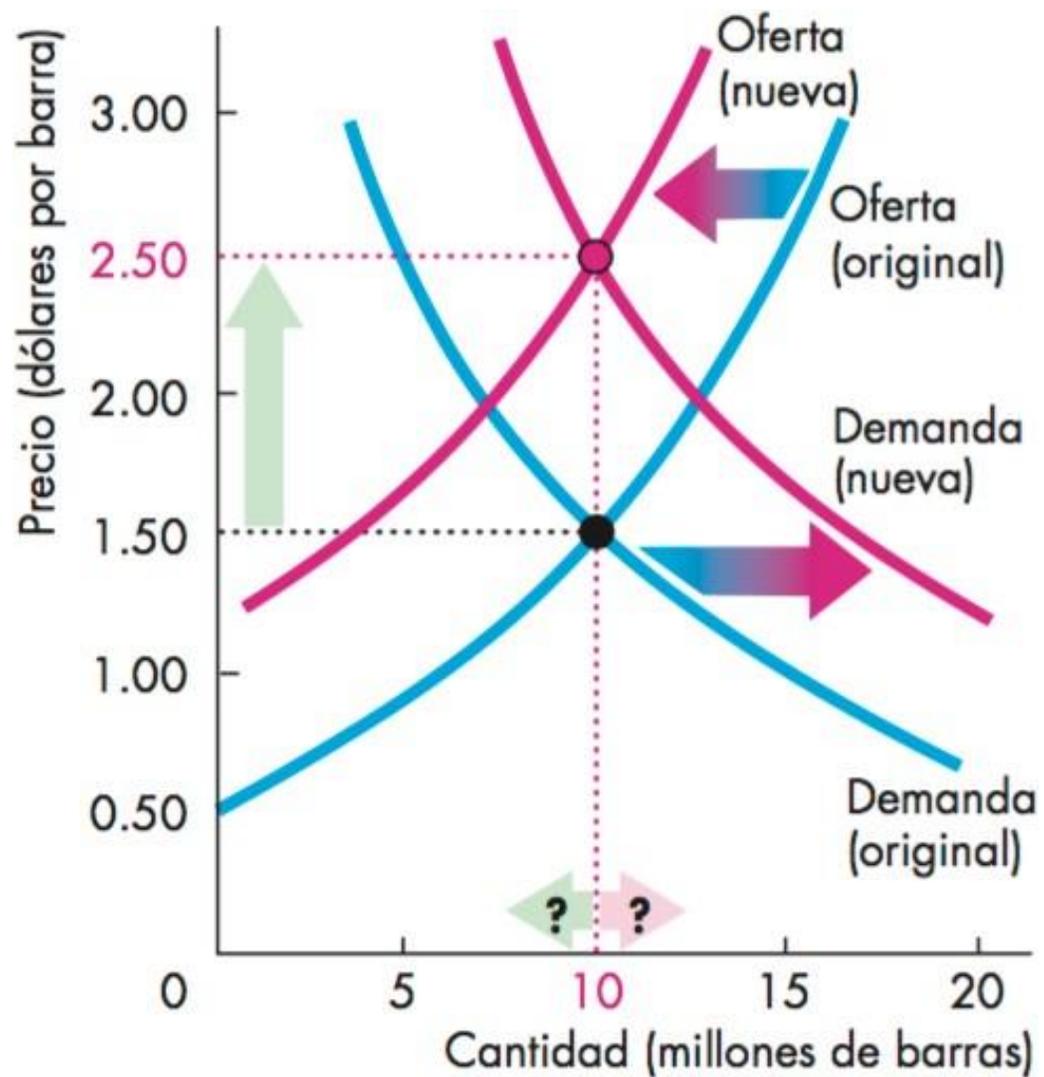
Disminución en la demanda y aumento en la oferta



