



Economía

Autor: Maria Camila Lozano

••••

Economía / María Camila Lozano Ramirez / Bogotá D.C.,
Fundación Universitaria del Área Andina. 2017

978-958-5459-94-6

Catalogación en la fuente Fundación Universitaria del Área Andina (Bogotá).

© 2017. FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA
© 2017, PROGRAMA FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
© 2017, MARÍA CAMILA LOZANO RAMIREZ

Edición:

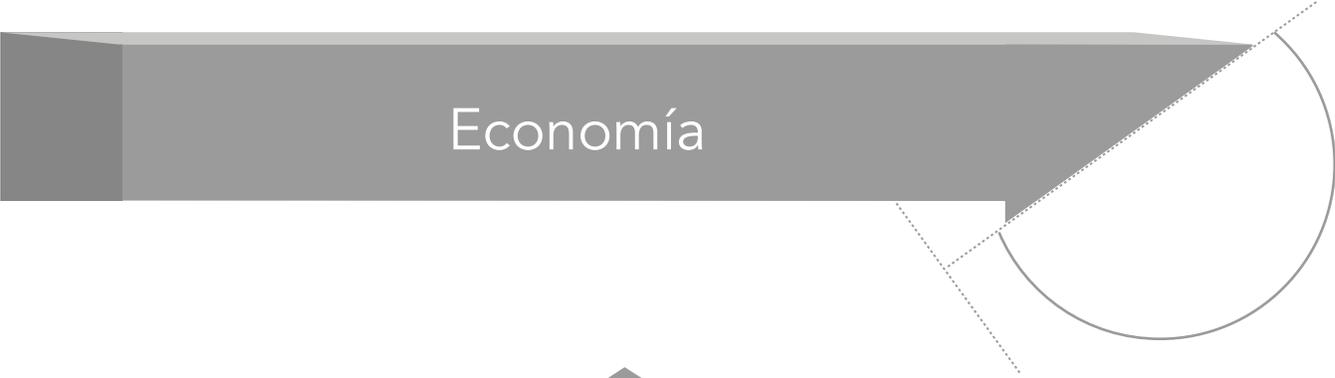
Fondo editorial Areandino
Fundación Universitaria del Área Andina
Calle 71 11-14, Bogotá D.C., Colombia
Tel.: (57-1) 7 42 19 64 ext. 1228
E-mail: publicaciones@areandina.edu.co
<http://www.areandina.edu.co>

Primera edición: noviembre de 2017

Corrección de estilo, diagramación y edición: Dirección Nacional de Operaciones virtuales
Diseño y compilación electrónica: Dirección Nacional de Investigación

Hecho en Colombia
Made in Colombia

Todos los derechos reservados. Queda prohibida la reproducción total o parcial de esta obra y su tratamiento o transmisión por cualquier medio o método sin autorización escrita de la Fundación Universitaria del Área Andina y sus autores.



Economía

Autor: Maria Camila Lozano





Índice

UNIDAD 1 Generalidades del enfoque cuantitativo

Introducción	7
Metodología	8
Desarrollo temático	9

UNIDAD 1 Factores de producción

Introducción	19
Metodología	20
Desarrollo temático	21

UNIDAD 2 Teoría del mercado

Introducción	30
Metodología	31
Desarrollo temático	32

UNIDAD 2 Costos de producción

Introducción	48
Metodología	49
Desarrollo temático	50



Índice

UNIDAD 3 Utilidad y elección

Introducción	56
Metodología	57
Desarrollo temático	58

UNIDAD 3 Producción

Introducción	74
Metodología	75
Desarrollo temático	76

UNIDAD 4 Los beneficios de la empresa

Introducción	82
Metodología	83
Desarrollo temático	84

UNIDAD 4 Economía informacional

Introducción	92
Metodología	93
Desarrollo temático	94

Bibliografía	101
--------------	-----



Generalidades del enfoque cuantitativo



**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA
DEL ÁREA ANDINA**

Personería Jurídica Res. 22215 Mineducación Dic. 9-83

Autor:

María Camila Lozano Ramirez

Introducción

La ciencia económica estudia la administración de los recursos escasos por medio de los procesos de producción, distribución, comercialización, y consumo de bienes y servicios para satisfacer las necesidades ilimitadas de las familias, las empresas y los gobiernos.

Por lo tanto, estudia los fenómenos económicos, las fuerzas que participan e interactúan en el entorno, y así permite reflexionar, analizar e interpretar la relación entre la toma de decisiones y el comportamiento de los agentes económicos teniendo en cuenta los recursos disponibles y necesidades de una sociedad o país determinado en un momento dado.

En esta sección analizaremos, primero, algunas cuestiones referentes a los conceptos de la ciencia económica, en especial como ciencia social, participación de los agentes económicos, análisis normativo, positivo y la dinámica del sistema económico.

Recomendaciones metodológicas

Leer, analizar y comprender detalladamente los conceptos que se van a desarrollar durante esta semana, por lo tanto es importante que el estudiante se guíe de la cartilla y de las lecturas complementarias.

Este es trabajo autónomo por lo que implica mayor responsabilidad de cada estudiante.

Desarrollo temático

¿Qué es Economía?

Definición	
Definición según Campbell, McConnell y Stanley (1997):	Ciencia social interesada en el uso de los recursos escasos, para obtener la máxima satisfacción de las necesidades materiales ilimitadas de la sociedad.
Definición según Irvin Tucker (2004):	Estudio de la forma en que la sociedad escoge distribuir sus recursos escasos para la producción de bienes y servicios con objeto de satisfacer necesidades ilimitadas.
Definición según Gregory Mankiw (2007):	Estudio del modo en que la sociedad gestiona sus recursos escasos.

De acuerdo con los conceptos anteriores, podemos concluir que la Economía es la ciencia social encargada de relacionar los recursos que son escasos con las diferentes formas de satisfacer las necesidades ilimitadas del ser humano.



¿Por qué es necesario estudiar Economía?

Si queremos saber cómo funciona la sociedad a la cual pertenecemos, es

necesario hacerlo a través de un método como el científico, que nos muestra las formas más comunes de resolver los problemas de cualquier sociedad. Una sociedad tiene muchas necesidades que son ilimitadas y su satisfacción debe lograrse utilizando recursos que en su mayoría son escasos. Usted debe saber cómo funciona su entorno económico para poder convivir en él.

La economía hace que la gente reconozca unos papeles bien elaborados (billetes y monedas) y los intercambie por cosas. Usted ofrece su capacidad de trabajo y espera algo a cambio, así mismo, usted se molesta si va a la tienda o supermercado cercano y no encuentra lo que está necesitando. ¿Por qué los bancos siempre tienen dinero?, ¿Por qué valen las cosas? ¿Por qué no podemos tener todo lo que deseamos?,

etc. Estos son algunos de los interrogantes que se resuelven mediante el estudio de la economía.

¿Por qué se considera que los recursos son escasos?

Si consideramos el crecimiento de la población, el cual va a un ritmo mayor que la producción de los alimentos, vemos que los recursos no alcanzan para todos. A pesar de que el hombre ha llegado a la luna y a otros planetas, lo único cierto es que no se han encontrado más recursos que puedan servir para que la gente sobreviva. El ser humano siempre está inconforme con lo que tiene, vive para suplir sus necesidades y cuando estas se encuentran satisfechas, siempre quiere más. Es de esta manera, que se le da protagonismo a disciplinas como la Economía, para buscar formas más eficientes de producción, distribución y consumo.

Escasez. Carácter limitado de los recursos de la sociedad.

Es la característica distintiva de un bien económico. El hecho de que un bien económico sea escaso no significa que sea raro, sino solo que no se puede obtener gratuitamente. Para obtener un bien, deben producirse u ofrecerse otros bienes económicos a cambio.

La palabra escasez es un término relativo, porque a pesar de existir muchos recursos en la tierra no alcanzan para todos. Se ha preguntado ¿Cuántos carros hay en el mundo? Muchísimos es la respuesta más común, pero ¿Alcanzan para todos?, ¿Todos tienen carro?, ¿Por qué no?, ¿Por qué a pesar de existir muchos carros en el mundo, no alcanzan para todos? La respuesta es, porque los recursos son escasos, incluida la mano de obra que es limitada.

¿Por qué se dice que las necesidades humanas son ilimitadas?

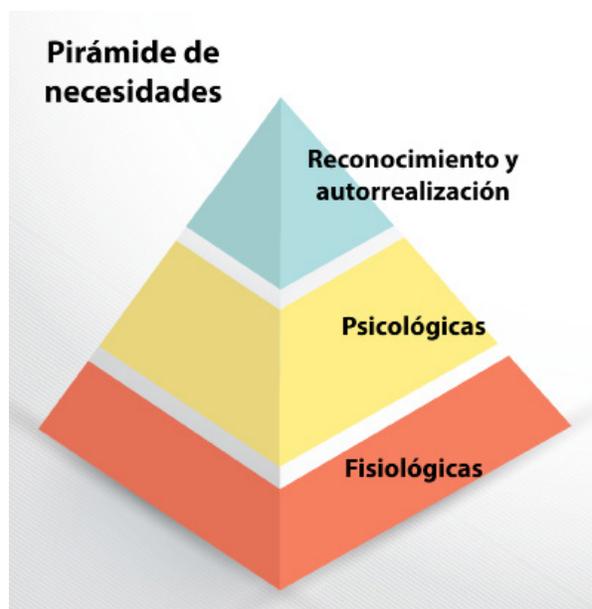
Según varios autores, dentro de los cuales se encuentra Abraham Maslow, coinciden en afirmar que las personas tienen infinitas necesidades y deseos, y que la forma de resolver cada una de estas necesidades es también de forma infinita. Según el citado autor, las necesidades se clasifican en:

Fisiológicas: propias de la condición del ser humano como: respirar, beber agua, comer, dormir, eliminar desechos.

De seguridad: seguridad y protección de daño físico y emocional. Seguridad de empleo, ingresos y recursos.

Afiliación o sociales: tienen que ver con la afectividad del individuo, la asociación, participación y aceptación. Estas necesidades buscan la amistad, el afecto, el amor.

De estima o reconocimiento: relacionada con el respeto, estatus, prestigio, poder, etc.



De autorrealización: son las de mayor jerarquía, el ser humano encuentra sentido a la vida mediante el desarrollo de su potencial en una actividad.

Pese a la apreciación anterior, para efectos de la economía, es muy importante que el individuo obtenga los recursos necesarios para satisfacer las necesidades de forma general o particular. En la gráfica siguiente se aprecia una síntesis de las dimensiones y niveles de necesidades actuales.

Desde esta perspectiva las necesidades se pueden agrupar en:

Fisiológicas, psicológicas, y de reconocimiento y autorrealización.

Fisiológicas

El ser humano resuelve sus necesidades fisiológicas de acuerdo a un ciclo que empieza con la condición de estabilidad, luego se presenta una necesidad fisiológica como el (hambre). El cuerpo reacciona con alguna manifestación



como el bostezo, dolor de cabeza, escalofrío o cualquier expresión, provocando la desestabilización corporal que obliga a buscar un satisfactor que calme su necesidad (el alimento). El cuerpo luego vuelve a la condición de estabilidad. Este ciclo se repite siempre cuando se tiene una necesidad fisiológica.

Psicológicas



Las necesidades que se derivan del intelecto son las llamadas psicológicas, que son muy amplias. El sujeto tiene la necesidad de estudiar los fenómenos que ante él suceden o ir más

allá, a través de la exploración y la investigación. Cierta parte del cerebro lo obliga a reaccionar de esta forma con mucha ansiedad de conocimiento, el otro hemisferio del cerebro lo lleva a desarrollar las aptitudes, destrezas y habilidades que son transmitidas genéticamente y desarrolladas a través de su experiencia y repetición.

Reconocimiento y autorrealización

Crecimiento, alcanzar el potencial propio y la autosatisfacción, el impulso de convertirse en lo que uno es capaz de ser.

Se hace necesario en algún momento de la vida sentir que las personas lo admiran o lo aceptan en los grupos con los cuales se relaciona. Desarrollar su trabajo y crear mecanismos que lo obligan a superarse, es lo que se considera como autorrealización, y permite darle sentido a lo que se hace.

¿Cuáles son los principales problemas de una economía?

¿Qué producir?

Se determina por los recursos que se poseen. Es necesario ver la conveniencia de producir más de un producto dejando de producir otro.

¿Cómo producir?

Es establecer la combinación de los recursos y la tecnología necesaria para producir algo. Se debe determinar la intensidad de la utilización de los recursos como la mano de obra, la máquina y la utilización de materiales. Un artículo puede producirse con unidades de trabajo, combinado el trabajo con las máquinas en mayor o menor medida o en su defecto, solo empleando maquinaria.

¿Para quién producir?

Cada sociedad debe determinar qué producir y para quién, asignando los recursos necesarios para producir los bienes y servicios que se requieran.

¿Qué es un bien?

Es todo medio capaz de satisfacer una necesidad, que proporciona bienestar, en mayor o menor medida. Se clasifican como bienes libres o económicos.

Bien libre: bien o servicio cuyo precio es cero. Debido a ese precio, la cantidad ofrecida es al menos tan grande como la cantidad demandada.

Bien económico: se dividen en bienes tangi-

bles e intangibles. Los tangibles son aquellos que se pueden percibir a través de los sentidos, dentro de ellos pueden encontrarse los renovales, agotables, duraderos y los no duraderos. Los intangibles o inmateriales son aquellos que no se pueden percibir a través de los sentidos y se pueden dividir en los de dar (las diferentes profesiones Medicina, asesorías en Derecho, Administración, Negocios etc.), de hacer (los diferentes oficios como podar el jardín, arreglar la casa, la peluquería, etc.) y los de propiedad intelectual, como por ejemplo, los derechos de autor (derechos de autor, derechos conexos y nuevas tecnologías, derecho sobre la vida), propiedad industrial (patente de invención, modelo de utilidad, secreto industrial, diseño industrial, marca, denominación de origen) etc.

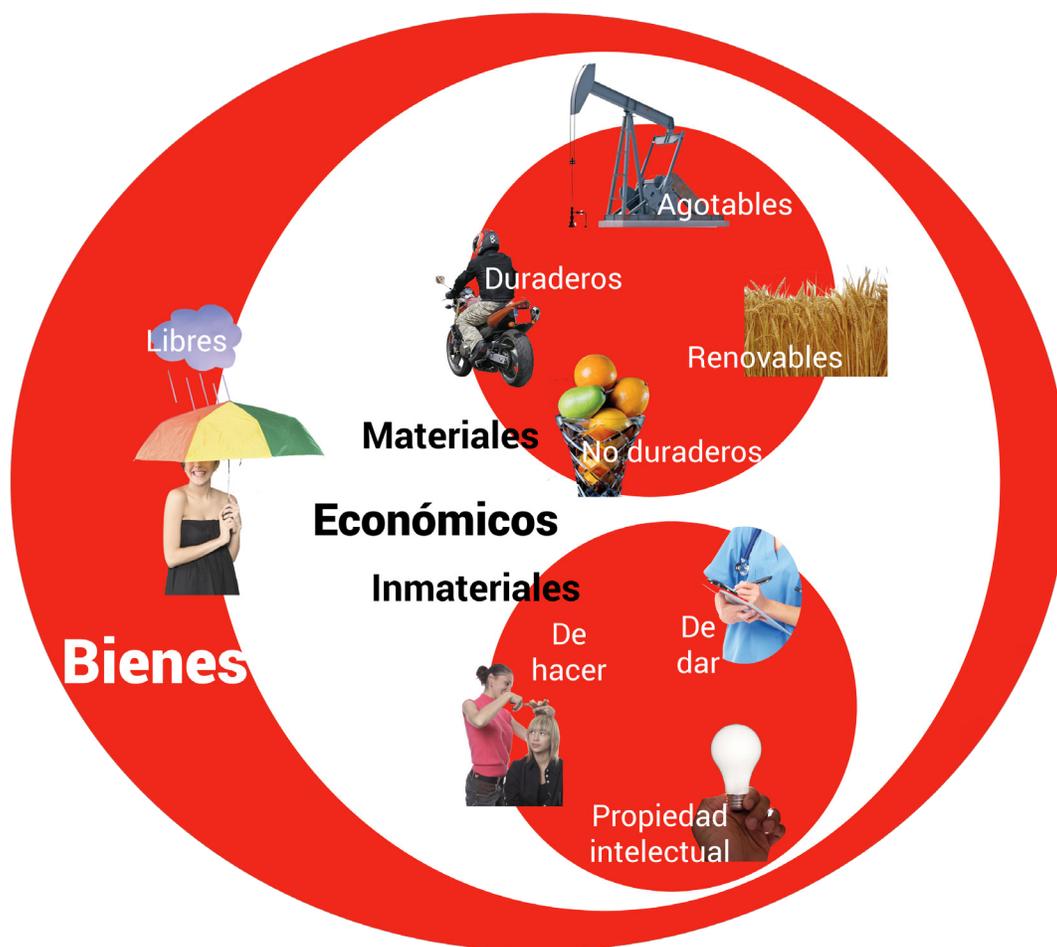


Diagrama de flujo circular

Definición

“Diagrama que muestra el flujo de productos de los negocios a las familias y el flujo de recursos de las familias a los negocios. A cambio de esos recursos y productos, los pagos monetarios fluyen entre los negocios y las familias” (Tucker, 2004)

En una sociedad de mercado son muchos los elementos que habrá que considerar, una red compleja e interrelacionada de toma de decisiones y

actividades económicas. Los principales actores son las empresas y las familias, cuyas funciones están bien delimitadas para el estudio de este modelo.

Partes y actores

Las Familias

Tienen doble función. Una es la de gastar, que involucra consumir (bienes y servicios), ahorrar y pagar impuestos. La otra función es ser las dueñas de los factores de producción (tierra, trabajo, capital, tecnología y organización).



