

UNIVERSIDAD
INSURGENTES

Material de Estudio Obligatorio

Asignatura Microeconomía

Licenciatura en

Administración

Modalidad Mixta

Asignatura

Microeconomía


Universidad Insurgentes

Licenciatura en
ADMINISTRACIÓN



Material de Estudio Obligatorio

Microeconomía
Licenciatura en Administración
Modalidad Mixta
Universidad Insurgentes
México, 2013



DIRECTORIO

QFB Argelia Hernández Espinoza

Rectora

Lic. Marcela R. Pérez Mandujano

Secretaria General de Investigación y Vinculación Universitaria

Lic. María Lucía Carrillo Silva

Coordinadora de Proyectos de Innovación Educativa

Universidad Insurgentes

2013

CIVU

Centro de Investigación y Vinculación Universitaria

Universidad Insurgentes

Microeconomía

Clave B10

Material de Estudio Obligatorio

ÍNDICE

| | |
|--|----|
| Presentación del material..... | 1 |
| Introducción..... | 2 |
| Estructura didáctica de la asignatura..... | 3 |
| I. Objetivo general de la asignatura..... | 3 |
| II. Contenido temático..... | 4 |
| III. Metodología de trabajo..... | 6 |
| IV. Criterios e instrumentos de evaluación..... | 6 |
| V. Recursos didácticos..... | 6 |
| Actividad de autodiagnóstico..... | 7 |
| Desarrollo de contenidos..... | 8 |
| Materiales de consulta..... | 58 |
| Glosario de términos..... | 64 |
| Fuentes de información..... | 66 |
| Anexos..... | 67 |

PRESENTACIÓN DEL MATERIAL

Estudiar una disciplina a través de una modalidad mixta posibilita abordar los diversos contenidos educativos de acuerdo a los tiempos y formas que favorezcan el trabajo autorregulado de los estudiantes. En este sentido, contar con un material de estudio obligatorio, en el que se presentan desarrollados el cien por ciento de contenidos manifestados en los planes y programas de estudio, resulta ser de gran apoyo para el alumno, ya que le permite organizar de forma efectiva las estrategias para alcanzar las metas educativas establecidas.

Es por ello que el presente material tiene como finalidad ofrecer previamente el desarrollo de los contenidos temáticos con el propósito de avanzar en cada uno de los temas de la forma más pertinente y favorecer la adquisición de habilidades que promuevan el aprendizaje autodirigido y autorregulado.

Es necesario mencionar que el presente material ofrece una base importante de información que será el punto de partida para investigaciones y construcciones más profundas dado que constituye una plataforma inicial desde la cual los actores principales de este proceso educativo —estudiante y asesor— comenzarán la construcción y aprehensión de los nuevos conocimientos.

El material se compone de una serie de elementos didácticos que permite la construcción progresiva y efectiva de los aprendizajes esperados, por lo que integra actividades de aprendizaje y de autoevaluación, así como materiales de consulta que facilitarán el proceso de enseñanza-aprendizaje.

INTRODUCCIÓN

El presente material está dividido en siete temas, en los que se presentan los principales tópicos de estudio sobre la teoría microeconómica con el objetivo de dar un panorama general y completo de los principales planteamientos de la misma.

En el primer tema se presenta una introducción a la teoría microeconómica con conceptos básicos, no sólo microeconómicos sino de economía en general que permiten el entendimiento y diferenciación entre las dos principales ramas de la teoría económica.

En el segundo tema se presenta la teoría de la demanda o del consumidor, donde se indican los principales elementos de los que depende la demanda de un bien, así como sus implicaciones, tanto las que tienen que ver con el bien en sí como las que tienen que ver con sus relaciones con otros bienes.

En el tercer tema se presenta la teoría de la oferta o teoría del productor que abarca el análisis de la teoría del productor y los elementos que se deben tomar en cuenta para la determinación del equilibrio del productor desde una perspectiva de competencia perfecta vista desde el enfoque total y desde el enfoque marginal, además se indica cómo es que se lleva a cabo la formulación de la demanda de un bien, hecha por un individuo y la demanda de mercado de ese bien.

En el cuarto tema se hace una conjunción de los análisis previamente analizados en los temas segundo y tercero, y se ofrece una representación del equilibrio alcanzado al juntar la oferta y la demanda de un bien en el mercado, además de que se muestran los distintos tipos de equilibrio que pueden existir.

Así como un análisis de las curvas de indiferencia y lo que sucede con la demanda de un consumidor cuando se modifica su ingreso.

En el quinto tema se presenta un análisis sobre el concepto de mercado y las posibles confusiones que existen al utilizar este término. Además de que se presentan las diferentes posibilidades de competencia analizadas por la teoría económica.

El sexto tema se dedica al estudio de la asignación de precios tanto en corto como en largo plazo, diferenciando mediante los distintos supuestos que permiten hacer el análisis pertinente en cada caso. De igual forma se plantea la contradicción que existe entre ganancia y utilidad.

Finalmente, en el séptimo tema se estudia el poder de monopolio que se ejerce mediante las distintas formas de discriminación de precios y se presentan de manera básica distintos modelos económicos que permiten entender este proceso. Además de presentarse una introducción a la teoría de juegos que se utiliza para resolver modelos de competencia imperfecta.

ESTRUCTURA DIDÁCTICA DE LA ASIGNATURA

I. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA

Al finalizar el curso, el alumno analizará el comportamiento de los consumidores y los elementos de la economía en su conjunto, a fin de interpretar el proceso de asignación de los recursos productivos entre usos alternativos regulados por los precios y el mercado.

II. CONTENIDO TEMÁTICO

1. INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DE LA MICROECONOMÍA

- 1.1 Objetivos y conceptos básicos.
- 1.2 Mercado, demanda y oferta.
- 1.3 Movimiento en precio y cantidad.

2. TEORÍA DE LA DEMANDA

- 2.1 Concepto de demanda.
- 2.2 Ley de la demanda.
- 2.3 Factores que afectan la demanda.
- 2.4 Movimiento de la demanda.
- 2.5 Desplazamiento de la curva de demanda.
- 2.6 Relaciones cruzadas de la demanda.
- 2.7 El excedente del consumidor.
- 2.8 Elasticidad de la curva de la demanda.

3. TEORÍA DE LA OFERTA

- 3.1 Concepto de la oferta.
- 3.2 Ley de la oferta.
- 3.3 Factores que afectan la oferta.
- 3.4 Función de la oferta y su representación gráfica.
- 3.5 La oferta individual y de mercado.

4. EQUILIBRIO ENTRE LA OFERTA Y LA DEMANDA

- 4.1 Definición de equilibrio de mercado.
- 4.2 Tipos de equilibrio.
- 4.3 Equilibrio del consumidor.

- 4.4 Curvas de indiferencia.
- 4.4 Curvas de ingreso y consumo.

5. ESTRUCTURA DE MERCADO

- 5.1 Concepto de mercado.
- 5.2 Definición de competencia.
- 5.3 Competencia perfecta.
- 5.4 Competencia imperfecta.

6. ASIGNACIÓN DE PRECIOS

- 6.1 Definición de precios.
- 6.2 Fijación de precios.
 - 6.2.1 A corto plazo.
 - 6.2.2 A largo plazo.
- 6.3 Utilidad vs ganancia.

7. DISCRIMINACIÓN DE PRECIOS

- 7.1 Concepto de discriminación desde el punto de vista macro.
- 7.2 Grados de discriminación.
- 7.3 Discriminación de precios desde los modelos del oligopolio.
 - 7.3.1 Modelo de Cournot.
 - 7.3.2 Modelo de Edgeworth.
 - 7.3.3 Modelo de Chamberlain.
 - 7.3.4 Modelo de la curva de demanda.
- 7.4 La teoría de juegos.

III. METODOLOGÍA DE TRABAJO

- Aplicación de dinámica diagnóstica.
- Creación de cuadros sinópticos y mentales.
- Tareas.
- Ejercicios prácticos.
- Lecturas.

IV. CRITERIOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Criterios:

- Participación.
- Trabajos en sesión presencial.
- Tareas.

Instrumentos:

- Lista de cotejo de las actividades de entregables.
- Exámenes parciales y final.

V. RECURSOS DIDÁCTICOS

- Material impreso (material de estudio obligatorio).
- Material complementario (lecturas y textos especializados).
- Recursos tecnológicos (uso de internet, correo electrónico, etc.).
- Recursos del aula (pizarrón, plumones, cañón y laptop).

ACTIVIDAD AUTODIAGNÓSTICA

Instrucciones: a continuación se te presenta una lista de términos propios de la microeconomía. De cada uno se pregunta su definición y cómo se aplica a la administración. En las columnas anota un número según el siguiente código.

1. No lo sé.
2. Me resulta vagamente familiar.
3. Lo sé bien.
4. Lo sé muy bien.
5. Lo podría explicar a otra persona.

| Términos | ¿Conozco su definición? | ¿Cómo se aplica a la administración? |
|---------------------------|--------------------------------|---|
| Precio | | |
| Oferta | | |
| Demanda | | |
| Competencia | | |
| Utilidad | | |
| Mercado | | |
| Ganancia | | |
| Discriminación de precios | | |
| Ingreso | | |

| Términos | ¿Conozco su definición? | ¿Cómo se aplica a la administración? |
|-----------------|--------------------------------|---|
| Monopolio | | |
| PUNTAJE | | |

Una vez que hayas anotado los números, súmalos para obtener el puntaje total. A medida que tu puntaje sea más alto (80 es el número máximo por columna), mayor será tu conocimiento sobre microeconomía. En caso contrario, no te preocupes, al concluir este curso aumentarán tus conocimientos.

DESARROLLO DE CONTENIDOS

TEMA 1. INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DE LA MICROECONOMÍA

1.1 Objetivos y conceptos básicos

El objetivo de la teoría microeconómica es estudiar el comportamiento de los agentes económicos individuales, a saber consumidor, propietario de los recursos y la empresa.

A continuación se enunciarán algunos conceptos importantes para el estudio de la microeconomía:

Para iniciar es preciso definir a la economía como la ciencia que estudia de qué manera los recursos escasos son empleados para la satisfacción de las necesidades de los hombres en sociedad; por una parte, está interesada en las operaciones esenciales de la producción, distribución y consumo de los bienes, y por la otra, en las instituciones y actividades cuyo objeto es facilitar estas operaciones (Schettino, 2002:3).

Posteriormente hay que definir las dos grandes ramas de la economía como son la microeconomía y la macroeconomía de la siguiente forma. La microeconomía se enfoca en el estudio de los agentes económicos: consumidores y productores. A ésta le interesa, por ejemplo, por qué un individuo decide comprar un automóvil mientras que otro decide comprar vacas, etc. Por su parte la macroeconomía estudia los fenómenos económicos desde un punto de vista agregado: inflación desempleo, etc. (*Ibíd.*, 8).

1.2 Mercado, demanda y oferta

Suele existir el entendimiento deficiente de que el mercado es un lugar donde se compran y venden bienes, sin embargo, se puede decir que un mercado no es, necesariamente, un lugar sino un mecanismo por medio del cual se llevan a cabo los intercambios de bienes y servicios. Por tanto los compradores y vendedores tanto pueden coincidir en un espacio físico para llevar a cabo un intercambio como puede que nunca se vean.

Para que funcione el mecanismo “mercado” es, entonces, necesaria la existencia de instituciones que garanticen ese funcionamiento mediante reglas que

todos los participantes estén dispuestos a respetar. Regularmente la institución que se encarga de dicho funcionamiento es el gobierno y regula todos los mercados existentes; tanto de bienes como de servicios y ya sean espacios físicos o virtuales.