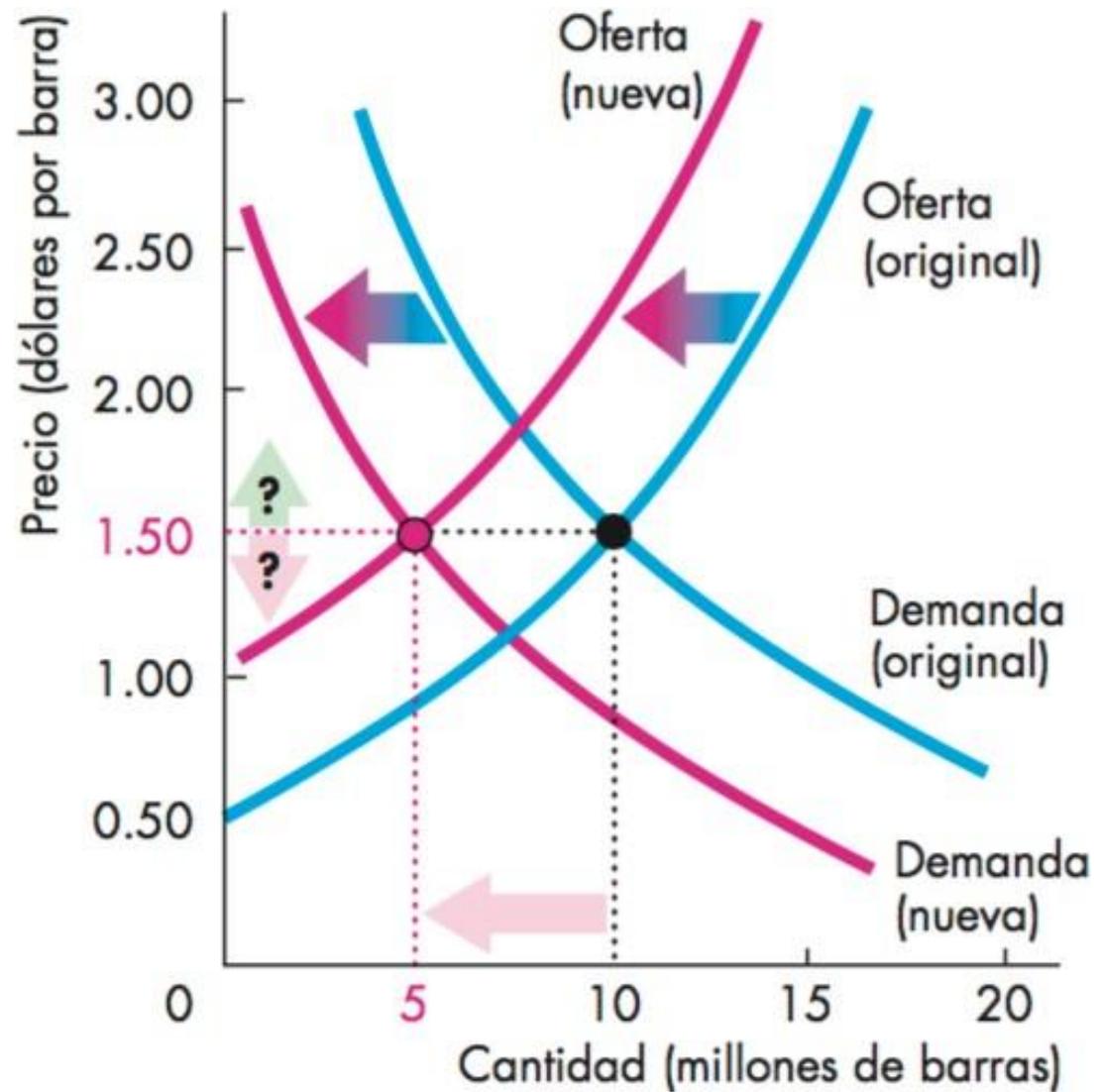
# Disminución en la oferta



Aumento en la  
demanda y  
disminución en  
la oferta



Disminución tanto en la demanda como en la oferta



# Preguntas de repaso

1. ¿Qué es el precio de equilibrio de un bien o servicio?
2. ¿En qué intervalo de precios ocurre un faltante?
3. ¿En qué intervalo de precios ocurre un excedente?
4. ¿Qué sucede con el precio cuando hay un faltante?
5. ¿Qué sucede con el precio cuando hay un excedente?
6. ¿Por qué el precio al que la cantidad demandada iguala la cantidad ofrecida es el precio de equilibrio?
7. ¿Por qué el precio de equilibrio es el mejor intercambio disponible tanto para compradores como para vendedores?

# Nota Matemática

---

DEMANDA, OFERTA Y EQUILIBRIO DE MERCADO



# Curva de demanda

---

La ley de la demanda señala que conforme el precio de un bien o servicio baja, su cantidad demandada aumenta.

$$Q = \frac{a}{P} - b$$

Donde:

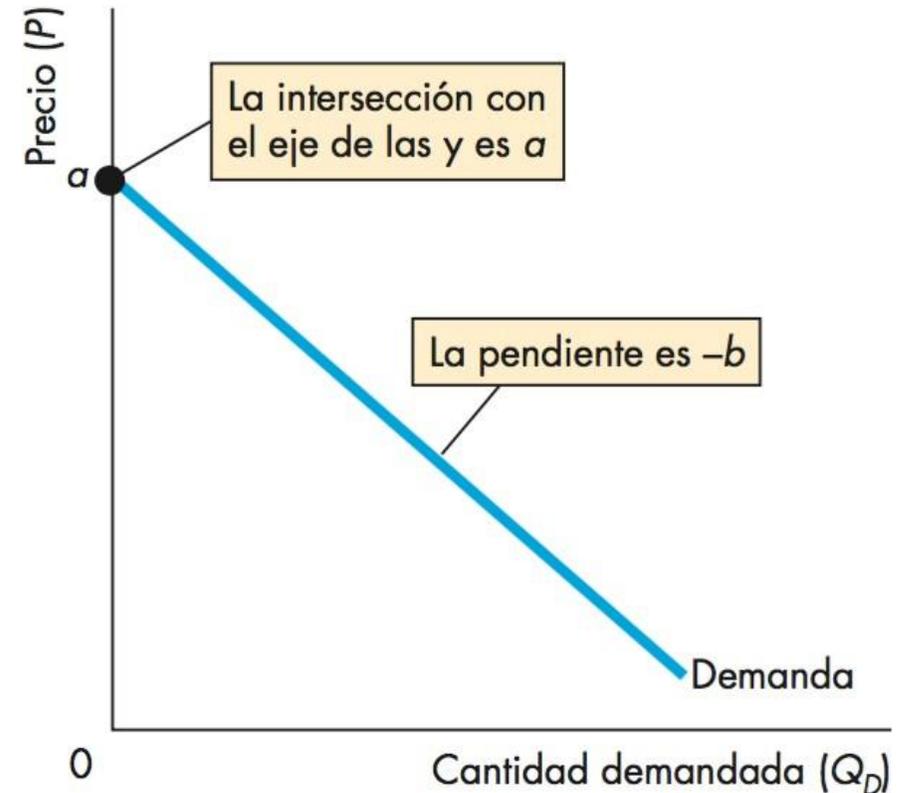
$a = )^* +, -.$

$\# / \% =$  constantes positivas (parámetros)

$\&' =$  Es la cantidad de demanda.

# Esta ecuación nos indica tres cosas:

1. El precio al cual nadie está dispuesto a comprar el bien. Es decir, si el precio es  $a$  y la cantidad demandada es cero ( $Q_D$  es cero).
2. Conforme baja el precio, la cantidad demandada aumenta.  $Q_D$  es un número positivo; por lo tanto, el precio  $P$  debe ser menor que  $a$ , y conforme éste disminuye  $Q_D$  aumenta. El precio  $P$  se vuelve más pequeño.
3. La constante  $b$  nos dice qué tan rápido disminuye el precio máximo que alguien está dispuesto a pagar por el bien a medida que la cantidad demandada aumenta. En otras palabras, la constante  $b$  indica la inclinación de la curva de demanda.



