



UTPL

La Universidad Católica de Loja

Vicerrectorado de Modalidad Abierta y a Distancia

Teoría Microeconómica

Guía didáctica





Facultad Ciencias Económicas y Empresariales

Teoría Microeconómica

Guía didáctica

Carrera	PAO Nivel
Administración de Empresas	II
Administración Públicas	
Finanzas	
Contabilidad y Auditoría	
Administración de Empresas	

Autor:

Diego Vinicio Alvarado Astudillo



Universidad Técnica Particular de Loja

Teoría Microeconómica

Guía didáctica

Diego Vinicio Alvarado Astudillo

Diagramación y diseño digital

Ediloja Cía. Ltda.

Marcelino Champagnat s/n y París

edilojacialtda@ediloja.com.ec

www.ediloja.com.ec

ISBN digital -978-9942-25-624-9

Año de edición: abril 2020

Edición: primera edición reestructurada en septiembre 2024 (con un cambio del 5%)

Loja-Ecuador



Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0)

Usted acepta y acuerda estar obligado por los términos y condiciones de esta Licencia, por lo que, si existe el incumplimiento de algunas de estas condiciones, no se autoriza el uso de ningún contenido.

Los contenidos de este trabajo están sujetos a una licencia internacional Creative Commons **Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0** (CC BY-NC-SA 4.0). Usted es libre de **Compartir** — *copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato*. **Adaptar** — *remezclar, transformar y construir a partir del material citando la fuente, bajo los siguientes términos:*
Reconocimiento- *debe dar crédito de manera adecuada, brindar un enlace a la*



licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo de la licenciante. No Comercial-no puede hacer uso del material con propósitos comerciales. Compartir igual-Si remezcla, transforma o crea a partir del material, debe distribuir su contribución bajo la misma licencia del original. No puede aplicar términos legales ni medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otras a hacer cualquier uso permitido por la licencia.

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



Índice

1. Datos de información	10
1.1 Presentación de la asignatura	10
1.2 Competencias genéricas de la UTPL.....	10
1.3 Competencias específicas de la carrera	10
Administración de empresas.....	10
Contabilidad y auditoría	11
Gestión pública.....	11
Finanzas.....	11
1.4 Problemática que aborda la asignatura	11
Administración de empresas.....	11
Contabilidad y auditoría	12
Gestión pública.....	12
Finanzas.....	12
2. Metodología de aprendizaje	13
3. Orientaciones didácticas por resultados de aprendizaje	14
Primer bimestre	14
Resultado de aprendizaje 1:	14
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas	14
Semana 1	14
Unidad 1. Los costos de producción	15
1.1. ¿Qué son los costos de producción?	15
1.2. La producción y los costos.....	15
Actividad de aprendizaje recomendada	16
Resultado de aprendizaje 1:	17
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas	17
Semana 2	17
Unidad 1. Los costos de producción	17



1.3. Varias maneras de medir los costos	17
1.4. Los costos en el corto y largo plazo	18
Actividades de aprendizaje recomendadas	19
Autoevaluación 1.....	20
Resultado de aprendizaje 2:	23
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas	23
Semana 3	23
Unidad 2. Competencia perfecta	23
2.1. ¿Qué es un mercado competitivo?.....	24
2.2. La maximización de las ganancias y la curva de oferta de una empresa competitiva	24
Actividad de aprendizaje recomendada	24
Resultado de aprendizaje 2:	25
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas	25
Semana 4	25
Unidad 2. Competencia perfecta	25
2.3. La curva de oferta del mercado competitivo	25
Actividades de aprendizaje recomendadas	26
Autoevaluación 2.....	27
Resultado de aprendizaje 2:	30
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas	30
Semana 5	30
Unidad 3. El monopolio.....	30
3.1. ¿Por qué surgen los monopolios?.....	31
3.2. ¿Cómo toman los monopolios sus decisiones de producción y precios?.....	31
Actividad de aprendizaje recomendada	32
Resultado de aprendizaje 2:	33
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas	33



Semana 6	33
Unidad 3. El monopolio	33
3.3 El costo del monopolio para el bienestar social	33
3.4 La discriminación de precios	34
Actividades de aprendizaje recomendadas	34
Autoevaluación 3.....	36
Resultado de aprendizaje 2:	39
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas	39
Semana 7	39
Resultado de aprendizaje 1 y 2:	41
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas	41
Semana 8	41
Actividades finales del bimestre	41
Segundo bimestre	42
Resultado de aprendizaje 2:	42
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas	42
Semana 9	42
Unidad 4. Competencia monopolística	43
4.1. ¿Qué es la competencia monopolística?.....	43
4.2. Entre el monopolio y la competencia perfecta	43
Actividad de aprendizaje recomendada	44
Resultado de aprendizaje 2:	45
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas	45
Semana 10	45
Unidad 4. Competencia monopolística	45
4.3. La publicidad	45
4.4. Desarrollo de productos y marketing.....	46
Actividades de aprendizaje recomendadas	46
Autoevaluación 4.....	48



Resultado de aprendizaje 2:	50
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas	50
Semana 11	50
Unidad 5. El oligopolio	50
5.1. Los mercados con pocos vendedores.....	50
5.2. La economía de la cooperación	51
Actividad de aprendizaje recomendada	51
Resultado de aprendizaje 2:	52
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas	52
Semana 12	52
Unidad 5. El oligopolio	52
5.3. La política pública sobre los oligopolios	52
5.4. Caso de estudio	53
Actividades de aprendizaje recomendadas	53
Autoevaluación 5.....	54
Resultado de aprendizaje 3:	57
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas	57
Semana 13	57
Unidad 6. Los mercados de factores de producción.....	57
6.1. La demanda de trabajo.....	58
6.2. La oferta de trabajo.....	59
Actividades de aprendizaje recomendadas	60
Resultado de aprendizaje 3:	61
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas	61
Semana 14	61
Unidad 6. Los mercados de factores de producción.....	61
6.3. El equilibrio del mercado laboral.....	61
6.4. Los otros factores de producción: tierra y capital	62
Actividades de aprendizaje recomendadas	62



Autoevaluación 6.....	64
Resultado de aprendizaje 3:	66
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas	66
Semana 15	66
Resultado de aprendizaje 2 y 3:	67
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas	67
Semana 16	67
Actividades finales del bimestre	67
4. Solucionario	68
5. Referencias Bibliográficas	79





1. Datos de información

1.1 Presentación de la asignatura



1.2 Competencias genéricas de la UTPL

- Habilidad para trabajar en forma autónoma.
- Capacidad para organizar y planificar el tiempo.
- Capacidad de investigación.
- Capacidad de abstracción, análisis y síntesis.
- Habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas.
- Capacidad para tomar decisiones.

1.3 Competencias específicas de la carrera

Administración de empresas

- Identificar y administrar los riesgos de negocios de las organizaciones, el impacto interno y externo en la economía global, como alternativa de crecimiento organizacional.



Contabilidad y auditoría

- Dominio de los fundamentos científicos-teóricos de la contabilidad, para generar información económica- financiera de las instituciones y organismos públicos y privados a fin de fortalecer la inversión y estabilidad financiera del sector económico, utilizando la investigación contable y proyectos de vinculación para proponer soluciones desde su nivel de formación, aplicando la transparencia, valores éticos y normativa legal vigente.

Gestión pública

- Conoce y aplica los principios de la gestión y la política pública en las instituciones del sector público; y ejecuta técnicas administrativas que mejoren la administración pública, con el propósito de servir a la ciudadanía de manera eficiente y eficaz.

Finanzas

- Argumenta sobre las variables macro y microeconómicas que integran la realidad social de la economía y que incide sobre el crecimiento empresarial y económico.

1.4 Problemática que aborda la asignatura

Administración de empresas

Debilidad del tejido empresarial y limitado conocimiento de oportunidades y necesidades empresariales existentes en el país.



Contabilidad y auditoría

Necesidad de formación especializada en los diferentes ámbitos de la contabilidad, para aportar con información económica y financiera que permita el fortalecimiento y la sostenibilidad de los sectores prioritarios y el cumplimiento de las obligaciones tributarias, laborales y societarias.

Gestión pública

Incipiente gestión administrativa en las instituciones y empresas públicas.

Débil capacidad institucional para orientar la inversión pública.

Finanzas

Inaplicabilidad de procedimientos técnicos-financieros para fundamentar las decisiones de inversión y las posibilidades para diversificar el financiamiento en empresas y organizaciones de la economía popular y solidaria.





2. Metodología de aprendizaje

Para la asignatura de Teoría microeconómica se utilizará principalmente el aprendizaje por interacción, es el que se produce a partir de aquellas personas, situaciones y/u objetos que nos pueden facilitar información y/o conocimientos diferentes de aquellos que ya tenemos y que nos proporcionan situaciones en las que se nos plantean situaciones cognitivas que se deberán resolver y cuya solución dará paso a un nuevo aprendizaje, esta metodología le permitirá desarrollar conocimientos y destrezas que tienen que ver con las relaciones sociales que establecerá con sus compañeros y profesor.

Recuerde que un estudiante universitario al vincularse con el entorno en donde se desarrolla llega a conocer las condiciones económicas de la sociedad y cómo una buena o mala decisión puede afectar el funcionamiento de las empresas; por ello, la aplicación de teorías y principios a determinadas situaciones les permitirá sacar sus propias conclusiones de una manera práctica y objetiva. También es importante mencionar que se aplicará el aprendizaje autónomo a través de la indagación, organización y recuperación de información; además es necesario tener presente el intercambio de conocimientos para lograr la construcción del aprendizaje y ser el actor principal de su proceso educativo.

A fin de que pueda complementar sobre el aprendizaje por interacción, le sugiero revisar el siguiente documento titulado: [Escenarios colaborativos de enseñanza aprendizaje mediados por tecnología para propiciar interacciones comunicativas en la educación superior](#) de Mesa, Gómez & Arango. (2023).





3. Orientaciones didácticas por resultados de aprendizaje



Primer bimestre

Resultado de aprendizaje 1:

Conoce cómo funcionan las unidades económicas para minimizar los riesgos de las empresas.