1.3 Movimientos en precio y cantidad

En el actuar de la economía, los precios cambian regularmente, lo que provoca cambios en las cantidades ya sea ofrecidas o demandadas. Los movimientos afectan tanto a consumidores como a productores, pues sus decisiones económicas se basan en gran medida en los niveles de precios de los bienes y servicios que compren, en el caso del consumidor, o del precio de los bienes que venda el productor y del precio de los insumos que se utilicen en el proceso productivo. Por tanto, se puede afirmar que la oferta y la demanda dependen de los precios. Estos efectos se verán más adelante cuando se analice específicamente la demanda y la oferta.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Una vez efectuada la lectura del tema 1, realiza las siguientes actividades en tu cuaderno:

- Define brevemente el concepto de economía y de sus ramas, la macroeconomía y la microeconomía.
- Plantea un ejemplo de mercado y expresa las principales reglas que se deberían cumplir para que éste funcione.

- Explica qué importancia tiene el movimiento de los precios para el consumidor y productor respectivamente.

AUTOEVALUACIÓN

Instrucciones: subraya la opción que señale la respuesta correcta.

1. Es la rama de la economía que se encarga del estudio del comportamiento de los agentes de manera individual:

a) Macroeconomía. b) Microeconomía. c) Economía política. d) Política económica.

2. Es la rama de la economía que se encarga del estudio de la economía de forma agregada:

a) Macroeconomía. b) Microeconomía. c) Economía política. d) Política económica.

3. Es el mecanismo que permite que se lleven a cabo los intercambios:

a) El Estado. b) Instituciones. c) El mercado. d) Los precios.

4. Las decisiones de los agentes representativos, consumidor y productor dependen de:

a) El mercado. b) Los precios. c) La demanda. d) La oferta.

5. La oferta y la demanda fundamentalmente dependen de:

- a) El gobierno. b) El mercado. c) Los precios. d) Las instituciones.

Revisa la sección de “Materiales de consulta” para este tema con el objetivo de profundizar tus conocimientos.

TEMA 2. TEORÍA DE LA DEMANDA

2.1 Concepto de demanda

En términos microeconómicos se puede definir a la demanda como la cantidad de un bien o servicio que el consumidor está dispuesto a comprar a un precio determinado (Schettino, 2002, 26). La demanda de un bien es una función que depende del precio de dicho bien, del ingreso del individuo, de los precios de otros bienes y de los gustos y preferencias del consumidor (Salvatore, 1992, 18).

2.2 Ley de la demanda

La ley de la demanda viene dada por la relación existente entre el precio y la cantidad demandada de un bien. En este caso existe una relación inversa o negativa, lo que implica que ambas variables se mueven en sentido contrario, es

decir, si el precio aumenta, la cantidad demandada disminuye; y si el precio disminuye, la cantidad demandada aumenta. Se deben poner algunos supuestos para poder afirmar que lo anterior se cumple siempre. Esos supuestos son los siguientes:

- El ingreso del individuo no cambia.
- El precio de los otros bienes no cambia.
- Las preferencias no cambian.

Lo anterior es una alusión al supuesto de *ceteris paribus*, que implica observar el impacto del movimiento de una variable sobre otra manteniendo todo lo demás constante.

2.3 Factores que afectan la demanda

Como se ha dicho antes, la demanda de un bien es una función de su propio precio, del ingreso del individuo, de las preferencias de éste y de los precios de otros bienes. Estas variables de las que depende la demanda son los factores que la afectan. En seguida se verá cómo es que esto sucede.

El ingreso

Esta variable guarda una relación directa con la demanda cuando se trata de bienes normales y bienes de lujo. Es decir, si se incrementa el ingreso la demanda del bien en cuestión se incrementará, y si el ingreso se reduce, la demanda del bien se reducirá, *ceteris paribus*.

Las preferencias

Éstas regularmente se modifican por cambios en el comportamiento del individuo o porque existen ciertas temporadas. Por ejemplo: temporadas por moda o temporadas por cambios en el clima. También pueden cambiar debido a una modificación en el entorno que permita a los individuos prescindir de un bien o que los haga necesitar otro.

La relación entre los bienes

Esta puede modificar la demanda de acuerdo con lo que sucede con los precios o escases de otros bienes, por ejemplo: depende de si los bienes en cuestión son sustitutos, complementarios o no guardan relación alguna con el bien del que se analiza su demanda.

Si la relación del bien analizado con otros bienes es de sustitución o complementariedad, la variación en los precios de otros bienes modificará la demanda de ese bien. Por ejemplo, si son bienes sustitutos, si el precio del bien sustituto baja, la demanda del bien bajará sustituyéndolo por el bien del que ha bajado el precio. Si existe una relación de complementariedad, si sube el precio del bien complementario, disminuirá la demanda del bien en cuestión. Si no tienen ninguna relación, y se modifica el precio del otro bien esto no provocará ningún movimiento sobre la demanda del bien en cuestión.

2.4 Movimientos en la demanda

Los movimientos en la demanda debidos movimientos en el precio también son conocidos como la derivación de la curva de demanda. Se representará mediante una curva de oferta los movimientos de la demanda que dependen de las variaciones en el precio, es decir, se mostrará gráficamente una función de demanda que depende del precio.

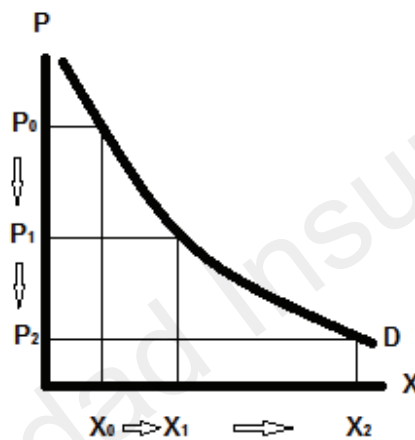


Figura 1. Elaboración propia con base (Nicholson, 1997, figura 5.7, pág. 95).

En esta gráfica se muestra que si el precio de un bien es muy elevado su demanda será pequeña, lo que se representa con el punto (P_0, X_0) , y se muestra que si el precio baja, la demanda será mayor como se puede ver en los puntos (P_1, X_1) y (P_2, X_2) en que cada vez el precio es menor y la cantidad mayor.

Las características fundamentales de la curva de demanda son las siguientes:

- Tiene pendiente negativa.
- Guarda una relación inversa entre precio y cantidad, es decir, se mueven en sentidos distintos, si el precio baja la demanda sube y viceversa.

2.6 Relaciones cruzadas de la demanda

En general se puede afirmar que existen, principalmente, dos tipos de relaciones entre los bienes, dependiendo de si entre ellos son sustitutos o complementarios. Con esto se puede decir que las variaciones en la demanda de un bien no son dependientes, únicamente, de su precio sino también del precio de otros bienes, según el tipo de relación que se guarde con estos. Para hacer un análisis sencillo, se abordará este problema desde el caso de dos bienes.

Los bienes sustitutos

Los bienes sustitutos son aquellos que pueden suplir o sustituir a otro. En el caso de este tipo de bienes podríamos incluir, por ejemplo, al té y al café, que podrían considerarse sustitutos al igual que la mantequilla y la margarina. El efecto que tiene la variación en el precio de alguno de los bienes de la pareja que se esté analizando se da desde dos perspectivas:

1. El incremento en el precio de un bien (mantequilla) provoca que su demanda se reduzca.
2. Por otro lado, la demanda del bien que podría sustituirlo (margarina), se incrementará, teniendo en cuenta el supuesto *ceteris paribus*. Es decir, considerando que lo único que varió fue el precio de la mantequilla.

Cabe mencionar que si el movimiento del precio de la mantequilla es al contrario, es decir, si el precio baja, entonces el análisis es contrario, es decir, la demanda de la mantequilla se incrementaría y la de la margarina disminuiría.

Los bienes complementarios

Este tipo de bienes son aquellos que siempre van juntos, por ejemplo café y azúcar. Es el análisis más común, aparte de bastante útil. En este caso la variación en el precio de alguno de los bienes provocará una variación en la demanda de ambos bienes en el mismo sentido, es decir:

1. Si el precio del café disminuye, se incrementará su propia demanda.
2. Al no modificarse las preferencias del individuo e incrementar el consumo de café, tendrá que presentarse un incremento en la demanda de azúcar puesto que ambos bienes se complementan el uno al otro, es decir, no tiene sentido incrementar el consumo de café si no lo acompaña con azúcar.

2.7 El excedente del consumidor

El excedente del consumidor es una construcción teórica mediante la que se intenta medir cuánto gana el consumidor en términos monetarios cuando baja el precio de un bien o cuánto pierde cuando sube su precio. Este excedente muestra las ganancias o pérdidas de bienestar tomando en cuenta la información que arroja la curva de demanda del mercado de un bien X.

En la siguiente figura se muestra de manera gráfica la pérdida de bienestar que un individuo tendría si incrementara el precio de un bien X.

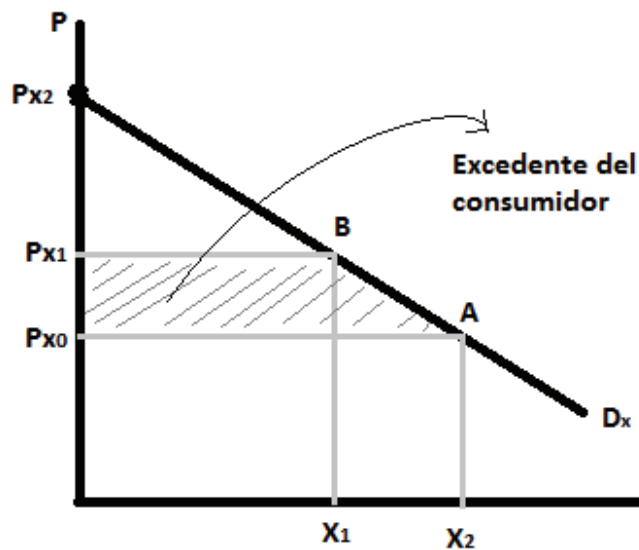


Figura 2. Elaboración propia con base (Nicholson, 1997, figura 5.11, pág. 104).

Se puede observar en la gráfica que si el precio se modifica de P_{x0} a P_{x1} , la demanda del bien se reduce de X_0 a X_1 y el área sombreada representa el bienestar que el individuo pierde por ese incremento del precio del bien X . Si el análisis fuese de una reducción de los precios y se pasara del precio P_{x1} al P_{x0} , esa misma zona sombreada representaría la ganancia de bienestar del consumidor provocada por esa reducción en el precio y su consecuente incremento en la demanda del bien X .

2.8 Elasticidad de la curva de demanda

La elasticidad precio de la demanda mide el cambio porcentual de la demanda provocada por un cambio en el precio de un bien. Ésta se calcula de la siguiente forma:

$$\eta = \frac{\frac{\Delta X}{X}}{\frac{\Delta P_X}{P_X}} = \frac{\Delta X}{\Delta P_X} * \frac{P_X}{X}$$

Donde:

X= La cantidad del bien X en cuestión.

ΔX = El cambio en la cantidad demandada del bien X.

P_X = El precio del bien X.

ΔP_X = El cambio en el precio del bien X.

Para evitar tener valores negativos se agrega un signo negativo a la expresión para terminar de la siguiente forma:

$$\eta = -\Delta X \frac{\frac{P_X}{X}}{\frac{\Delta P_X}{P_X}} = -\frac{\Delta X}{\Delta P_X} * \frac{P_X}{X}$$

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Una vez efectuada la lectura del tema 2, realiza las siguientes actividades en tu cuaderno:

1. Realiza la derivación gráfica de la curva de demanda.
2. Enuncia cuales son los principales factores que afectan a la demanda.
3. Realiza una lista de pares de bienes complementarios y sustitutos.
4. Realiza una tabla con precios y cantidades demandadas para calcular las elasticidades precio de la demanda.
5. Realiza una tabla con precios y cantidades demandadas para calcular las elasticidades cruzadas de bienes complementarios.