Las empresas

Las empresas cumplen con la función de producir bienes y servicios requiriendo de

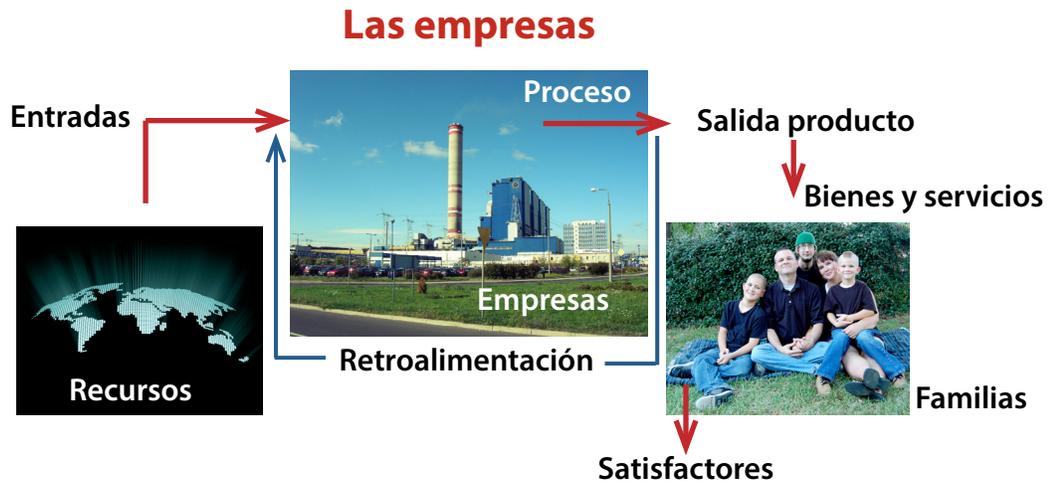
los factores de producción y servicios de capital financiero. Además pagan impuestos.



Utilizando el siguiente diagrama vemos cómo las empresas requieren de los recursos que son procesados y convertidos en productos, que salen al mercado como bienes y servicios que las familias requieren para satisfacer sus necesidades.

Los recursos que las empresas utilizan son, entre otros, las materias primas, la mano de obra,

las máquinas, la tecnología, etc. Se deben organizar todos estos factores de producción de una manera lógica, para que se conviertan en productos, que luego otras empresas dedicadas a la distribución, transporte y comercialización, lanzan al mercado en forma de bien o servicio, que las familias demandan como satisfactores de sus necesidades.



Las familias y las empresas se reúnen en un sitio denominado mercado, en donde establecen las cantidades (Q) y los precios (P) que se intercambiarán. Estos mercados se deben con-

siderar de acuerdo con su condición de competencia (perfecta e imperfecta). Se distinguen dos clases de mercados, el de bienes y servicios y el de factores de producción.

Diagrama de flujo circular

Mercado bienes y servicios



Mercados de factores de producción

Cuando las familias van a los mercados de bienes y servicios a demandar por estos y las empresas van a ofrecerlos y, cuando las empresas

van a los mercados de factores de producción a demandar por los factores de producción que las familias ofrecen, se habla del Flujo real.

Flujo real. La cantidad de bienes y servicios y factores de producción que fluyen en una economía.

Diagrama de flujo circular

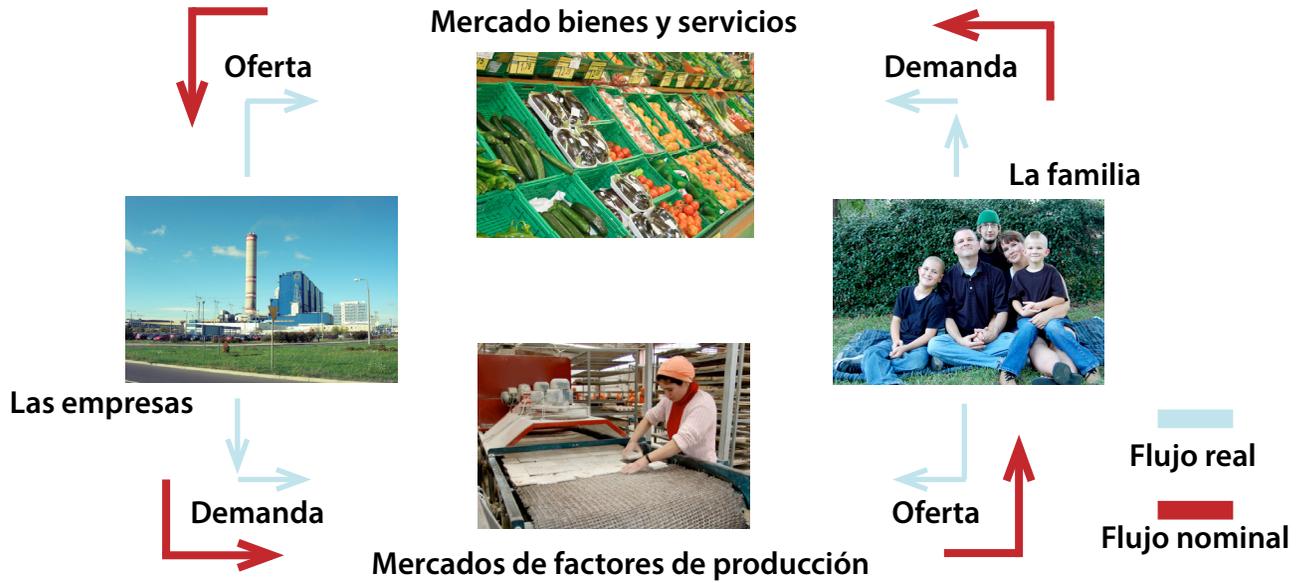


En las economías de mercado, la vinculación de estas dos actividades no se da en forma directa, intercambiando recursos productivos por bienes de consumo, sino en forma indirecta, a través del dinero. Las familias pagan a los mercados por la obtención de los bienes y servicios que se convierten en ingreso para

las empresas. A su vez las empresas, con estos ingresos, pagan a las familias por la obtención de los factores de producción necesarios para generar más bienes y servicios en forma de salarios, intereses, rentas y ganancias. Esto se convierte entonces en un flujo que se repite, denominado Flujo nominal.

Flujo nominal. Es la cantidad de dinero que circula en una economía, también denominado flujo monetario o flujo de dinero

Diagrama de flujo circular



Entonces debe existir un equilibrio entre la cantidad de bienes y servicios y factores de producción (Flujo real) con la cantidad de dinero que debe haber en el sistema económico (Flujo nominal).

El gobierno es otro personaje que aparece muy activo en este tipo de sistemas económicos de mercado, ofreciendo bienes y servicios y de-

mandando factores de producción, ayudando así a dinamizar la economía. Otra actividad del gobierno está relacionada con el cobro de impuestos para su normal funcionamiento burocrático, con el fin de redistribuirlo en la sociedad en forma de infraestructuras, servicios de salud, educación y demás bienes y servicios que la población demanda y que deben ser cubiertos.

Diagrama de flujo circular





Factores de producción



**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA
DEL ÁREA ANDINA**

Personería Jurídica Res. 22215 Mineducación Dic. 9-83

Autor:
María Camila Lozano Ramirez

Introducción

Después de identificar como los agentes participan en el sistema económico, esta semana se estudiará cuáles factores de producción inciden para producir bienes y servicios, en los sectores de la economía y cuáles son los problemas de la economía, con el fin de satisfacer las necesidades.

Los propósitos generales de esta cartilla es darle al estudiante los conocimientos principales, para que comprenda y analice el funcionamiento de los sectores económicos al producir, transformar, distribuir y comercializar el producto terminado.

Por lo tanto es de gran importancia que este funcionamiento se observe claramente y se aplique en la realidad en diferentes situaciones.

Recomendaciones metodológicas

Leer y analizar detalladamente la cartilla y las lecturas complementarias para afianzar los conocimientos adquiridos.

Desarrollo temático

Factores de producción

Según Gilberto Vásquez (2003), los factores de producción son utilizados para producir bienes y servicios y son los recursos que poseen una empresa o persona.

Recurso natural: está conformado por el suelo y subsuelo y se habla del recurso natural incorporable al proceso productivo y depende de los recursos existentes, tecnología disponible, densidad demográfica y facilidad de transporte de que se disponga. Su remuneración se denomina renta porque, es el precio pagado por la utilización o beneficio de la tierra.

Trabajo: es la actividad humana, física y mental, mediante la cual se transforman y adaptan los elementos de la naturaleza para generar bienes y servicios. Y su remuneración o precio pagado por la fuerza de trabajo o mano de obra que poseen las personas y que la emplea en la producción se denomina salarios.

Se tiene en cuenta:

- **Dinámica de la población** y esta de los factores biológicos (tasa bruta de natalidad, tasa de mortalidad y tasa de crecimiento) y factor sociopolítico se basa de las migraciones (suma de los inmigrantes que llegan como residentes y restar emigrantes que sa-

len a residir en forma permanente en otra región o país).

- **Estructura poblacional:** análisis por edades de la población (pirámides) de un país que permite definir los planes que deban realizarse.
- **Política demográfica:** relacionar el volumen de población con el tamaño del territorio en que reside pero con los recursos disponibles.
- **Clasificación económica de la población:** población productiva (mayor de 15 años y menor de 60 que se encuentra en edad de trabajar), está dividida por la población económicamente activa y no económicamente activa y población dependiente (es la fracción de la población que no participa en funciones productivas).

Empresario: es el factor intelectual en el proceso productivo y es el que organiza los factores de producción (naturales incorporables, tecnología, capital y humanos) y se requiere que el empresario corra el riesgo de absorber y combinar ese potencial productivo. Este concepto surgió a partir de la Revolución industrial.

Capital: comprende todos los medios de producción y en el capitalismo se emplea para explotar trabajo humano libre y hacer transformaciones productivas, puede tomar una de

tres formas: capital en sentido económico, capital en sentido financiero y capital en sentido internacional.

En sentido económico es el acervo de fábricas, instrumentos, herramientas, equipos e inventarios y se denomina fijo a la parte que permanece en la empresa a través de los ciclos productivos y es circulante la parte del capital que sale de la empresa en el ciclo productivo como materias primas y mercancía. El precio o el costo por ese capital se denominan interés.

En sentido financiero, capital es la disponibilidad líquida en dinero nacional y es para adquirir bienes y servicios, es un simple facilitador del cambio.

En sentido internacional, es la disponibilidad de metales preciosos y divisas de primera calidad.

En la Economía informacional: el factor capital prepondera el factor tecnología aplicado a transformar la información en ganancia por la vía especulativa y generador de rendimientos; el factor empresario se basa en cualidades y aptitudes como ser estrategia global, analista de prospectiva, maestro en tecnología, líder y motivador, político, organizador informal y tener enfoque social; el factor trabajo se basa en el conocimiento y está a través de la educación, por lo tanto el talento y la habilidad de los trabajadores son los requisitos para elevar la productividad, mediante el uso de ciencia y tecnología y el recurso natural sufre cambio radical y ahora se basa en la biología y su símbolo es el genoma, desarrollan descubrimientos en los laboratorios biotecnológicos.

La mejor forma de describir la relación entre la cantidad de factores utilizados en la producción y la cantidad de producción obtenida de un bien es por medio de una **función de**

producción que se verá más adelante en este módulo.

Sectores de la economía

Son unidades económicas productoras conformadas por personas naturales y otras por personas jurídicas y se agrupan en tres sectores (Vásquez, 2003):

- Sector primario o agrícola: desarrollan su actividad utilizando el factor tierra para extraer materias primas o alimentos.
- Sector secundario o industrial: desarrollan sus actividades de transformación de las materias primas.
- Sector terciario o de servicios: conformado por todas las unidades productoras que no le hacen a los bienes un agregado material pero contribuyen con el ingreso y el producto nacional y en este se encuentran el comercio, centros vacacionales y hoteles, transporte, entidades financieras y las comunicaciones.

Actos económicos

Acto económico: son las acciones conscientes del hombre para satisfacer sus necesidades.

Una vez que el hombre está consciente de sus necesidades se enfrenta a un problema ¿Cómo lo va a hacer? Y está en presencia de un problema económico los problemas básicos de la sociedad son:

Producción: es la actividad económica que aporta valor agregado por creación y suministro de bienes y servicios, es decir, consiste en la creación de productos o servicios y, al mismo tiempo, la creación de valor.

¿Qué se va a producir?, ¿Cómo se va a producir? (Con qué recursos contamos) ¿Cuánto se va a producir?, ¿Para quién se va a producir?

Una actividad económica es la suma de actos económicos.

La actividad económica es la interacción entre unidades productoras, consumidoras e intercambio. En este sentido es posible señalar tres elementos básicos de la actividad económica: los recursos, las necesidades y los bienes.

Transformación: hace referencia a la acción o procedimiento mediante el cual algo se modifica, altera o cambia de forma manteniendo su identidad. Son conocidos como los productos en proceso.

Distribución: repartición de bienes y servicios producidos ya sean en proceso o terminados. ¿Dónde se va a distribuir?, ¿Cómo se va a distribuir? y ¿Para quién se va a distribuir?

Consumo: es la acción y efecto de consumir o gastar, bien sean productos, y otros géneros de vida efímera, o bienes y servicios. Pero en si el consumo es la etapa final del proceso económico, especialmente del productivo, definida como el momento en que un bien o servicio produce alguna utilidad al sujeto o individuos (consumidor) y significa satisfacer las necesidades presentes y futuras.

Necesidades:

Los seres humanos tenemos necesidades que se pueden satisfacer de muchas y variadas formas, así mismo deseamos hacerlas de otras mil maneras.

Una vez que nosotros como seres humanos, satisfacemos nuestras necesidades fisiológicas, se nos presenta otra opción de satisfacer otro tipo de necesidades, las psicológicas, que son más complejas, pero que en el caso de algunas las hemos heredado genéticamente como el deporte, el arte, la estética y demás, que tiene que ver con el desarrollo de habilidades y des-

trezas. Así mismo las otras las desarrollamos a través de experiencias propias y de terceros, ya sea consciente o inconscientemente como: el estudio, la investigación, la curiosidad, la exploración entre otras.

Entonces la “Necesidad humana”¹ se concibe como la sensación de carencia de algo unida al deseo de satisfacerla.

Tipos de necesidades

A las necesidades humanas las podemos clasificar atendiendo a varios criterios:

1. Según su importancia o naturaleza:
 - Necesidades primarias: son aquellas necesidades cuya satisfacción depende de la supervivencia (vida) como son: alimentarse, dormir, beber agua, respirar, abrigarse, etc.
 - Necesidades secundarias: son aquellas necesidades cuya satisfacción aumentan el bienestar del individuo y varían de una sociedad a otra o de una época a otra. El bienestar humano no consiste solamente en la mera supervivencia. El ser humano busca su desarrollo integral como persona. Ejemplos: tener un coche, comunicarse por celular, ocio como jugar a la PSP, ver la televisión, escuchar música, hacer turismo, etc.
2. Según su procedencia (de quien surgen) o carácter social:
 - Necesidades del individuo: son aquellas propias del individuo como ser humano. Pueden ser:
 - Naturales: comer, beber agua, abrigarse,...etc.

¹<http://espaciodeeconomia.blogspot.com/2008/07/necesidades-concepto-y-clasificacin.html>

- Sociales: se tienen por vivir en una determinada sociedad: llevar reloj, celebrar una boda, ver la tele, usar corbata, vestir a la moda, etc. Cambian de una sociedad a otra.

- Necesidades de la sociedad: parten del individuo y pasan a ser de toda la sociedad: el transporte (el tren o los colectivos públicos), la seguridad, el orden público, etc.

3. Según su importancia para la economía:

- Necesidades económicas: son aquellas necesidades cuya satisfacción requiere la utilización de recursos escasos y la realización de alguna actividad económica. Ejemplo: comer, llevar móvil, el transporte público, etc.
- Necesidades no económicas: su satisfacción no requiere hacer ninguna actividad económica. Ejemplo: respirar.

Bienes²

Un bien es un objeto material o servicio inmaterial cuyo uso produce cierta satisfacción de un deseo o necesidad. En la parte teórica se define como cualquier cosa tangible e intangible que sea útil para el hombre y le satisfaga alguna necesidad individual o colectiva o que contribuya al bienestar de los individuos.

Tipos de bienes

- a. Según la escasez: bienes libres que pueden ser usados sin ningún costo y los bienes económicos son transformados mediante el esfuerzo y el trabajo humano y pueden ser cambiados y son aquellos que siendo escasos, satisfacen necesidades físicas, espirituales o psíquicas del hombre, es decir que son

²<http://www.authorstream.com/Presentation/mgonzalezr-228865-BIENES-SU-CLASIFICACION-y-cla-Education-ppt-powerpoint/>

corporales porque tienen forma material, pero ahora con la economía informacional son más importantes los bienes incorpóreos como lo es la propiedad intelectual y encontramos 4 clases:

- Patentes tecnológicas o derecho a explotar temporalmente un invento útil en forma monopólica por parte de su autor y conferido por el Estado.
- El nombre comercial, cuyo derecho a explotarlo y a que se respete como exclusivo, surge del primer uso y de su correspondiente registro mercantil.
- Marcas de fábrica, la marca de un producto se registra, como propiedad exclusiva con derecho a explotarla, en la correspondiente oficina del Estado.
- Derechos de autor, hay que respetar el derecho a la explotación, que el autor, sus sucesores o adquirientes, pueden hacer de sus creaciones científicas, artísticas o literarias.

- b. Según su función económica: encontramos bienes de consumo (duraderos y no duraderos), destinados a satisfacer las necesidades del consumidor final que están en condición de usarse o consumirse sin ninguna elaboración adicional y bienes de capital (capital circulante y capital fijo), aquellos que se utilizan para la producción de otros y no satisfacen las necesidades del consumidor final, en estos bienes se encuentran los edificios, maquinarias y equipos.