Con este primer resultado de aprendizaje se pretende ampliar los conocimientos sobre el funcionamiento de las empresas minimizando sus riesgos en los mercados, el estudiante comprenderá cómo los costos de producción afectan las operaciones empresariales y aprenderá a utilizar esta información para reducir riesgos y mejorar la eficiencia y competitividad de las unidades económicas.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas

Recuerde revisar de manera paralela los contenidos con las actividades de aprendizaje recomendadas y actividades de aprendizaje evaluadas.



Semana 1

En esta semana de estudios se ha previsto la revisión del tema relacionado con los costos de producción, para lo cual es necesario empezar con la revisión del siguiente microvideo que nos presenta una visión general del tema propuesto para estas dos primeras semanas de estudio.



Conceptos básicos de Microeconomía

Luego de la revisión del microvideo sugerido, en donde se observa una serie de definiciones sobre los productos totales y marginales, los mismos que le permitirán más adelante comprender sobre el cálculo de los costos de producción.

Es momento de comentar algunos aspectos importantes sobre el tema.

Unidad 1. Los costos de producción

Toda empresa cuando inicia su proceso productivo realiza varios gastos de producción, obteniendo un producto terminado en las condiciones necesarias para ser entregado al sector comercial, además incurre en costos por la utilización de los factores productivos para obtener el bien y/o servicio, el costo de estos factores es el precio que las empresas pagan por ellos en el mercado, estos costos son el centro de las decisiones empresariales utilizando principalmente el análisis de costos y el control de estos, cuyo objetivo es mantener a la empresa en una posición económica satisfactoria.

1.1. ¿Qué son los costos de producción?

Las empresas toman las decisiones relacionadas con la producción y con las ventas en función del costo y precio del mercado de los bienes y/o servicios producidos.

Desde este punto de vista es indispensable que se conozca cómo funcionan los costos de producción, ya que estudia el comportamiento de las empresas cuando realizan cualquier tipo de actividad productiva.

1.2. La producción y los costos

En esta sección vamos a analizar cómo se relacionan los procesos de producción de la empresa con sus costos totales.



La empresa para producir tiene necesariamente que incurrir en una serie de gastos, directa o indirectamente relacionados con el proceso productivo, estos gastos serían: tierra, capital, trabajo y habilidades empresariales.

Para ampliar los temas enunciados anteriormente, es necesario que usted se remita a su **texto básico**, capítulo 13, y unidad 1 de la [guía didáctica](#) de la asignatura, donde se describen los conceptos básicos sobre la función de producción y las diferentes maneras de calcular los costos.

Luego de la revisión de los recursos antes mencionados, si usted desea profundizar sus conocimientos sobre los temas expuestos anteriormente, analice el documento de Gómez (2011), titulado “[Los costos y procesos de producción, opción estratégica de productividad y competitividad en la industria de confecciones infantiles de Bucaramanga](#)”.

Asumo que luego de la revisión del artículo antes referenciado pudo determinar que los costos intervienen en toda la dinámica de una organización. La investigación realizada en la industria de confecciones infantiles se concentró específicamente en los costos de producción, identificando aspectos importantes, que permiten determinar los elementos y el tratamiento para establecerlos, controlarlos y asignarlos al producto.

Ahora es momento de comprobar los conocimientos obtenidos en esta primera semana, para lo cual lo invito a desarrollar la siguiente actividad de aprendizaje.



Actividad de aprendizaje recomendada

Calcule los costos de oportunidad y graficar la frontera de posibilidades utilizando la información de la unidad 1 de la [guía didáctica](#), en el tema “Los costos vistos como costos de oportunidad”.

Nota: por favor, complete la actividad en un cuaderno o documento Word.



Resultado de aprendizaje 1:

Conoce cómo funcionan las unidades económicas para minimizar los riesgos de las empresas.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 2

En esta semana se continuará con los temas sobre los costos de producción y las diferentes maneras de calcular los costos a corto y largo plazo.

Unidad 1. Los costos de producción

1.3. Varias maneras de medir los costos

Los costos tienen diferentes clasificaciones de acuerdo con el enfoque y la utilización que se les dé. Algunas de las clasificaciones más utilizadas son:

- **De acuerdo con su comportamiento:** están relacionadas con el volumen de producción. Se subdividen en costos fijos y costos variables. Costos fijos se definen como aquellos costos que permanecen constantes durante un periodo de tiempo determinado, sin importar el volumen de producción. Los costos variables son aquellos que se modifican de acuerdo con el volumen de producción, es decir, si no hay producción no hay costos variables y si se producen muchas unidades, el costo variable es alto.
- **Según su identificación:** se refiere a los costos que pueden identificarse fácilmente con el producto, servicio, proceso o departamento; como por ejemplo son costos directos, el material directo y la mano de obra directa. Por otro lado, los costos indirectos cuyo monto global se conoce para toda la empresa o para un conjunto



de productos. Es difícil asociarlos con un producto o servicio específico. Para su asignación se requiere una base de distribución (metros cuadrados, número de personas, etc.).

1.4. Los costos en el corto y largo plazo

La empresa al producir incurre en costos, los cuales son la remuneración a pagar por la utilización de los factores productivos. Estos costos se disminuyen de los ingresos para llegar al beneficio del empresario.

En la teoría microeconómica los costos son estudiados de acuerdo al plazo para la cual es definida la producción y el plazo estará definido en función del número de factores fijos y variables que consideremos y la posibilidad o no de cambio técnico.

Como se mencionó en la semana 1, es necesario remitirse nuevamente a la unidad 1 de la [guía didáctica](#), así como el capítulo 13 del **texto básico**, donde se describen los conceptos básicos sobre la función de producción y las diferentes maneras de calcular los costos.

Con la finalidad de afianzar lo aprendido y revisado en la guía didáctica y **texto básico**, también es importante observar el siguiente microvideo.

[Análisis de costos](#)

Como se observó en el video, se muestra un ejemplo explicativo sobre cómo se realiza el cálculo de los diferentes costos de producción de una empresa, para el caso del costo variable es importante enfatizar que este se obtiene de la multiplicación del número de trabajadores por su salario. Por ejemplo, si el número de trabajadores es 5 y su salario es de 30 unidades monetarias (u.m.) el costo variable es igual a 150 u.m.

Con la finalidad de aplicar los contenidos ya estudiados, desarrolle las siguientes actividades recomendadas.





Actividades de aprendizaje recomendadas

1. Calcule, grafique, analice e interprete los costos en los que incurre una empresa. Además, interpretar los principales resultados obtenidos. Según la información colocada en la unidad 1 de la [guía didáctica](#), en el tema “Varias maneras de medir los costos”.
2. Una vez que usted haya revisado como se calculan los costos, proceda a realizar el siguiente ejercicio:

Cálculo de los costos de producción

Producto	CF	CV	CT	CFMe	CVMe	CTMe	CMg
0	20		44				
1	20		68				
2	20		44				
3	20		96				
4	20		112				
5	20		140				
6	20		182				

Nota. Elaboración propia.

Se pide calcular:

- a. Costo variable.
- b. Costo fijo medio.
- c. Costo variable medio.
- d. Costo total medio.
- e. Costo marginal.
- f. Grafique el costo fijo, variable y total.
- g. Analice e interprete la gráfica.



Nota: por favor, complete las actividades en un cuaderno o documento Word.

3. Estimado estudiante, para evaluar los aprendizajes adquiridos sobre esta temática, le invito a desarrollar la autoevaluación que a continuación se presenta.



Autoevaluación 1

De las alternativas planteadas, seleccione la respuesta correcta:

Lea y responda cada pregunta según corresponda.

1. Los costos fijos más los costos variables nos da como resultado los:
 - a. Costos medios.
 - b. Costos totales.
 - c. Costos marginales.
2. El costo variable hace referencia a los costos de producción que varían dependiendo del nivel de:
 - a. Producción.
 - b. Gastos.
 - c. Rendimiento.
3. El costo marginal depende de la:
 - a. Tecnología, de los precios de los bienes terminados y los factores de producción.
 - b. Tecnología, de los precios de los insumos y los factores de producción.
 - c. Tecnología, de los precios del trabajo y los factores de producción.



4. La cantidad de producción para el costo fijo nos da como resultado:
 - a. Costo variable medio.
 - b. Costo total medio.
 - c. Costo fijo medio.
5. El balance de situación (o balance general) en el mundo de contabilidad es el resumen de todas las:
 - a. Activos, todas las deudas y el capital de una organización en un periodo contable determinado.
 - b. Deudas y el capital de una organización en un periodo contable determinado.
 - c. Posesiones y el capital de una organización en un periodo contable determinado.
6. Costo de oportunidad de un bien o servicio es la cantidad de otros bienes o servicios que hay que:
 - a. Producir para obtenerlo.
 - b. Renunciar para obtenerlo.
 - c. Mantener para obtenerlo.
7. Una función de producción relaciona:
 - a. La cantidad producida por el precio de los bienes.
 - b. La cantidad producida por los costes.
 - c. La cantidad producida con la cantidad de factores utilizados.
8. El costo fijo derivado del empleo del factor tierra es:
 - a. Constante e independiente del nivel de producción.
 - b. Constante y dependiente del nivel de producción.
 - c. Variable e independiente del nivel de producción.
9. El costo marginal para cada nivel de producción se corresponde con:
 - a. La pendiente en cada punto de la función de costo total.
 - b. La pendiente de la recta que une el origen de coordenadas con cada punto de la función de costo total.
 - c. La pendiente de la recta que une el origen de coordenadas con cada punto de la función de costo variable.



10. Los costos medios a largo plazo:

- a. Indican el costo unitario mínimo al que se puede fabricar cada cantidad de producto.
- b. Gráficamente, son la envolvente de las funciones de costos totales medios ligadas a las diversas funciones idóneas para los distintos niveles de producción.
- c. Los dos enunciados anteriores son correctos.