AUTOEVALUACIÓN

Instrucciones: de la segunda columna selecciona marcando con una “X” dentro del paréntesis la palabra **FALSO (F)** o **VERDADERO (V)**, según corresponda al enunciado.

| | |
|--|-------------------|
| 1. La demanda es la cantidad de bienes y servicios que el individuo compra con un ingreso determinado. | V () F () |
| 2. Los bienes complementarios son aquellos que pueden suplir a otros para su consumo. | V () F () |
| 3. Mientras más alto sea el precio de un bien, más elevada será su demanda. | V () F () |
| 4. Para llevar a cabo el análisis sobre la curva de demanda es necesario evitar el supuesto <i>ceteris paribus</i> . | V () F () |
| 5. La elasticidad precio de la demanda muestra el cambio porcentual del precio de un bien cuando cambia su demanda. | V () F () |

Revisa la sección de “Materiales de consulta” para este tema con el objetivo de profundizar tus conocimientos.

TEMA 3. TEORÍA DE LA OFERTA

3.1 Concepto de oferta

En términos microeconómicos se puede definir a la oferta como la cantidad de un bien o servicio que el productor está dispuesto a vender a un precio determinado (Schettino, 2002, 27).

3.2 Ley de la oferta

La ley de la oferta viene dada por la relación existente entre el precio de un bien y la cantidad que el empresario está dispuesto a ofrecer a cada precio. Ésta guarda una relación directa con el nivel de precios, es decir, ambos se mueven en el mismo sentido: si el precio sube, la oferta sube, es decir, a mayor precio la empresa está dispuesta a ofrecer una cantidad mayor, lo que implica que a menor precio menor será la cantidad que la empresa está dispuesta a ofrecer.

3.3 Factores que afectan la oferta

La oferta se puede ver afectada, fundamentalmente por tres factores, a saber, los factores de producción, la tecnología y algunos factores externos como el papel del

gobierno. (Ibíd.: 40) A continuación se hará un análisis de cómo cada uno de estos factores afectan a la oferta.

- Los factores de producción

Se considerarán al trabajo y al capital como los factores de la producción, es decir, los insumos de producción. Se puede afectar a la oferta debido a un movimiento de los precios, por ejemplo, si los precios de los insumos productivos se incrementara, la oferta se vería afectada de manera negativa; o por el contrario, si los precios de los factores productivos se redujeran manteniendo los precios del bien producido constante, alentaría a la empresa a ofrecer una cantidad mayor. Esto tiene que ver con la relación de costos de producción.

- La tecnología

El factor tecnológico es muy importante puesto que éste determina la técnica de la producción y por tanto la productividad de los factores productivos. Por lo tanto los cambios tecnológicos afectan de manera directa a la producción y por tanto la oferta. Por ejemplo, si se da un avance tecnológico que pueda utilizarse en la producción esto podría provocar que la producción incremente y que con esto la oferta crezca. Un movimiento de este tipo desplazará la curva de oferta hacia la derecha, lo que se verá más adelante.

- Factores externos

El gobierno puede afectar la oferta mediante regulaciones o desregulaciones, según sea el caso. También puede afectar de manera positiva mediante el desarrollo de infraestructura. También puede afectar a la oferta mediante su

intervención en los mercados o mediante la creación o desaparición de instituciones reguladoras de los mercados.

3.4 Función de oferta y su representación gráfica

Como ya se ha mencionado, la oferta es una función del precio, al igual que la demanda. Sin embargo, esta relación es directa, lo que se verá en la siguiente gráfica:

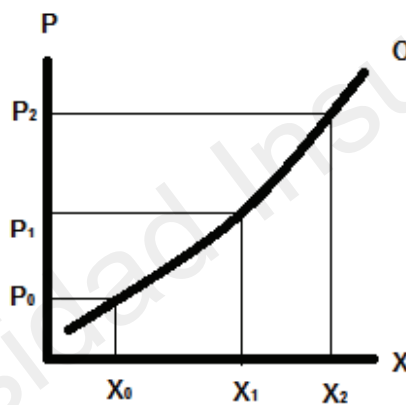


Figura 3. Elaboración propia con base (Schettino, 2002, figura 8.5, p. 96).

En la gráfica anterior se ve cómo mientras el precio del bien aumenta, la cantidad ofrecida de éste también aumenta. Por lo tanto podemos decir que la curva de oferta tiene las siguientes dos características específicas:

- Tiene pendiente positiva.
- Muestra una relación directa o positiva entre precio y cantidad.

3.5 La oferta individual y de mercado

La oferta individual de un artículo es aquella que un productor individual está dispuesto a ofrecer dependiendo de los costos de producción y del precio del bien en cuestión, mientras que la oferta de mercado está formada por la suma de las ofertas de todas las empresas individuales, lo que gráficamente se ve de la siguiente forma.

Suponiendo que solo existen dos empresas en el mercado de un bien, la oferta de mercado está conformada por la suma de las dos ofertas individuales de cada una de ellas. De manera gráfica esto se puede representar de la siguiente forma:

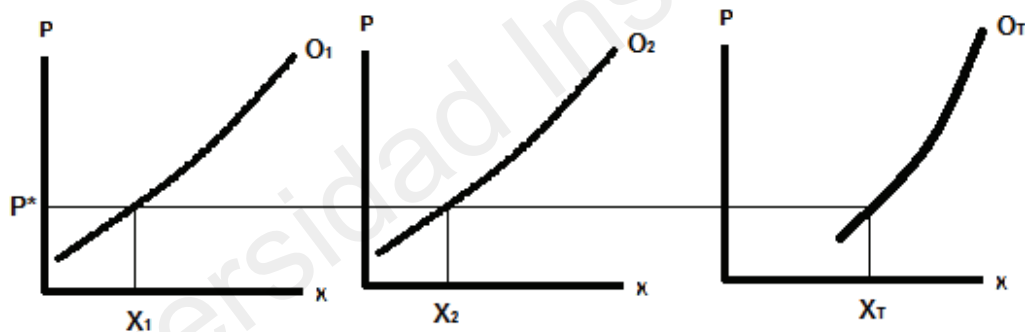


Figura 4. Elaboración propia con base (Nicholson, 1997, figura 7.1, pág. 127).

De la gráfica anterior P^* representa el precio de mercado del bien, X , X_1 y X_2 representan las cantidades ofrecida por cada una de las dos empresas existentes y X_T representa la oferta de mercado que es la suma de las ofertas individuales.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Una vez efectuada la lectura del tema 3, realiza las siguientes actividades en tu cuaderno:

1. Identifica, enuncia y explica cuáles son los factores que afectan la oferta de un bien.
2. Realiza la representación gráfica de una curva de oferta, enuncia sus características y explica por qué.
3. Relaciona la ley de la oferta con la gráfica de la oferta.
4. Explica a qué se llama oferta individual y oferta de mercado de un bien
5. Realiza una representación gráfica de la oferta de mercado de un bien.

AUTOEVALUACIÓN

Instrucciones: de la segunda columna selecciona marcando con una "X" dentro del paréntesis la palabra **FALSO (F)** o **VERDADERO (V)**, según corresponda al enunciado.

| | |
|--|-------------------|
| 1. La oferta es la cantidad de bienes la empresa está dispuesta a vender a un precio determinado. | V () F () |
| 2. Uno de los principales factores externos que afectan a la oferta es la intervención del gobierno. | V () F () |
| 3. La intervención del gobierno siempre afecta de manera negativa la oferta de un bien. | V () F () |
| 4. La oferta de mercado de un bien es igual a la suma de sus demandas individuales. | V () F () |

| | |
|---|----------------------|
| 5. La curva de oferta tiene pendiente negativa en todos sus puntos. | V () F () |
|---|----------------------|

Revisa la sección de “Materiales de consulta” para este tema con el objetivo de profundizar tus conocimientos.

TEMA 4. EQUILIBRIO ENTRE LA OFERTA Y LA DEMANDA

4.1 Definición de equilibrio de mercado

Dominick Salvatore (1992, 23) da la siguiente definición de equilibrio:

El equilibrio es una condición del mercado, que una vez alcanzada, tiende a persistir. En la economía esto ocurre cuando la cantidad de n artículo que se demanda en el mercado por unidad de tiempo, es igual a la cantidad que se ofrece en el mismo periodo. Geométricamente, el equilibrio ocurre en la intersección de la curva de la demanda del mercado del artículo con la curva de oferta del mercado.

Una vez alcanzado el equilibrio se conocen entonces el precio y la cantidad de equilibrio. Ya antes se ha dicho que la oferta es la cantidad que la empresa está dispuesta a ofrecer a un precio determinado y que la demanda es la cantidad que un individuo está dispuesto a comprar a un precio determinado. A nivel de mercado se puede decir que la oferta de mercado es la cantidad que todas las empresas están dispuestas a vender a un precio de terminado y que la demanda de

mercado es la cantidad que todos los consumidores están dispuestos a comprar a un precio determinado.

Gráficamente el equilibrio de mercado se puede expresar de la siguiente forma:

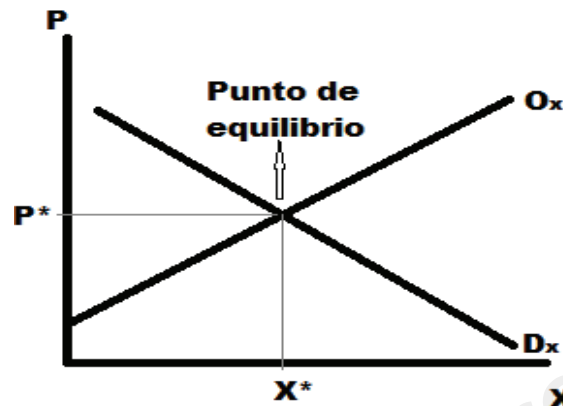


Figura 5. Elaboración propia con base en Salvatore (1992, 23, figura 2-6).

4.2 Tipos de equilibrio

Una vez que se sabe lo que es el equilibrio y lo que implica, es necesario decir que existen dos tipos de equilibrio:

1. El primero es un equilibrio estable, es decir, es un equilibrio que una vez alcanzado, si por algún motivo se sale de él, actuarán las fuerzas del mercado de tal modo que se vuelva al punto inicial, y esto se ilustra de la siguiente manera:

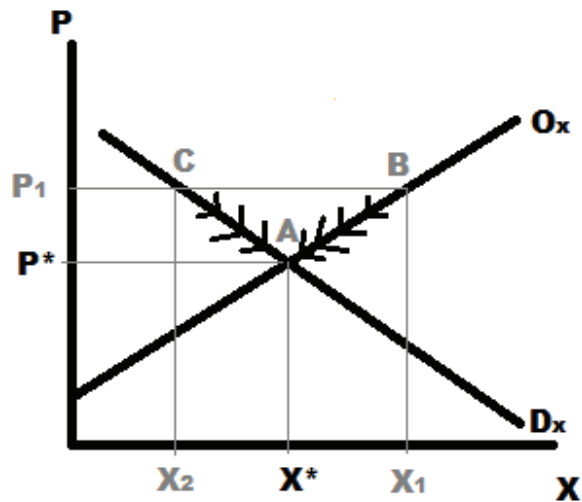


Figura 6. Elaboración propia con base en Salvatore (1992, 23, figura 2-6).