# Curva de oferta

---

La ley de la demanda señala que conforme el precio de un bien o servicio baja, su cantidad demandada aumenta.

$$Q = c_0 + c_1 P + c_2 P^2 + c_3 P^3$$

Donde:

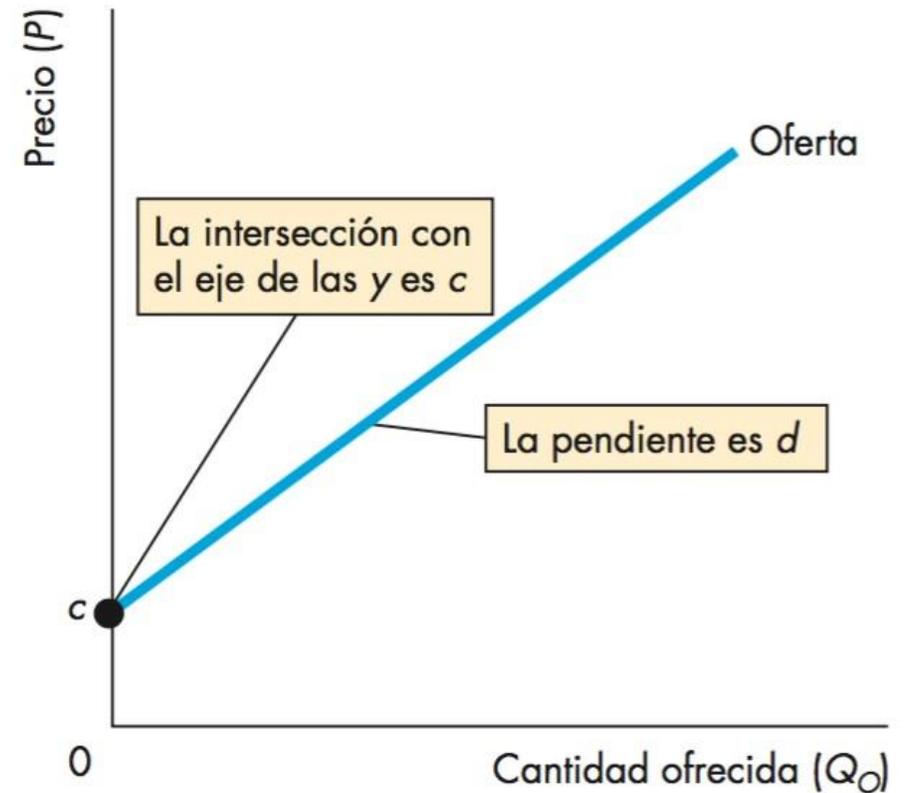
$Q =$  cantidad ofrecida

$c_0, c_1, c_2, c_3 =$  constantes positivas (parámetros)

$P =$  Es la cantidad ofrecida

# Esta ecuación nos indica tres cosas:

1. El precio al cual los vendedores no están dispuestos a ofertar el bien. Es decir, si el precio es  $c$ , nadie estará dispuesto a vender el bien ( $Q_S$  es cero).
2. Conforme sube el precio, la cantidad ofrecida aumenta.  $Q_S$  es un número positivo; por lo tanto, el precio  $P$  debe ser mayor que  $c$ , y conforme el precio  $Q_S$  aumenta,  $P$  aumenta.
3. La constante  $d$  nos dice qué tan rápido sube el precio mínimo al que alguien está dispuesto a vender el bien cuando aumenta la cantidad. Es decir, la constante  $d$  indica la inclinación de la curva de oferta.



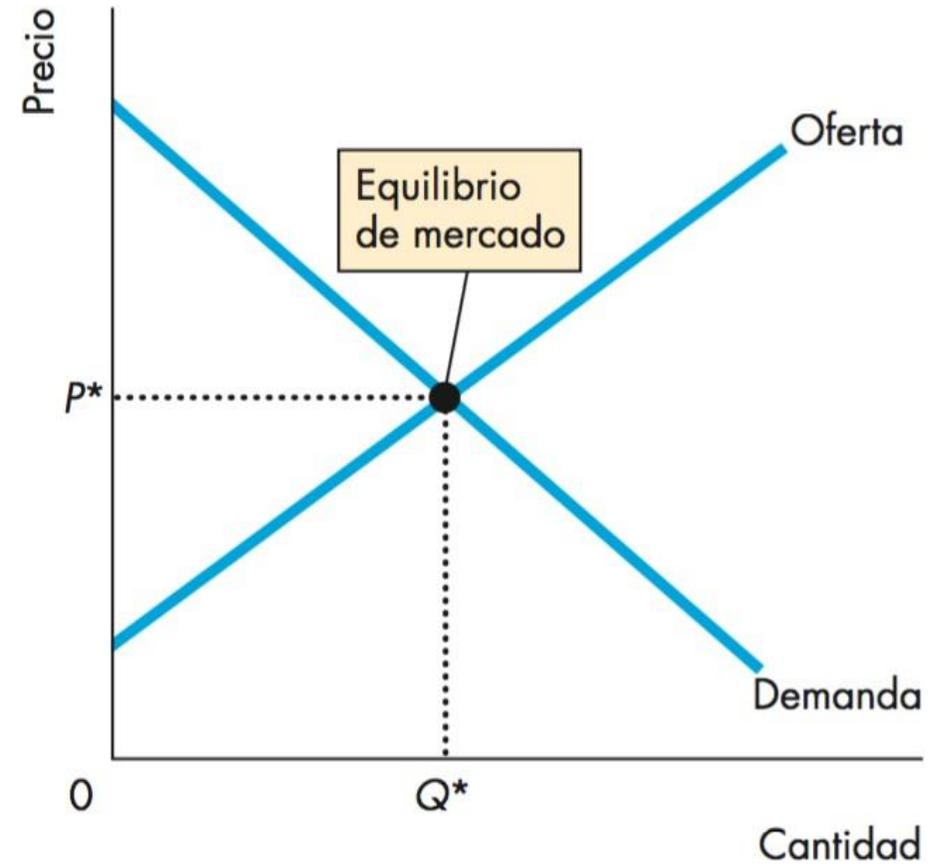
# Equilibrio del mercado

La oferta y la demanda determinan el equilibrio de mercado.

$$Q_D = Q_S = Q^*$$

$$P^* = a - bQ^*$$

$$P^* = c + dQ^*$$



# Ejemplo

---

La demanda de barquillos de helado es  $P=800 - 2 Q_D$ . La oferta de barquillos de helado es  $P=200 + 1Q_S$ .

- a. Encuentre el precio y la cantidad de equilibrio.
- b. Grafique el equilibrio de mercado.
- c. Que sucede si la oferta es de 400 helados.
- d. Que sucede si la demanda es de 300 helados.
- e. Que sucede si el precio sube a 450 por helado, cual seria el nuevo equilibrio.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA  
FACULTAD DE INGENIERÍA ARQUITECTURA Y DISEÑO



--- Microeconomía ---

Trabajo de investigación unidades 6 y 7

Grupo: 541

Maestra: Aurora Eisenia Razo Toledo

**Alumna: Grecia Ornelas Gallegos**

**351949 2018-1**

Ensenada B.C a 27 de mayo de 2018

# Introducción

En la microeconomía son indispensables el manejo de conceptos como lo son monopolio y oligopolio como organizaciones de mercado, en este trabajo se hablará sobre ellos y como es que se manejan en la economía.