- c. Según el grado de terminación: están los finales (sustitutos y complementarios) y son los necesarios que se entregan a los consumidores, no requiriendo ningún proceso posterior de transformación para ser vendido a los consumidores y los intermedios son los que requieren de procesos posteriores antes de ser vendidos a los consumidores y se deno-

minan así por el hecho de servir a los consumidores de forma indirecta en la satisfacción de sus necesidades, ya que representan etapas intermedias en los procesos productivos, es decir que son conocidos como las materias primas o insumos.

- d. Según el ámbito de uso: se encuentran los públicos que tienen la característica de no excluir a nadie, es decir que es imposible impedir que lo vea una persona y no existir rivalidad en el consumo porque, el hecho que disfrute de él una persona no reduce el disfrute de otra y son proporcionados por el gobierno. Debemos tener en cuenta que siempre habrá el problema parásito, es decir que una persona recibe el beneficio de un bien pero evita pagarlo. Ejemplos de bienes públicos son la defensa nacional (seguridad y bienestar), investigación básica (desbordamiento del conocimiento general) y los programas de la lucha contra la pobreza. Los bienes privados están sujetos al principio de exclusión y las empresas privadas suministran a quienes están dispuestos a pagar por él.
- e. Según su relación con el ingreso: encontramos de: primera necesidad aquel cuya demanda crece menos que proporcionalmente con los ingresos del consumidor desde niveles muy bajos de esta; bienes de demanda normal es aquel que al aumentar los ingresos del consumidor, también aumenta la demanda de dicho bien; bienes inferiores son bienes para los que la demanda disminuye cuando el ingreso aumenta y esta se incrementa cuando el ingreso decrece y los bienes de lujo o suntuarios son una clase de bien económico para el cual su demanda aumenta más deprisa que la renta, lo cual lo diferencia de los bienes inferiores y los bienes normales. Estos bienes tienen una alta elasticidad de

la demanda porque, a medida que aumenta el ingreso o renta de la economía doméstica aumenta su consumo de bienes suntuarios.

- f. Otros bienes: se encuentran los bienes transables son aquellos que se pueden consumir dentro de la economía que los produce, se pueden importar y exportar y los bienes no transables son bienes cuyo consumo sólo se puede hacer dentro de la economía en que se producen, no pueden importarse ni exportarse por los altos costos de transporte o existe alto grado de proteccionismo.

Servicios³

El sector terciario lo componen aquellas actividades económicas, cuya finalidad no es producir bienes, sino prestar servicios al consumidor, o a los productores del sector primario o secundario. Se trata de un sector muy heterogéneo, en el que cabe cualquier actividad pública o privada que no sea productora de objetos físicos, sino que crean valor a partir de elementos intangibles. Así estas actividades pueden ir desde la educación, o la sanidad hasta el turismo, el transporte o el comercio, cuya actividad se basa en el servicio al ciudadano o cliente.

Algunas características del sector servicios que son comunes a la variada gama de actividades generadas en su seno:

Son perecederos: los servicios no pueden ser almacenados, por lo que un servicio no prestado constituye una pérdida para la empresa (una plaza vacía en un avión, por ejemplo).

Va unida la producción del servicio y el consumo del mismo: la producción del servicio “viaje de avión” se desarrolla al mismo tiempo que el cliente viaja en ese avión).

³ http://ficus.pntic.mec.es/ibus0001/servicios/definicion_servicios.html

Intangible: un servicio no se puede tocar, son sensaciones (un viaje, una noche de hotel, etc.).

Heterogéneo: existe gran variedad de servicios, tanto públicos como privados, tanto hacia individuos como hacia empresas.

Esta diversidad de servicios hace que su clasificación sea compleja y pueda atender a múltiples criterios. Las clasificaciones más usuales responden a los siguientes criterios:

Según la aparición histórica de los servicios en el panorama económico mundial:

* Terciario tradicional: actividades que han estado presentes desde siempre en las relaciones económicas y sociales: actividades administrativas, militares, religiosas, comercio, enseñanza, sanidad, transporte.

* Terciario moderno: su aparición y máximo desarrollo coincide con la industrialización, la expansión capitalista: actividades financieras, bursátiles, servicios a empresas, etc.

* Terciario postindustrial: su desarrollo es reciente y está ligado a la aparición de nuevas tecnologías y servicios muy especializados: informática, telecomunicaciones, consultoría, etc.

Según la propiedad del prestatario del servicio y los objetivos que con él se pretendan:

* Servicios públicos: el servicio lo prestan los organismos públicos, quienes buscan un objetivo social en la prestación de los servicios: educación, sanidad, militares.

* Servicios privados: la prestación la realizan empresas privadas cuyo objetivo es la obtención de beneficio económico, comercio, transporte, turismo, entre otros.

Según la frecuencia de uso de los servicios por parte de la ciudadanía:

* Terciario banal o ubicuo: su uso es muy frecuente, con lo que su distribución territorial es generalizada (comercio de comestibles).

* Terciario anómalo o especializado: su uso es menos frecuente, con lo que su localización será más concreta, junto a la demanda del servicio en grandes ciudades (servicios a empresas).

Las actividades terciarias no siempre han sido bien consideradas en los análisis económicos. En un principio se pensaba que las actividades que no fueran agrarias o industriales (es decir las que no dejaran restos materiales), no generaban riquezas a los Estados. Este pensamiento fue evolucionando según avanzaba la Revolución industrial, puesto que iban apareciendo nuevas actividades que no eran ni agrícolas ni industriales y sin embargo eran generadoras de beneficios. No fue hasta el crack económico de 1929 cuando el terciario comenzó a despertar un gran interés debido a que sirvió de colchón amortiguador a la crisis, ya que absorbió gran parte de la mano de obra afectada por los despidos. A partir de entonces este sector se convirtió en un refugio ante situaciones de crisis, como se pudo observar también en los años 70. Sin embargo el crecimiento del sector terciario en detrimento de los otros dos sectores, no es más que la evolución lógica de la economía que ya explicó Rostow y que se observa en los países desarrollados.

A **escala mundial** es en los países desarrollados donde las actividades terciarias han ido creciendo hasta situarse como el sector económico más dinámico y productivo (con altos ingresos), además de ser el sector que ocupa a la mayor parte de la población activa. Mientras,

en los países subdesarrollados se pueden presentar o bien una baja participación en ambos componentes o bien un alto porcentaje en el empleo pero sin acompañamiento de ingresos elevados, debido a que los servicios allí presente suelen ser improductivos (sector público hipertrofiado). Se comprueba por lo tanto, que el aumento del nivel de vida de las distintas sociedades va unido a un aumento de los servicios productivos, tanto hacia los individuos como hacia las empresas.

A una **escala estatal**, las empresas de servicios se suelen localizar en las ciudades, junto a la demanda, sobre todo las de servicios especializados, sin perjuicio de que existan algunas otras distribuidas de manera irregular por el territorio, que abastezcan y presten servicio a las poblaciones rurales. La localización urbana de los servicios está más marcada en los países subdesarrollados, donde las diferencias de poder adquisitivo son mayores entre las sociedades urbanas y rurales.

La **distribución interurbana** de los servicios viene determinada por el tipo de servicio del que tratemos, así el comercio minorista especializado (textil, calzado...) u otros servicios que atienden a toda la ciudad (dentistas, abogados, administración pública...) tienden a situarse en el centro urbano; existen otro tipo de servicios, los directivos, que también tienden a situarse en la parte más prestigiosa de la ciudad, esto es el centro y los ensanches; finalmente otros buscan localizaciones periféricas, como aquellos que necesitan mucho espacio, aquellos que sirven a industrias localizadas en polígonos periféricos o aquellos servicios que abastecen a la población residente en los extrarradios (ej. Hipermercados).

Características de la microeconomía

Escasez

En la medida en que la civilización avanza,

cada vez dependemos menos de los recursos de la naturaleza en su estado bruto y cada vez más de los que brinda la inteligencia concretados en ciencia y tecnología (Vásquez, 2003).

Es la tecnología la aplicación útil del conocimiento científico a los procesos productivos. Según Peter Drucker, si aplicamos conocimiento a tareas que ya sabemos ejecutar, lo llamamos productividad, si lo aplicamos a tareas que son nuevas y distintas lo llamamos innovación.

Mientras en las sociedades de conocimiento hay una abundancia de oportunidades propiciada por las organizaciones en red, la economía industrial hace énfasis en un problema físico, que es la de escasez de recursos. La escasez es un problema relativo, puesto que afecta a una sociedad determinada localizada en un lugar concreto y en un momento específico.

El problema de la escasez de los recursos físicos los podemos mirar desde 5 frentes:

- **Físico:** lo que compendia el globo terráqueo son recursos escasos. Basta decir que 2/3 son agua, que las tierras fértiles no son tantas y tampoco los recursos utilizables.
- **Conservación:** los recursos del subsuelo son no renovables. Y del suelo los que son renovables, son sólo a altos costos y a largo plazo.
- **Combinación:** un país, por grande en extensión y recursos que sea, no dispone de los recursos necesarios absolutamente.
- **Tecnología- capital:** consistente en que unos países poseen los recursos pero no la tecnología ni el capital. Disponer de la tecnología llega a ser lo fundamental para la explotación racional de los recursos.

- Ley de la saturación: un frente importante es la limitante que brinda una ley física natural que es la de la saturación, o de los rendimientos marginales decrecientes, o de los costos marginales crecientes: siendo la capacidad tecnológica constante en una economía de la época industrial, si a un factor productivo que suponemos fijo agregamos cantidades sucesivas y crecientes de otro factor que suponemos variable, aumentan el producto y la productividad, pero a partir de cierto límite la productividad decrece y aún llega a ser negativa.

Eficiencia

Según Gilberto Vásquez (2003) la eficiencia es la medida de la racionalidad y razón de ser de

la economía según los postulados industrialistas, a diferencia de los postulados de la Economía informacional, para lo cual lo básico es la creatividad y la innovación obtenidos a partir de la información y del conocimiento.

La eficiencia consiste en la relación que existe entre la cantidad de recursos que se emplean para producir un bien o servicio, y la cantidad del bien o servicio que se obtiene. Un proceso productivo, una empresa o un sistema es más eficiente que otro si con la misma cantidad de recursos produce mayor cantidad de bienes o servicios. O lo que es lo mismo, si produce la misma cantidad de bienes o servicios consumiendo menos cantidad de recursos.



Teoría del mercado



**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA
DEL ÁREA ANDINA**

Personería Jurídica Res. 22215 Mineducación Dic. 9-83

Autor:
María Camila Lozano Ramirez

Introducción

En esta cartilla, se dará inicio a los temas concernientes de la microeconomía, porque se estudia y analiza el comportamiento de los agentes, y que en este caso es la interacción de los agentes económicos: economías domésticas y empresas.

Por lo tanto se empezará con la definición de los conceptos importantes como mercado, oferta, demanda, equilibrio de mercado y la elasticidad de la demanda y la oferta. Este análisis se desarrollará con ayuda de las matemáticas y gráficas que nos permiten realizar una buena aplicación en la actualidad.

Recomendaciones metodológicas

Es necesario que el estudiante lea detalladamente y con disciplina los contenidos de esta cartilla, las lecturas complementarias y así puedan desarrollar la actividad evaluativa correspondiente a esta semana.

Desarrollo temático

Teoría del mercado

La oferta y la demanda son las fuerzas que hacen que funcionen la economía de mercado porque, determinan la cantidad producida de cada bien y el precio que se vende, así mismo el comportamiento de los compradores y vendedores.

Es decir que la oferta y la demanda estudian la conducta de las economías domésticas y empresas cuando se interrelacionan en los mercados, o en otras palabras, el mercado se define como un grupo de compradores y vendedores de un determinado bien y servicio. Los compradores determinan conjuntamente la demanda del producto y los vendedores la oferta.

Según la corriente económica clásica supuso que el precio de un bien se determinaba por medio del libre juego de la oferta y la demanda. Este mercado se tomó como punto de encuentro en un lugar y un momento determinado conformado por una variedad de participantes, e incluso uno solo era incapaz de influir en el precio.

Tipos de mercados

Mercados competitivos: son aquellos en el cual hay muchos compradores y muchos vendedo-

res, por el cual cada uno ejerce una influencia en el precio del mercado.

Competencia perfecta

Los mercados perfectamente competitivos tienen 2 características:

1. Los bienes que se ofrecen en venta son todos iguales.
2. Los compradores y vendedores son tan numerosos que ningún comprador, ni ningún vendedor puede influir en el precio de mercado. Entonces los compradores y vendedores deben aceptar el precio determinado por el mercado y se denominan precios aceptantes.

Monopolio: es cuando hay un vendedor y fija el precio.

Oligopolio: cuando hay unos cuantos vendedores que no compiten ferozmente.

Competencia monopolística: contiene muchos vendedores, cada uno de los cuales ofrece un producto de algo diferente, es decir que no son iguales, entonces el vendedor tiene la capacidad de fijar el precio.

La demanda

La demanda es la cantidad de un bien que los compradores quieren y pueden comprar.

Los factores que determinan la cantidad demandada:

El precio: es el costo que se paga por obtener un bien o servicio. Si este sube la cantidad disminuye y aumenta la cantidad cuando el precio baja, es decir que está relacionada negativamente con el precio. Esta relación se denomina la Ley de la Demanda manteniéndose constante todo lo demás, la cantidad demandada de un bien disminuye cuando sube su precio.

La renta: una reducción de la renta, significa que tendría menos para gastar en algún bien y probablemente en la mayoría. Si se desciende la demanda de un bien cuando disminuye la

renta se denomina bien normal. Si la demanda de un bien aumenta cuando disminuye la renta, ese bien se denomina bien inferior.

Los precios relacionados con él: cuando la subida del precio de un bien aumenta la demanda de otro, los dos se denominan sustitutos, que suelen ser pares de bienes que se utilizan uno del lugar del otro y los bienes complementarios son pares de bienes que se utilizan conjuntamente y la subida del precio de uno de ellos provoca una disminución de la demanda del otro.

Los gustos: el determinante más evidente de nuestra demanda son nuestros gustos.

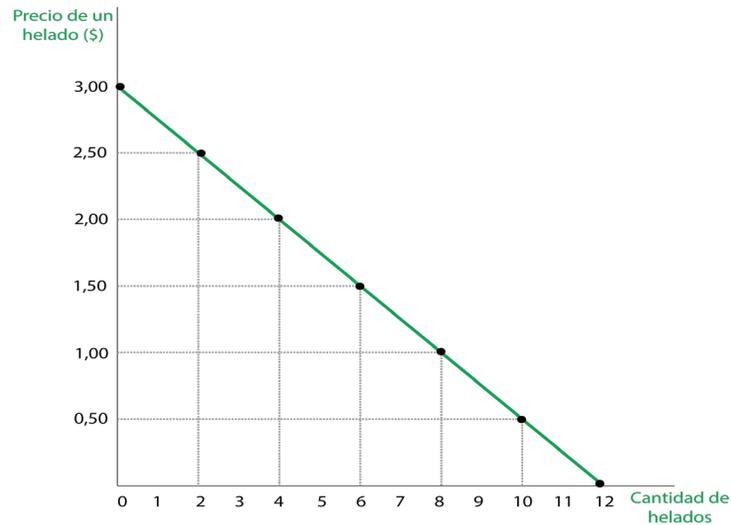
Las expectativas en el futuro pueden influir en la demanda actual de un bien o servicio

Ejemplo: precio del helado

La tabla de demanda muestra la cantidad demandada a cada precio	
Precio de un helado (dolares)	Cantidad demandada de helados
0,00	12
0,50	10
1,00	8
1,50	6
2,00	4
2,50	2
3,00	0

Mankiw, G. Capítulo 4. Principios de Economía.

Se observa en la tabla la relación entre el precio de un bien y la cantidad demandada.

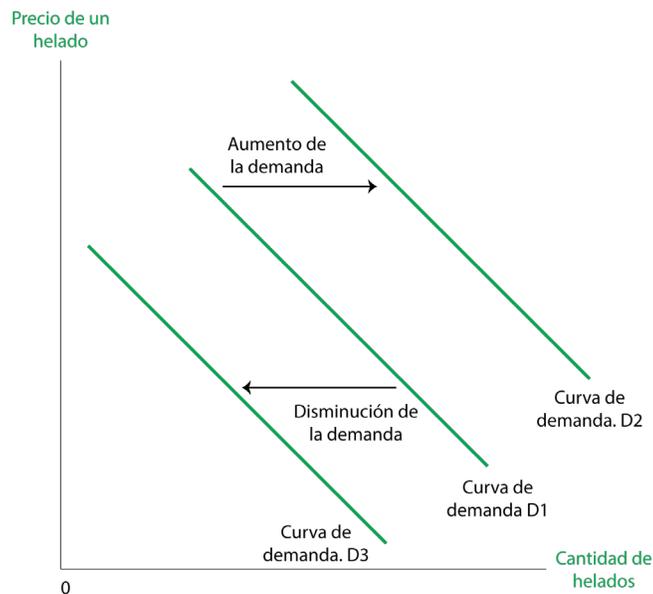


Mankiw, G. Capítulo 4. Principios de Economía.

Esta gráfica representa los datos que se encuentran en la tabla y se denomina curva de demanda, muestra como varía la cantidad demandada de un bien cuando varía su

precio. Se ve claramente que una reducción del precio hace que la cantidad demandada aumente, por lo tanto tiene una pendiente negativa.

Desplazamientos de la curva de demanda



Mankiw, G. Capítulo 4. Principios de Economía.

Siempre que varía un determinante cualquiera que no sea el precio, la curva de demanda se desplaza.

La figura muestra, cualquier cambio que eleva la cantidad demandada a todos y cada uno

de los precios, desplaza la curva de demanda hacia la derecha. Así mismo cualquier cambio que reduce la cantidad demandada a todos y cada uno de los precios desplaza la curva de demanda hacia la izquierda.