[Ir al solucionario](#)



Resultado de aprendizaje 2:

Reconocer los diferentes tipos de mercado en los que se desarrollan las empresas como alternativa de crecimiento.

El segundo resultado de aprendizaje conduce a reconocer los diferentes tipos de mercado de acuerdo con las características particulares que tienen tanto los mercados perfectos como imperfectos.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas

Recuerde revisar de manera paralela los contenidos con las actividades de aprendizaje recomendadas y actividades de aprendizaje evaluadas.



Semana 3

En esta tercera semana de estudio se analizará un mercado sencillo e “ideal”, el “mercado de competencia perfecta”, en realidad no existe un mercado “perfecto”, el más parecido es el de los productos agrícolas. Además, en esta sección vamos a analizar cómo se comportan las empresas competitivas de acuerdo al comportamiento de los compradores y vendedores e igualmente si las empresas pueden influir en el precio del bien que venden.

Unidad 2. Competencia perfecta

La competencia perfecta es la situación del mercado en la que ningún vendedor o comprador, de forma individual, puede influir en el precio de un producto. Ampliaremos lo anteriormente mencionado.



2.1. ¿Qué es un mercado competitivo?

Para facilitar la comprensión pensamos que estamos hablando del mercado del trigo. Para que este mercado pueda ser considerado de competencia perfecta tiene que mostrar las siguientes características: libre competencia, homogeneidad de producto y tener información completa sobre su funcionamiento.

2.2. La maximización de las ganancias y la curva de oferta de una empresa competitiva

El supuesto de la maximización de los beneficios se utiliza frecuentemente porque predice la conducta de las empresas con un grado razonable de precisión y evita complicaciones analíticas innecesarias. Por otro lado, la curva de oferta del mercado a corto plazo muestra la cantidad de producción que obtiene la industria a corto plazo a cada uno de los precios posibles. Esta se obtiene sumando sus curvas de oferta.

Con esta vista general de los temas es momento de remitirnos a la bibliografía básica: [guía didáctica](#) (unidad 2) y el **texto básico**, capítulo 14, donde se describe cómo funcionan las empresas en mercados competitivos.

Continuemos con el aprendizaje mediante su participación en la actividad que se describe a continuación.



Actividad de aprendizaje recomendada

Calcule el costo total, los beneficios, ingreso marginal y costo marginal e interpretar los principales resultados obtenidos. Utilizar la información de la unidad 2 de la [guía didáctica](#), en el tema “La maximización de las ganancias y la curva de oferta de una empresa competitiva”.

Nota: por favor, complete la actividad en un cuaderno o documento Word.



Resultado de aprendizaje 2:

Reconocer los diferentes tipos de mercado en los que se desarrollan las empresas como alternativa de crecimiento.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 4

En la presente semana continuamos con el estudio de los mercados de competencia perfecta, es hora de analizar la curva de oferta de un mercado perfectamente competitivo.

Unidad 2. Competencia perfecta

2.3. La curva de oferta del mercado competitivo

Ahora que ya sabemos cómo se comporta la oferta individual de cada empresa en el tiempo, nos podemos preguntar cómo se comportará el agregado a largo plazo, la oferta de mercado a largo plazo estará definida por el precio que hace que las empresas no tengan beneficios económicos, es decir, es una oferta completamente elástica.

Revisar la [guía didáctica](#) (unidad 2) y el **texto básico**, capítulo 14, donde se describe la función que tiene la curva de oferta del mercado competitivo.

Continuemos con el aprendizaje mediante su participación en las actividades que se describen a continuación.





Actividades de aprendizaje recomendadas

1. Después del estudio adecuado, resuelva el siguiente ejercicio:

Cálculo de los costos de producción

Q	IT	IMg	CT	CFMe	CVMe
0	0		25		
1	25		49		
2	50		69		
3	75		86		
4	100		100		
5	125		114		
6	150		128		
7	175		144		
8	200		163		
9	225		185		
10	250		112		
11	275		246		
12	300		300		
13	325		360		

Nota. Elaboración propia.



Se pide calcular:

- a. Ingreso marginal.
- b. Costo marginal.
- c. Beneficio.
- d. Graficar el ingreso marginal y el costo marginal.
- e. Analice e interprete la gráfica.

Nota: por favor, complete las actividades en un cuaderno o documento Word.

2. Estimado estudiante, para evaluar los aprendizajes adquiridos sobre esta temática, le invito a desarrollar la autoevaluación que a continuación se presenta.



Autoevaluación 2

De las siguientes alternativas planteadas seleccione la respuesta correcta:

Lea y responda cada pregunta según corresponda.

1. En condiciones de competencia imperfecta, la curva de demanda tiene pendiente:
 - a. Negativa.
 - b. Positiva.
 - c. Igual a cero.
2. Un mercado en competencia perfecta se caracteriza por la existencia de:
 - a. Un solo comprador y muchos vendedores.
 - b. Un solo comprador y muchos vendedores.
 - c. Muchos compradores y muchos vendedores.



3. La curva de oferta a largo plazo de una industria competitiva debe tener en cuenta:
- a. La entrada de nuevas empresas y la salida de las existentes.
 - b. La salida de empresas nuevas como las ya existentes.
 - c. La entrada de nuevas empresas y la entrada de las existentes.
4. ¿Cuál de los siguientes factores no caracterizan los mercados competitivos?
- a. Existe libre competencia.
 - b. Existe información solo del consumidor.
 - c. Los bienes son homogéneos.
5. La empresa competitiva se enfrenta a una curva de demanda:
- a. Inelástica.
 - b. Elástica.
 - c. Perfectamente elástica.
6. Para que haya eficiencia, todas las empresas deben:
- a. Ser competidoras perfectas.
 - b. Existir externalidades como la contaminación.
 - c. Mejorar la información sobre el mercado.
7. La presencia de imperfecciones lleva a una ruptura de las condiciones $P=CMg = IMg$ y, por tanto, lleva a la:
- a. Ineficiencia.
 - b. Eficiencia.
 - c. Productividad.
8. La curva de oferta a corto plazo de una empresa perfectamente competitiva coincide con:
- a. El segmento de su curva de costo marginal se encuentra por encima del mínimo de los CTMe.
 - b. El segmento de su curva de costo marginal se encuentra por encima del mínimo de los CVMe.
 - c. Su curva de costo marginal.



9. A largo plazo las empresas del sector industrial tienden a adoptar un tamaño:
- a. En torno a la producción correspondiente al mínimo de costos marginales a largo plazo.
 - b. En torno a la producción correspondiente al mínimo de costos medios a largo plazo.
 - c. En el que el costo marginal sea igual al costo variable medio.
10. La función de oferta de un mercado viene dada por la expresión $X = 31P_x - 97$, y se enfrenta a una demanda $X = 515 - 3P_x$ ¿Cuál es el precio y la cantidad de equilibrio?:
- a. $P_x = 10$; $X = 250$.
 - b. $P_x = 18$; $X = 461$.
 - c. $P_x = 25$; $X = 550$.

[Ir al solucionario](#)



Resultado de aprendizaje 2:

Reconocer los diferentes tipos de mercado en los que se desarrollan las empresas como alternativa de crecimiento.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 5

La quinta y sexta semana estará dedicada al estudio de los monopolios, esta estructura de mercado existe cuando hay un solo proveedor en el mercado. El monopolio provoca que el único proveedor tenga el control total de la producción del bien o servicio, decidiendo el precio sin tener ningún tipo de control. Pueden existir monopolios regionales o monopolios en productos muy específicos, pero si se considera un área geográfica más amplia o si se tiene en cuenta productos similares, las cosas cambian.

Veamos entonces de qué se trata esta estructura de mercado imperfecto.

Unidad 3. El monopolio

Los monopolios se crean cuando hay un solo proveedor para un producto y/o servicio determinado que tiene mucha demanda, al no tener competencia este único proveedor puede aprovechar la necesidad de sus consumidores y puede alzar el precio e imponer menos calidad, con base en esto gana más poder y eventualmente puede llegar a constituirse un monopolio puro.



3.1. ¿Por qué surgen los monopolios?

Los monopolios se crean cuando hay un solo proveedor para un producto y/o servicio determinado que tiene mucha demanda, al no tener competencia este único proveedor puede aprovechar la necesidad de sus consumidores y puede alzar el precio e imponer menos calidad, con base a esto gana más poder y eventualmente puede llegar a constituirse un monopolio puro.

3.2. ¿Cómo toman los monopolios sus decisiones de producción y precios?

En esta semana estudiaremos como un monopolio toma las decisiones de producción y de precios. Un monopolio es el único productor en su mercado, su curva de demanda es la curva de demanda del mercado. Por lo tanto, la curva de demanda del monopolista tiene pendiente negativa. Si sube el precio del bien, los consumidores compran menos. Explicado de forma más sencilla, si el monopolista reduce la cantidad de producción que vende, sube el precio de su producto, es decir, la curva de demanda del mercado limita la capacidad del monopolio para beneficiarse de su poder de mercado. El monopolista preferiría cobrar un precio alto y vender una gran cantidad de ese elevado precio. En concreto, la curva de demanda del mercado describe las combinaciones de precio y cantidad que puede elegir una empresa monopolística.

Revisar la unidad 3 de la [guía didáctica](#) y el capítulo 15 del **texto básico**, tendrá una perspectiva más amplia sobre los mercados monopólicos, ahí se describen claramente las características y qué define este tipo de mercado.

Continuemos con el aprendizaje mediante su participación en la actividad que se describe a continuación.





Actividad de aprendizaje recomendada

Luego de que usted haya revisado los contenidos sobre el monopolio, tanto en la [guía didáctica](#) como en el **texto básico**, identifique cuáles son las principales características de los monopolios.

Nota: por favor, complete la actividad en un cuaderno o documento Word.



Resultado de aprendizaje 2:

Reconocer los diferentes tipos de mercado en los que se desarrollan las empresas como alternativa de crecimiento.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 6

En la semana 6 se dará respuesta a la pregunta ¿Es posible que los beneficios obtenidos por los monopolistas sean superiores al costo social impuesto a los consumidores y que, por tanto, el monopolio sea deseable desde el punto de vista de la sociedad?