- **Monopolio:** es cuando para un producto, un bien o un servicio determinado, sólo existe una persona o una sola empresa que produce este bien o servicio, no existe competencia.

Esta persona o grupo de personas controla en su totalidad la oferta del mercado. Pueden o no utilizar recursos de marketing dado que controlan la totalidad de la oferta. Generalmente son empresas transnacionales que expanden sus fronteras fuera de su país de origen.

Lo que caracteriza a un monopolio es que el consumidor (o usuario) no puede elegir si comprar un producto de una marca o adquirir un servicio con una empresa en relación con otra, dado que no existe competencia alguna.

- **Oligopolio:** cuando existe un número pequeño de empresas de un mismo sector, las cuales dominan y tienen el control sobre el mercado.

En este tipo de mercados tampoco existe una competencia real ya que la oferta del mercado está regulada por este tipo de empresas que, en su conjunto controlan al menos el 70% del mercado total. Por tal razón las empresas que quieran introducirse en este mercado tendrán una tarea prácticamente imposible.

En contraposición al monopolio, un oligopolio utiliza muchos recursos de marketing y publicidad. Tanto el monopolio como el oligopolio requieren grandes sumas de dinero

## Ejemplos de empresas monopolios:



## Ejemplos de empresas oligopolio:





## ✓ ¿Qué son los monopolios?

**(La palabra viene del griego mono “uno” y polista “vende-dor”)**

Es una industria con una sola empresa que produce un bien o servicio para el cual no existen sustitutos cercanos, y que está protegida por una barrera que evita que otras empresas vendan dicho bien o servicio para competir por las utilidades.



## Características del monopolio

- Una única empresa productora y vendedora del producto/servicio.
- No existen bienes o servicios sustitutos.
- El número de compradores es grande y está atomizado.
- Muy rígidas barreras de entrada al mercado.
- El monopolista tiene poder para fijar el precio.
- No hay movilidad perfecta de los factores de producción.
- El precio siempre es superior que el costo marginal

## ¿Cómo surgen los monopolios?

**No hay sustitutos cercanos:** un monopolio vende un bien o servicio que no tiene buenos sustitutos.

**Barreras a la entrada de nuevas empresas:** restricciones que protegen a una empresa de cualquier competidor potencial

Tipos de barreras a la entrada:

**Natural:** crean *monopolio natural*, es decir una única empresa puede ofrecer un bien o servicio a todo un mercado con menos costes que dos o más empresas. Ejemplos empresas proveedoras de gas, agua y electricidad.

**Propiedad a la Entrada:** Una barrera de propiedad a la entrada ocurre cuando una empresa posee una parte significativa de un recurso importante.

**Legal a la entrada** Las barreras legales a la entrada crean un monopolio legal. Un monopolio legal es un mercado en el que la competencia y la entrada de nuevas empresas están restringidas por la concesión de una franquicia pública, una licencia gubernamental, una patente, o por derechos de autor.

### Tipos de monopolio

- **Monopolio puro:** Existe una sola empresa. El producto es homogéneo y no existen productos sustitutivos cercanos. Existen barreras de entrada al mercado. El estado no interviene... Suele utilizarse como ejemplo de lo que es un monopolio.
- **Monopolio artificial:** Un monopolio artificial es un tipo de monopolio en el cual el monopolista se vale de algún medio para impedir que vayan al mercado más productos que los suyos. Los medios de los que se puede valer pueden ir desde la violencia a una fuerte restricción de la demanda por parte de los consumidores, pasando por la imposición de barreras artificiales o de regulación. Estos últimos, tienen un carácter fiscal El estado puede reservarse de forma exclusiva algunas producciones u otorgar privilegios a ciertas empresas o mantener un régimen de concesión de licencias restrictivas o proteger patentes y derechos de autor esenciales para realizar la actividad.
- **Monopolio natural:** es un caso particular en el cual una empresa puede producir toda la producción que necesita el mercado con un coste menor que si hubiera varias empresas compitiendo. Esto usualmente ocurre en mercados donde las firmas tienen que realizar una altísima inversión inicial para ingresar.
- **El monopolio discriminador de precios:** El monopolio discriminador de precios es aquél que pone diferentes precios según las características del mercado, del producto o de los consumidores para obtener mayor beneficio económico. La forma ideal de la discriminación de precios es cobrar de cada comprador lo máximo que el comprador está dispuesto a pagar.

- **El monopolio estanco:** Se llama estanco al monopolio en la producción o venta de un determinado bien asumido por el estado u otorgado a particulares a cambio de un ingreso en hacienda. Los estancos más comunes son los del tabaco, los naipes, la sal, los explosivos y los licores.
- **Monopolio bilateral:** Es un mercado en donde conviven un monopolio de oferta y uno de demanda. Tanto los productores como los consumidores pueden influir en el precio. Ejemplo, la industria de piezas especializadas

### ✓ Costo social del monopolio

También conocido como “pérdida irrecuperable de eficiencia” derivada de la existencia de esta estructura de mercado, Esto significa que la sociedad valora dichas unidades de producción por sobre los costos de su producción; sin embargo, el monopolio no incrementará dicho volumen de producción (creando una escasez artificial) con el propósito de maximizar su beneficio.