En la figura 6 se puede mostrar que si el precio de equilibrio cambia de P^* a P_1 , la cantidad que las empresas están dispuestas a ofrecer es mayor, hasta llegar al punto B a una cantidad X_1 . Sin embargo, los consumidores están dispuestos a comprar una cantidad menor X_2 , que se da en el punto C. En este caso las cantidades ofrecidas y demandadas están lejos del equilibrio pero las fuerzas del mercado provocan que se regrese al punto de equilibrio.

2. El segundo tipo de equilibrio posible considerado por la teoría microeconómica es el equilibrio inestable. En este el mercado casi se encuentra una situación de equilibrio y si se sale de él, las fuerzas del mercado provocarán que el mercado se aleje más del punto de equilibrio, lo cual se muestra en la siguiente gráfica:

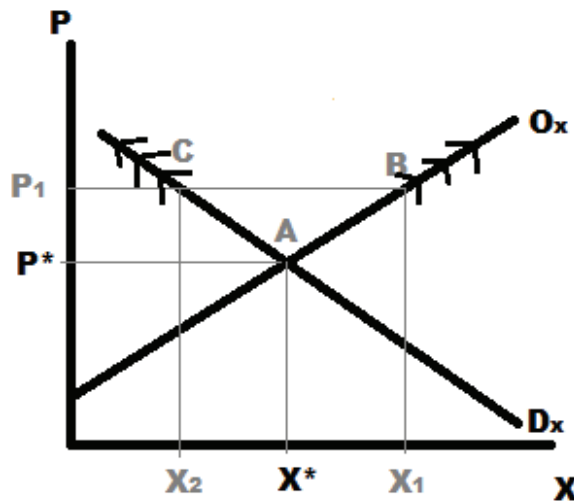


Figura 7. Elaboración propia con base en Salvatore (1992, 23, figura 2-6).

En esta gráfica se muestra que si el precio pasa de ser P^* a P_1 se sale del equilibrio como en el caso anterior, sin embargo las fuerzas del mercado actúan en sentido opuesto y no se regresa al punto A , por lo tanto se afirma que éste es un equilibrio inestable.

Es importante señalar que en microeconomía es importante demostrar que el equilibrio existe, que es único y estable.

4.3 Equilibrio del consumidor

Se dice que el consumidor está en equilibrio si logra alcanzar el nivel máximo de satisfacción con un ingreso determinado. Es decir, el consumidor tiene un ingreso que le permite comprar cierta combinación de bienes y con ello obtener algún nivel de utilidad. El consumidor no puede comprar una canasta de bienes que supere a

sus ingresos puesto que en este momento no existe el crédito dentro de la teoría microeconómica, entonces para que el consumidor se encuentre en equilibrio se tiene que cumplir la siguiente condición:

Suponiendo que solo existen dos bienes (X,Y)

$$\text{Max } U(X,Y)$$

$$\text{s. a } P_x X + P_y Y \leq I$$

- Donde $X \geq 0$; $Y \geq 0$, es decir que el individuo puede decidir no demandar nada de uno de los dos bienes pero no de ambos.
- $P_x > 0$; $P_y > 0$, lo que implica que los precios de los bienes son positivos, es decir que no se regalan.

Lo que quiere decir que el consumidor debe maximizar su utilidad (nivel de satisfacción) que depende de la cantidad consumida del bien X y del bien Y, esto sin rebasar su ingresos donde el primer término de la restricción (s.a) implica lo que el individuo gasta en comprar cierta cantidad del bien X al precio (P_x) y el segundo término implica lo que el individuo gasta en comprar cierta cantidad del bien Y al precio (P_y).

La restricción del presupuesto del individuo que le impone su ingreso se puede representar de la siguiente manera:

- Suponiendo que $P_x = P_y = 1$ y que el ingreso del consumidor es igual a 12:

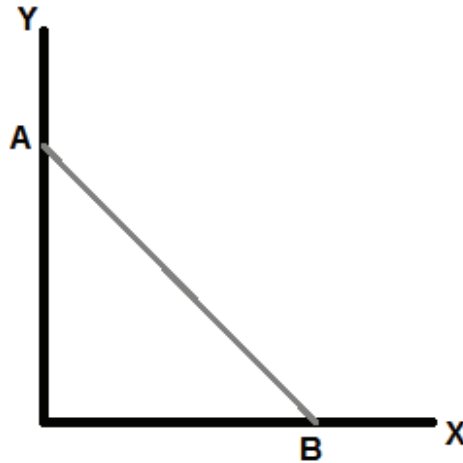


Figura 8. Elaboración propia con base en Salvatore (1992, Figura 4-4).

Donde el punto A representa una situación en la que el consumidor decide gastar todo su ingreso en comprar el bien Y, mientras que el punto B representa el punto en el que el consumidor decide gastar todo su ingreso en comprar el bien X. Todos los puntos que unen la recta AB representan todas las posibles combinaciones de bienes (X,Y) que se pueden comprar con un ingreso I dado. El área debajo de esta recta de presupuesto representa posibles combinaciones de bienes, pero con las que no se agota el presupuesto y que por lo tanto estarán en una curva de indiferencia que no maximice la utilidad. Los puntos que están por encima de la recta de presupuesto representan combinaciones de bienes (X,Y) a las que el individuo no puede acceder con el ingreso con el que éste cuenta y que además representan niveles de utilidad inalcanzables por el individuo con un ingreso I dado.

El equilibrio del consumidor se alcanza en el punto en que el consumidor alcanza la máxima curva de indiferencia y que además la recta de presupuesto es tangente a esta curva, es decir, se tocan solo en **un punto** y después se alejan. Gráficamente esto se representa de la siguiente forma:

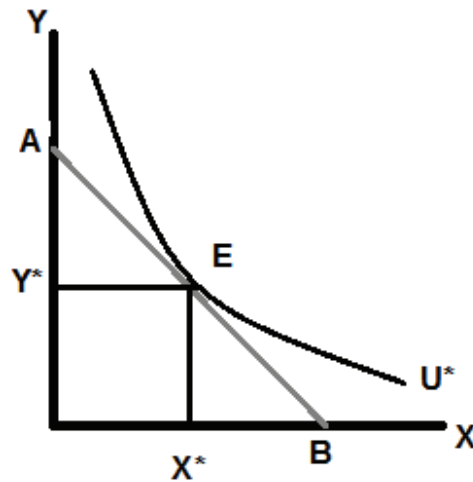


Figura 9. Elaboración propia con base en Salvatore (1992, figura 4-5).

Donde el punto E representa el equilibrio del consumidor, donde se alcanza la máxima curva de indiferencia que reporta el máximo nivel de satisfacción U^* y se alcanza una combinación óptima de bienes (X^*, Y^*) .

4.4 Curvas de indiferencia

Las curvas de indiferencia son una herramienta útil que, posteriormente a entender que la utilidad es algo subjetivo y que se debe aceptar que su medición es algo que se debe suponer como aceptable, muestra todas las posibles combinaciones de bienes que representan el mismo nivel de utilidad (satisfacción). Por simplificación teórica y práctica se dice que la utilidad depende únicamente de dos bienes, lo que facilita el entendimiento algebraico y gráfico. Entonces se dirá que una curva de utilidad representa todas las posibles combinaciones de las cantidades de bienes (X,Y) con las que se alcanza el mismo nivel de utilidad U .

Una curva de indiferencia se representa gráficamente de la siguiente forma:

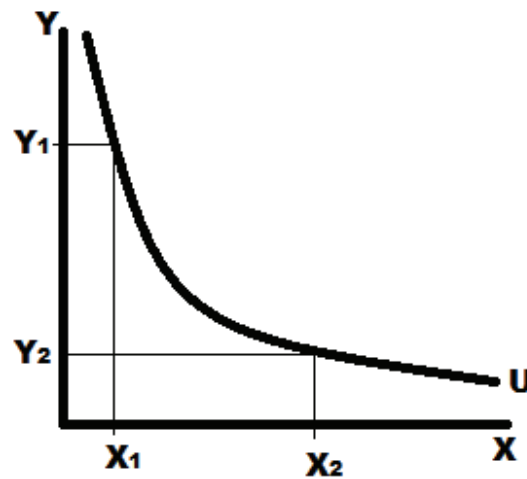


Figura 10. Elaboración propia con base en Nicholson (1997, 53, figura 3.2)

Dentro del plano que se muestra arriba existen una infinidad de curvas de indiferencia que representan un nivel distinto de utilidad, y es necesario mencionar que mientras más alejada esté la curva de indiferencia muestra un nivel más elevado de utilidad y viceversa. Lo anterior se representa gráficamente de la siguiente forma:

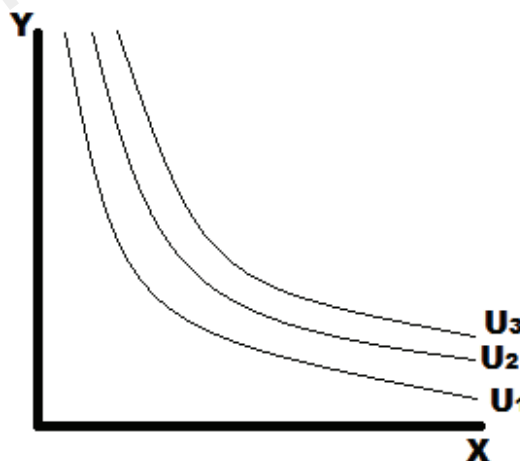


Figura 11. Elaboración propia con base en Nicholson (1997, 54, figura 3.3).

4.5 Curvas de ingreso y consumo

La curva ingreso-consumo muestra la trayectoria que tendría el consumo de una persona si maximiza su utilidad en cada nivel de ingreso y si se mantienen los precios de los bienes que componen la canasta de consumo del consumidor. Gráficamente este análisis se ve de la siguiente manera:

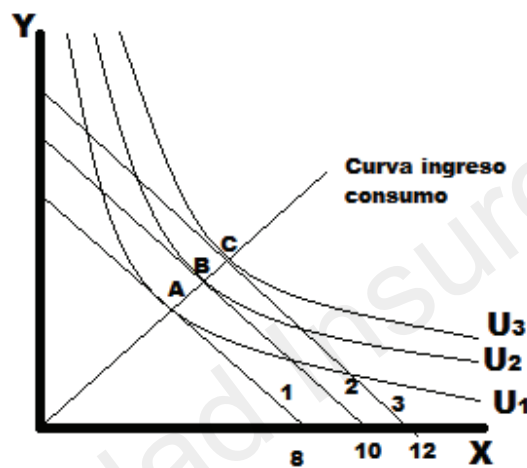


Figura 12. Elaboración propia con base en Salvatore (1992, 83, figura 4-6).

Donde las rectas 1, 2 y 3 representan distintos niveles de ingreso (8, 10 y 12 respectivamente), es decir, representan la restricción presupuestal del consumidor; y las curvas U1, U2 y U3 representan los distintos niveles de utilidad que se pueden alcanzar con esos niveles de ingreso; mientras que los puntos A, B y C representan la combinación óptima para cada nivel de ingreso. Es decir, representan la combinación de bienes (X,Y) que maximizan la utilidad para cada nivel de ingreso.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Una vez efectuada la lectura del tema 4, realiza las siguientes actividades en tu cuaderno:

1. Realiza una definición de equilibrio tomando en cuenta los elementos explicados en el material.
2. Grafica el punto de equilibrio de un mercado y explica qué sucede cuando éste es estable.
3. Grafica el punto de equilibrio de un mercado y explica qué sucede cuando éste es inestable.
4. Realiza un mapa de curvas de indiferencia y explique qué implica que una curva de indiferencia esté más alejada del origen que otra.
5. Grafica y explica las curvas de ingreso consumo.