Para que podamos responder a esta interrogante es necesario revisar los siguientes contenidos.

Unidad 3. El monopolio

3.3 El costo del monopolio para el bienestar social

Continuemos con el estudio de los monopolios, en esta sexta semana se analizará el costo social de un monopolio. La existencia de un monopolio o empresa que opera con un poder monopolístico sustancial posee costos para la sociedad: las cantidades producidas son inferiores y los precios son superiores a los que existirían bajo competencia, lo que provoca una pérdida de bienestar.



3.4 La discriminación de precios

Este tema nos permite estudiar los diversos aspectos e implicaciones de la discriminación de precios. Analizada en el ámbito de los mercados imperfectos como una manifestación del poder de mercado que poseen las empresas monopólicas para fijar precios.

La discriminación de precios es una práctica comercial que implica vender unidades de un mismo bien o servicio a diferentes precios.

Es una estrategia que permite fácilmente incrementar el nivel de beneficios de la empresa; pero que perjudica directamente al bienestar de los consumidores.

Ahora, es conveniente que usted revise la unidad 3 de la [guía didáctica](#) y el capítulo 15 del **texto básico**, en el cual se expone con mayor profundidad cómo los monopolios utilizan los instrumentos de la economía del bienestar a través del análisis de excedente del consumidor y sobre práctica de discriminación de precios.

Reforcemos el aprendizaje resolviendo las siguientes actividades.



Actividades de aprendizaje recomendadas

1. Con la finalidad de afianzar lo que usted ya previamente ha revisado en la [guía didáctica](#) y **texto básico** sobre los mercados de competencia perfecta y monopolio, también es importante observar el siguiente microvideo.

[Estructura de mercado](#)

2. Una vez que usted haya revisado cómo se calculan los costos, proceda a realizar el siguiente ejercicio:



Cálculo del costo marginal y el beneficio

Precio	Q demanda	IT	Mg	CT	CMg	Beneficio
20	0	0		20		
18	1	18		21		
16	2	32		24		
14	3	42		30		
12	4	48		40		
10	5	50		55		

Nota. Elaboración propia.

Se pide calcular:

- Ingreso marginal.
- Costo marginal.
- Beneficio.
- Grafique el precio, el costo total medio, costo marginal e ingreso marginal.
- Grafique el beneficio total.
- Grafique el ingreso total y el costo total.
- Analice e interprete las tres gráficas desde el punto de vista del beneficio.

Nota: por favor, complete las actividades en un cuaderno o documento Word.

- Estimado estudiante, para evaluar los aprendizajes adquiridos sobre esta temática, le invito a desarrollar la autoevaluación que a continuación se presenta.





Autoevaluación 3

De las alternativas planteadas, seleccione la respuesta correcta:

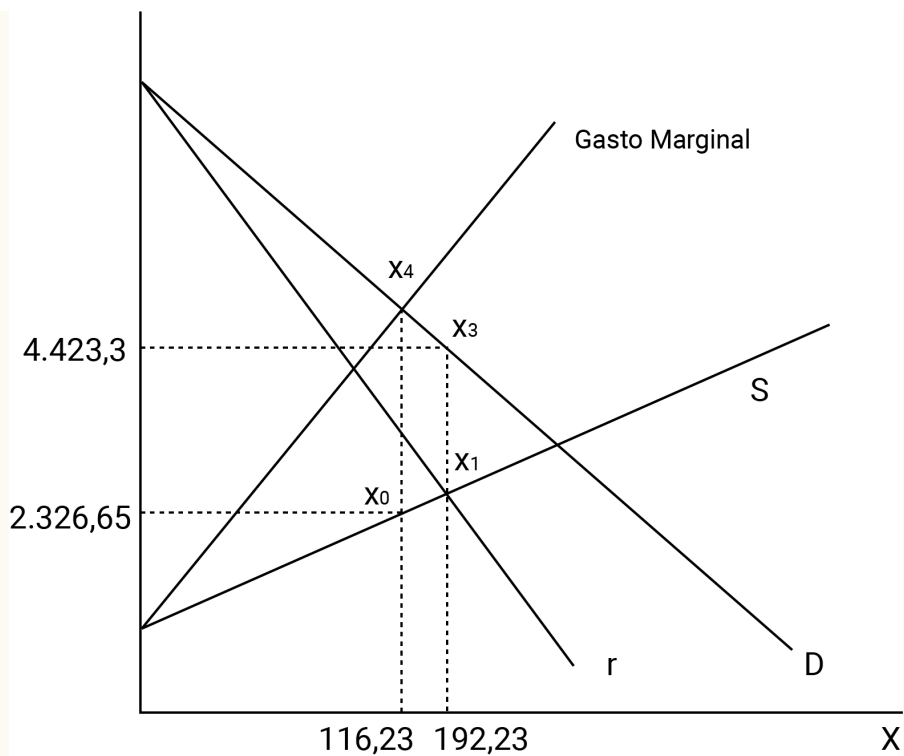
Lea y responda cada pregunta según corresponda.

1. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones describe mejor el impacto de la discriminación de precios en el bienestar social según el contenido proporcionado?
 - a. La discriminación de precios mejora el bienestar social al permitir que más consumidores accedan a bienes y servicios a precios reducidos.
 - b. La discriminación de precios es una práctica que incrementa los beneficios de la empresa, pero generalmente perjudica el bienestar de los consumidores.
 - c. Los monopolios que utilizan la discriminación de precios producen mayores cantidades de bienes y servicios, lo que reduce los precios para los consumidores.
2. Para un monopolio:
 - a. $P = IMg = CMg$.
 - b. $P < IMg = CMg$.
 - c. $P > IMg = CMg$.
3. Un monopolista se caracteriza por la existencia de:
 - a. Un solo comprador y muchos vendedores.
 - b. Un solo vendedor y muchos compradores.
 - c. Muchos compradores y muchos vendedores.
4. Un monopolista encuentra su posición de máximo beneficio en el punto en el que el ingreso marginal es:
 - a. Igual al costo marginal.
 - b. Mayor al costo marginal.
 - c. Menor al costo marginal.



5. Las barreras de entrada son factores que dificultan la:
 - a. Salida de empresas en una industria.
 - b. Entrada y salida de nuevas empresas en una industria.
 - c. Entrada de nuevas empresas en una industria.
6. La tecnología y la estructura de costos de una industria contribuyen a determinar el número de empresas que pueden:
 - a. Soportar una industria.
 - b. Salir de una industria.
 - c. Permanecer en una industria.
7. Monopolio natural es un mercado en el que la producción de una industria solo puede producir eficientemente con:
 - a. Varias empresas.
 - b. Pocas empresas.
 - c. Una empresa.
8. La curva de ingreso total de la empresa puede obtenerse a partir de su curva de:
 - a. Demanda.
 - b. Oferta.
 - c. Demanda y oferta.
9. Con una curva de demanda de pendiente decreciente, el ingreso marginal es:
 - a. Igual al precio.
 - b. Igual al ingreso medio.
 - c. Menor al precio.
10. Analice la gráfica, determine el nivel que maximiza el beneficio.





- a. X1.
- b. X2.
- c. X3.

[Ir al solucionario](#)

Resultado de aprendizaje 2:

Reconocer los diferentes tipos de mercado en los que se desarrollan las empresas como alternativa de crecimiento.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 7

Estimado estudiante, para concluir el bimestre y reforzar sus conocimientos, le invito a desarrollar las siguientes actividades.

Actividad 1

Revise los contenidos de la unidad 1 de la [guía didáctica](#), así como también los contenidos del capítulo 13 del **texto básico** como preparación para la primera evaluación presencial.

Actividad 2

Una vez que haya realizado un estudio profundo del tema, le invito a desarrollar el siguiente juego de relacionar columnas, que tiene como objetivo revisar las fórmulas usadas en este bimestre.

[Costos de producción](#)

Actividad 3

En la siguiente tabla se muestra la producción de trigo de la empresa “XY”.



Producción de trigo de la empresa XY

Trabajo	Producción	CF	CV	CT	CMg	CFMe	CVMe	CTMe
1	15	100	25					
2	21	100	50					
3	24	100	75					
4	26	100	100					
5	27	100	125					

Nota. Elaboración propia.

Se pide calcular:

1. Costo total.
2. Costo marginal.
3. Costo fijo medio.
4. Costo variable medio.
5. Costo total medio.
6. Grafique los costos fijo, variable y total.

Una vez desarrollado el ejercicio y con los datos obtenidos, complete la tabla.

Nota: por favor, complete la actividad en un cuaderno o documento Word.



Resultado de aprendizaje 1 y 2:

- Conoce cómo funcionan las unidades económicas para minimizar los riesgos de las empresas.
- Reconocer los diferentes tipos de mercado en los que se desarrollan las empresas como alternativa de crecimiento.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 8

Actividades finales del bimestre

Para finalizar el bimestre y fortalecer sus conocimientos, le invito a realizar las siguientes actividades.

Actividad 1

Lea los contenidos de la unidad 2 y 3 de la [guía didáctica](#) y también los capítulos 14 y 15 del **texto básico** como refuerzo previo a la primera evaluación presencial.

Actividad 2

Una vez analizado los temas propuestos le invito a realizar un cuadro comparativo identificando cada una de las características de los mercados de competencia perfecta y los monopolios, el objetivo de esta actividad es diferenciar estas dos estructuras de mercado.

Nota: por favor, complete la actividad en un cuaderno o documento Word.





Segundo bimestre

Resultado de aprendizaje 2:

Reconocer los diferentes tipos de mercado en los que se desarrollan las empresas como alternativa de crecimiento.

En el dinámico entorno empresarial actual, comprender los distintos tipos de mercados es fundamental para identificar oportunidades de crecimiento y expansión. Este resultado de aprendizaje se centra en el reconocimiento de las diversas estructuras y características de los mercados en los que operan las empresas.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas

Recuerde revisar de manera paralela los contenidos con las actividades de aprendizaje recomendadas y actividades de aprendizaje evaluadas.