**Cuando las empresas establecen un precio por encima del costo marginal, el resultado es una mezcla ineficiente de productos.**

**La reducción en el excedente del consumidor es mayor que las unidades del monopolio, por lo que provoca una pérdida neta de bienestar social**

\*un monopolio elabora una menor cantidad de producción y que cobra un precio más alto que una industria que admite la competencia cuando no existen grandes economías de escala para ese monopolio. Producir menos y cobrar más para obtener utilidades positivas probablemente no redunde en beneficio de los consumidores

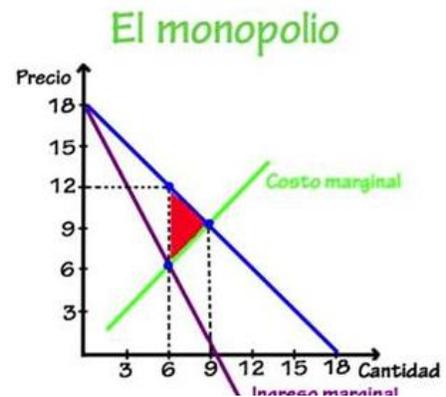
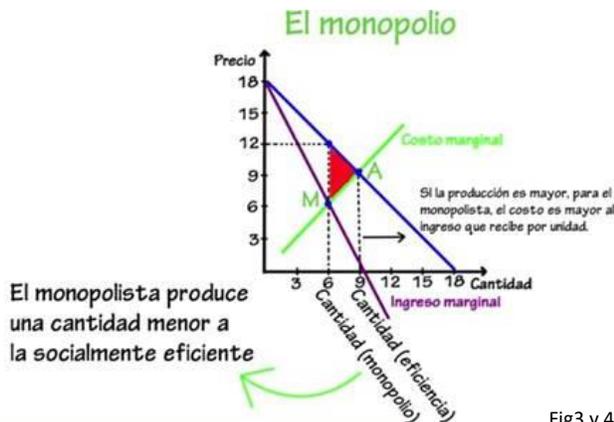
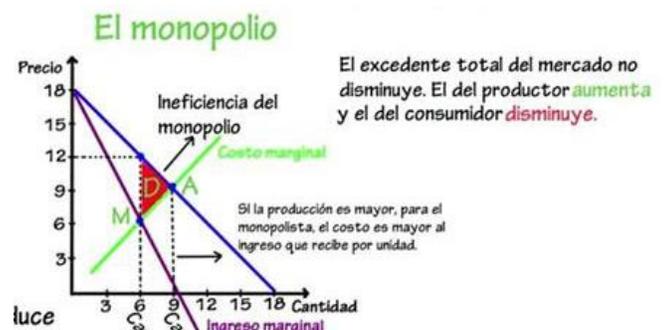


Fig2. Comportamiento del monopolio por el costo marginal



El monopolista produce una cantidad menor a la socialmente eficiente



El excedente total del mercado no disminuye. El del productor **aumenta** y el del consumidor **disminuye**.

Fig3 y 4 Comportamiento del monopolio mostrando la ineficiencia del monopolio

- **Ineficiencia y pérdida del consumidor**

-Para que los mercados produzcan lo que la gente desea. Este argumento se basa en dos supuestos:

-Que el precio ofrece una buena aproximación del valor social de una unidad de producción que el costo marginal, en ausencia de externalidades (costos o beneficios para las partes externas no ponderados por las empresas), ofrece una buena aproximación del costo de oportunidad social del producto.

En un monopolio puro, el precio se encuentra por arriba del costo marginal del producto. Cuando esto sucede, la compañía produce una cantidad insuficiente desde el punto de vista de la sociedad. La sociedad se encontraría en una mejor posición si la compañía produjera más y si cobrara un precio más bajo. El monopolio conduce a una mezcla ineficiente de producción.

Pérdida de Eficiencia Social: Se da porque se produce menos de lo socialmente óptimo

- **Comportamiento de búsqueda de renta**

Rentismo: Ganancias que un monopolista está dispuesto a sacrificar en actividades improductivas (gastos en publicidad, lobbies, sobornos, consultorías, etc.) para mantener su posición monopólica.

*Comportamiento de búsqueda de renta:* Acciones que toman las familias o las empresas para conservar las utilidades positivas como cabildear para el establecimiento de restricciones sobre la competencia.

*El comportamiento de búsqueda de rentas consume recursos y contribuye al costo social, reduciendo de este modo el bienestar social aún más.*

- **Discriminación de precios**

La razón por la que el precio y el ingreso marginal son diferentes en un monopolio y son iguales en el caso de una empresa perfectamente competitiva es que si un monopolio decide vender más productos, debe bajar el precio.

*Discriminación de precios:* Práctica que consiste en cobrar diferentes precios a distintos compradores.

*Discriminación perfecta de precios:* Ocurre cuando una empresa cobra la cantidad máxima que los compradores están dispuestos a pagar por cada unidad.

## **Costos del monopolio para bienestar social**

En monopolio tenemos: El Q de maximización de beneficios para el monopolista es menor al Q eficiente que se encontraría en un mercado competitivo. En monopolio, el excedente total es menor al de competencia perfecta. Se genera un área de pérdida de eficiencia social (triángulo) que es irre recuperable. Cantidad eficiente Si bien el excedente del consumidor es menor al excedente del productor, el verdadero problema no es este, sino es que se produce menos que la cantidad eficiente. Esta situación es algo similar a si se introdujera

un impuesto. La diferencia entre ambos es que con impuestos el Estado recibe un ingreso por los impuestos; mientras que con el monopolio la empresa recibe todos los beneficios.

## ✓ **Determinación de precios en un monopolio**

Una diferencia importante entre el monopolio y la Competencia es que el primero determina su propio Precio. Sin embargo, al hacerlo, enfrenta una restricción de mercado: para vender una mayor cantidad, el monopolio debe cobrar un precio más bajo. Hay dos situaciones monopólicas que crean dos estrategias de precios:

**Precio único:** Si una empresa debe vender cada unidad de su producción al mismo precio a todos sus clientes, es un monopolio de precio único.

**Discriminación de precios:** A la práctica de vender diferentes unidades de un bien o servicio a precios distintos se le denomina discriminación de precios. Ejemplo Los productores de pizza ofrecen una segunda pizza a un precio más bajo que la primera.

## ✓ **Papel del gobierno en la regulación de los precios en este tipo de mercado**

Los gobiernos han asumido dos papeles frente a las industrias Imperfectamente competitivas:

- Promueven la competencia y restringen el poder de mercado, principalmente a través de leyes antimonopolio y otras leyes del Congreso;
- Restringen la competencia a través de la regulación de las industrias.

### **Legislación antimonopolio**

**Principales leyes antimonopolio que se han promulgado en Estados Unidos.**

**Ley Sherman de 1890** La esencia de la Ley Sherman de 1890 está contenida en dos breves secciones:

**Sección 1.** Todo contrato, o combinación en la forma de fideicomiso o de cualquier otro tipo, o conspiración en perjuicio del comercio entre los diversos estados, o con naciones extranjeras, se declaran ilegales por este conducto.