AUTOEVALUACIÓN

Instrucciones: de la segunda columna selecciona marcando con una "X" dentro del paréntesis la palabra **FALSO (F)** o **VERDADERO (V)**, según corresponda al enunciado.

| | |
|--|-------------------|
| 1. En equilibrio la curva de oferta es igual a la curva de la demanda. | V () F () |
| 2. En un equilibrio estable, las fuerzas de mercado no interactúan pues es estable. | V () F () |
| 3. En un equilibrio inestable, las fuerzas de mercado interactúan para regresar al equilibrio. | V () F () |

| | |
|--|-------------------|
| 4. Una curva de indiferencia representa un nivel determinado de utilidad para una combinación infinita de pares de bienes. | V () F () |
| 5. La curva ingreso consumo muestra la trayectoria del consumidor cuando incrementan sus ingresos y los precios. | V () F () |

Revisa la sección de “Materiales de consulta” para este tema con el objetivo de profundizar tus conocimientos.

TEMA 5. ESTRUCTURA DE MERCADO

5.1 Concepto de mercado

Se pueden encontrar diferentes definiciones de mercado en los diferentes textos que se puedan revisar, que si bien no son contradictorias, algunas se pueden considerar incorrectas. A continuación se enunciarán dos de ellas y se planteará cuál debe considerarse correcta y por qué.

1. “Un mercado es el lugar conjunto de lugares donde los compradores y vendedores compran y venden bienes, servicios y recursos. Existe un mercado para cada bien, servicio y recurso que se compre o venda en la economía” (Salvatore, 1992:3).
2. El mercado no es un lugar, es el mecanismo por medio del cual se intercambian bienes en la economía. Puede ocurrir que los compradores busquen a los vendedores, que los vendedores busquen a los compradores, que ambos se encuentren en el mismo lugar o que nunca se vean. En todos

los casos, el mercado funciona en esencia de la misma manera (Schettino, 2002: 25).

De las dos definiciones anteriores se pueden tomar elementos importantes para generar un concepto que deje en claro lo que es un mercado. Entonces se puede decir que:

Un mercado es un mecanismo mediante el cual se llevan a cabo los intercambios en una economía. No es necesario que comprador y vendedor se encuentre en el mismo espacio físico, sin embargo es necesario que ambos sigan ciertas reglas que permiten que el mecanismo funcione adecuadamente. Cada mercancía (bien, servicio o recurso) tiene su propio mercado.

Para que todos los participantes de los mercados respeten las reglas necesarias para el buen funcionamiento de este mecanismo es necesario contar con instituciones que las hagan valer. Los gobiernos son la principal institución mediante la cual se logra que esto suceda.

5.2 Definición de competencia

De acuerdo al Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, en su versión en línea, <http://lema.rae.es/drae/?val=competencia> visitado el 20 de enero de 2013 la competencia es: "Situación de empresas que rivalizan en un mercado ofreciendo o demandando un mismo producto o servicio".

Por lo tanto, se puede decir que existe competencia cuando existen al menos dos agentes que rivalizan por la oferta o demanda de un bien. A continuación se presentan los dos tipos de competencia que plantea la teoría microeconómica.

5.3 Competencia perfecta

La competencia perfecta es una situación en la que existe un número tan grande de compradores y vendedores de un bien, de tal modo que ninguno de ellos, individualmente, puede influir sobre la determinación del precio de ese bien. Es decir, en una situación de competencia perfecta comprador y productor son tomadores de precio, es decir, respetan el precio que se determina en el mercado mediante las fuerzas de la oferta y la demanda.

Salvatore (1992: 241) plantea que para que un mercado sea perfectamente competitivo deben cumplirse los siguientes supuestos:

1. Todas las empresas venden productos homogéneos, es decir, un producto estándar que puede ser comprado a cualquiera de ellas.
2. Existe perfecta movilidad de los recursos entre las ramas productivas, así las empresas pueden cambiarse de sector o rama productiva en el momento que lo deseen.
3. Existe información perfecta, es decir, tanto los consumidores, propietarios de los recursos y las empresas conocen los precios y costos del presente y del futuro.

Los tres supuestos anteriores son muy fuertes, pero son teóricamente necesarios para que la competencia perfecta funcione.

4. El precio de la mercancía se determina en el punto en que las curvas de oferta y la demanda de mercado se intersecan.
5. La empresa y el consumidor son tomadores de precios y precio aceptantes, es decir, aceptan el precio que se determina en el mercado, lo único que deciden es cuanto comprar o vender según corresponda.
6. La empresa puede vender cualquier cantidad que decida al precio determinado en el mercado.

La situación de la determinación de precios para el mercado en competencia perfecta se representa gráficamente de la siguiente forma:

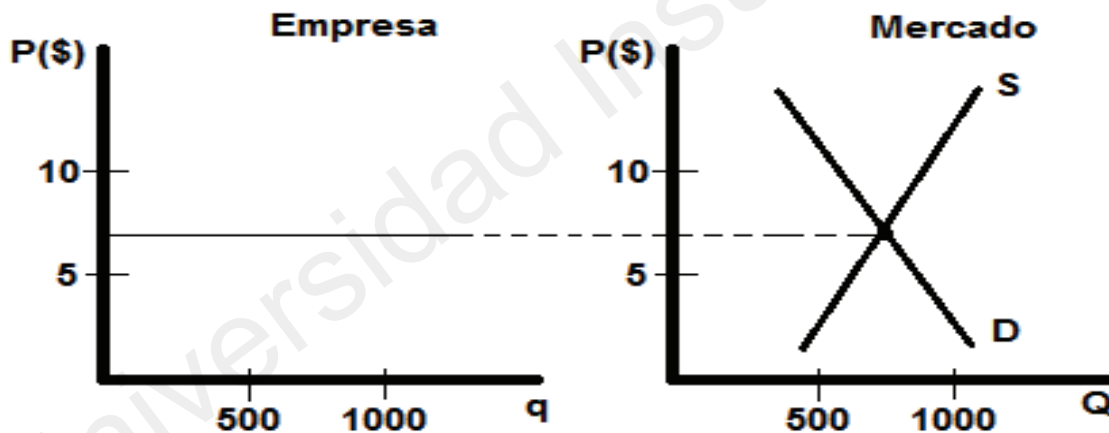


Figura 13. Con base en Salvatore (1992, 241, figura 9-1).

Se puede analizar el equilibrio de competencia perfecta del productor (empresa), de corto plazo, desde dos enfoques:

El primero es el enfoque total en el cual la empresa maximiza la ganancia en el punto en que la Ganancia Total (GT) es mayor, es decir, donde la diferencia

entre Ingreso Total (IT) y Costo Total es mayor. Lo anterior se puede observar en el siguiente cuadro:

| 1) Q | 2) P(\$) | 3) IT (\$) | 4) CT (\$) | 5) Ganancia total (\$) |
|------|----------|------------|------------|------------------------------|
| 0 | 4 | 0 | 400 | -400 |
| 100 | 4 | 400 | 1000 | -600 |
| 200 | 4 | 800 | 1300 | -500 |
| 300 | 4 | 1200 | 1500 | -300 |
| 400 | 4 | 1600 | 1600 | 0 |
| 500 | 4 | 2000 | 1700 | 300 |
| 600 | 4 | 2400 | 1850 | 550 |
| 700 | 4 | 2800 | 2100 | 700 |
| 750* | 4 | 3000 | 2265 | 735 |
| 800 | 4 | 3200 | 2500 | 700 |
| 900 | 4 | 3600 | 3600 | 0 |

Cuadro 14. Elaboración propia con base en Salvatore (1992, 243, Tabla 9.1).

Se puede observar que de acuerdo a este enfoque, el equilibrio en competencia perfecta de la empresa se alcanza cuando vende 750 unidades, al precio de mercado $P^*=4$.

El segundo enfoque es el marginal, y este tiene que ver con el ingreso y costo marginal. En este enfoque el equilibrio se alcanza cuando ingreso marginal es igual a costo marginal. El Ingreso Marginal (IMg) expresa cuál es el cambio en el Ingreso

Total provocado por vender una unidad más. El Costo Marginal (CMg) por otro lado expresa cual es el cambio en el Costo Total provocado por producir una unidad más. El equilibrio de la empresa en el corto plazo desde el enfoque marginal se puede representar en el siguiente cuadro:

| P (\$) | Q | IT (\$) | IMg (\$) | CTC (\$) | CMgC (\$) | Ganancia total (\$) |
|--------|---|---------|----------|----------|-----------|---------------------|
| 12 | 0 | 0 | ... | 10 | ... | -10 |
| 11 | 1 | 11 | 11 | 17 | 7 | -6 |
| 10 | 2 | 20 | 9 | 18 | 1 | 2 |
| 9 | 3 | 27 | 7 | 21 | 3 | 6 |
| 8 | 4 | 32 | 5 | 30 | 9 | 2 |
| 7 | 5 | 35 | 3 | 48 | 18 | -13 |

Cuadro 15. Elaboración propia con base en Salvatore (1992, 245, Tabla 9.2).

5.4 Competencia imperfecta

Existen varias formas de competencia imperfecta: la competencia monopolística, el duopolio y el oligopolio. Cada una de éstas se puede definir de la siguiente manera:

Un mercado monopolístico es aquél en el cual sólo existe una empresa que produce y vende un producto determinado, por lo tanto esta empresa puede determinar el precio de la mercancía de ese mercado.

Un mercado en el que existe duopolio, es aquel en el cual existen únicamente dos empresas que producen y venden un producto, al ser pocas empresas, al igual que en el monopolio, éstas tienen el poder de determinar los precios, ya sea por medio de un acuerdo o por medio de competencia entre ambas. La competencia dentro de un duopolio depende del poder de mercado de cada una de las empresas. Este poder puede determinar cuál de las dos empresas es la empresa líder y cuál es la seguidora.

Un mercado oligopólico es aquél en el que existen dos o más empresas, aunque son pocas, que producen y venden un producto de tal modo que pueden influir sobre la determinación de los precios. En este tipo de mercado la(s) empresa(s) con mayor poder de mercado se consideran como empresa(s) líderes, por lo tanto las demás son consideradas empresas seguidoras. Dada esta definición de oligopolio, se puede considerar el duopolio como un oligopolio.

Equilibrio en monopolio

En un mercado con monopolio, la empresa decide producir en el punto en el que el Ingreso Marginal de corto plazo es igual al Costo Marginal de corto plazo. Esto se puede observar en el siguiente cuadro:

| P (\$) | Q | IT (\$) | IMg (\$) | CTC (\$) | CMeC (\$) | CMgC (\$) | Ganancia total (\$) |
|--------|----|---------|----------|----------|-----------|-----------|---------------------|
| 12 | 0 | 0 | ... | 10 | ... | ... | -10 |
| 11 | 1 | 11 | 11 | 17 | 17 | 7 | -6 |
| 10 | 2 | 20 | 9 | 18 | 9 | 1 | 2 |
| 9 | 3* | 27 | 7 | 21 | 7 | 3 | 6 |

| P (\$) | Q | IT (\$) | IMg (\$) | CTC (\$) | CMeC (\$) | CMgC (\$) | Ganancia total (\$) |
|--------|---|---------|----------|----------|-----------|-----------|---------------------|
| 8 | 4 | 32 | 5 | 30 | 7.5 | 9 | 2 |
| 7 | 5 | 35 | 3 | 48 | 9.6 | 18 | -13 |

Cuadro 16. Elaboración propia con base en Salvatore (1992, 279, tabla 10.3).