Semana 9

En esta primera semana del segundo bimestre se estudiará el mercado de competencia monopolística, tema importante cuando se estudia la competencia imperfecta en la teoría microeconómica. A partir de esto podemos ya empezar definiendo esta estructura de mercado.

Revisar los siguientes apartados:



Unidad 4. Competencia monopolística

Para analizar los mercados de competencia monopolística debemos partir del hecho de que las empresas de competencia monopolística son empresas con características monopolísticas, por un lado, y características competitivas, por otro.

La competencia monopolística es una estructura de mercado que se define por cuatro características principales: gran número de compradores y vendedores, información perfecta, bajas barreras de entrada y salida, bienes similares pero diferenciados. Además, en esta sección vamos a analizar cómo se comportan las empresas en mercados monopolísticamente competitivos, logrando que los consumidores perciban productos en este mercado como únicos, lo que otorga a las empresas un poder monopolista, que les permite tener el poder de fijar precios.

4.1. ¿Qué es la competencia monopolística?

La competencia es una cualidad básica del mercado donde cada entidad se sitúa en un contexto diverso. Sin embargo, la acción de competir puede tener diferentes matices a partir de la esencia misma de este hecho. La competencia monopolística es una estructura de mercado caracterizada por muchas empresas que venden productos similares, pero no idénticos, por lo que las empresas compiten por otros factores además del precio. La competencia monopolística se denomina a veces competencia imperfecta, porque la estructura del mercado está entre el monopolio puro y la competencia pura.

4.2. Entre el monopolio y la competencia perfecta

En la unidad 2 y 3 analizarán los mercados con muchas empresas competitivas, así como los mercados monopolísticos con una sola empresa. La competencia y el monopolio son formas extremas de la estructura del



mercado. Muchas industrias se clasifican en algún punto entre los extremos de la competencia perfecta y el monopolio. Dentro de esta situación se encuentran los oligopolios y la competencia monopolística.

Revisar la unidad 4 de la [guía didáctica](#) y el capítulo 16 del **texto básico**, donde se ilustran ideas importantes de cómo funciona esta estructura de mercado.

Continuemos con el aprendizaje mediante su participación en la actividad que se describe a continuación.



Actividad de aprendizaje recomendada

Identifique cómo a partir de su punto de equilibrio a corto plazo, las empresas en competencia monopolística obtienen beneficios o pérdidas. Revise el tema 4.3 de la [guía didáctica](#) y el capítulo 16 del **texto básico**, específicamente el tema: “La empresa monopolística a corto y largo plazo”.

Nota: por favor, complete la actividad en un cuaderno o documento Word.



Resultado de aprendizaje 2:

Reconocer los diferentes tipos de mercado en los que se desarrollan las empresas como alternativa de crecimiento.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 10

En esta décima semana continuamos con el estudio de los mercados de competencia monopolística, ahora nos toca estudiar la publicidad, ya que la diferenciación de productos en este tipo de mercado lleva al uso de la publicidad y las marcas.

Unidad 4. Competencia monopolística

4.3. La publicidad

En el mundo actual, la publicidad está inmersa en nuestra vida y prácticamente forma parte de ella. El cine, la televisión, la radio, periódicos, revistas, *Internet*, foros de debate, la *web*, redes sociales y teléfonos móviles, hasta el rincón más apartado de su casa y de su vida al que puedan llegar las empresas y los publicistas. Pero a todo esto, diremos que la publicidad es una táctica de *marketing* que involucra pagar por espacio para promocionar un producto, servicio o causa. La meta de la publicidad es alcanzar la mayor cantidad de personas que estén dispuestas a pagar por el producto o servicio de una empresa y atraerlos para que lo adquieran.



4.4. Desarrollo de productos y marketing

El desarrollo de nuevos productos se refiere a productos originales, mejoras de los productos, modificaciones de los productos, y marcas nuevas que la empresa efectúa a través de sus propias actividades de investigación y desarrollo. A la vez, se crean estrategias de *marketing* por parte de los departamentos de investigación, desarrollo e ingeniería, repercutiendo en una gran inversión.

Ahora, es conveniente que usted revise la unidad 4 de la [guía didáctica](#) y el capítulo 16 del **texto básico**, ahí se expone con mayor profundidad cómo las empresas de competencia monopolística utilizan la publicidad como medio para imponer su producto en el mercado.

Es hora de reforzar los conocimientos adquiridos resolviendo las siguientes actividades.



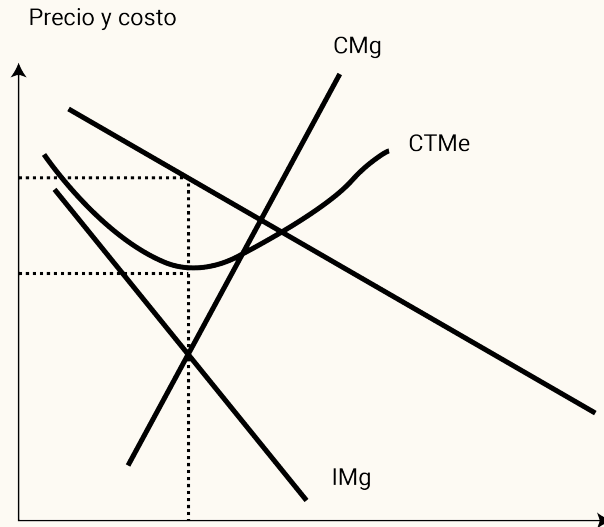
Actividades de aprendizaje recomendadas

1. Realice el análisis de la figura que se presenta en la [guía didáctica](#) numeral 4.6 en el tema “Publicidad” y responder las preguntas que se enuncian.
2. Después del estudio adecuado, analice e interprete la siguiente gráfica.



Figura 1

Beneficios o pérdidas en un mercado de competencia monopolística.



Nota. Tomado de *Guía de Teoría Microeconómica* [Ilustración], por Alvarado, D., 2019, Editorial Universidad Técnica particular de Loja.

La gráfica corresponde a una empresa en competencia monopolística a corto plazo, se solicita responder a lo siguiente:

- En qué situación se encuentra la empresa con respecto a la maximización de beneficios.
- Si esta situación es favorable para la empresa que sucedería con otras empresas que desean entrar al mercado.
- Qué sucede si el precio baja y se encuentra por debajo del CTMe.

Nota: por favor, complete las actividades en un cuaderno o documento Word

- Le invito a reforzar sus conocimientos, participando en la siguiente autoevaluación.



Autoevaluación 4

De las alternativas planteadas, seleccione la respuesta correcta:

Lea y responda cada pregunta según corresponda.

1. La competencia monopolística es un tipo intermedio de competencia imperfecta en la que:
 - a. Pocas empresas venden productos similares, pero no idénticos.
 - b. Muchas empresas venden productos similares, pero no idénticos.
 - c. Algunas empresas venden productos similares, pero no idénticos.
2. El mercado de competencia monopolística actúa como monopolista de:
 - a. Una marca.
 - b. Un producto.
 - c. Una empresa.
3. El mercado de competencia monopolística se caracteriza por tener:
 - a. Pocas industrias mayoristas.
 - b. Una industria mayorista.
 - c. Muchas industrias minoristas.
4. Un mercado típico de competencia monopolística es el de los:
 - a. Cereales.
 - b. Pescados.
 - c. Electrodomésticos.
5. Se habla de interdependencia estratégica cuando una industria solo tiene un:
 - a. Pequeño número de empresas.
 - b. Gran número de empresas.



- c. Una empresa.
6. Existe discriminación de precios cuando:
- a. Un mismo producto se vende a distintos precios a cada consumidor.
 - b. Diferentes productos se venden a un mismo precio a cada consumidor.
 - c. Un mismo producto se vende a un mismo precio a cada consumidor.
7. En una empresa de competencia monopolística el precio es:
- a. Menor que el costo marginal.
 - b. Superior al costo marginal.
 - c. Igual que el costo marginal.
8. El mercado competencia monopolística a menudo provoca ineficiencia debido a que:
- a. $P = CMg$.
 - b. $P > CMg$.
 - c. $P < CMg$.
9. En el equilibrio a largo plazo de un mercado en competencia monopolística, la cantidad producida es:
- a. Superior a la que corresponde al mínimo de los costos medios.
 - b. Inferior a la que corresponde al mínimo de los costos medios.
 - c. Igual a la que corresponde al mínimo de los costos medios.
10. El mercado del *fax*, en expansión, es de competencia monopolística. Actualmente, se obtienen beneficios extraordinarios tendiendo el equilibrio, a largo plazo, hacia una situación en la que:
- a. La curva de ctme coincida con la curva de cmg.
 - b. La curva de ctme sea tangente con la curva de img.
 - c. La curva de ctme sea tangente a la función de demanda de mercado.

[Ir al solucionario](#)



Resultado de aprendizaje 2:

Reconocer los diferentes tipos de mercado en los que se desarrollan las empresas como alternativa de crecimiento.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 11

Iniciemos esta semana con el aprendizaje de la quinta unidad. Dentro de esta parte vamos a tratar el tema de los mercados oligopólicos; así mismo, analizaremos la economía de la cooperación a través de los acuerdos a los que pueden llegar las empresas en este tipo de mercado. Empecemos con una visión general de los oligopolios.

Unidad 5. El oligopolio

Otro mercado de competencia imperfecta es el oligopolio. Cuando un mercado es atendido por un reducido número de productores, estamos ante un oligopolio. Se llamará oligopolio de demanda a los mercados con pocos compradores y oligopolio bilateral a los formados por pocos productores y pocos demandantes.

5.1. Los mercados con pocos vendedores

En este tipo de mercado hay pocas empresas que venden el mismo producto, por lo que las decisiones de producción que adopte cada una, repercute en las demás. Esto lo diferencia del mercado perfectamente competitivo, donde el elevado número de partícipes hace que ninguno de ellos tenga poder de mercado, por lo que sus decisiones individuales no afectan al resto.