**Sección 2.** Toda persona que monopolice, o intente monopolizar, o combinar o conspirar con cualquier otra persona o personas para monopolizar cualquier parte del comercio entre los

diversos estados, o con naciones extranjeras, se considerará culpable de un delito y, en caso de comprobarse su culpabilidad, será sancionada con una multa que no excederá de cinco mil dólares, o con encarcelamiento que no excederá de un año, o con ambas penas, a discreción de la corte.

**Regla de la razón Criterio introducido** por la Suprema Corte en 1911 para determinar si una acción en particular era ilegal (“poco razonable”) o legal (“razonable”) en los términos de la Ley Sherman.

**Ley Clayton Promulgada** por el Congreso estadounidense en 1914 para reforzar la Ley Sherman y aclarar la regla de la razón, esta ley declaraba como ilegales ciertos comportamientos monopólicos específicos, como los contratos de suministro obligatorio, la discriminación de precios y las fusiones ilimitadas.

**Federal Trade Commission (FTC)** Organismo regulador a nivel federal creado por el Congreso estadounidense en 1914 para investigar la estructura y el comportamiento de las empresas que participan en el comercio interestatal, con la finalidad de determinar lo que constituye un comportamiento ilegal e “injusto” y para emitir órdenes de cese y desistimiento contra aquellos que se consideran infractores de la legislación antimonopolio.



# OLIGOPOLIO

## ✓ ¿Qué es un oligopolio?

Es una industria que está dominada por un número reducido de empresas que son lo suficientemente grandes para influir en el precio de mercado.

En un oligopolio, todas las empresas podrían fabricar un producto idéntico y competir sólo en el precio, o bien fabricar un producto diferenciado y competir en precio, calidad de los productos, y marketing.

### Características

- **Barreras naturales o legales impiden la entrada de nuevas empresas.**  
Las barreras naturales o legales a la entrada de nuevas empresas a una industria pueden crear un oligopolio,
- **El número de empresas que compite es pequeño.**  
Duopolio natural; es decir, un mercado oligopólico con sólo dos empresas.

### Ejemplos:

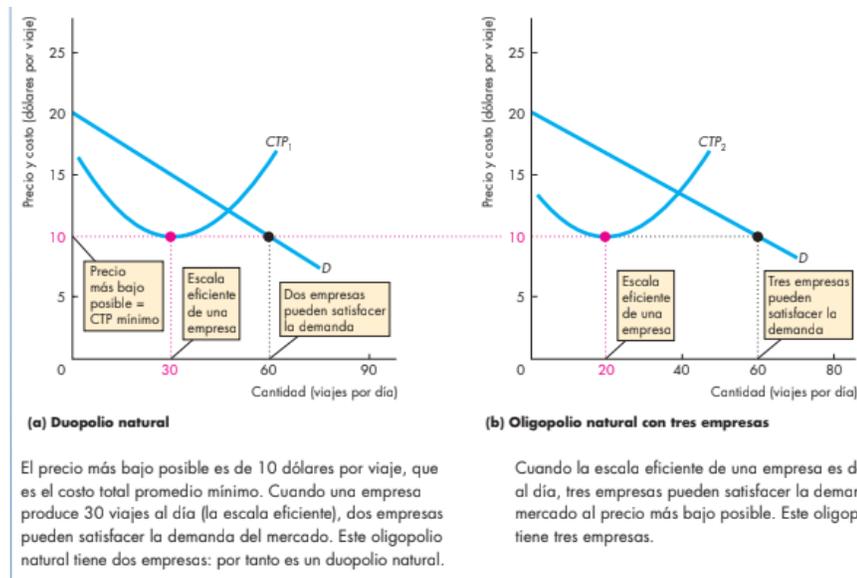


Fig3 5y6 Comportamiento del oligopolio

- **Tipos de Oligopolio**

**Oligopolio Diferenciado.** El análisis del oligopolio diferenciado ha sido desarrollado por los teóricos de la competencia monopolística o imperfecta. Incluyen muchos productos manufacturados y otros; por ejemplo vehículos, detergentes, discos y los servicios de las compañías aéreas.

**Oligopolio Concentrado.** Es la forma de mercado del proceso de concentración industrial. Aparece cuando existen únicamente pocos productores de una materia prima o de mercancías idénticas.

- **La curva de demanda quebrada en el oligopolio**

En el oligopolio, la demanda de una empresa está formada por dos segmentos pertenecientes a dos curvas de demanda separadas. La parte superior es muy elástica, ya que si la empresa aumenta su precio, las otras empresas no la seguirán, por lo que dicha empresa perderá su participación en el mercado. Sin embargo, la parte inferior es inelástica, puesto que si la empresa disminuye su precio, las otras empresas la seguirán, y ninguna empresa podrá aumentar su participación en el mercado.

## **Modelo de liderazgo de precios**

### **Modelos de oligopolio**

Puesto que existen muchos tipos de oligopolios, se ha desarrollado una serie de diferentes modelos para comprenderlos. La siguiente exposición constituye una muestra de los enfoques alternativos para el comportamiento (o la conducta) de las empresas oligopolistas. Tienen algo en común: el comportamiento de cualquier compañía oligopolista depende del comportamiento de las otras empresas que integran el oligopolio.

- **Modelo de conclusión**

Cuando las empresas están coludidas, ya sea de una manera explícita o tácita, maximizan conjuntamente las utilidades al cobrar un precio convenido o al establecer límites de producción y dividir las utilidades. El resultado es el mismo que se tendría si una empresa monopolizara la industria: la compañía producirá hasta el punto en que  $IM = CM$ , y el precio se establecerá por arriba del costo marginal.

- **Modelo de liderazgo de precios**

Una empresa domina en la industria y todas las empresas, de menores dimensiones, siguen la política de fijación de precios del líder

**La compañía dominante en la industria establece un precio y permite que los competidores suministren todo cuanto quieran a ese precio. Un oligopolio con un líder en precio elaborará un nivel de producción entre el que prevalecería en condiciones de competencia y el que elegiría un monopolista en la misma industria. Un oligopolio también fijará un precio entre el precio del monopolio y el precio competitivo.**

➔ El modelo de liderazgo en precios se puede aplicar mejor cuando una industria está formada por una empresa grande y varias empresas competitivas más pequeñas. En tales condiciones, podemos pensar que la empresa dominante maximiza las utilidades dentro de las restricciones que imponen la demanda del mercado y el comportamiento de las empresas competitivas más pequeñas.