Se puede observar en el cuadro anterior que en este caso la ganancia máxima también se maximiza. Es decir, la Ganancia Total es igual a la máxima diferencia entre el Ingreso Total y el Costo Total.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Una vez efectuada la lectura del tema 5, realiza las siguientes actividades en tu cuaderno:

1. Elabora una definición propia de mercado.
2. Enuncia los supuestos de competencia perfecta.
3. Grafica y explica el equilibrio en competencia perfecta.
4. Enuncia y define los tres tipos de competencia imperfecta.
5. Explica por qué las empresas pueden tener ganancias negativas en cierta etapa de la producción.
6. Explica la diferencia entre el equilibrio de competencia perfecta y el de monopolio en el enfoque marginal.

AUTOEVALUACIÓN

Instrucciones: de la segunda columna selecciona marcando con una “X” dentro del paréntesis la palabra **FALSO (F)** o **VERDADERO (V)**, según corresponda al enunciado.

| | |
|--|-------------------|
| 1. En un mercado es necesario que los compradores y vendedores sigan determinadas reglas para que se lleven a cabo los intercambios. | V () F () |
| 2. Para que un mercado funcione es necesario que compradores y vendedores se reúnan en un lugar específico. | V () F () |
| 3. El monopolio es la forma más clara de competencia perfecta. | V () F () |
| 4. El duopolio es una forma de oligopolio. | V () F () |
| 5. En competencia imperfecta, tanto empresas como consumidores son precio aceptante. | V () F () |

Revisa la sección de “Materiales de consulta” para este tema, con el objetivo de profundizar tus conocimientos.

TEMA 6. ASIGNACIÓN DE PRECIOS

6.1 Definición de precios

Teóricamente se puede diferenciar entre dos tipos de precios: uno es el precio monetario y el otro es el precio relativo. Ambos se definen a continuación:

El precio monetario de un bien se puede definir como la cantidad de dinero que se da a cambio de éste, es decir, por cuántos pesos, dólares, libras, euros, etc. se intercambia un producto.

El precio relativo se puede definir como la cantidad de un bien que se da a cambio de una unidad de otro bien, es decir, el precio de un bien está en términos de otro.

6.2 Fijación de precios

El análisis de la fijación de los precios depende del periodo que se esté tratando de comprender, puesto que depende de si es que se pueda modificar con facilidad o no la oferta en el periodo que se analice.

6.2.1 A corto plazo

El corto plazo se puede dividir en dos: el muy corto plazo y el corto plazo. En el muy corto plazo se considera que la empresa no puede responder a las variaciones en la demanda de manera inmediata, es decir, se considera que no se puede variar la utilización de los factores productivos instantáneamente. Por lo tanto en este caso se considera que la oferta es fija y si la demanda cambia, la curva de demanda será la que se desplace y por tanto provocará que los precios se modifiquen, esto se ilustra en la siguiente gráfica:

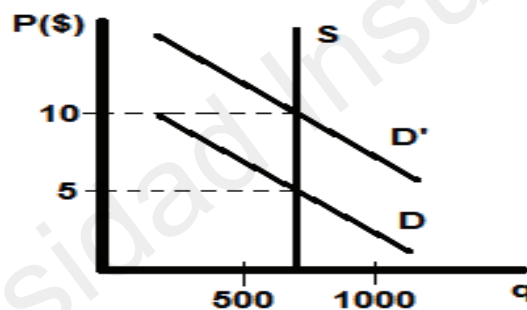


Figura 17. Elaboración propia con base en Salvatore (1992, 242, figura 9-2) y Nicholson (1997, 290, figura 15.1).

En el corto plazo, no se considera fija la demanda sino la cantidad de empresas que participan en una industria, y éstas pueden responder a cambios en la demanda modificando la utilización de los factores que se pueden alterar en el corto plazo. El factor que se modifica con más frecuencia es la mano de obra. Y la gráfica es como la mostrada en el subtema 3.5 de este material.

6.2.2 A largo plazo

En el largo plazo se considera que una empresa puede tener todos los factores de la producción al igual que los costos son variables, es decir, se puede adaptar sin problema alguno a la demanda mercado absorbiendo las variaciones en los costos. El precio de largo plazo es igual al Costo Marginal, que es donde se alcanza el nivel de producción óptimo. En este punto el precio del bien que se produce es exactamente igual a lo que cuesta el producir una unidad más. En este punto, el Ingreso Total es mayor o igual que el Costo Total. Pero si en este punto la empresa perfectamente competitiva obtiene ganancias, al haber libre movilidad de los factores productivos, más empresas entrarán al mercado hasta que las ganancias sean cero para todas las empresas del sector.

6.3 Utilidad vs Ganancia

La utilidad se confronta con la ganancia puesto que ambas representan a las fuerzas del mercado. Mientras la empresa busca vender la mayor cantidad de productos al precio más elevados y al menor costo de producción, el consumidor busca comprar lo máximo que puede al menor precio. Ambos están sujetos a una restricción presupuestaria, por un lado el productor sujeto al nivel de su Desembolso Total y el consumidor sujeto a la restricción que le impone su ingreso.

La confrontación entre estas dos (utilidad y ganancia) se da puesto que mientras el empresario busca el máximo precio de venta para el bien, se afecta el grado de consumo del consumidor, lo cual afecta su nivel de utilidad. Puesto que la utilidad está restringida por lo que gasta el consumidor que debe ser menor o

igual a su ingreso y depende de la cantidad que se consume de cada bien. Mientras que, cuando el consumidor busca el menor precio para maximizar su nivel de consumo y utilidad, afecta al productor que busca el mayor precio que maximiza sus ingresos y sus ganancias.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Una vez efectuada la lectura del tema 6, realiza las siguientes actividades en tu cuaderno:

1. Escribe las dos definiciones de precio, es decir, la de precio monetario y la de precio relativo.
2. Explica cómo se lleva a cabo la determinación de precios en el corto plazo.
3. Explica cómo se lleva a cabo la determinación de precio en el largo plazo.
4. Diferencia la fijación de precios en el muy corto plazo y en el corto plazo.
5. Diferencia la fijación de precios entre el muy corto plazo y el largo plazo.

AUTOEVALUACIÓN

Instrucciones: de la segunda columna selecciona marcando con una “X” dentro del paréntesis la palabra **FALSO (F)** o **VERDADERO (V)**, según corresponda al enunciado.

| | |
|---|-------------------|
| 1. La fijación de precios es totalmente independiente del periodo que se esté analizando. | V () F () |
| 2. En el muy corto plazo todos los factores son variables. | V () F () |
| 3. En el largo plazo los factores productivos son variables. | V () F () |

| | |
|--|-------------------|
| 4. En el largo plazo la oferta no es capaz de responder a los cambios en la demanda. | V () F () |
| 5. Al ser igual la utilidad a la ganancia, estas nunca se contraponen. | V () F () |

Revisa la sección de “Materiales de consulta” para este tema con el objetivo de profundizar tus conocimientos.

TEMA 7. DISCRIMINACIÓN DE PRECIOS

7.1 Concepto de discriminación desde el punto de vista macro

La discriminación de precios se puede definir como la asignación de diferentes precios, al mismo bien, por zona o por diferenciación de posibilidades de pago de los consumidores. Desde el punto de vista macro, el análisis se centra en tratar de resolver si la discriminación es un beneficio en general o si es un perjuicio. El problema al tratar de resolver esta interrogante se da puesto que el origen de la discriminación de precio es el poder de mercado de una empresa oligopólica o monopólica. La contradicción cae en que la discriminación de precios afecta a quienes pagan los mayores precios, pero beneficia a quienes pagan el precio menor. Sin embargo, el objetivo último de la empresa es incrementar sus ganancias.

7.2 Grados de discriminación

Existen tres grados de discriminación de precios: la discriminación perfecta de precios, la segunda es la segmentación de mercado y finalmente está la discriminación de tercer grado. Estos grados de discriminación se describen a continuación.

Discriminación perfecta

La discriminación perfecta describe el poder de mercado de una empresa monopólica que puede vender cualquier cantidad que un consumidor desee a un precio distinto al que le venderá a cualquier otro. Gráficamente se ilustra de la siguiente manera:

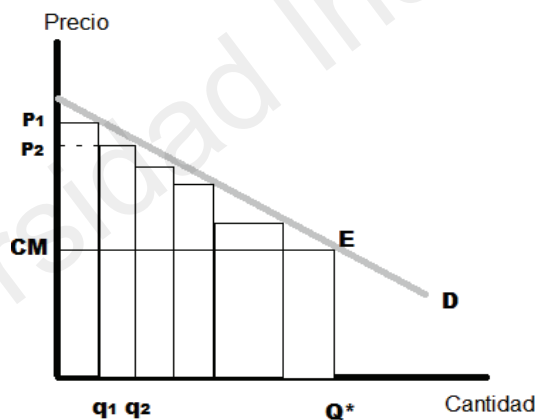


Figura 18. Elaboración propia con base en Nicholson (1997, 402, figura 20.4).

En esta gráfica p_1 representa el precio al que el productor vende, q_1 las unidades del bien al consumidor uno y así respectivamente a los demás consumidores. Q^* representa la cantidad del bien que la empresa puede producir hasta el punto en que el comprador marginal ya no esté dispuesto a pagar el costo marginal, es decir, que es el punto en que la empresa puede aprovechar su poder de

mercado. En este tipo de discriminación se plantea que la empresa cuenta con tanta información que le permite hacer esa distinción de precios entre un comprador y otro.

Separación de mercados

En este tipo de discriminación la empresa no necesita tener tanta información, y la asignación de precios se da, por ejemplo, mediante la distinción entre zonas, rural o urbana, o entre hora pico u hora valle, y así determinar su política para cada mercado. En este caso la empresa venderá en cada mercado también al punto en que el Ingreso Marginal es igual al Costo Marginal. Aunque el Ingreso Marginal para cada mercado es diferente de acuerdo a la discriminación de los precios, el Costo Marginal es el mismo puesto que es la misma empresa que enfrenta demandas distintas de los mercados que ha segmentado en grupos de personas.

Gráficamente esto se puede ilustrar de la siguiente forma:

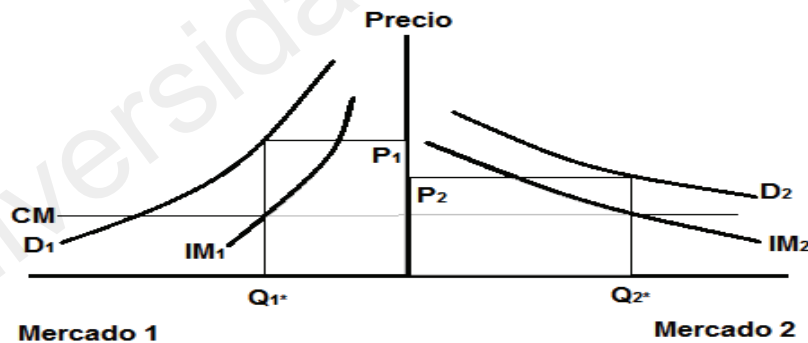


Figura 19. Elaboración propia con base en Nicholson (1997, 404, figura 20.5).

En la gráfica de 19 se puede observar que el punto de intersección entre la curva IM y CM es la que determina el precio para cada mercado y la cantidad que se venderá a ese precio de acuerdo con la demanda en cada uno de esos mercados.

Discriminación de tercer grado

En este caso la discriminación de precios es la más comúnmente usada y ésta se lleva a cabo mediante la diferenciación de precios entre grupos de personas, por ejemplo, se hace descuento a personas de la tercera edad, a estudiantes o a mujeres embarazadas al utilizar algún servicio.