Para profundizar, revise la unidad 5 de la [guía didáctica](#) de Teoría microeconómica. Además, el capítulo 17 del **texto básico** de Principios de economía, donde se describe claramente el oligopolio como un mercado imperfecto.

5.2. La economía de la cooperación

En un mercado oligopolista siempre se dará entre los productores la disyuntiva entre la colaboración o la competencia. La colaboración entre estas empresas se denomina “colusión” y el conjunto de empresas que colaboran forman un “cartel”. Un ejemplo de cartel es la Organización de Países Exportadores de Petróleo (OPEP). Los países que forman parte de este cartel coordinan sus volúmenes de producción influyendo en el precio del petróleo. Aunque la colaboración entre estas empresas beneficia en su conjunto, individualmente podrían mejorar su situación incumpliendo el acuerdo.

Es el momento para que usted revise la unidad 5 de la guía didáctica y el capítulo 17 del **texto básico**, donde encontrará una explicación más amplia sobre el tema de Los mercados oligopólicos.

Continuemos con el aprendizaje mediante su participación en la actividad que se describe a continuación.



Actividad de aprendizaje recomendada

Desarrolle el ejercicio propuesto en la unidad 5 de la [guía didáctica](#), en el tema “El duopolio”.

Nota: por favor, complete la actividad en un cuaderno o documento Word.



Resultado de aprendizaje 2:

Reconocer los diferentes tipos de mercado en los que se desarrollan las empresas como alternativa de crecimiento.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 12

Uno de los diez principios de la economía señala que los gobiernos pueden, a veces, mejorar los resultados del mercado. Este principio se aplica directamente a los mercados oligopólicos. Para acercar la distribución de los recursos al óptimo social, los diseñadores de políticas deben inducir a las empresas de un oligopolio a competir en lugar de cooperar. Veamos entonces cómo hacen esto los creadores de las políticas públicas.

Unidad 5. El oligopolio

5.3. La política pública sobre los oligopolios

Para entender la fijación de precios del oligopolio en la práctica, debemos conocer las restricciones legales a las que están sometidas las empresas oligopolistas. Las empresas oligopólicas son interdependientes de una forma en que las empresas competitivas no lo son. Nuestro objetivo en esta semana es entender cómo esta interdependencia influye en la conducta de las empresas y qué problemas plantea para la política pública.



5.4. Caso de estudio

En esta semana, a través de la técnica de estudio de casos y aplicando la teoría de juegos, analizar la toma de decisiones racionales en la que compiten varias empresas que saben que los demás reaccionarán a sus decisiones y que tienen en cuenta las reacciones esperadas a sus decisiones.

Revisar la unidad 5 de la [guía didáctica](#) y el capítulo 17 del **texto básico**, donde encontrará una explicación más amplia sobre el tema de los mercados oligopólicos.

Reforcemos el aprendizaje resolviendo las siguientes actividades.



Actividades de aprendizaje recomendadas

1. Con la finalidad de afianzar y revisar en la [guía didáctica](#) y **texto básico** sobre los mercados de competencia perfecta y monopolio, también es importante observar el siguiente microvideo.

[UTPL oligopolio y la competencia monopolista \[\(área administrativa\) \(microeconomía\)\].](#)

2. Después del estudio adecuado, resuelva el siguiente ejercicio aplicando el dilema del prisionero:

Considere la siguiente matriz de beneficios que surge cuando dos empresas, A y B, intentan decidir qué laboratorio de desarrollo de tecnología van a contratar para desarrollar una nueva tecnología que ambos quieren usar.



Figura 2

Matriz de beneficios

		Empresa A	
		Laboratorio D+	Laboratorio I+
Empresa B	Laboratorio D+	A: 20 B: 20	A: 5 B: 8
	Laboratorio I+	A: 8 B: 5	A: 15 B: 15

Nota. Elaboración propia.

Analice e interprete las siguientes situaciones:

- ¿Qué ocurre si ambas empresas contratan el mismo laboratorio?
- ¿Qué decisión debe tomar la empresa B si la empresa A elige contratar D+?
- ¿Por qué no contratan las dos empresas el laboratorio I+?

Nota: por favor, complete las actividades en un cuaderno o documento Word.

- Estimado estudiante, para evaluar los aprendizajes adquiridos sobre esta temática, le invito a desarrollar la autoevaluación que a continuación se presenta.



Autoevaluación 5

De las alternativas planteadas, seleccione la respuesta correcta:

Lea y responda cada pregunta según corresponda.

1. El oligopolio es un tipo intermedio de competencia imperfecta en el que una industria está dominada por:
 - a. Una empresa.
 - b. Muchas empresas.
 - c. Pocas empresas.
2. La presencia de unas elevadas barreras a la entrada y los acuerdos entre empresas pueden generar un:
 - a. Oligopolio colusorio.
 - b. Oligopolio diferenciado.
 - c. Duopolio.
3. Un oligopolio se caracteriza porque la mayor parte de las ventas la realizan:
 - a. Muchas empresas.
 - b. Una empresa.
 - c. Pocas empresas.
4. El equilibrio de un oligopolista se determina por:
 - a. $IMg < CMg$.
 - b. $IMg = CMg$.
 - c. $IMg > CMg$.
5. Se llama colusión a cualquier acuerdo que:
 - a. Restrinja la lucha competitiva entre empresas.
 - b. Incentive la lucha competitiva entre empresas.
 - c. Defienda la lucha competitiva entre empresas.
6. La guerra de precios es una característica de los mercados:
 - a. Competencia perfecta.
 - b. Monopolio.
 - c. Oligopolio.
7. En nuestro país, es un mercado oligopólico, excepto el de:
 - a. Las aerolíneas.
 - b. La distribución eléctrica.
 - c. Los bancos.



8. ¿Cuál de las siguientes características se da en un mercado oligopolista?
- Conocimiento perfecto del mercado.
 - Interdependencia de las acciones de las empresas.
 - Conocimiento perfecto de la demanda.
9. En el modelo de duopolio de Cournot, cada empresa supone que:
- La rival iguala los recortes de precio, pero no iguala las subidas de precio.
 - La rival igualará todos los cambios de precios razonables.
 - El nivel de salidas de su rival es fijo.
10. Dos empresas que operan en el mismo mercado deben escoger entre un precio alto y un precio bajo. Los beneficios que obtienen vienen dados por la siguiente tabla:

		Empresa B	
		Precio bajo	Precio alto
Empresa A	Precio bajo	18,18	30,6
	Precio alto	6,30	24,24

Si una empresa intenta escoger un precio que sea el mejor para ella, independientemente del precio de su competidor ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es cierta?

- La empresa A debería poner un precio más alto, la empresa B debería poner un precio más bajo.
- La empresa A debería poner un precio más bajo, la empresa B debería poner un precio más alto.
- La empresa A debería poner un precio más bajo, la empresa B debería poner un precio bajo.

[Ir al solucionario](#)



Resultado de aprendizaje 3:

Combinan los factores de producción para lograr el éxito y crecimiento de las organizaciones.

Con este resultado de aprendizaje se pretende que usted analice cada uno de los factores de producción (tierra, trabajo y capital) de modo que tome los elementos clave de cada uno de los factores para lograr el crecimiento de las unidades económicas.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas

Recuerde revisar de manera paralela los contenidos con las actividades de aprendizaje recomendadas y actividades de aprendizaje evaluadas.



Semana 13

Iniciemos esta semana con el aprendizaje de la sexta unidad. En este apartado vamos a estudiar los factores de producción de las unidades económicas. En la teoría microeconómica se considera que existen tres factores principales de producción: el capital, el trabajo y la tierra. Vamos a dar inicio al estudio de estos temas.

Unidad 6. Los mercados de factores de producción

Para analizar este capítulo debemos partir del hecho de que los compradores siempre quieren pagar menos, mientras que los vendedores siempre quieren ganar más. Así mismo, debemos analizar el tema de la economía del bienestar, el cual comprende el estudio de cómo la asignación de recursos afecta el bienestar económico.



6.1. La demanda de trabajo

Normalmente, los empresarios están dispuestos a contratar nuevos trabajadores siempre que los beneficios sean mayores al salario que les tienen que pagar. Por tanto, la demanda de trabajo depende de:

1. **El salario.** Si los salarios suben, esto supone más costes para las empresas, por lo que producir es menos rentable y contratarán menos trabajadores. A mayor salario, menor será la demanda de trabajo de las empresas.

Sin embargo, si los salarios bajan, para las empresas será más rentable producir y se podrán permitir contratar más trabajadores.

2. **La productividad de los trabajadores.** Indica la cantidad de productos que el trabajador es capaz de producir en un momento determinado (una hora, un día, un mes, etc.). Cuanto más productivos sean los trabajadores, más productos obtiene la empresa y, por tanto, más ingresos y beneficios, con lo que se podrán permitir contratar más trabajadores. Cuanto mayor sea la productividad, mayor será la demanda de trabajo.

3. **El precio de los bienes que producen los trabajadores.** Cuanto más alto sea el precio de los bienes, más ingresos tendrá la empresa al vender productos y más les compensará contratar trabajadores para aumentar su producción y sus ventas.

Vamos a considerar que la demanda de trabajo depende fundamentalmente del salario y que la productividad y el precio permanece constante. Como hemos dicho que la cantidad de trabajadores que las empresas están dispuestas a contratar será mayor cuanto menor sea el salario, la curva será decreciente. Es decir, a menor salario, mayor demanda de trabajo.



6.2. La oferta de trabajo

El mercado de trabajo es el mercado donde se intercambia el factor productivo del trabajo. En este mercado, el papel de las empresas y de las economías domésticas es al contrario del que tienen en los mercados de bienes y servicios. En el mercado de trabajo, son las empresas las que demandan trabajadores y las familias las que ofrecen su trabajo.

La cantidad de trabajo que se ofrece en una economía depende de:

- El volumen de población activa. Cuanto mayor sea esta, mayor será la oferta de trabajo.
- El número de horas que cada persona esté dispuesta a trabajar, dependerá entre otros factores, del salario percibido. Los trabajadores ofrecen su trabajo a las empresas a cambio de un salario, mientras trabajan, renuncian a realizar otras actividades (ocio, limpiar la casa, cuidado de familiares). Si aumentan los salarios, las personas estarán más motivadas a trabajar más; sucede, al contrario, cuando los salarios disminuyen.