En un liderazgo en precios, la cantidad demandada en el mercado se producirá mediante una mezcla de las empresas más pequeñas y la empresa dominante.

*Liderazgo en precios.* Una forma de oligopolio en la cual una empresa dominante establece los precios, y todas las demás dentro de la industria, que son más pequeñas, siguen su política de fijación de precios.

En un oligopolio, con una empresa dominante que ejerce el liderazgo en precios, la existencia de empresas más pequeñas y su disposición para elaborar el producto también constituyen una restricción. Por esa razón, la producción que se espera en el marco del liderazgo en precios se encuentra entre la del monopolista y la de la empresa competitiva, mientras que los precios también se establecen entre los niveles de ambos.

El hecho de que las empresas más pequeñas restrinjan el comportamiento de la firma dominante indica que esta última podría tener un incentivo para tratar de impulsar a las organizaciones más pequeñas a salir del mercado, ya sea mediante la compra o la fusión.

- **El modelo de oligopolio de Cournot**

Se basa en tres supuestos:

- ▶ Que hay pocas empresas en una industria
- ▶ Que cada una de ellas considera la producción de la otra como determinada,
- ▶ Que las empresas maximizan las utilidades.

El modelo sostiene que una serie de decisiones de ajustes de la producción conduce a un nivel final de producción entre aquel que prevalecería en condiciones de competencia perfecta y aquel que establecería un monopolio.

## Teoría de juegos

La teoría de juegos es una herramienta para estudiar el comportamiento estratégico es decir, la conducta que toma en cuenta el comportamiento esperado de los demás y que reconoce la interdependencia mutua.

- **Obejtivo:**  
Comprender tanto el oligopolio como otras formas de rivalidad económica, política, social e incluso biológica, mediante un método de análisis diseñado específicamente para explicar los juegos de todo tipo, incluyendo los juegos de la vida diaria.

La teoría de juegos tuvo su origen en 1944 con los estudios del matemático John von Neumann y el economista Oskar Morgenstern, quienes publicaron un trabajo que abría nuevas trayectorias analizaba un conjunto de problemas, o juegos, en los cuales dos o más personas u organizaciones perseguían sus propios intereses, sin que ninguna de ellas pudiera determinar el resultado. La teoría de juegos se ha convertido en un campo de estudio e investigación de creciente difusión. Se ha aplicado al análisis del comportamiento de las organizaciones, pero también a la política, las relaciones internacionales, las posibilidades de una guerra nuclear, la estrategia militar y la política exterior.

La teoría de juegos comienza por reconocer que, en todas las situaciones de conflicto, hay quienes toman decisiones (jugadores), reglas del juego y recompensas (o premios). Los jugadores eligen estrategias sin conocer con certeza qué estrategia usará la oposición. Sin embargo, al mismo tiempo, es posible que llegue a los jugadores alguna información que indique la manera en que sus oponentes actúan. Y lo más importante: entender que los otros jugadores también intentan actuar de la mejor manera posible será de utilidad para predecir lo que harán.

**\*Estrategia dominante** es aquella que resulta mejor sin importar lo que haga la oposición. En este juego, ambos participantes tienen una estrategia dominante, la cual consiste en hacer publicidad.

**Ejemplo:**

		Estrategia de B	
		No hacer publicidad	Hacer publicidad
Estrategia de A	No hacer publicidad	Utilidad de B = \$50,000 Utilidad de A = \$50,000	Utilidad de B = \$75,000 Pérdida de A = \$25,000
	Hacer publicidad	Pérdida de B = \$25,000 Utilidad de A = \$75,000	Utilidad de B = \$10,000 Utilidad de A = \$10,000

Fig 7 ejemplo de teoría de juegos

◀ **FIGURA 14.3 Matriz de beneficios para juegos en relación con la publicidad**

Ambos jugadores tienen una estrategia dominante. Si B no hace publicidad, A sí la hará, puesto que \$75,000 es una cifra que rebasa a \$50,000. Si B hace publicidad, A también hará publicidad debido a que una utilidad de \$10,000 es preferible a una pérdida de \$25,000. La empresa A hará publicidad sin importar lo que haga B. De manera similar, B hará publicidad independientemente de cómo actúe A. Si A no hace publicidad, B la hará porque \$75,000 es una cifra que supera a \$50,000. Si A hace publicidad, B también la hará porque una utilidad de \$10,000 es preferible a una pérdida de \$25,000.

\***Dilema de los prisioneros**

Juego en el cual se impide que los participantes cooperen y en el que cada participante tiene una estrategia dominante que deja a ambos en una peor posición que la que tendrían si pudieran cooperar.

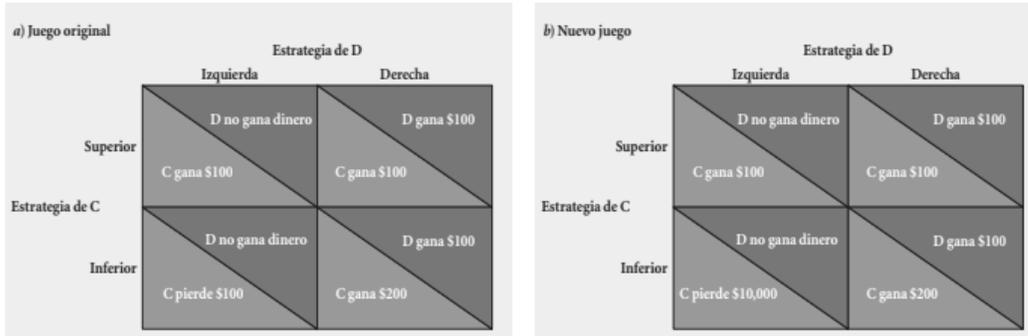
		Rocky	
		No confiesa	Confiesa
Ginger	No confiesa	Rocky: un año Ginger: un año	Rocky: libre Ginger: 7 años
	Confiesa	Rocky: 7 años Ginger: libre	Rocky: 5 años Ginger: 5 años

▲ **FIGURA 14.4 El dilema de los prisioneros**

Ambos jugadores tienen una estrategia dominante y confesarán. Si Rocky no confiesa, Ginger confesará porque el hecho de ser puesto en libertad sin duda es mejor que pasar un año en la cárcel. De manera similar, si Rocky confiesa, Ginger confesará porque es preferible estar 5 años en la cárcel que 7. Rocky tiene el mismo conjunto de elecciones. Si Ginger no confiesa, Rocky confesará porque obtener la libertad es mejor que pasar un año en la cárcel. De manera similar, si Ginger confiesa, Rocky también lo hará porque es preferible estar 5 años en la cárcel que 7. Ambos confesarán *sin importar* lo que haga el otro.