7.3 Discriminación de precios desde los modelos del oligopolio

La discriminación de precios desde el oligopolio se puede dar, ya sea en el caso de que las empresas se pongan de acuerdo y formen un estilo de cartel y de esta forma se puede llevar a cabo la discriminación, justamente como en el caso del monopolio. Otro modo de llevar a cabo esta discriminación es mediante la empresa que mayor poder ejerce en la competencia monopolística, debida comúnmente a su presencia en el mercado en cuestión. Para estos casos existen los modelos que se verán a continuación.

7.3.1 Modelo de Cournot

El modelo de Cournot, es un modelo de duopolio, es decir, existen únicamente dos empresas en el mercado de algún bien. Las empresas tienen costos de producción igual a cero, esto implica que la ganancia se maximiza en el punto localizado a la mitad de la recta de demanda que enfrentan en el mercado, cuya elasticidad es igual a la unidad. Se hace un supuesto sobre el comportamiento de las empresas que establece que cada empresa intenta maximizar su Ingreso Total, y con ello sus Ganancias Totales (al ser los Costos igual a cero), asumiendo que la otra empresa

mantiene constante su producción. Lo anterior provoca que las dos empresas en el mercado al interactuar, ambas bajo el mismo supuesto, llevarán a una de ellas a vender exactamente una tercera parte del total de la demanda de mercado perfectamente competitivo, después de varios movimientos en la determinación de su producto, posterior a haber visto reaccionar a la otra empresa.

7.3.2 Modelo de Edgeworth

El modelo de Edgeworth, al igual que el de Cournot, plantea la existencia de dos empresas únicamente, que abastecen al mercado de un bien homogéneo que se produce a un costo igual a cero. Adicionalmente se encuentran los siguientes supuestos: a) las empresas enfrentan curvas de demanda rectilíneas, idénticas, para su producto; b) la capacidad de cada empresa es limitada a tal grado que una sola no puede abastecer toda la demanda del mercado y c) cada empresa supone que la otra mantiene su “precio” constante al intentar maximizar su Ingreso Total.

El último supuesto provocará movimientos al igual que en el modelo de Cournot, pero estos movimientos no serán en el nivel de producción sino en el nivel de precio entre el precio de monopolio y el precio de producción de cada empresa.

7.3.3 Modelo de Chamberlain

Este modelo también es parecido en su forma básica al modelo de Cournot. En principio también se supone que las empresas duopolistas enfrentan costos de producción igual a cero, pero se reconoce la interdependencia que ésta tiene con la

otra empresa participante en el mercado. Esto da como resultado que, sin un acuerdo entre las empresas, se fijen precios idénticos entre las dos empresas, se vendan cantidades idénticas, es decir, que se reparten el mercado equitativamente y se maximizan las ganancias de manera conjunta.

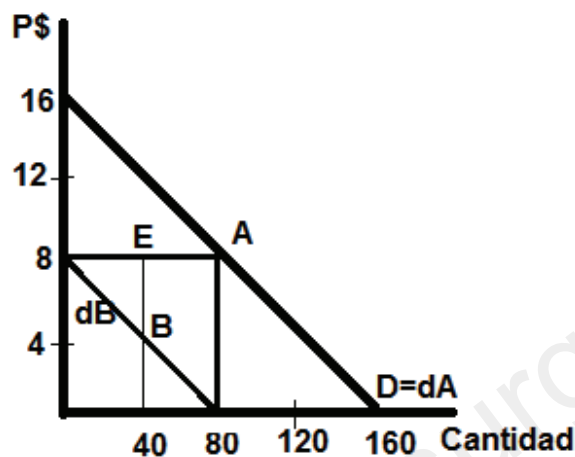


Figura 20. Elaboración propia con base en Salvatore (1992, 314, figura 11-4).

En la gráfica 20 el punto B es al que se llega en el modelo de Cournot y Edgeworth, aunque por diferentes razones en ambos modelos se llega al mismo punto debido a que no se reconoce la interdependencia que se tiene con la otra empresa participante en el mercado. En ese punto cada empresa vende exactamente la misma cantidad de 400 a un precio de \$4 y las ganancias son ($400 \cdot 4 = \1600), sin embargo, en el modelo de Chamberlin, aún cuando se vende lo mismo las ganancias son mayores al reconocer la interdependencia de la otra empresa, entonces al vender a un precio mayor, enfrentando un costo cero las ganancias son mayores ($400 \cdot 8 = \$3200$) que en los modelos anteriores.

7.3.4 Modelo de la curva de demanda

El modelo de la curva de demanda partida es un modelo que plantea que en una situación de competencia oligopólica, la modificación de los precios por parte de uno de los participantes no lo llevará ni a obtener mayores ganancias ni a tener una mayor participación en el mercado. Por lo tanto, se puede decir que este modelo representa las rigideces de los precios en un mercado oligopólico.

Si alguna empresa dentro del mercado oligopólico intentara incrementar los precios para obtener mayores ganancias, al no haber un movimiento similar por las otras empresas, ésta perderá clientes que irán con los competidores, por lo tanto no es una buena decisión. Por otro lado si la empresa decidiera bajar los precios para cubrir una mayor parte del mercado, esto tampoco funcionará puesto que ante esta decisión, las demás empresas también bajarán sus precios hasta quedar en la misma situación en cuanto a la distribución del mercado.

7.4 La teoría de juegos

La teoría de juegos es muy utilizada en los modelos de competencia imperfecta y esta plantea, básicamente, que se llega al equilibrio entre dos competidores que tienen distintas posibilidades de elegir después de que se han formulado una estrategia y cuando se han considerado las posibles reacciones de sus competidores. Regularmente cada posible estrategia de un jugador (competidor), para maximizar las ganancias en este caso, implica varias posibles estrategias del

otro jugador. La teoría de juegos regularmente plantea que se siguen las estrategias **maximin** y **minimax** que plantean lo siguiente:

Estrategia Maximin: cada jugador tratará de maximizar su ganancia mínima.

Estrategia Minimax: cada jugador tratará de minimizar la ganancia máxima del otro competidor.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Una vez efectuada la lectura del tema 7, realiza las siguientes actividades en tu cuaderno:

1. Especifica los tres grados de discriminación de precios que existen y da ejemplos de éstos.
2. Ilustra los distintos grados de discriminación que existen mediante una gráfica y explica cada punto de la gráfica.
3. Explica lo que implica el supuesto del modelo de Cournot de Costo de producción igual a cero con respecto a las ganancias.
4. Explica la diferencia entre el modelo de Cournot y de Edgeworth.
5. Compara el modelo de Chamverlin con los de Cournot y Edgeworth señalando en cuál de éstos se encuentra un equilibrio más deseable por los empresarios.
6. Explica lo que entiende sobre las estrategias maximin y minimax de la teoría de juegos.

AUTOEVALUACIÓN

Instrucciones: de la segunda columna selecciona marcando con una “X” dentro del paréntesis la palabra **FALSO (F)** o **VERDADERO (V)**, según corresponda al enunciado.

| | |
|--|----------------------|
| 1. La discriminación de precios implica que los consumidores no aceptan los precios establecidos en el mercado. | V () F () |
| 2. En la discriminación perfecta la empresa necesita muy poca información sobre los consumidores. | V () F () |
| 3. La discriminación de precios de tercer grado es la que menos se utiliza por la necesidad de mucha información y su costo. | V () F () |
| 4. En el modelo de Cournot la ganancia de la empresa es igual a su Ingreso total. | V () F () |
| 5. En el modelo de Chamberlin se obtiene un equilibrio superior gracias a la consideración de la interdependencia. | V () F () |

Revisa la sección de “Materiales de consulta” para este tema con el objetivo de profundizar tus conocimientos.

MATERIALES DE CONSULTA

TEMA 1. INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DE LA MICROECONOMÍA

Lectura 1

Schettino, Macario (2002). *Introducción a la economía para no economistas*. México: Pearson, Prentice Hall. Capítulo 1.

Abstract:

En este capítulo se pueden encontrar conceptos básicos en general de economía como ciencia y de las ramas de ésta, como lo son la macroeconomía y la microeconomía. Además de que se pueden encontrar conceptos específicos de microeconomía.

TEMA 2. TEORÍA DE LA DEMANDA

Lectura 1

Nicholson, Walter (1997). *Teoría microeconómica: Principios básicos y aplicaciones*. España: McGraw Hill. Capítulo 5.

Abstract:

En este texto se pueden encontrar explicaciones sobre los movimientos en la demanda de un bien por diversas razones, como el cambio en el ingreso y las variaciones en los precios, además de encontrar ilustraciones mediante gráficas que permiten un mejor entendimiento sobre el tema.

Lectura 2

Salvatore, Dominick (2009). *Microeconomía*. México: McGraw Hill. Capítulo 2 y 3.

Abstract:

En este texto se pueden encontrar algunas definiciones importantes para la microeconomía, entre ellas la de la demanda, además de explicaciones teóricas y representaciones gráficas sobre los cambios en la demanda y el desarrollo matemático. De igual forma encontrarás algunos ejercicios sobre lo que significa la elasticidad precio de la demanda de un bien.

Lectura 3

Schettino, Macario (2002). *Introducción a la economía para no economistas*. México: Pearson, Prentice Hall. Capítulo 2.

Abstract:

En este capítulo se podrán encontrar definiciones importantes para entender el proceso de formación de la curva de demanda y los factores que la afectan, además de que se pueden observar ejemplos de las posibles relaciones entre los bienes que impactan sobre la demanda.

TEMA 3. TEORÍA DE LA OFERTA

Lectura 1

Nicholson, Walter (1997). *Teoría microeconómica: Principios básicos y aplicaciones*. España: McGraw Hill. Capítulo 6.

Abstract:

En este Texto se encuentra una explicación sobre la demanda individual y la demanda de mercado de un bien, mediante la cual se puede hacer una representación de la oferta individual y la oferta de mercado, debido a que la construcción teórica es totalmente análoga.

Lectura 2

Salvatore, Dominick (2009). *Microeconomía*. México: McGraw Hill. Capítulo 2 y 3.

Abstract:

En este texto se pueden encontrar definiciones como la de oferta y la de elasticidad precio de la oferta. Además, se pueden encontrar algunos ejemplos numéricos y gráficos sobre los movimientos de la curva de demanda y la elasticidad precio de la oferta.

Lectura 3

Schettino, Macario (2002). *Introducción a la economía para no economistas*. México: Pearson, Prentice Hall. Capítulo 3.

Abstract:

En este capítulo se pueden encontrar conceptos como el de la oferta y la curva de oferta, además de que se pueden encontrar explicaciones sobre las tres principales variables que afectan a la producción y por lo tanto a la oferta. También se pueden encontrar explicaciones sobre los movimientos sobre la curva de oferta debido a movimientos en los precios.

TEMA 4. EQUILIBRIO ENTRE LA OFERTA Y LA DEMANDA

Lectura 1

Nicholson, Walter (1997). *Teoría microeconómica: Principios básicos y aplicaciones*. España: McGraw Hill. Capítulo 3.

Abstract:

En este material se puede encontrar un análisis sumamente completo sobre las curvas de indiferencia. Este análisis es tanto matemático como gráfico, además de que muestra las implicaciones de la forma de las curvas de indiferencia y la explicación de las diferentes curvas que podemos encontrar dentro de un plano.

Lectura 2

Salvatore, Dominick (2009). *Microeconomía*. México: McGraw Hill. Capítulo 2 y 4.

Abstract:

En este texto se puede encontrar la definición del equilibrio de mercado, además de que se pueden encontrar análisis sobre los distintos tipos de equilibrio que existen y sus implicaciones y representaciones gráficas de éstos. Además se puede encontrar un análisis detallado sobre la curva de ingreso consumo y la curva de Engel.

TEMA 5. ESTRUCTURA DE MERCADO

Lectura 1

Salvatore, Dominick (2009). *Microeconomía*. México: McGraw Hill. Capítulo 9 y 10.