Por tanto, la curva de oferta de trabajo en función del salario es creciente. No obstante, cuando los salarios son lo suficientemente altos, muchas personas prefieren trabajar menos y ganar menos y a cambio, disponer de más tiempo libre.

Para profundizar, revise la unidad 6 de la [guía didáctica](#). Además, el capítulo 18 del **texto básico**, donde se detalla La demanda de factores de producción.

Es hora de reforzar los conocimientos adquiridos resolviendo las siguientes actividades.





Actividades de aprendizaje recomendadas

1. Le animo a que realice el ejercicio del numeral 6.1.2 de la [guía didáctica](#), con el tema “La empresa competitiva maximizadora de las utilidades”.

Nota: por favor, complete la actividad en un cuaderno o documento Word.

2. Para reforzar los conocimientos adquiridos en los temas de esta semana, lo invito a desarrollar el siguiente *quiz*.

[Los mercados de factores de producción](#)



Resultado de aprendizaje 3:

Combinan los factores de producción para lograr el éxito y crecimiento de las organizaciones.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 14

En la semana catorce vamos a realizar un análisis del equilibrio del mercado laboral, así como también de los factores tierra y capital. A continuación, se describen los temas.

Unidad 6. Los mercados de factores de producción

6.3. El equilibrio del mercado laboral

En condiciones de *ceteris paribus*, tanto la oferta como la demanda de trabajo dependen de manera inmediata del nivel de salarios:

- La relación de la oferta de trabajo con los salarios es directa: Cuanto más altos son los salarios, más alta es la oferta de trabajo y viceversa. Por eso la curva de oferta de trabajo (por parte de los individuos) es creciente.
- Por el contrario, la relación de la demanda de trabajo con los salarios es inversa: cuanto más altos son los salarios, más baja es la demanda de trabajo. Por eso la curva de demanda de trabajo (por parte de las empresas), es decreciente.

Pero también pueden variar otros factores, produciendo desplazamientos de las curvas de oferta y demanda.



6.4. Los otros factores de producción: tierra y capital

Finalmente, vamos a estudiar los factores tierra y capital. En esta parte analizaremos el mercado de tierra que es un factor no producido, luego nos referiremos al tema de la oferta y demanda de capital, lo que nos dará una idea más profunda de algunos factores claves en la economía.

Es de especial relevancia señalar que estos temas se encuentran desarrollados con mayor detalle en el capítulo 6 de la [guía didáctica](#), como el capítulo 18 del **texto básico**.

Reforcemos el aprendizaje resolviendo las siguientes actividades.



Actividades de aprendizaje recomendadas

1. Con la finalidad de afianzar y revisar la [guía didáctica](#) y **texto básico** sobre los factores productivos, observar el siguiente microvideo.

[UTPL variación de los beneficios de una empresa competitiva \[\(microeconomía\)\].](#)

2. Después del estudio adecuado, desarrolle el siguiente ejercicio:
La siguiente tabla muestra la producción total en función del número de trabajadores de una empresa:



Total de producción por
número de trabajadores

Trabajadores	Producción
1	100
2	210
3	330
4	410
5	470
6	515
7	550
8	570
9	580
10	585

Nota. Elaboración propia.

Con base en esta información, determine el número de trabajadores que contratará la empresa, conociendo que el precio unitario por cada unidad producida es de 10 u. m. y el salario que se paga es de 500 u. m.

Nota: por favor, complete las actividades en un cuaderno o documento Word.

3. Realice la autoevaluación para comprobar sus conocimientos.





Autoevaluación 6

De las alternativas planteadas, seleccione la respuesta correcta:

Lea y responda cada pregunta según corresponda.

1. El ingreso es el:
 - a. Flujo de salarios recibidos durante un periodo.
 - b. Flujo de intereses y dividendos recibidos durante un periodo.
 - c. Flujo de salarios, intereses y dividendos recibidos durante un periodo.
2. La oferta de trabajo de los individuos tiene pendiente:
 - a. Negativa.
 - b. Positiva.
 - c. Unitaria.
3. El mercado de trabajo está formado por grupos:
 - a. Competitivos.
 - b. Parcialmente competitivos.
 - c. Competitivos y parcialmente competitivos.
4. El capital es:
 - a. Un bien duradero producido que se utiliza para producir más bienes y/o servicios.
 - b. Conjunto de unidades monetarias que se utilizan para producir más bienes y/o servicios.
 - c. Materias primas que se utilizan para producir más bienes y/o servicios.
5. Tipo de interés es el:
 - a. Rendimiento de los fondos expresado en porcentajes.
 - b. Rendimiento de fondos expresado en unidades monetarias.
 - c. Rendimiento de fondos en un periodo de tiempo.
6. Los beneficios son iguales a los:
 - a. Ingresos totales más los costos.
 - b. Ingresos totales menos los costos.



- c. Ingresos totales para los costos.
7. El producto marginal del trabajo es igual:
- a. Al incremento de la cantidad producida para el incremento del trabajo.
 - b. Al incremento de la cantidad producida multiplicada por el incremento del trabajo.
 - c. Al incremento de la cantidad producida menos el incremento del trabajo.
8. El valor del producto marginal del trabajo se calcula:
- a. Dividiendo el precio para el producto marginal.
 - b. Multiplicando el precio por el producto marginal del trabajo.
 - c. Sumando el precio más el producto marginal del trabajo.
9. La demanda de un factor en un mercado es:
- a. Las sumas de las demandas individuales para cada precio de las distintas empresas que atienden ese mercado.
 - b. Es directamente proporcional a su precio.
 - c. Es inversamente proporcional a su precio.
10. Qué repercusión tiene en el mercado de trabajo de las empresas que fabrican el bien X, un aumento en el salario de los trabajadores de las empresas que fabrican el bien Y, suponiendo que existe facilidad para que los trabajadores de esos sectores se desplacen de uno a otro.
- a. Subirá el salario y la cantidad de trabajo contratada.
 - b. Subirá el salario y bajará la cantidad de trabajo contratada.
 - c. Bajará el salario y bajará la cantidad de trabajo contratada.

[Ir al solucionario](#)



Resultado de aprendizaje 3:

Combinan los factores de producción para lograr el éxito y crecimiento de las organizaciones.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 15

Estimado estudiante, para concluir el bimestre y reforzar sus conocimientos, le invito a desarrollar las siguientes actividades.

Actividad 1

Lea los contenidos de la unidad 4 y 5 de la [guía didáctica](#) y también los capítulos 16 y 17 del **texto básico** como refuerzo previo a la primera evaluación presencial.

Actividad 2

Una vez analizado los temas propuestos le invito a que realice un cuadro comparativo identificando cada una de las características de los mercados de competencia monopolística y oligopolio. El objetivo de esta actividad es que usted sepa diferenciar estas dos estructuras de mercado.

Nota: por favor, complete la actividad en un cuaderno o documento Word.



Resultado de aprendizaje 2 y 3:

- Reconocer los diferentes tipos de mercado en los que se desarrollan las empresas como alternativa de crecimiento.
- Combinan los factores de producción para lograr el éxito y crecimiento de las organizaciones.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 16

Actividades finales del bimestre

Para finalizar el bimestre y fortalecer sus conocimientos, le invito a realizar las siguientes actividades.

Actividad 1

Lea los contenidos de la unidad 6 de la [guía didáctica](#) y también los capítulos 18 del **texto básico** como refuerzo previo a la primera evaluación presencial.

Actividad 2

Una vez analizado los temas propuestos le invito a que realice un cuadro comparativo identificando cada una de las características de los factores productivos revisados (tierra, trabajo, capital), el objetivo de esta actividad es que usted identifique correctamente cada uno de estos.

Nota: por favor, complete la actividad en un cuaderno o documento Word.





4. Solucionario

Autoevaluación 1

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	b	Los costos totales son la suma de los costos fijos (costos que no cambian con el nivel de producción) y los costos variables (costos que varían con el nivel de producción). Los costos medios y marginales son otros conceptos que se calculan de manera diferente.
2	a	Los costos aumentan o disminuyen de acuerdo a la cantidad de producción que desea producir la empresa.
3	b	El costo marginal es el costo adicional de producir una unidad más de un bien. Depende de la tecnología (eficiencia de producción), los precios de los insumos (costos de materiales y energía) y los factores de producción (costos de trabajo y capital).
4	c	El costo fijo medio es el costo fijo total dividido entre la cantidad de producción. Representa el costo fijo asignado a cada unidad de producción.
5	a	El balance general muestra la situación financiera de una organización en un momento específico, detallando sus activos (lo que posee), sus pasivos (lo que debe) y el patrimonio (capital de los propietarios).
6	b	El costo de oportunidad representa el valor de la mejor alternativa que se deja de lado al tomar una decisión. Es fundamental en la toma de decisiones económicas para evaluar las verdaderas implicaciones de escoger una opción sobre otra.
7	c	Una función de producción se define como la cantidad de producción que se obtiene respecto a la cantidad de factores productivos utilizados los factores.
8	a	El empleo del factor tierra se determina como un costo fijo, el mismo que es constante e independiente del nivel de producción.
9	c	El costo marginal corresponde a la pendiente de la recta entre puntos en función de costos variables, porque ambos



Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
		representan el cambio en los costos variables con respecto a un cambio en la cantidad producida.
10	c	Los costos medios a largo plazo indican el costo unitario mínimo para producir cada nivel de <i>output</i> y son la envolvente de las curvas de costos totales medios a corto plazo para diferentes niveles de producción. Gráficamente, esto se muestra como una curva que toca tangencialmente a las curvas de costos medios a corto plazo.