Determinantes de la cantidad demandada

Determinantes de la demanda	Variaciones de la demanda.
Precio	Representa una variación a lo largo de la curva de la demanda.
Renta	Desplaza la curva de demanda: La renta aumenta, la curva de demanda se desplaza hacia la derecha. La renta disminuye, la curva de demanda se desplaza hacia la izquierda.
Precio de otros bienes relacionado con él	Desplaza la curva de demanda: El precio del bien relacionado con él, que sea sustituto aumenta, la cantidad de demanda del bien aumenta, entonces la curva de demanda se desplaza hacia la derecha. El precio del bien relacionado con él, que sea complementario aumenta, la cantidad de demanda del bien disminuye, entonces la curva de demanda se desplaza hacia la izquierda.
Gustos	Desplaza la curva de demanda. Si el bien gusta mucho, la curva de demanda se desplaza hacia la derecha. Si el bien no gusta mucho, la curva de demanda de ese bien disminuye.
Expectativas	Desplaza la curva de demanda. Si se espera que ese bien nos dé mayor utilidad, la curva de demanda se desplaza hacia la derecha. Si se espera que ese bien no nos dé utilidad, la curva de demanda se desplaza hacia la izquierda.

Fuente: Elaboración propia.

La oferta

Hace referencia a los vendedores, es decir, a la cantidad ofrecida de un bien o servicio y es la cantidad que los vendedores quieren y pueden vender. La ley de la oferta establece que manteniéndose todo lo demás constante, la cantidad ofrecida de un bien aumenta cuando sube su precio.

Los determinantes de la oferta

Los precios de los factores: tiene que ver con

los precios de los factores de producción que se emplean para elaborar el bien y el servicio. Cuando sube el precio de algunos factores, la producción del bien y servicio es menos rentable; y si los precios suben significativamente, es posible que cierre la empresa. Por lo tanto la oferta está relacionada negativamente con el precio de los factores utilizados para producirlo.

Como se mencionaron en la semana pasada

Factor	Precio del factor
Tierra	Renta
Trabajo	Salario
Capital	Interés

Fuente: Elaboración propia.

La tecnología: es empleada para transformar los factores y al reducir los costos de las empresas, el avance tecnológico incrementa la oferta.

bien o servicio suba en el futuro, almacenará una parte de su producción actual y hoy ofrecerá menos en el mercado.

Las expectativas: si espera que el precio del

Ejemplo: precio del helado.

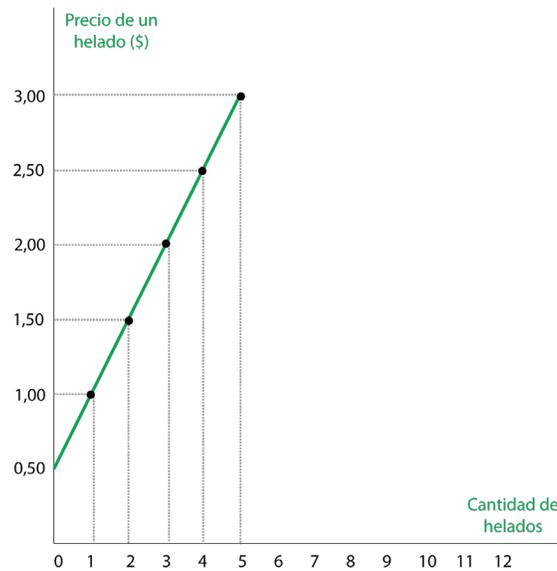
La tabla de oferta: muestra la relación entre el precio de un bien y la cantidad ofrecida.

La tabla de oferta muestra la cantidad ofrecida a cada precio	
Precio de un helado (dolares)	Cantidad ofrecida de helados
0,00	0
0,50	0
1,00	1
1,50	2
2,00	3
2,50	4
3,00	5

Mankiw, G. Capítulo 4. Principios de Economía.

Curva de oferta es un gráfico y la relación entre el precio del bien y la cantidad ofrecida, esta tiene

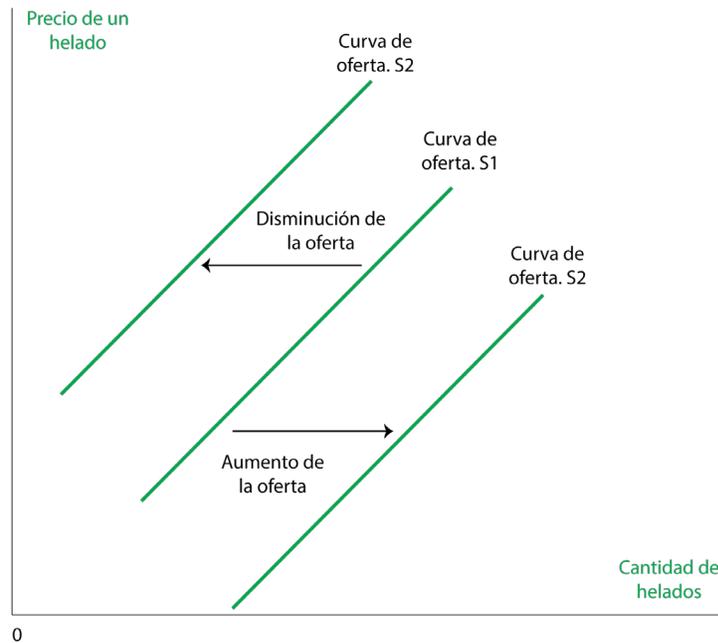
pendiente positiva porque, una subida el precio significa un aumento de la cantidad ofrecida.



Mankiw, G. Capítulo 4. Principios de Economía.

Desplazamientos de la curva de oferta

Siempre que varía un determinante cualquiera que no sea el precio, la curva de oferta se desplaza.



Mankiw, G. Capítulo 4. Principios de Economía.

La gráfica muestra cualquier cambio que eleva la cantidad que los vendedores desean producir al precio dado, por lo tanto la curva de oferta se desplaza hacia la derecha. Cual-

quier cambio que reduce la cantidad que los vendedores desean producir al precio dado desplaza la curva de oferta hacia la izquierda.

Determinantes de la cantidad ofrecida

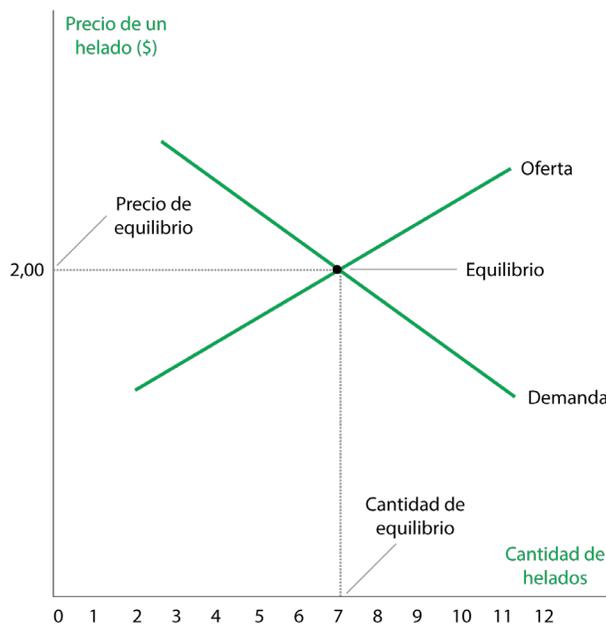
Determinantes de la oferta	Variaciones de la oferta.
Precio	Representa una variación a lo largo de la curva de oferta.
Precios de los factores	Un aumento en los precios de los factores, la curva de oferta se desplaza hacia la izquierda. Una disminución en los precios de los factores, la curva de oferta se desplaza hacia la derecha.
Tecnología	El uso de la tecnología, la curva de oferta se desplaza hacia la derecha.
Expectativas	Si se espera que aumente la producción, la cantidad ofrecida también aumenta, la curva de oferta se desplaza hacia la derecha. Si se espera que no hay aumento en la producción, la cantidad ofrecida reduce, la curva de oferta se desplaza hacia a la izquierda.

Fuente: Elaboración propia.

Equilibrio de mercado

Cuando las curvas de oferta y demanda se cruzan, ese punto de intersección se denomi-

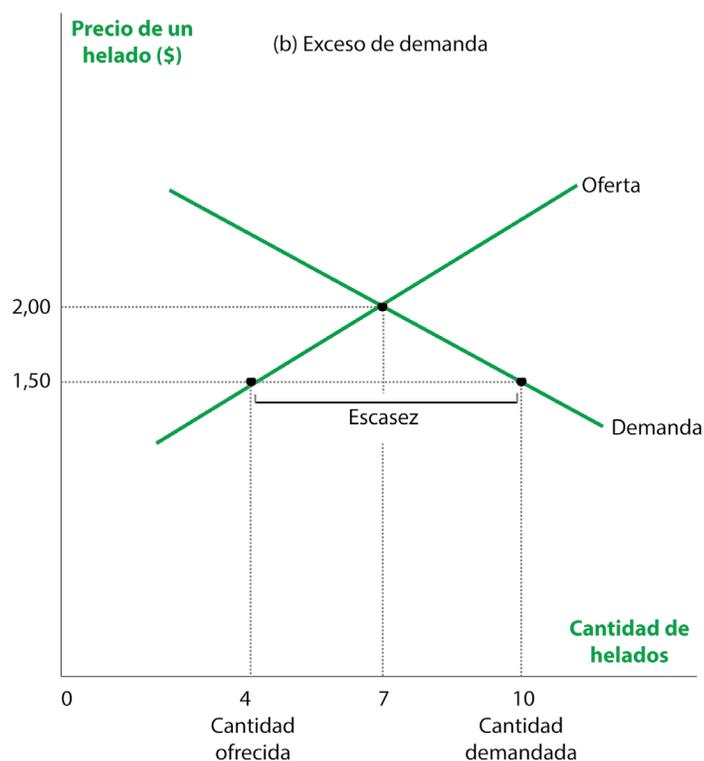
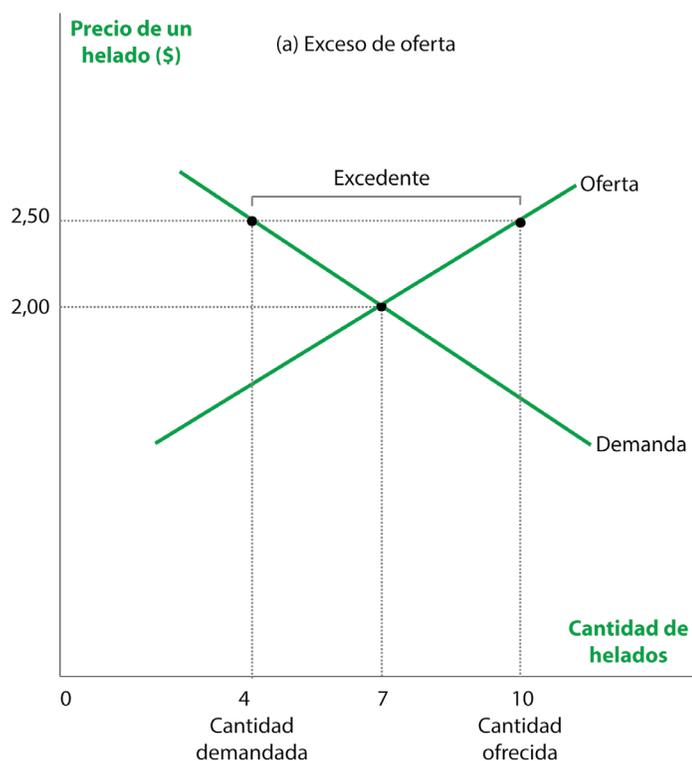
na equilibrio. El precio al que se cortan esas dos curvas se denomina precio de equilibrio y la cantidad al que se cortan esas dos curvas se denomina cantidad de equilibrio.



Mankiw, G. Capítulo 4. Principios de Economía.

La gráfica muestra que al precio de equilibrio, la cantidad demandada es igual a la cantidad ofrecida. En este

caso el precio de equilibrio del helado es de \$2.00 y la cantidad de equilibrio son 7 helados.



Mankiw, G. Capítulo 4. Principios de Economía.

En la gráfica se puede observar varios casos:

Excedente: situación en la que la cantidad ofrecida es mayor que la demandada.

Escasez: situación en la que la cantidad demandada es mayor que la ofrecida.

Por lo tanto la ley de la oferta y la demanda: es la ley que establece que el precio de un bien se ajusta para equilibrar su oferta y su demanda.

La elasticidad

Es una medida del grado de respuesta de los compradores y de los vendedores a la situación del mercado, nos permite analizar con mayor precisión la oferta y la demanda.

La elasticidad de la demanda mide la sensibilidad de la cantidad demandada o de la cantidad ofrecida a uno de sus determinantes.

La elasticidad-precio de la demanda mide el grado en que la cantidad demandada responde a una variación del precio. Se dice que la demanda de un bien es elástica si la cantidad demandada responde significativamente a las variaciones del precio.

Dado que la demanda de un bien depende de las preferencias de los consumidores, la elasticidad-precio de la demanda depende de las numerosas fuerzas económicas, sociales y psicológicas que configuran los deseos individuales.

Bienes necesarios frente a bienes de lujo

Los bienes necesarios tienden a tener una demanda inelástica, mientras que los bienes de lujo tienen una demanda elástica. Cuando sube el precio de un bien, es posible que se adquiera con menos frecuencia.

Existencia de bienes sustitutivos cercanos

Los bienes que tienen sustitos cercanos tienden a tener una demanda más elástica porque, es muy fácil para los consumidores cambiarlos por otros. Ejemplo la mantequilla y la margarina, si sube el precio de la mantequilla, suponiendo que la de la margarina se mantiene fija, provoca una gran disminución de la cantidad vendida de la mantequilla.

Definición del mercado

En todo mercado la elasticidad de la demanda

depende de cómo tracemos las fronteras de ese mercado. Los mercados definidos en un sentido muy estricto tienden a tener una demanda más elástica que los mercado definidos en un sentido muy amplio ya que, es más fácil encontrar sustitutos cercanos de los bienes definidos en un sentido muy estricto.

El horizonte temporal

Los bienes tienden a tener una demanda más elástica cuando los horizontes temporales son mayores.

Cálculo de la elasticidad de la demanda

Elasticidad= variación porcentual de la cantidad demandada/variación porcentual del precio.

El método del punto medio se expresa así:

$$\frac{(Q_2 - Q_1)/[(Q_2 + Q_1)/2]}{(P_2 - P_1)/[(P_2 + P_1)/2]}$$

El numerador es la variación porcentual de la cantidad calculada por medio del punto medio, y el denominador es la variación porcentual del precio calculado por el punto medio.

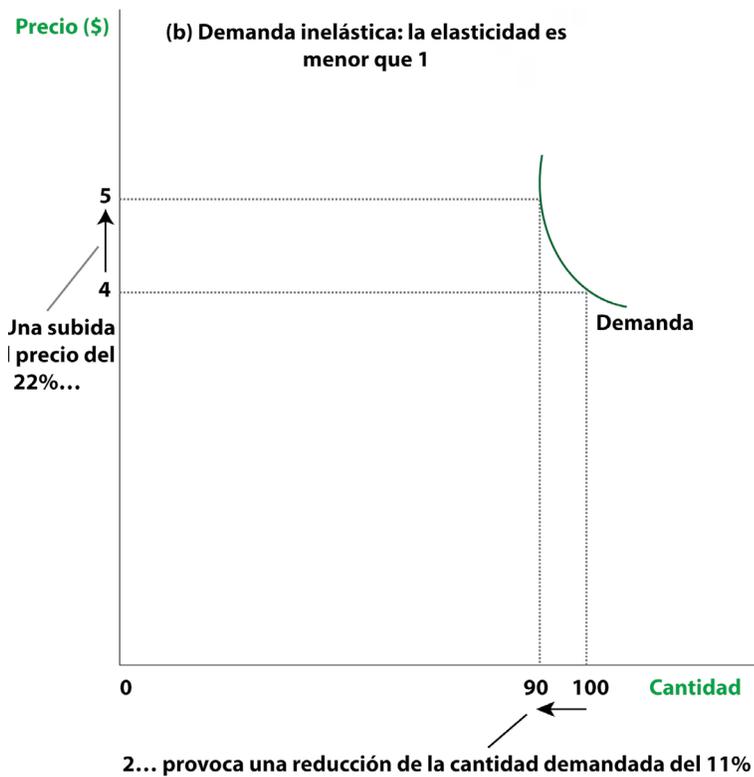
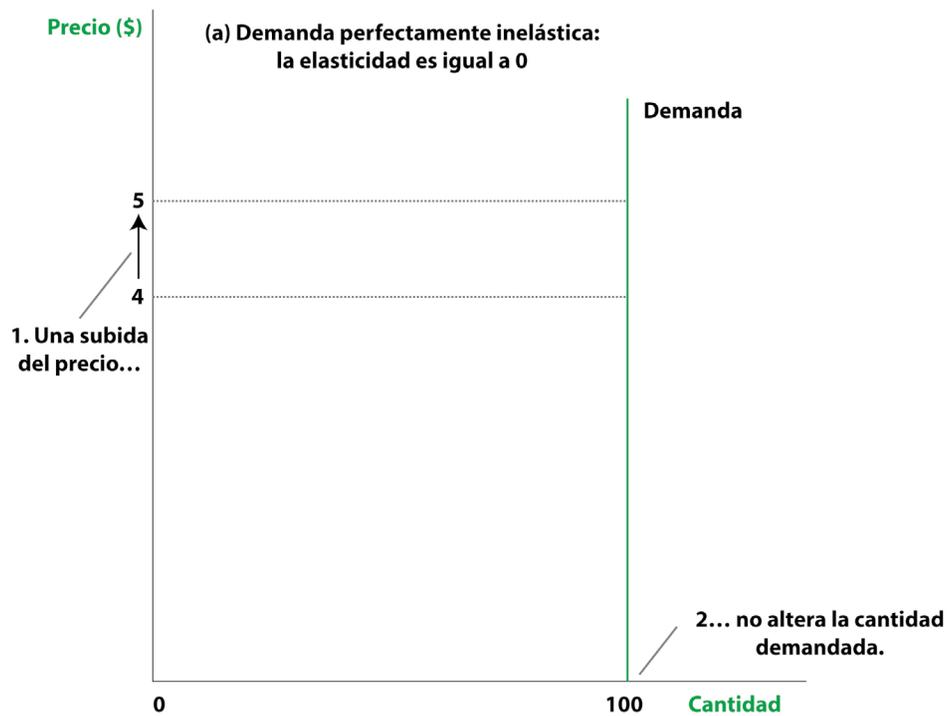
La variedad de curvas de demanda