Abstract:

En los capítulos señalados de este texto se pueden encontrar elementos teóricos y prácticos para lograr un excelente entendimiento sobre la determinación del equilibrio del productor, tanto en competencia perfecta como en competencia imperfecta, así como todos los elementos para poder diferenciar de manera clara ambos tipos de competencia.

Lectura 2

Schettino, Macario (2002). *Introducción a la economía para no economistas*. México: Pearson, Prentice Hall. Capítulo 1.

Abstract:

En esta parte del texto se podrán encontrar definiciones básicas para el estudio de la ciencia económica dividida en sus dos ramas y para lograr un mejor entendimiento sobre éstas. Es un capítulo fundamental puesto que es un libro dirigido a no economistas donde las definiciones que se pueden encontrar son bastante sencillas pero completas.

TEMA 6. ASIGNACIÓN DE PRECIOS

Lectura 1

Nicholson, Walter (1997). *Teoría microeconómica: Principios básicos y aplicaciones*. España: McGraw Hill. Capítulo 15.

Abstract:

En este capítulo se puede hacer una revisión fundamental para el entendimiento de la fijación de precios tanto en el corto como en el largo plazo, determinado por las curvas de oferta y de demanda y las implicaciones que existen en cada uno de los escenarios.

Lectura 2

Salvatore, Dominick (2009). *Microeconomía*. México: McGraw Hill. Capítulo 9.

Abstract:

En este capítulo se encuentra una construcción teórica y gráfica sobre la determinación de los precios en el corto y en el largo plazo que permite obtener un panorama más claro sobre dicha cuestión, tomando como referencia un marco de competencia perfecta.

TEMA 7. DISCRIMINACIÓN DE PRECIOS

Lectura 1

Nicholson, Walter (1997). *Teoría microeconómica: Principios básicos y aplicaciones*. España: McGraw Hill. Capítulo 20.

Abstract:

Este es un capítulo destinado al estudio de la competencia imperfecta en el cual se muestran algunos de los principales elementos que se toman de los principales modelos al respecto y que permiten tener un entendimiento sobre los procesos de discriminación de precios en sus distintos grados.

Lectura 2

Salvatore, Dominick (2009). *Microeconomía*. México: McGraw Hill. Capítulo 11.

Abstract:

En esta sección del texto se presentan de manera breve pero concisa los principales modelos de competencia monopolística así como sus implicaciones, similitudes y diferencias. Así mismo se presenta una introducción a la teoría de juegos para modelos monopolísticos.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Competencia perfecta. La forma de organización del mercado en la cual hay un gran número de compradores y vendedores de una mercancía, por lo que las acciones de un sólo individuo no pueden afectar el precio de la mercancía, los productos de todas las empresas en el mercado son homogéneos, existe una movilidad perfecta de los recursos y los consumidores, los propietarios de los recursos y las empresas en el mercado tienen conocimiento perfecto de los precios actuales y futuros.

Costo marginal (CMg). Es igual al cambio del Costo Total por un cambio de una unidad de producción.

Costo Total (CT). La suma de los costos fijos totales más los costos variables totales.

Curva de Engel. Indica la cantidad de un artículo que el consumidor puede comprar por unidad de tiempo con diferentes niveles de ingreso.

Elasticidad precio de la demanda. La relación del cambio porcentual de la cantidad comprada de un artículo por unidad de tiempo debido al cambio porcentual en el precio del artículo.

Equilibrio. Condición del mercado en la que, una vez alcanzadas, tienden a persistir. Esto ocurre cuando la cantidad demandada de un artículo es igual a la cantidad ofrecida en el mercado.

Equilibrio estable. El tipo de equilibrio donde cualquier desviación del mismo hace operar las fuerzas del mercado que empujan al equilibrio.

Equilibrio inestable. El tipo de equilibrio donde cualquier desviación del mismo hace operar las fuerzas del mercado que empujan muy lejos del equilibrio.

Ingreso total (IT). Es igual al precio multiplicado por la cantidad.

Ley de la demanda. La relación inversa entre el precio y la cantidad que se refleja en la pendiente negativa de una curva de la demanda.

Macroeconomía. Estudia desde un nivel agregado los sucesos económicos. Es decir, lo que a la macroeconomía interesa es el resultado de los planes agregados de oferta y demanda principalmente, y los determinantes de estos.

Microeconomía. Se encarga del estudio del comportamiento de los agentes económicos, a saber, consumidor y productor, es decir, ésta se encarga del estudio de los sucesos económicos de manera individual, principalmente de la toma de decisiones de consumo e inversión por parte de los agentes.

Monopolio puro. La forma de organización del mercado en la que existe una sola empresa que vende una mercancía para la cual no existen sustitutos cercanos.

Oligopolio. La organización del mercado en la cual hay pocos vendedores de un producto homogéneo o diferenciado.

Utilidad. La propiedad de un artículo para satisfacer un deseo o necesidad de un consumidor.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Bibliografía básica:

Hall, Robert E. (2005). *Microeconomía Principios y aplicaciones*. Thomson.

Schettino Yáñez, Macario (2004). *Introducción a la economía para no economistas*. Prentice Hall/ Pearson.

Stiglitz, Joseph E. (2004). *Microeconomía*. Ariel.

Bibliografía complementaria:

Nicholson, Walter (1997). *Teoría microeconómica: Principios básicos y aplicaciones*, España: McGraw Hill.

Salvatore Dominick (2009). *Microeconomía*. México: McGraw Hill.

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

Referencias Electrónicas:

Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española. Recuperado el 20 de Enero de 2013. Disponible en: <http://lema.rae.es/drae/?val=competencia>

ANEXOS

RESPUESTAS DE LAS AUTOEVALUACIONES

TEMA 1. INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DE LA MICROECONOMÍA

Instrucciones: subraya la opción que señale la respuesta correcta

1. Es la rama de la economía que se encarga del estudio del comportamiento de los agentes de manera individual:
a) Macroeconomía. b) Microeconomía. c) Economía política. d) Política económica.
2. Es la rama de la economía que se encarga del estudio de la economía de forma agregada:
a) Microeconomía. b) Macroeconomía. c) Economía política. d) Política económica.
3. Es el mecanismo que permite que se lleven a cabo los intercambios:
a) El Estado. c) Instituciones. c) El mercado. d) Los precios.
4. Las decisiones de los agentes representativos, consumidor y productor dependen de:
a) El mercado. b) Los precios. c) La demanda. d) La oferta.
5. La oferta y la demanda fundamentalmente dependen de:
a) El gobierno. b) El mercado. c) Los precios. d) Las instituciones.

TEMA 2. TEORÍA DE LA DEMANDA

Instrucciones: de la segunda columna selecciona marcando con una “X” dentro del paréntesis la palabra **FALSO (F)** o **VERDADERO (V)**, según corresponda al enunciado.

| | |
|--|-------------------|
| 1. La demanda es la cantidad de bienes y servicios que el individuo compra con un ingreso determinado. | V () F (X) |
| 2. Los bienes complementarios son aquellos que pueden suplir a otros para su consumo. | V () F (X) |
| 3. Mientras más alto sea el precio de un bien, más elevada será su demanda. | V () F (X) |
| 4. Para llevar a cabo el análisis sobre la curva de demanda es necesario evitar el supuesto <i>ceteris paribus</i> . | V () F (X) |
| 5. La elasticidad precio de la demanda muestra el cambio porcentual del precio de un bien cuando cambia su demanda. | V () F (X) |

TEMA 3. TEORÍA DE LA OFERTA

Instrucciones: de la segunda columna selecciona marcando con una “X” dentro del paréntesis la palabra **FALSO (F)** o **VERDADERO (V)**, según corresponda al enunciado.

| | |
|--|-------------------|
| 1. La oferta es la cantidad de bienes la empresa está dispuesta a vender a un precio determinado. | V (X) F () |
| 2. Uno de los principales factores externos que afectan a la oferta es la intervención del gobierno. | V (X) F () |
| 3. La intervención del gobierno siempre afecta de manera negativa la oferta de un bien. | V () F (X) |

| | |
|---|---------------|
| 4. La oferta de mercado de un bien es igual a la suma de sus demandas individuales. | V (X) F () |
| 5. La curva de oferta tiene pendiente negativa en todos sus puntos. | V () F (X) |

TEMA 4. EQUILIBRIO ENTRE LA OFERTA Y LA DEMANDA

Instrucciones: de la segunda columna selecciona marcando con una "X" dentro del paréntesis la palabra **FALSO (F)** o **VERDADERO (V)**, según corresponda al enunciado.

| | |
|--|---------------|
| 1. En equilibrio la curva de oferta es igual a la curva de la demanda. | V () F (x) |
| 2. En un equilibrio estable, las fuerzas de mercado no interactúan pues es estable. | V () F (x) |
| 3. En un equilibrio inestable, las fuerzas de mercado interactúan para regresar al equilibrio. | V () F (x) |
| 4. Una curva de indiferencia representa un nivel determinado de utilidad para una combinación infinita de pares de bienes. | V (x) F () |
| 5. La curva ingreso consumo muestra la trayectoria del consumidor cuando incrementan sus ingresos y los precios. | V (x) F () |

TEMA 5. ESTRUCTURA DE MERCADO

Instrucciones: de la segunda columna selecciona marcando con una “X” dentro del paréntesis la palabra **FALSO (F)** o **VERDADERO (V)**, según corresponda al enunciado.

| | |
|--|---------------|
| 1. En un mercado es necesario que los compradores y vendedores sigan determinadas reglas para que se lleven a cabo los intercambios. | V (X) F () |
| 2. Para que un mercado funcione es necesario que compradores y vendedores se reúnan en un lugar específico. | V () F (X) |
| 3. El monopolio es la forma más clara de competencia perfecta. | V () F (X) |
| 4. El duopolio es una forma de oligopolio. | V (X) F () |
| 5. En competencia imperfecta, tanto empresas como consumidores son precio aceptante. | V () F (X) |

TEMA 6. ASIGNACIÓN DE PRECIOS

Instrucciones: de la segunda columna selecciona marcando con una “X” dentro del paréntesis la palabra **FALSO (F)** o **VERDADERO (V)**, según corresponda al enunciado.

| | |
|---|---------------|
| 1. La fijación de precios es totalmente independiente del periodo que se esté analizando. | V () F (X) |
| 2. En el muy corto plazo todos los factores son variables. | V () F (x) |
| 3. En el largo plazo los factores productivos son variables. | V (x) F () |
| 4. En el largo plazo la oferta no es capaz de responder a los cambios en la demanda. | V () F (x) |

| | |
|--|-------------------|
| 5. Al ser igual la utilidad a la ganancia, éstas nunca se contraponen. | V () F (x) |
|--|-------------------|

TEMA 7. DISCRIMINACIÓN DE PRECIOS

Instrucciones: de la segunda columna selecciona marcando con una "X" dentro del paréntesis la palabra **FALSO (F)** o **VERDADERO (V)**, según corresponda al enunciado.

| | |
|--|-------------------|
| 1. La discriminación de precios implica que los consumidores no aceptan los precios establecidos en el mercado. | V () F (x) |
| 2. En la discriminación perfecta la empresa necesita muy poca información sobre los consumidores. | V () F (x) |
| 3. La discriminación de precios de tercer grado es la que menos se utiliza por la necesidad de mucha información y su costo. | V () F (x) |
| 4. En el modelo de Cournot la ganancia de la empresa es igual a su Ingreso total. | V () F (v) |
| 5. En el modelo de Chamberlin se obtiene un equilibrio superior gracias a la consideración de la interdependencia. | V () F (v) |

Universidad Insurgentes

Universidad Insurgentes