Fig 7 ejemplo de dilema de los prisioneros

**\*Equilibrio de Nash** En la teoría de juegos, el resultado que se obtiene cuando todos los participantes aplican su mejor estrategia en función de lo que hacen sus competidores.



▲ **FIGURA 14.5 Matrices de beneficios para las estrategias izquierda/derecha-superior/inferior**  
 En el juego original (a), C no tiene una estrategia dominante. Si D juega en el lado izquierdo, C jugará en la parte superior; si D juega en el lado derecho, C jugará en la parte inferior. Por otro lado, D tiene una estrategia dominante: D jugará en el lado derecho sin importar lo que haga C. Si C considera que D es racional, sabe que D jugará en el lado derecho. Si C concluye que D jugará en el lado derecho, C jugará en la parte inferior. El resultado es un equilibrio de Nash porque cada jugador realiza su mejor esfuerzo en función de lo que hace el otro jugador.  
 En el nuevo juego (b), C debería estar muy seguro de que D jugará en forma correcta porque si D juega en el lado izquierdo y C juega en la parte inferior, C tendrá graves problemas al perder \$10,000. C probablemente jugará en la parte superior para minimizar la pérdida potencial si la probabilidad de que D elija el lado izquierdo es significativa.

Fig 7 ejemplo de equilibrio de nash

**\*Estrategia maximin** En la teoría de juegos, es la estrategia que elige un jugador para maximizar el beneficio mínimo que puede obtener.

**\*Estrategia toma y daca** Estrategia de un juego repetido en la cual un participante responde ante un oponente emulando su proceder.

La teoría de juegos analiza el comportamiento de las empresas como si sus formas de conducta fueran una serie de maniobras estratégicas y contramaniobras. Nos ayuda a entender el problema del oligopolio, pero nos deja con un conjunto incompleto e inconcluso de comportamiento probable de las compañías oligopolistas individuales.



## **Papel del gobierno en la regulación de los precios en este tipo de mercado.**

La concentración en los mercados conduce con frecuencia a un precio por encima del costo marginal y a una producción inferior al nivel eficiente. Sin embargo, la concentración de mercado también puede conducir a ganancias derivadas de las economías de escala y a promover la innovación.

Antes, una forma en la cual los oligopolios aumentan la concentración de mercado es a través de las fusiones. No es sorprendente que el gobierno haya promulgado leyes para controlar el crecimiento del poder de mercado a través de las fusiones.

### **La regulación de las fusiones**

**La Ley Clayton de 1914** dio al gobierno la autoridad para limitar las fusiones que pudieran “disminuir en forma sustancial la competencia dentro de una industria”.

### **La Ley Celler-Kefauver (1950)**

Una ley que amplió la autoridad del gobierno para controlar las fusiones. Facultó al Departamento de Justicia de Estados Unidos para que pudiera actuar contra fusiones propuestas. Actualmente, el Departamento de Justicia se basa en el Índice Herfindahl-Hirschman para determinar si una fusión propuesta es cuestionable.

**Índice Herfindahl-Hirschman (IHH)** Índice de concentración del mercado que se obtiene sumando el cuadrado de las participaciones porcentuales de las empresas en un mercado.

# Conclusión

La diferencia principal entre un monopolio y un oligopolio son en que en el monopolio no se puede la elección de una empresa por parte de los consumidores sin embargo en oligopolio se puede realizar una elección dentro de las pocas empresas ofertantes.

La similitud que tiene es que los consumidores están en desventaja de precios ya que los precios de los productos son dictados por una sola empresa en un entorno monopolio y que este controlado por algunos comerciantes en situación oligopolio la selección se limitara de manera similar a que los productos que están diseñados con oferta son muy limitados en ambos lados.

La desventaja por los consumidores por parte de ambos es que no se tiene otra opción mas que comprar los productos o bienes por las empresas y se completa con el precio que fue fijado por la organización.

Un oligopolio se puede convertir en un monopolio en algunas zonas en las que no tenga otros competidores que estén ofreciendo el mismo bien o servicio.

Si al tener un monopolio no se tiene un mercado competitivo pondría un cambio radical en los modelos económicos, y una erradicación de la ideología oferta demanda, teniendo en cuenta que si los existiera una fuente de servicio o bien, esta fuente sería la que estableciera los estándares económicos y no daría oportunidad de la creación de nuevas microempresas para hacer estabilización de los precios y demandas de dicho bien o servicio.



# Fuentes de consulta

- Case, Karl E. y Fair, Ray C. Principios de microeconomía, Pearson Educación, 1997-
- Freire Rubio, María Teresa y Blanco Jiménez, Francisco José. Prácticas y conceptos básicos de microeconomía, ESIC Editorial, 2006.
- Greco, Orlando. Diccionario de Economía, Valletta Ediciones, 2006.
- Pearce, David W. Diccionario Akal de Economía Moderna, Ediciones AKAL, 1999
- Pau A. Samuelson wiliam D.Nordhaus. (sf). Economía 19 ed con aplicaiones a latinoamerica. s.l: Mc.Graw Hill.
- Michael Parkin Eduardi Loria. (s.f). Microeconomia version para lationoamierica novena edicion. s.l: person.

## Anexo:

### Cuadro comparativo.

<b>Mercado de monopolio</b>	<b>Mercado de oligopolio</b>
<i>Grado de concentración:</i> una empresa	<i>Grado de concentración:</i> pocas empresas
<i>Influencia de las empresas sobre el precio:</i> total	<i>Influencia de las empresas sobre el precio:</i> mucha
<i>Grado de homogeneización:</i> no es importante	<i>Grado de homogeneización:</i> poca o ninguna diferenciación
<i>Competencia:</i> no hay	<i>Competencia:</i> muy fuerte
<i>Grado de transparencia:</i> no hay	<i>Grado de transparencia:</i> no hay
<i>Libertad de entrada y salida:</i> existen barreras de entrada y salida	<i>Libertad de entrada y salida:</i> existen barreras de entrada y salida