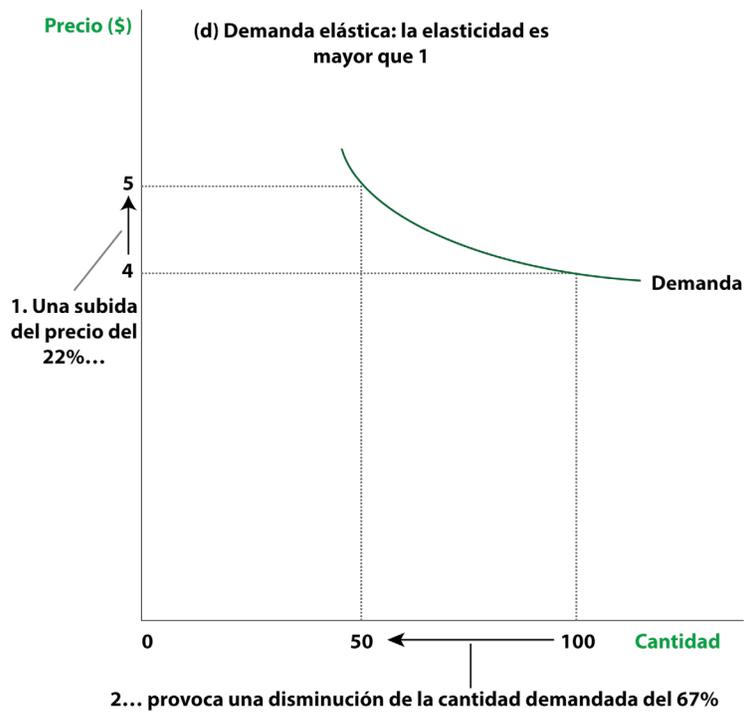
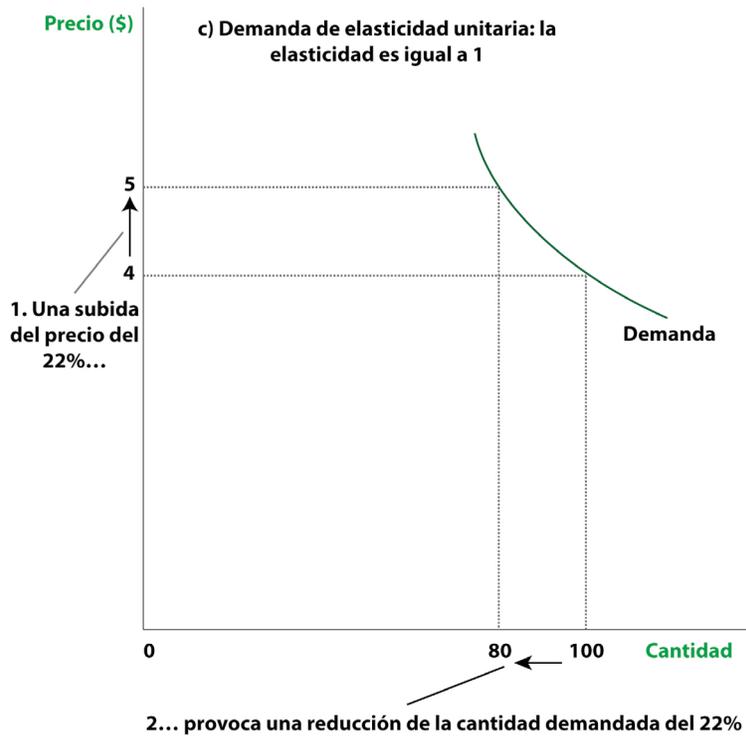
La demanda es elástica cuando la elasticidad es mayor que 1 por lo que la cantidad varía proporcionalmente más que el precio.

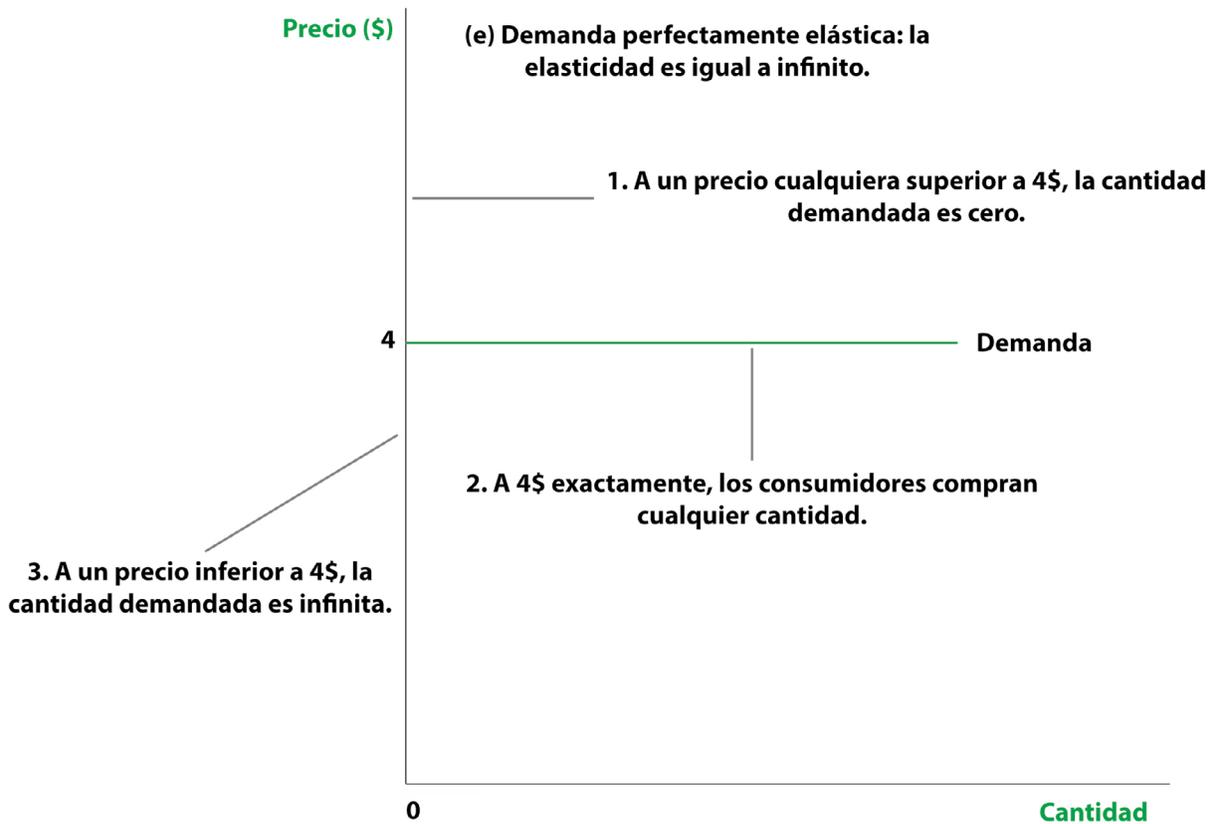
La demanda es inelástica, cuando la elasticidad es menor que 1 por lo que cantidad varía proporcionalmente menos que el precio.

Si la elasticidad es exactamente a 1, de tal manera que la cantidad varía proporcionalmente en la misma cuantía que el precio, se dice que la demanda tiene elasticidad unitaria.

Cuanta más plana sea la curva de la demanda que pasa por un determinado punto, mayor será la elasticidad-precio de la demanda. Cuanto más inclinada sea la curva de demanda que pasa por un determinado punto, menor será la elasticidad precio de la demanda







Mankiw, G. Capítulo 5. Principios de Economía.

Cálculo de la elasticidad de la oferta

Medida del grado en que la cantidad ofrecida de un bien, responde a una variación de su precio, se calcula dividiendo la variación porcentual de la cantidad ofrecida por la variación porcentual del precio. También se hace por el método del punto medio.

La variedad de curvas de oferta

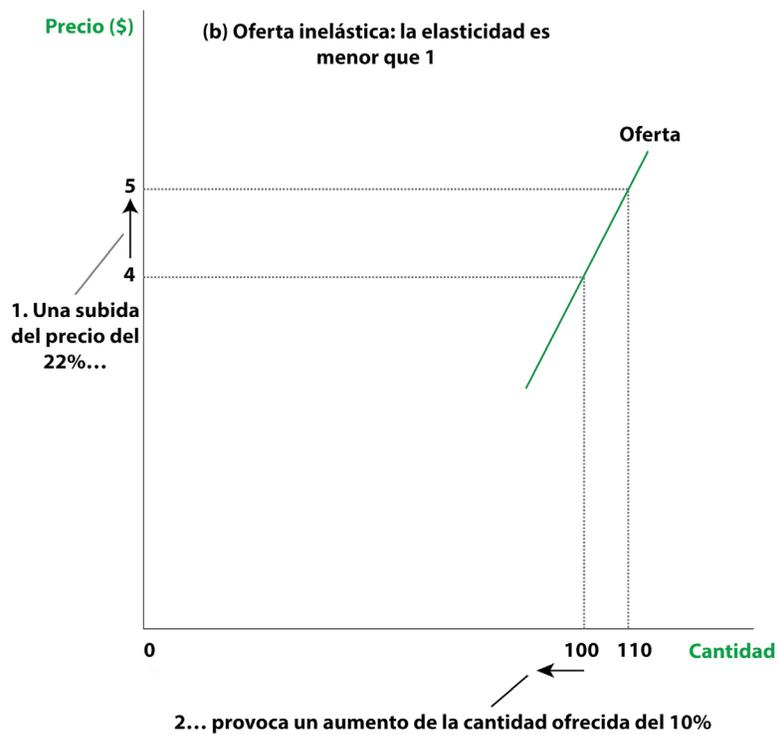
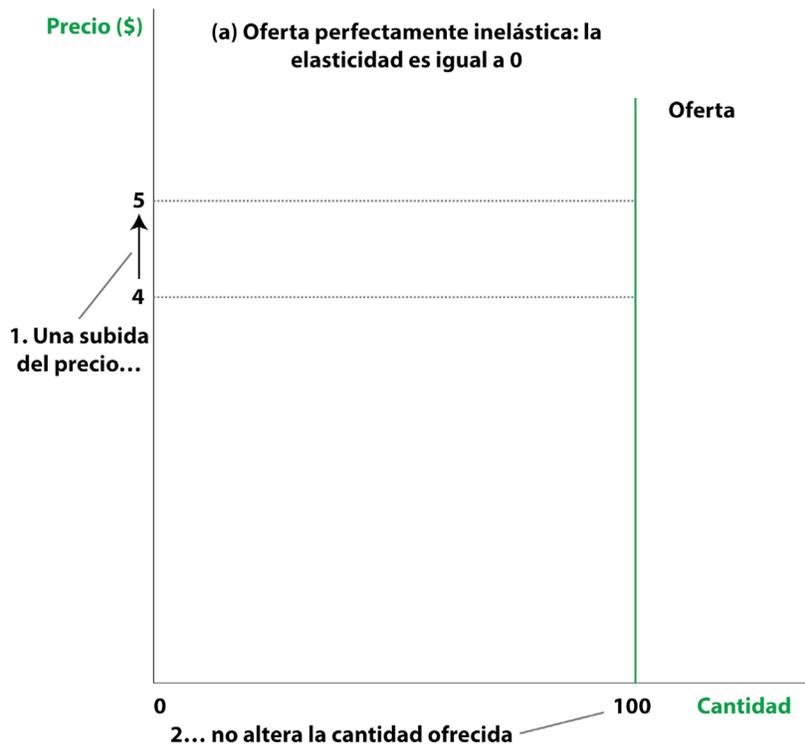
La oferta es elástica cuando la elasticidad es mayor que 1 por lo que la cantidad varía proporcionalmente más que el precio.

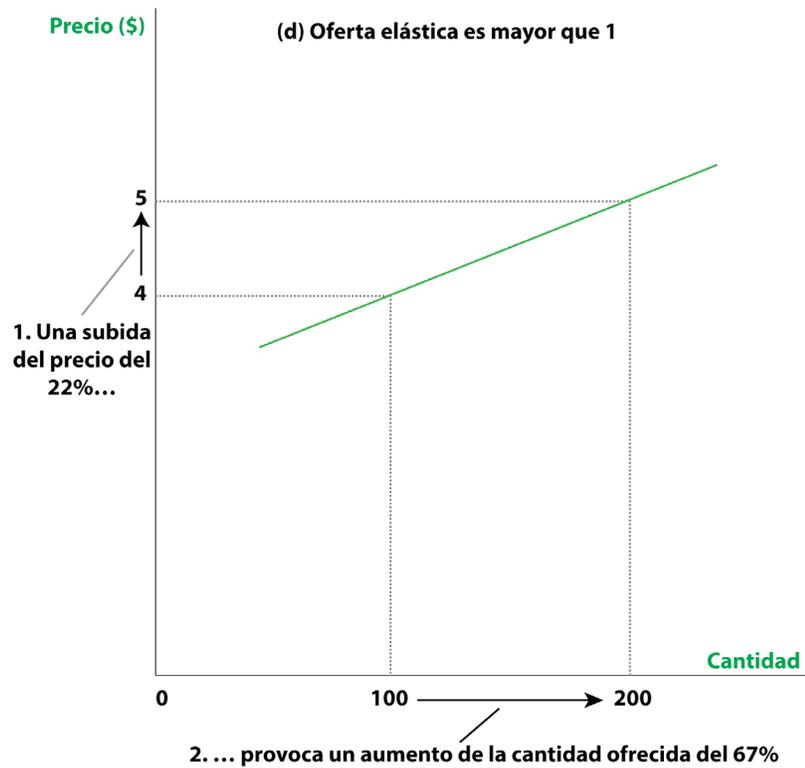
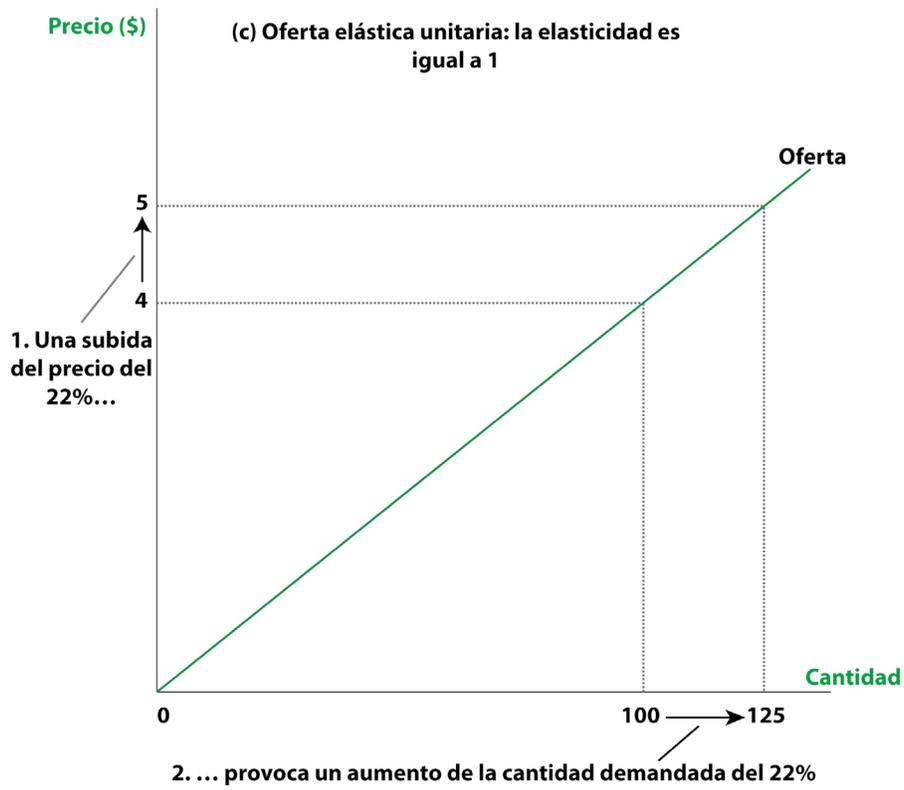
La oferta es inelástica, cuando la elasticidad es

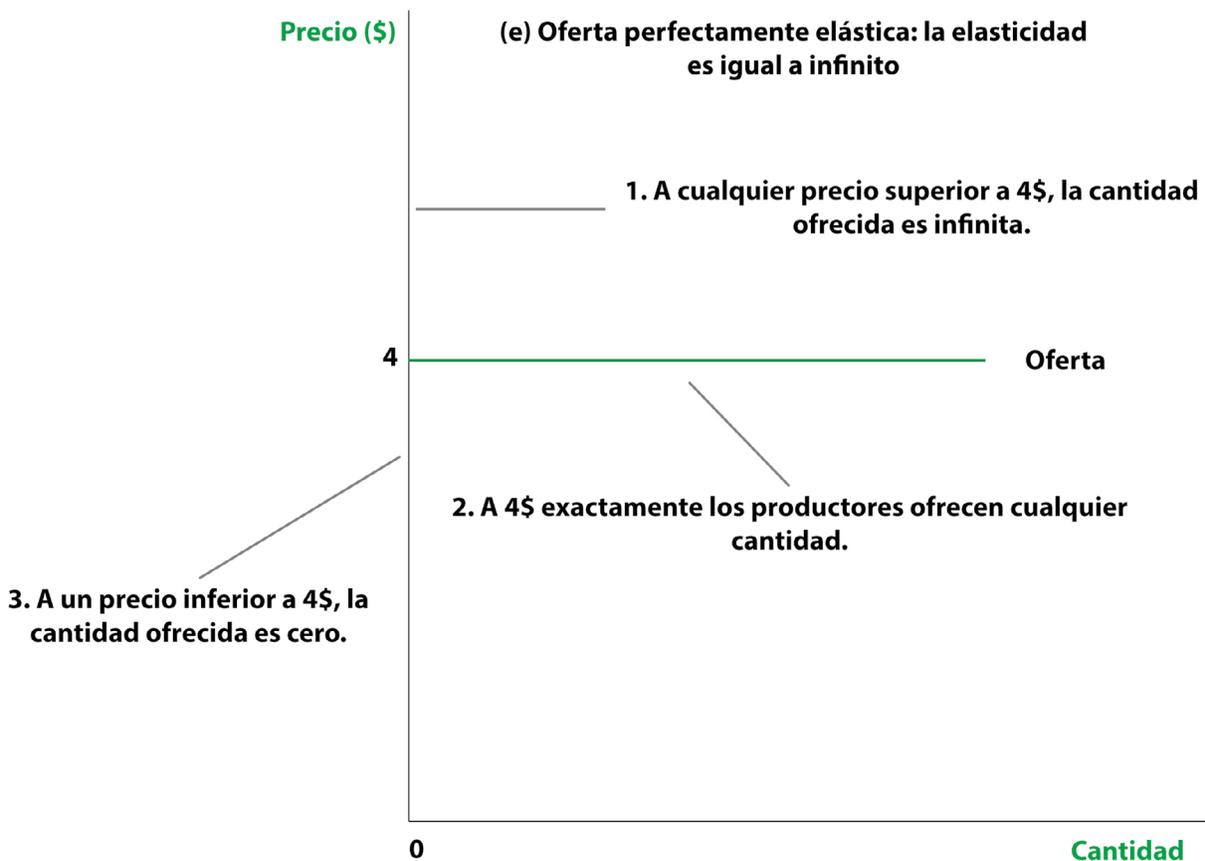
menor que 1 por lo que cantidad varía proporcionalmente menos que el precio.