[Ir a la autoevaluación](#)



Autoevaluación 2

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	a	En un mercado de competencia perfecta existen muchas empresas, lo que no les permite influir en el precio de mercado.
2	c	La competencia perfecta se caracteriza por muchos compradores y muchos vendedores, productos homogéneos, libertad de entrada y salida del mercado, y perfecta información.
3	a	A largo plazo, una empresa en competencia perfecta, debe tomar en cuenta que existen nuevas empresas que desean ingresar al mercado y también que existen empresas que desean salir debido a la situación que se encuentra en ese momento el mercado.
4	b	Se conoce todo lo que pasa en el mercado. Las empresas y consumidores tienen información perfecta.
5	c	En competencia perfecta, cada empresa enfrenta una curva de demanda horizontal, es decir, perfectamente elástica, ya que pueden vender toda su producción al precio de mercado, pero no pueden influir en el precio.
6	c	Una empresa para ser eficiente necesita saber que existen otras empresas en el mercado, lo que le impulsa a ser competitiva.
7	a	Cuando no se cumple la condición de que el precio es igual costo marginal y a su vez igual al ingreso marginal, la empresa perfectamente competitiva es ineficiente.
8	b	En un mercado competitivo, la curva de oferta siempre coincide con el costo marginal, que es superior al mínimo de los costos totales medios.
9	b	El sector industrial a largo plazo tiende a crecer en tamaño dependiendo de la producción que está en el punto mínimo de los costos medios.
10	b	Resolviendo el sistema de ecuación. Despejando P y luego reemplazando en cualquier ecuación obtenemos el punto de equilibrio. Dando como resultado $P = 18$ y $X = 461$.

[Ir a la autoevaluación](#)



Autoevaluación 3

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	b	La discriminación de precios permite a las empresas maximizar sus beneficios al cobrar precios diferentes a diferentes consumidores, pero esto puede llevar a una reducción en el bienestar del consumidor, ya que algunos consumidores pagan precios más altos que otros.
2	c	En un monopolio, el Precio (P) es mayor que el Ingreso Marginal (IMg) y el Costo Marginal (CMg) porque el monopolista maximiza el beneficio donde el $IMg = CMg$, pero el precio está por encima de este punto debido a la pendiente negativa de la curva de demanda.
3	b	La característica de un monopolio es que existe un solo vendedor en el mercado.
4	a	En un monopolio, el objetivo principal del monopolista es maximizar sus beneficios. Para encontrar este punto óptimo, el monopolista ajusta la producción hasta que el Ingreso Marginal (IMg) es igual al Costo Marginal (CMg). Esta es una condición crucial para la maximización del beneficio.
5	c	En el monopolio se utilizan algunas barreras para que no ingresen nuevas empresas al mercado, ya sean por parte del Estado o por la propiedad de los insumos para la producción de un bien.
6	a	Una industria es un conjunto de empresas, el número de empresas que puede soportar una industria está determinado por la estructura de costos y por la tecnología.
7	c	Un monopolio natural ocurre cuando una sola empresa puede suministrar el mercado entero a un costo menor que si varias empresas lo hicieran. Esto generalmente sucede en industrias que tienen altas economías de escala, donde el costo promedio de producción disminuye conforme aumenta la cantidad producida.
8	a	La curva de Ingreso Total (IT) muestra la relación entre la cantidad total vendida de un bien y el Ingreso Total que la empresa obtiene de esas ventas. Para determinar la curva de Ingreso Total, es fundamental entender la relación entre el precio y la cantidad vendida.
9	c	Cuando la curva de demanda tiene pendiente decreciente, el ingreso marginal es menor que el precio, porque para vender unidades adicionales, el precio de todas las unidades vendidas debe reducirse.



Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
10	a	En el punto X_1 es el punto donde el monopolio maximiza su beneficio.

[Ir a la autoevaluación](#)



Autoevaluación 4

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	b	Esto permite a las empresas diferenciarse a través de la calidad, marca, características o servicios adicionales. Aunque hay competencia entre ellas, cada empresa tiene cierta capacidad para fijar precios debido a la diferenciación de sus productos.
2	a	En un mercado de competencia monopolística, cada empresa actúa como un monopolista de su marca porque tiene la capacidad de diferenciar su producto de los demás, otorgándole poder sobre los precios y las estrategias de mercado para su producto específico.
3	c	En un mercado de competencia monopolística, hay muchas empresas en la fase minorista que ofrecen productos diferenciados. Esto da como resultado una gran cantidad de empresas en el nivel minorista, cada una con su propio nicho de mercado debido a la diferenciación de productos.
4	c	Las empresas de electrodomésticos son un buen ejemplo de un mercado de competencia monopolística.
5	a	La interdependencia estratégica ocurre en mercados con un número reducido de empresas, donde las decisiones de una empresa afectan significativamente a las demás. Las empresas deben considerar las posibles reacciones de sus competidores al tomar decisiones sobre precios, producción y otras estrategias.
6	a	La discriminación de precios ocurre cuando una empresa vende el mismo producto a diferentes precios a diferentes consumidores, basándose en características como la disposición a pagar, el momento de compra o la ubicación. Este enfoque permite a las empresas maximizar sus ingresos al capturar más valor de cada segmento del mercado.
7	b	En una empresa de competencia monopolística, el precio es superior al costo marginal debido a la diferenciación de productos y el poder de mercado que esta diferenciación confiere a cada empresa.
8	a	Existe ineficiencia en un mercado de competencia monopolística cuando el precio es igual al costo marginal.
9	b	Cuando la cantidad producida en un mercado de competencia monopolística es inferior al mínimo de los costos medios, se produce un equilibrio a largo plazo.
10	c	



Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
----------	-----------	-------------------

		Cuando la curva de costo total medio es tangente a la función de la demanda se obtienen beneficios a largo plazo.
--	--	---

[Ir a la autoevaluación](#)



Autoevaluación 5

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	c	El oligopolio se caracteriza porque una industria está dominada por unas pocas empresas, generalmente entre dos y diez.
2	a	Un oligopolio colusorio ocurre cuando las empresas en un mercado oligopólico se ponen de acuerdo para restringir la competencia y maximizar los beneficios conjuntos, estableciendo precios más altos y reduciendo la producción. Las barreras de entrada elevadas ayudan a mantener esta estructura.
3	c	Muchas industrias minoristas forman parte de un mercado de competencia monopolística, como por ejemplo las empresas de electrodomésticos.
4	b	El equilibrio en un mercado oligopólico se alcanza cuando el Ingreso Marginal (IMg) iguala el Costo Marginal (CMg). En este punto, las empresas maximizan sus beneficios, dado que ajustar la producción cambiaría el ingreso marginal y el costo marginal, lo que afectaría negativamente sus ganancias.
5	a	La colusión implica acuerdos entre empresas para reducir la competencia, establecer precios y limitar la producción con el fin de maximizar los beneficios conjuntos. Estos acuerdos pueden ser explícitos o implícitos y tienden a perjudicar al consumidor al mantener los precios más altos.
6	c	En mercados oligopólicos, las guerras de precios pueden ocurrir cuando las empresas intentan captar una mayor cuota de mercado a través de la reducción agresiva de precios. Estas guerras pueden dañar la rentabilidad de las empresas, pero son una estrategia común para ganar ventaja competitiva.
7	b	La distribución eléctrica la realiza el Estado, por lo que es considerado como un monopolio.
8	b	La interdependencia mutua de las empresas en el oligopolio se hace patente en la necesidad de mantener la estabilidad de los precios.
9	c	Supone que la competencia se establece no en términos de precios sino de cantidades, ya que el nivel de salidas de los rivales es fijo.
10	c	Supone que la competencia se establece no en términos de precios sino de cantidades, ya que el nivel de salidas de los rivales es fijo.



[Ir a la autoevaluación](#)



Autoevaluación 6

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	c	El flujo de salarios, intereses y dividendos recibidos durante un periodo es crucial para la estabilidad económica de los hogares, la equidad social, la medición de la actividad económica, y el crecimiento económico.
2	b	La oferta de trabajo generalmente tiene una pendiente positiva, lo que significa que a medida que el salario aumenta, más individuos están dispuestos a ofrecer su trabajo. Esto se debe a que mayores salarios hacen que el trabajo sea más atractivo.
3	c	El mercado de trabajo puede estar compuesto por mercados competitivos, donde hay muchas empresas y trabajadores, y mercados parcialmente competitivos, donde existen menos empresas y barreras a la entrada.
4	a	El capital es esencial para la producción de más bienes y servicios porque aumenta la productividad, expande la capacidad de producción, impulsa la innovación, reduce costos, y fomenta el crecimiento económico.
5	a	El tipo de interés representa el rendimiento de los fondos o el costo del dinero prestado, expresado como un porcentaje del monto principal.
6	b	Los beneficios se calculan restando los costos totales de los ingresos totales. Es decir, el beneficio neto es lo que queda después de cubrir todos los costos.
7	a	El Producto Marginal del Trabajo (PMT) se calcula dividiendo el incremento de la producción por el incremento del factor trabajo debido a su definición económica y la forma en que mide la productividad adicional generada por una unidad extra de trabajo.
8	b	El valor del Producto Marginal del Trabajo se calcula multiplicando el precio del producto por el Producto Marginal del Trabajo debido a su relevancia en la evaluación de la contribución económica de una unidad adicional de trabajo en términos de ingresos generados.
9	a	La suma de las demandas individuales es igual a la demanda del mercado, porque la demanda del mercado representa la totalidad de la cantidad demandada de un bien o servicio por todos los consumidores en un mercado a un precio dado.
10	b	



Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
----------	-----------	-------------------

		<p>Un aumento en los salarios en un sector relacionado puede llevar a un aumento en los salarios en el sector de las empresas que fabrican el bien X debido a la movilidad laboral. Esto también puede dar como resultado un aumento en la cantidad de trabajo contratado en el sector afectado.</p>
--	--	--

[Ir a la autoevaluación](#)





5. Referencias Bibliográficas

Mankiw, N. (2020). Principios de Economía. 8.^a edición. México: Editorial Cengage Learning. México.

Alvarado, D. (2019). Guía de Teoría Microeconómica. Loja – Ecuador: Editorial Universidad Técnica Particular de Loja.