Si la elasticidad es exactamente a 1, de tal manera que la cantidad varía proporcionalmente en la misma cuantía que el precio, se dice que la oferta tiene elasticidad unitaria.

Cuanta más plana sea la curva de oferta que pasa por un determinado punto, mayor será la elasticidad-precio de la oferta. Cuanto más inclinada sea la curva de oferta que pasa por un determinado punto, menor será la elasticidad precio de la oferta.







Mankiw, G. Capítulo 5. Principios de Economía.

La elasticidad precio de la oferta. A curva de oferta es inclinada o plana dependiendo de la elasticidad-precio de la oferta. Obsérvese que todas las variaciones porcentuales se calculan el método del punto medio.



Costos de producción



**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA
DEL ÁREA ANDINA**

Personería Jurídica Res. 22215 Mineducación Dic. 9-83

Autor:
María Camila Lozano Ramirez

Introducción

En esta semana se verá el inicio de los conceptos de un productor, partiendo desde la definición de costos variables, fijos, implícitos y la importancia de la construcción de la función de costos a corto y largo plazo.

Recomendaciones metodológicas

Es importante que el estudiante lea la cartilla y las lecturas complementarias para comprender los temas vistos en esta semana y pueden reforzarlo con materiales multimediales.

Desarrollo temático

Costos de producción

Definición de costos

Es el precio de los factores que emplea en la producción (insumos, máquinas y trabajadores).

Conceptos:

Ingreso: es la cantidad que recibe una empresa por la venta de su producción.

Costo total: valor de mercado de los factores que utiliza una empresa en la producción.

Beneficio: ingreso total menos el costo total.

Costos concebidos como costos de oportunidad

El costo de oportunidad de un artículo se refiere a todo aquello a lo que se debe renunciar para adquirirlo. Para los economistas el costo de producción de una empresa incluye los costos de oportunidad de su producción de bienes y servicios.

Para ser más claros, cuando se contratan trabajadores para fabricar un bien, los salarios que pagan forma parte de los costos de la empresa y se denominan costos explícitos, es decir que

se ven, mientras que los costos de oportunidad no se ven reflejados dentro del proceso productivo, ejemplo cuando los empleados o hasta el mismo empleador posee conocimientos informáticos y estos se denominan costos implícitos.

Entonces las definiciones de costos son:

Costos explícitos: costos de los factores que exigen un gasto de dinero por parte de la empresa.

Costos implícitos: costos de los factores que no exigen un gasto de dinero por parte de la empresa.

Esta diferencia entre los costos implícitos y explícitos hacen que los economistas y contadores analicen de forma diferente la empresa, porque a los economistas les interesa ver cómo toman decisiones las empresas referente a la producción y precios, por lo tanto tienen en cuenta ambos costos. Mientras que los contadores tienen la misión de llevar la cuenta del dinero que entra y sale de las empresas.

El costo de capital es concebido como costo de oportunidad porque, ese dinero que se obtiene de unos intereses sirve para tomar la decisión de invertir o no.

Beneficio económico y beneficio contable

Un economista calcula el beneficio económico de una empresa restando de su ingreso total todos los costos de oportunidad (costos explícitos e implícitos) de la producción de los bienes y servicios vendidos; mientras que un contador mide el beneficio contable de la empresa restando el ingreso total únicamente sus costos explícitos.

Función de costo

La función de costos está dada:

$$CT = CF + CV$$

$$CT = \text{Costo total}$$

$$CF = \text{Costo fijo}$$

$$CV = \text{Costo variable.}$$

Distintas medidas del costo

Costo fijo: no varían cuando varía la cantidad.

Costo variable: costos que varían cuando varía la cantidad.

Costo fijo medio: costos fijos divididos por la cantidad de producción.

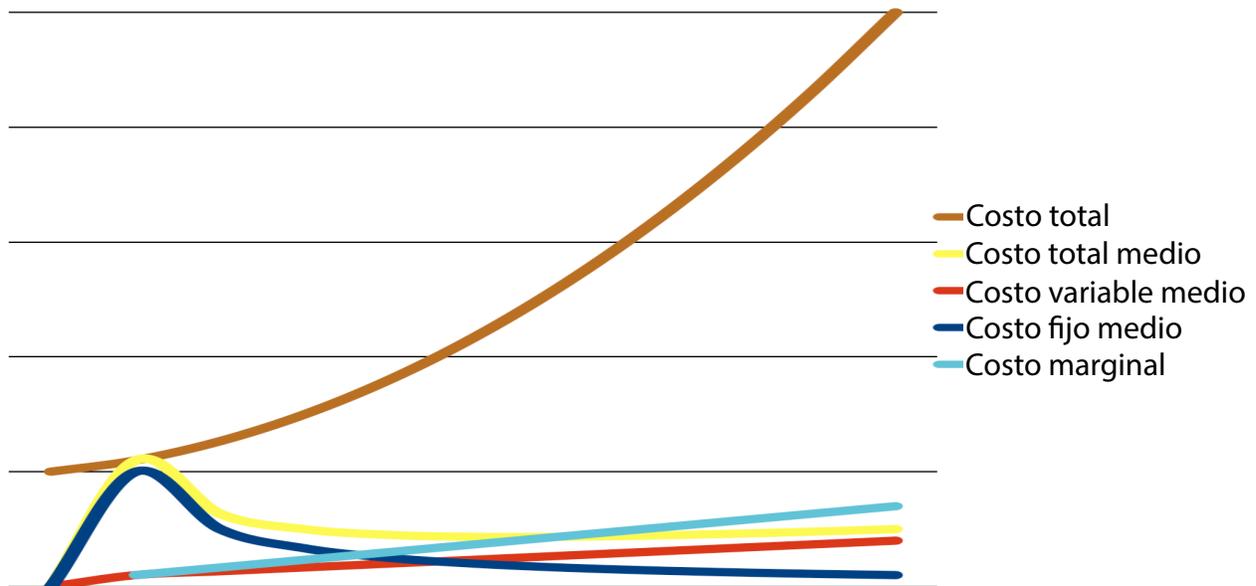
Costo variable medio: costos variables divididos por la cantidad de producción.

Costo total medio: costo total dividido por la cantidad de producción o la suma del costo vme y costo fme.

Costo marginal: aumento que experimenta el costo total cuando se produce una unidad más.

Formas de la curva costo

Producción	Costo Total	Costo fijo	Costo variable	Cfme	Cvme	Ctme	Cmg
0	3	3	0	0	0	0	
1	3,3	3	0,3	3	0,3	3,3	0,3
2	3,8	3	0,8	1,5	0,4	1,9	0,5
3	4,5	3	1,5	1	0,5	1,5	0,7
4	5,4	3	2,4	0,75	0,6	1,35	0,9
5	6,5	3	3,5	0,6	0,7	1,3	1,1
6	7,8	3	4,8	0,5	0,8	1,3	1,3
7	9,3	3	6,3	0,43	0,9	1,33	1,5
8	11	3	8	0,38	1	1,375	1,7
9	12,9	3	9,9	0,33	1,1	1,43	1,9
10	15	3	12	0,3	1,2	1,5	2,1



Fuente: Elaboración propia.

La gráfica muestra el costo total medio, el costo fijo medio, el costo variable medio y el costo marginal. Estas muestran tres características:

1. El costo marginal aumenta cuando se incrementa la cantidad de producción.
2. La curva de costo total medio tiene forma de U.
3. La curva de costo marginal corta a la curva de costo medio o en el punto mínimo del costo total medio.

Curvas de costo y su forma

Costo marginal creciente: aumenta cuando se incrementa la cantidad producida, debido a la propiedad del producto marginal decreciente.

El costo medio en forma de U: como se sabe el costo total medio es la suma de costo fijo medio y el costo variable medio. Y el costo fijo medio disminuye cuando aumenta la produc-

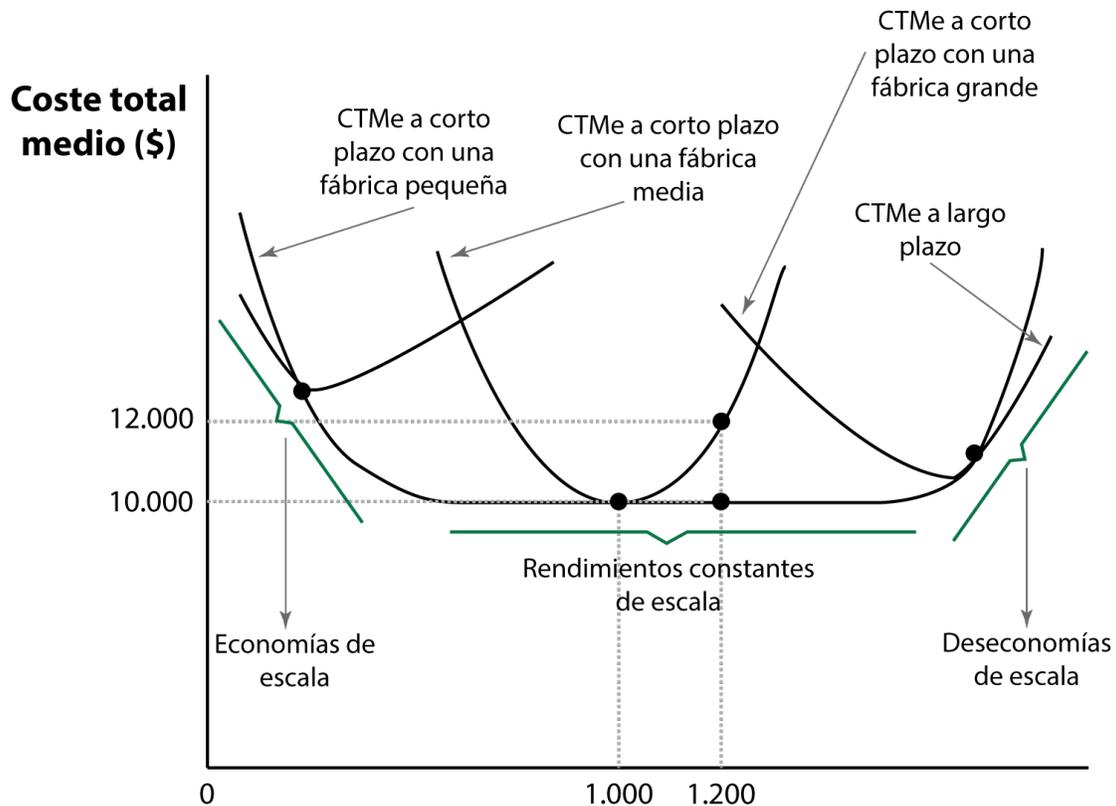
ción por lo que se reparte en un mayor número de unidades. Y el costo variable medio aumenta cuando se incrementa la producción y por lo tanto los niveles de producción bajos, el costo total medio es alto.

El fondo de la forma de U corresponde a la cantidad que minimiza el coste total medio y se denomina escala eficiente.

Relación entre el costo marginal y el costo total medio: en los niveles de producción bajos, el costo marginal es menor que el costo medio, por lo que el costo total medio es decreciente. Y siempre que el cmg es mayor que el costo total medio, este último es creciente.

Después de que la curva de cmg corta con el cfme correspondiente a la escala eficiente, el costo marginal aumenta por encima del costo total medio.

Costos a corto y largo plazo



Mankiw, G. Capítulo 13. Principios de Economía.

La división de los costos totales en costos fijos y variables depende del horizonte temporal.

La gráfica muestra un ejemplo, presenta tres curvas de costo total medio a corto plazo correspondiente a una fábrica media y a una fábrica grande. También presenta la curva de costo total medio a largo plazo. A medida que la empresa se mueve a lo largo de la curva a largo plazo, adapta el tamaño de la fábrica a la cantidad de producción.

También la gráfica muestra la relación entre los costos a corto plazo y los costos a largo plazo. La curva de costo total medio a largo plazo

tiene una forma de U mucho más abierta que la curva de costo total medio a corto plazo.

Por otra parte todas las curvas a corto plazo se encuentran en la curva a largo plazo o por encima de esta. Estas propiedades se deben a que las empresas tienen más flexibilidad a largo plazo.

En la gráfica se ve que el Costo total medio a corto y largo plazo, son diferentes, porque los costos fijos son variables a largo plazo, la curva de costo total medio a corto plazo es diferente de la curva de costo total medio a largo plazo.

Como muchas decisiones son fijas a corto plazo pero variables a largo plazo.

Economías y deseconomías de escala

Economías de escala: propiedad según la cual el costo total medio a largo plazo disminuye conforme se incrementa la cantidad de producción. Es decir cuando la cantidad de producción aumenta en menor proporción a los factores.

Deseconomías de escala: propiedad según la cual el costo total medio a largo plazo aumenta

conforme se incrementa la cantidad de producción. Es decir cuando la cantidad de producción aumenta en mayor proporción que a los factores.

Rendimientos constantes de escala: propiedad según la cual el costo total medio a largo plazo se mantiene constante cuando varía la cantidad de producción. Es decir cuando la cantidad de producción aumenta en la misma proporción de los factores.



Utilidad y elección



**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA
DEL ÁREA ANDINA**

Personería Jurídica Res. 22215 Mineducación Dic. 9-83

Autor:
María Camila Lozano Ramirez

Introducción

Uno de los aspectos importantes para el desarrollo del análisis microeconómico, es la teoría de la elección del consumidor que a su vez es difícil la medición, debido a los gustos, las costumbres, la religión, la política, la posición social, el ingreso, y muchas otras variables, afectan la decisión de compra de un producto, es decir el comportamiento racional, normal y eficiente.

Por lo tanto se verán los temas utilidad y elección, restricción presupuestal y curvas de indiferencia.

Recomendaciones metodológicas

Leer, comprender y analizar detalladamente el contenido de la cartilla, lectura complementaria y demás fuentes como libros, investigaciones.

Desarrollo temático

Utilidad y elección ¹

Los economistas se han puesto en la tarea de medir la satisfacción que obtiene una persona al consumir un producto. La unidad de medida usada la han llamado útil, y se parte del supuesto que una persona tiene diferentes niveles de satisfacción a otra y, a su vez, una persona puede cambiar su nivel de satisfacción a cada momento.

Utilidad. Placer, satisfacción de una necesidad que las personas obtienen de su actividad económica.

Teoría de la elección. Interacción. Las preferencias y restricciones que permiten que la gente haga las elecciones que hace de forma racional.

Siempre nos vemos enfrentados a tomar decisiones que involucran elección, como qué desayunar, qué ropa ponerse, qué ruta de bus tomar, trabajar hoy o descansar, comprar o ahorrar, comprar esto o lo otro, etc. La teoría de la elección económica empieza con la descripción de las preferencias de las personas.

¹ Material de Microeconomía. Unidad 3 de Microeconomía. Universidad Politécnica Granacolombiano.

Esta se resume simplemente en un catálogo completo de la forma como una persona se siente respecto a todas las cosas que debe hacer. Pero la gente no está en libertad de hacer lo que quiere; está restringida por el tiempo, los ingresos y muchos otros factores, en las opciones que se le presentan. En consecuencia, el modelo del economista debe describir la forma de cómo estas restricciones, afectan la manera en que los individuos pueden elegir, de acuerdo a sus preferencias.

Vamos a considerar el comportamiento normal de una persona, es decir, cuando se aplica el concepto de la ley de la utilidad marginal decreciente. Esta ley establece que, cuando una persona consume unidades sucesivas adicionales de un producto, el nivel de utilidad disminuye, alcanzando un máximo y luego disminuye. La utilidad marginal, por definición, refleja los cambios en la utilidad total.

Ley de la utilidad marginal decreciente: establece que, cuando una persona al consumir unidades sucesivas adicionales de un producto el nivel de utilidad total aumenta, alcanzando un máximo y luego disminuye. La utilidad marginal, por definición, refleja los cambios en la utilidad total.

Una persona se considera racional cuando observa las características y propiedades de los productos que va a adquirir y considera que le van a proporcionar la máxima utilidad.

Racional: adjetivo que describe el comportamiento de cualquier individuo que consistentemente hace las cosas que le permiten alcanzar su objetivo declarado. Además describe el comportamiento de un consumidor, que usa el ingreso monetario para comprar el conjunto de bienes y servicios que produce la utilidad máxima. Dentro de la racionalidad está inmersa la eficiencia.

Una persona se considera eficiente, cuando de las posibles alternativas que le proporciona el mismo nivel de satisfacción de consumo, escoge aquella que le genere la menor utilización de recursos.

Utilidad total y utilidad marginal

Utilidad total: es la cantidad total de satisfacción o placer que una persona percibe al consumir una cantidad específica.

Partimos del supuesto que cualquier persona desea maximizar su utilidad o buscar un punto máximo de saturación con la idea de buscar la felicidad.

Utilidad marginal: es la satisfacción extra que un consumidor percibe de una unidad adicional de un producto. Es el cambio en la utilidad total que resulta del consumo de una unidad adicional de un producto.

Ejemplo 1

Suponga una persona que le encanta comer chokolatinas. El día de su cumpleaños, antes de salir de su casa, sus padres le regalan una unidad de chokolatina. Procede enseguida a consumir el regalo y se dirige a su lugar de trabajo, donde sus compañeros le regalan otra unidad de chokolatina, que al igual a la unidad anterior procede a consumir. En el transcurso del día de su cumpleaños recibe y consume unidades adicionales de chokolatinas.

Esta situación se expresa en la tabla a continuación, mostrando además la utilidad total y marginal que adquiere por el consumo de cada unidad adicional de chokolatina. Así:

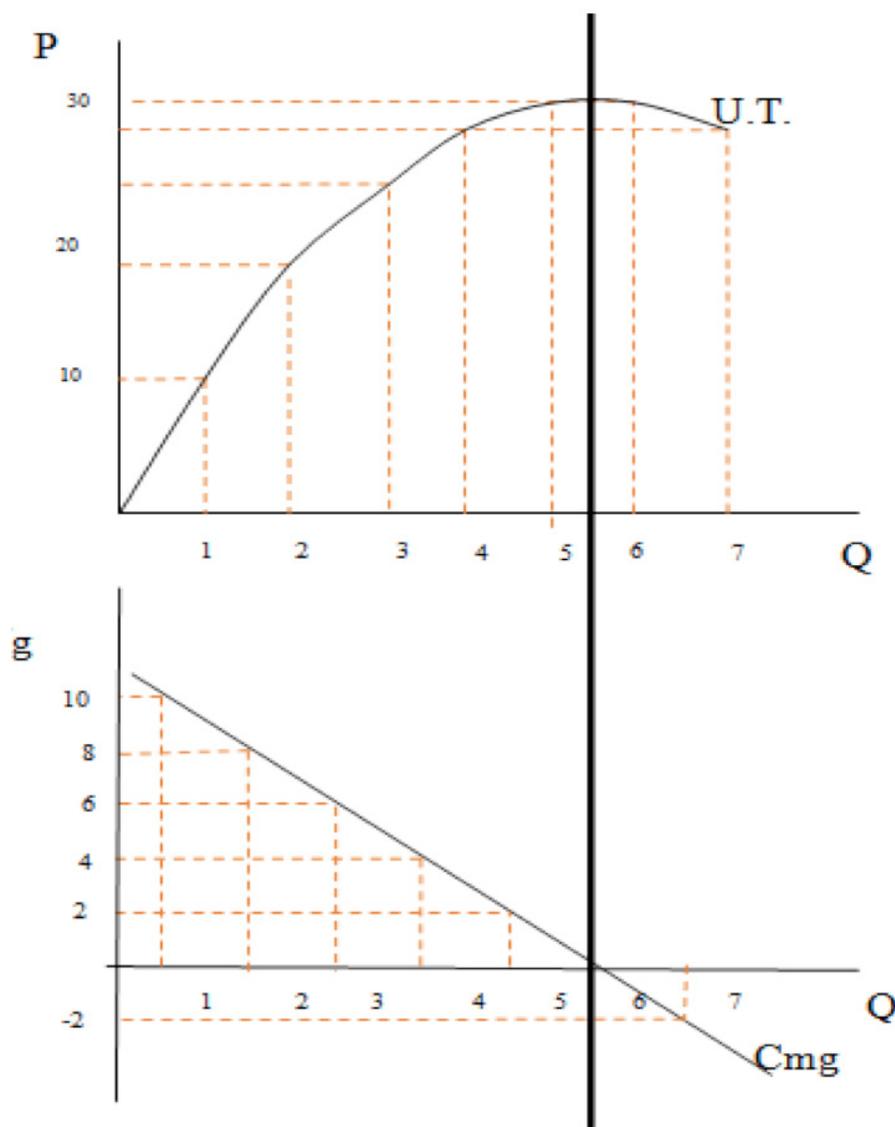
Unidades de chokolatinas consumidas (Q)	Utilidad total (UT)	Utilidad marginal ($\Delta UT/\Delta Q$)
0	0	
1	10	10
2	18	8
3	24	6
4	28	4
5	30	2
6	30	0
7	28	-1

Fuente: Cartilla Unidad 3 de Microeconomía. Universidad Politécnico Gran Colombiano.

Como es lógico, si no consume ninguna unidad de chocolatina no va a obtener ningún nivel de utilidad total, utilidad cero (0). Al consumir las unidades de 1 a 5 se observa que el consumo de unidades adicionales, le proporciona utilidad total creciente y positiva y se registra con la utilidad marginal positiva, aunque de pendiente negativa. Cuando consuma la unidad 6 el nivel de satisfacción llega a su límite y la uti-

lidad total no crece más. La pendiente es cero, lo cual hace que la utilidad marginal también sea cero; en este sitio la utilidad se maximiza. Entonces, podemos afirmar que una persona obtiene la máxima satisfacción cuando la utilidad marginal es cero y, por último, en la unidad consumida su nivel de utilidad total disminuye y la pendiente empieza a ser negativa, provocando que la utilidad marginal sea negativa.

Gráfica



Fuente: Cartilla Unidad 3 de Microeconomía. Universidad Politécnico Grancolombiano.

Una persona maximiza su utilidad total cuando la utilidad marginal es cero. En términos matemáticos se dice que la función de utilidad marginal es la derivada de la función de la utilidad total. Entonces se podría igualar a cero la función de utilidad marginal para obtener las cantidades que maximizan la utilidad y así, el resultado se remplazaría en la función de la utilidad total.

Si se consumen más de dos productos, los consumidores deben distribuir sus ingresos monetarios entre los diversos bienes y servicios disponibles para la compra.

Supongamos, como en el caso anterior, un consumidor típico que además de ser normal, racional y por supuesto eficiente, debe considerar las preferencias, restricciones presupuestarias y los precios.

Preferencias: el consumidor tiene preferencias bien definidas para diversos bienes y servicios disponibles en el mercado. Se supone que los compradores tienen una buena idea de cuánta utilidad marginal obtendrán, de unidades sucesivas de los diversos productos que compran.

Restricción presupuestal: en algún momento, el ingreso monetario del consumidor se encuentra limitado. Debido a que el consumidor proporciona cantidades limitadas de recursos humanos y de su propiedad a la empresa, los pagos de ingresos a los que tiene acceso también se encuentran limitados. De acuerdo con este principio, todos los consumidores enfrentan una restricción presupuestal, incluso aquellos que ganan millones de dólares al año.

Precios: los bienes y servicios tienen etiquetas con sus precios. Tales bienes son escasos con relación a su demanda o, dicho en otras pa-

labras, para producirlos se utilizan recursos escasos y por consiguiente, valiosos.

Si un consumidor posee una cantidad limitada de dinero y los productos que desea tienen etiqueta de precio, podrá adquirir solo una cantidad limitada de bienes. El consumidor no puede comprar todo lo que desea, pues cada compra agota una parte del ingreso que es limitado. El consumidor tiene que decidir: debe elegir entre bienes alternativos, para obtener con el ingreso monetario limitado, la combinación más satisfactoria de bienes y servicios.

Ejemplo

A través de este ejemplo se explica el concepto anterior.

Suponga que Juan tiene \$10 para gastar en dos productos: hamburguesas y papas fritas, las hamburguesas cuestan a \$2 y las papas fritas cuestan a \$1. La tabla que se presenta a continuación expresa las preferencias (Utilidad marginal) que obtiene al consumir cada uno de los productos. Considerando que se aplica la ley de la utilidad marginal decreciente de forma descendente:

Cantidad de producto	Utilidad marginal de hamburguesas	Utilidad marginal de papas fritas
Primero	50	35
Segundo	45	30
Tercero	40	25
Cuarto	35	20
Quinto	30	15
Sexto	25	10

Fuente: Cartilla unidad 3 de Microeconomía.
Universidad Politécnica Gran Colombiano

Ya Juan con esta tabla ha manifestado sus preferencias. Él debe gastarse todo su presupuesto en estos productos. Lo primero que hay que hacer es averiguar cuál es la combinación que le permite gastarse todo su presupuesto y luego, si con esa combinación ha obtenido su máxima satisfacción.

Para facilitar el análisis, suponemos que va a gastar de a dos pesos, porque si lo hiciéramos de a un peso, nunca tendría Juan la oportunidad de comprar hamburguesas.

Con dos pesos se puede comprar: o la primera hamburguesa, que le representa una utilidad marginal de 50 o dos papas fritas, ya que cada papa frita es a un peso y estas le representaría una utilidad de 65 sumando la primera y la segunda; Juan escogerá aquella que le represente mayor utilidad. Las dos porciones de papas fritas.

Ya gastados los dos pesos de su presupuesto le quedarán \$8. Igual cogemos otros dos pesos y las opciones: una hamburguesa que le reporta una utilidad de 50 o dos papas fritas, la tercera y la cuarta, que le proporcionan una utilidad de 45. Escogerá una hamburguesa que le reporta mayor satisfacción. Ya su presupuesto es de \$6, del cual sacamos otros dos pesos y observamos las alternativas: una hamburguesa que le brinda una utilidad de 45 o las dos papas que le brindan 45 de utilidad. Aquí le es indiferente cualquiera de las dos opciones, ya que las dos le proporcionan la misma utilidad. Supongamos escoger las papas fritas. De los cuatro pesos que le quedan toma dos y se enfrenta a la disyuntiva: una hamburguesa que le proporciona 45 o las papas fritas, quinta y sexta opción, que le proporciona una utilidad de 25. Por supuesto escoge la hamburguesa que le proporciona mayor nivel de utilidad. Por último toma los dos pesos restantes, las opciones

son: una hamburguesa que le proporciona una utilidad de 40 o dos papas fritas que le proporcionan una utilidad de 25. Escoge la hamburguesa.

Al final, se ha gastado todo su presupuesto en tres hamburguesas y cuatro papas fritas. Ahora queremos saber si con esta combinación, maximiza su utilidad, lo que comprobamos con la equimarginalidad.

$$\frac{UMgX}{P_x} = \frac{UMgY}{P_y}$$

Y reemplazamos así:

La última hamburguesa consumida le reportó una satisfacción de 40 y la última unidad consumida de papa frita una utilidad de 20, considerando que, a pesar de haber comprado de a dos papas fritas, el consumo se hizo por unidad.

$$\frac{40}{2} = \frac{20}{1}$$

$$\text{Entonces } 20 = 20$$

Esto indica que con esta combinación, Juan ha maximizado su utilidad. Por supuesto, que si no se hubiera cumplido con la igualdad, se considera que no hay maximización de la utilidad.

Algunas personas creen que tener más presupuesto le garantiza cumplir con la maximización. No es tan cierto, pues, siguiendo el caso del ejemplo, si usted agrega al presupuesto otros dos pesos no se cumple con la equimarginalidad, al igual que si se disminuyen dos pesos de los diez iniciales, tampoco lograría maximizar la utilidad.

Curvas de indiferencia

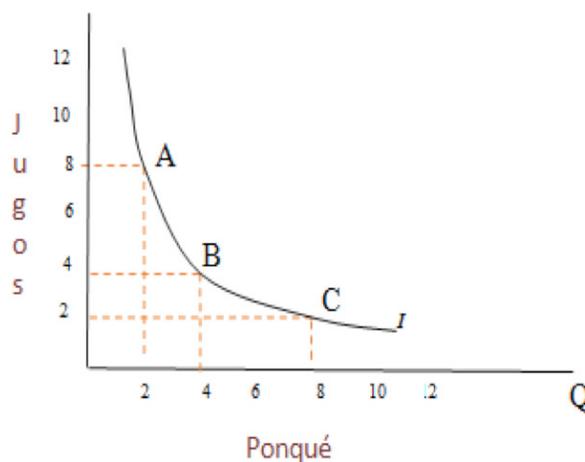
Curvas que muestran todas las combinaciones de bienes o servicios que proporcionan el mismo nivel de utilidad.

Estas curvas nos muestran todas las combinaciones de dos bienes, que proporcionan la misma utilidad al individuo; es decir el individuo es indiferente respecto a la combinación particular situada sobre la curva.

Propiedades de las curvas de indiferencia

1. Las curvas de indiferencia tienen pendiente negativa. Una curva de indiferencia muestra las combinaciones de dos bienes, cada una de las cuales proporciona utilidad. El nivel de utilidad permanece constante a lo largo de la curva de indiferencia. Por lo tanto, una curva de indiferencia debe tener pendiente negativa. Una pendiente negativa implica que, si un consumidor recibe más unidades de uno de los bienes, puede mantener una utilidad constante, sacrificando solamente cierta cantidad del otro bien.

Ejemplo:



A Sergio le da lo mismo, o le es indiferente, consumir la combinación de 2 ponqués y 8 jugos, que la combinación de 4 ponqués y 4 jugos, al igual que combinar 8 ponqués y 2 jugos.

Fuente: Cartilla unidad 3 de Microeconomía. Universidad Politécnica Gran Colombiano

2. Las curvas de indiferencia son convexas hacia el origen de un gráfico. Dados los bienes y un nivel constante de utilidad, la cantidad de uno de los bienes que un consumidor cambia por una unidad adicional del segundo bien, decrece con cada cambio sucesivo. Por consiguiente,

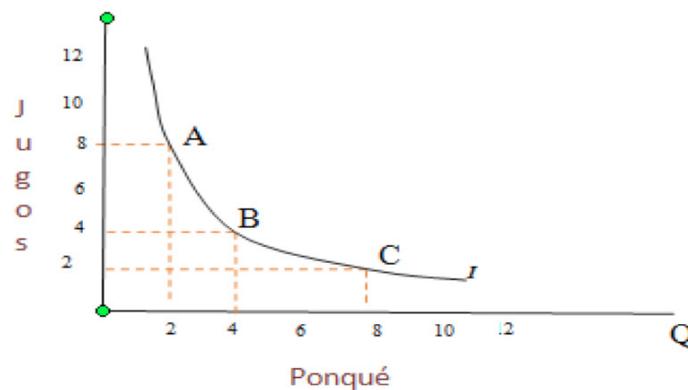
las curvas de indiferencia son convexas hacia el origen de un gráfico. Esta forma refleja lo que los economistas llaman la tasa marginal de sustitución decreciente del bien, representado sobre el eje x (bien X) por el bien representado sobre el eje y (bien Y).

La tasa marginal de sustitución (TMS) de un bien Y por un bien X es el número de unidades del bien Y que se pueden reemplazar por una unidad adicional del bien X.

Cuando la tasa, a la cual el bien Y se pue-

de sustituir por el bien X decrece, la curva se vuelve convexa hacia el origen: el valor absoluto de su pendiente disminuye. La TMS de un bien Y por un bien X es igual al valor absoluto de la pendiente de una curva de indiferencia.

EJEMPLO: En el caso del ejemplo anterior el hecho de cambiar A a B la TMS es



Fuente: Cartilla unidad 3 de Microeconomía. Universidad Politécnico Gran Colombiano.

$$\text{TMS} = \frac{\Delta Y}{\Delta X}$$

$$\text{TMS} = \frac{4 - 8}{4 - 2}$$

Entonces la **TMS = -2**

Lo que significa que por cada unidad de ponqué que consuma adicional, dejará de consumir 2 unidades de jugo.

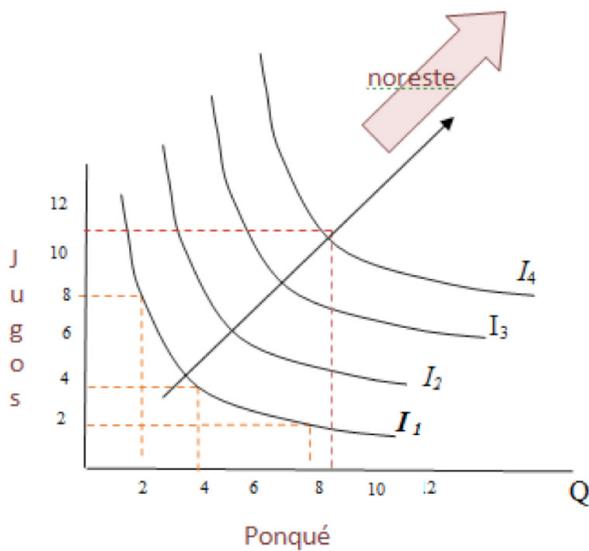
En el caso del B a C, la TMS es

$$\text{TMS} = \frac{2 - 4}{8 - 4}$$

Entonces la **TMS = -0,5**

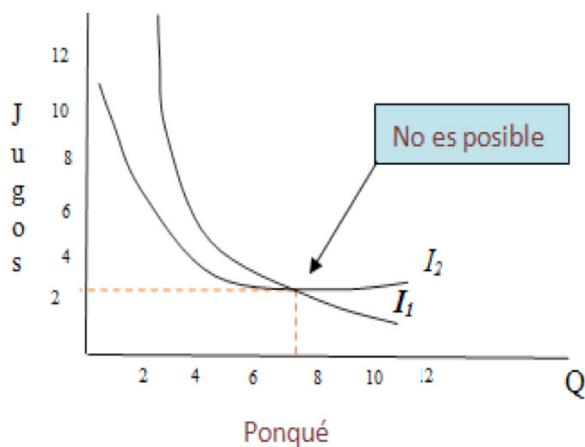
Lo que significa que por cada unidad de ponqué adicional se deja de consumir media unidad de jugo.

- Las curvas de indiferencia que están más al noreste, representan mayores niveles de satisfacción. Los economistas suponen que los consumidores siempre prefieren una mayor cantidad de un bien, que una menor. En un diagrama de indiferencia, los conjuntos que contienen una mayor cantidad de ambos bienes, se representan por medio de puntos, que se encuentran al noreste. Por consiguiente, las curvas de indiferencia que se encuentran en el noreste representan mayores niveles de satisfacción.



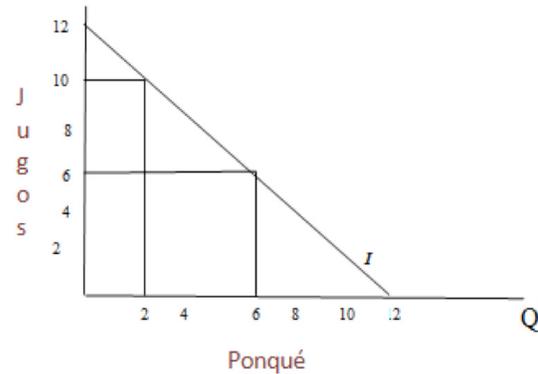
Fuente: Cartilla unidad 3 de Microeconomía. Universidad Politécnico Grancolombiano.

4. Las curvas de indiferencia no se intersecan. Los economistas suponen que todos los consumidores son racionales. Intersecar curvas de indiferencia implicaría irracionalidad en la clasificación de los conjuntos de bienes. Por lo tanto, las curvas de indiferencia no se intersecan.



Fuente: Cartilla unidad 3 de Microeconomía. Universidad Politécnico Grancolombiano.

Una curva de indiferencia puede ser recta, lo cual indica que la relación entre los dos productos es que son bienes perfectamente sustitutos entre sí. La TMS es constante a través de la línea (pendiente de la línea recta).

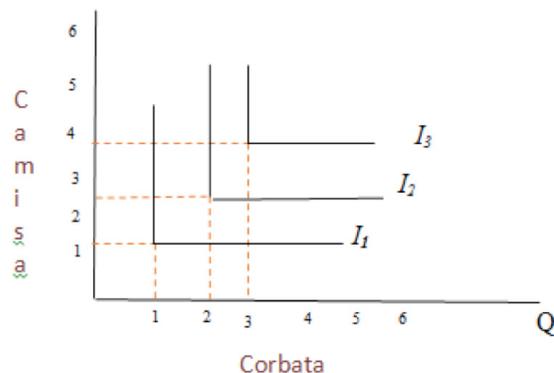


Fuente: Cartilla unidad 3 de Microeconomía. Universidad Politécnico Grancolombiano.

$$\text{TMS} = \frac{10 - 6}{2 - 6} \text{ Entonces la TMS} = -1$$

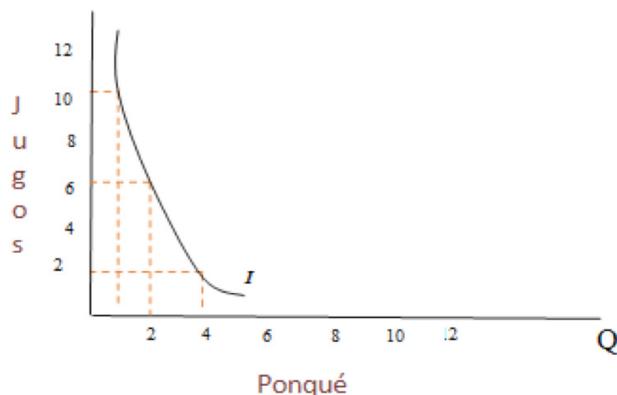
Por cada unidad de ponqué adicional que consuma, dejará de consumir una unidad de jugo. Y la tasa se mantiene a lo largo de la recta constante.

Una curva de indiferencia puede mostrar la relación de dos productos cuando son totalmente complementarios, como en el caso de usar siempre camisa con corbata y por cada camisa una corbata. De esta forma sería totalmente complementario.



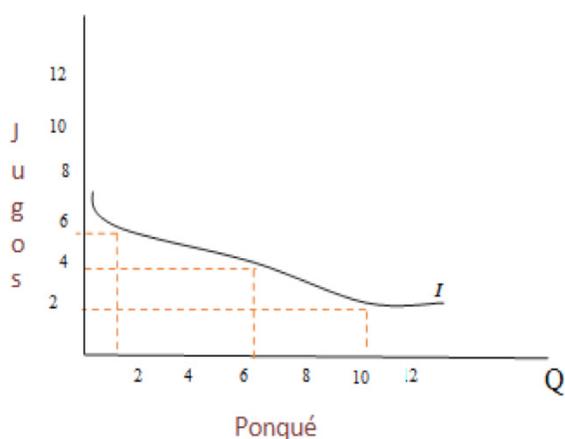
Fuente: Cartilla unidad 3 de Microeconomía. Universidad Politécnico Grancolombiano.

Una curva de indiferencia puede mostrar mayor preferencia de un producto que otro.



Fuente: Cartilla unidad 3 de Microeconomía. Universidad Politécnico Grancolombiano.

En este caso se nota mayor preferencia por los jugos, que por los ponqués. En el caso contrario, donde se tenga mayor preferencia por los ponqués que por los jugos, tendríamos:



Fuente: Cartilla unidad 3 de Microeconomía. Universidad Politécnico Grancolombiano.

Línea presupuestal

Las curvas de indiferencia revelan las preferencias de los consumidores respecto a diferentes combinaciones de dos bienes, pero no mues-

tran qué combinaciones se pueden realmente adquirir, mientras que una línea de presupuesto sí lo hace.

Una línea de presupuesto es una línea de puntos que representa las diferentes combinaciones de dos bienes que un consumidor puede comprar, a determinados precios, y con un gasto dado.

Una línea de presupuesto se dibuja del eje Y del gráfico al eje X. El punto donde corta al eje Y -el punto donde comienza la línea de presupuesto sobre el eje Y- representa el número de unidades del bien Y (cualquiera que sea) que un consumidor puede comprar, a un precio dado, si gasta todo su presupuesto en dicho bien y no compra ninguna unidad del bien X. El punto donde corta al eje X -el punto en el cual termina la línea de presupuesto sobre el eje X- representa el número de unidades del bien X que un consumidor puede comprar, a un precio dado, si gasta todo su presupuesto en el bien X y no compra ninguna unidad del bien Y.

Mientras el precio de los bienes permanezca constante, la línea de presupuesto será lineal (recta), y todos los puntos que están sobre la línea, o entre los puntos que cortan a los ejes X y Y, representan las diferentes combinaciones de los dos bienes que se pueden adquirir y que agotarán el presupuesto del consumidor. El consumidor, por supuesto, puede comprar combinaciones que se encuentran dentro (a la izquierda) de la línea de presupuesto para hacer un gasto menor, pero aquellas fuera (a la derecha) de la línea no son posibles.

Presupuesto (P) = Precio de X por la cantidad de X ($P_x Q_x$) + Precio de Y por la cantidad de Y ($P_y Q_y$)

Ejemplo

Supongamos que los jugos son a \$1.000 y que los ponqués son a \$500

Y se tiene un presupuesto de \$6.000

Si gastara todo su presupuesto en jugos y no comprara ningún ponqué, se podría comprar:

$$\frac{\$ 6.000}{\$ 1.000} = 6 \text{ jugos}$$

Si gastara todo su presupuesto en ponqués y no comprara ningún jugo, él podría comprar:

$$\frac{\$ 6.000}{\$ 500} = 12 \text{ jugos}$$

Podría hacer combinaciones para gastar el presupuesto, Así:

$$(P) = (P_x Q_x) + (P_y Q_y)$$

$$\$6.000 = \$500Q_x + \$1000Q_y$$

Si compra 5 jugos también puede comprar 2 ponqués;

$$\$6.000 = \$500(2) + \$1000(5)$$

Si compra 4 unidades de jugos también puede comprar 4 unidades de ponqué

$$\$6.000 = \$500(4) + \$1000(4)$$

Si compra 3 unidades de jugo también puede comprar 6 unidades de ponqué

$$\$6.000 = \$500(6) + \$1000(3)$$

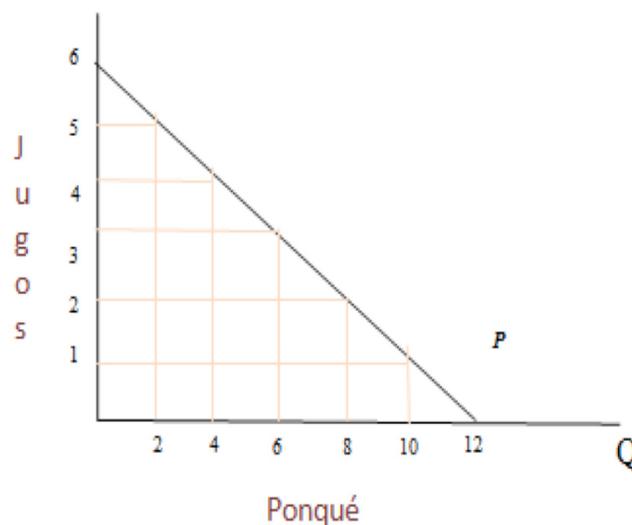
Si compra 2 unidades de jugo también puede comprar 8 unidades de ponqué

$$\$6.000 = \$500(8) + \$1000(2)$$

Si compra 1 unidad de jugo también puede comprar 10 unidades de ponqué

$$\$6.000 = \$500(10) + \$1000(1)$$

Y se graficaría de la siguiente forma:



Fuente: Cartilla unidad 3 de Microeconomía.
Universidad Politécnico Grancolombiano.

Una línea de presupuesto tiene propiedades importantes

1. Una línea de presupuesto tiene pendiente negativa. Una pendiente negativa implica que, si un consumidor compra más unidades de un bien, debe, por lo tanto, comprar menos unidades de otro bien con el fin de mantener un nivel constante en el gasto.
2. Una línea de presupuesto tiene una pendiente igual a la relación negativa entre el precio del bien X y el precio del bien Y.

$$\text{Pendiente} = \frac{-P_x}{P_y}$$

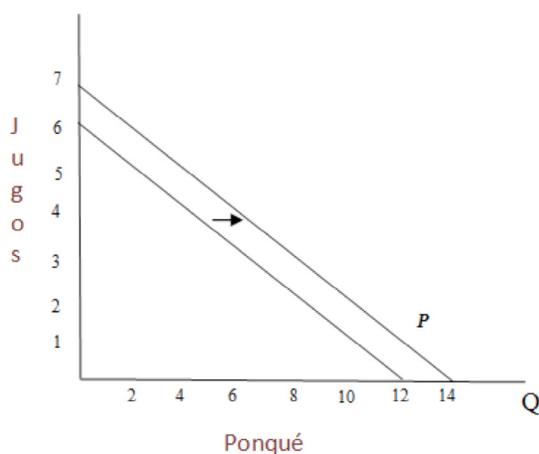
3. Una línea de presupuesto cambia cuando cambia el ingreso del consumidor. Un cambio en el ingreso del consumidor resulta en un desplazamiento paralelo de la línea de presupuesto. Un aumento en el ingreso desplaza la línea de presupuesto del consumidor hacia la derecha, indicando que puede comprar una mayor cantidad de ambos bienes. Una disminución en el ingreso desplaza la línea de presupuesto del consumidor hacia la izquierda, indicando que ya no puede adquirir la misma cantidad de ninguno de los dos bienes.

Ejemplo

Si el presupuesto aumenta de \$6.000 a \$7.000 esto implica que puede comprar más de ambos bienes (la línea presupuestal se desplaza hacia la derecha)

$$\frac{\$ 7.000}{\$ 1.000} = 7 \text{ Unidades de jugos}$$

$$\frac{\$ 7.000}{\$ 500} = 14 \text{ Unidades de ponqués}$$

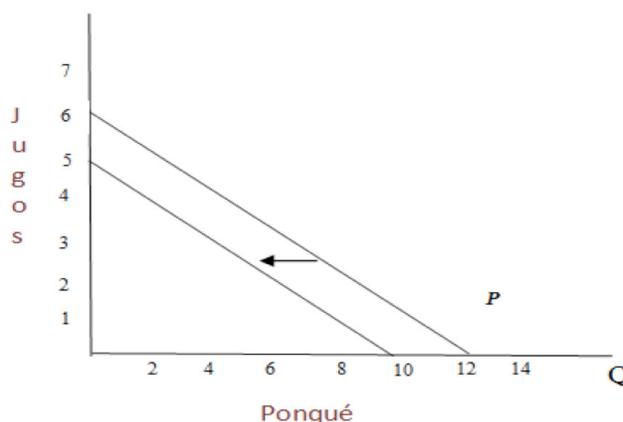


Fuente: Cartilla unidad 3 de Microeconomía.
Universidad Politécnico Grancolombiano.

Si el presupuesto disminuye de \$6.000 a \$5.000 esto implica que puede comprar menos de ambos bienes (la línea presupuestal se desplaza hacia la izquierda).

$$\frac{\$ 5.000}{\$ 1.000} = 5 \text{ Unidades de jugos}$$

$$\frac{\$ 5.000}{\$ 500} = 10 \text{ Unidades de ponqués}$$



Fuente: Cartilla unidad 3 de Microeconomía.
Universidad Politécnico Grancolombiano.

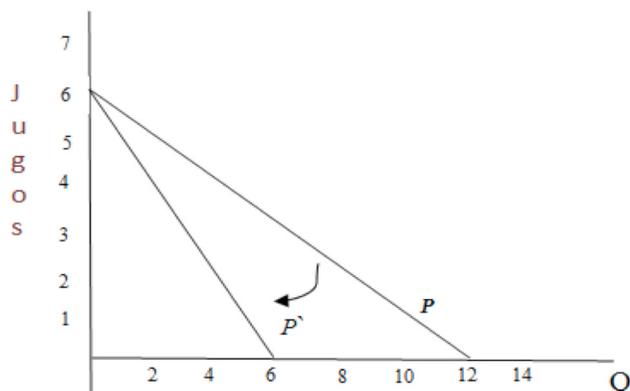
Una línea de presupuesto gira cuando el precio de uno de los bienes cambia. Si el precio del bien X cambia y el precio del bien Y no, la línea de presupuesto permanece en el mismo punto de corte sobre el eje Y, pero rota sobre el eje X, indicando que una menor o mayor cantidad del bien X se puede comprar con la misma cantidad de dinero. Si el precio del bien Y cambia y el precio del bien X no, la línea de presupuesto permanece en el mismo punto de corte sobre el eje x pero rota sobre el eje y, indicando que una menor o mayor cantidad del bien Y se puede comprar con la misma cantidad de dinero.

Ejemplo:

Si, el precio del ponqué aumenta de \$500 a \$1.000 esto quiere decir que se pueden comprar menos ponqués mientras el precio de los jugos permanece igual sin cambio. (La línea presupuestal gira hacia la izquierda en el eje X donde están los ponqués mientras que en el eje Y permanece en el mismo lugar).

$$\frac{\$ 6.000}{\$ 1.000} = 6 \text{ Unidades de jugos}$$

$$\frac{\$ 6.000}{\$ 1.000} = 6 \text{ Unidades de ponqués}$$



Fuente: Cartilla unidad 3 de Microeconomía.
Universidad Politécnico Grancolombiano.

Equilibrio

Bajo la teoría de las curvas de indiferencia, el consumidor está en equilibrio, cuando elige la combinación de dos bienes que está en posibilidad de adquirir, lo cual le proporciona el mayor nivel de satisfacción posible. Dicha combinación se representa gráficamente por el punto donde la línea de presupuesto del consumidor es tangente a la curva de indiferencia más alta

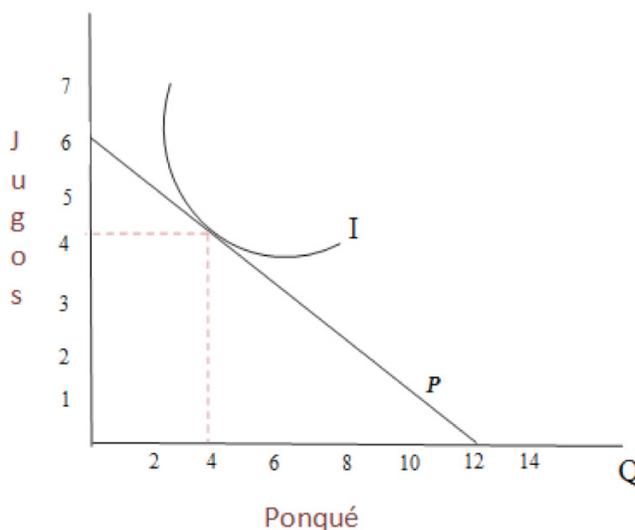
posible. Esto quiere decir que la tasa marginal de sustitución (pendiente de la curva de indiferencia) es igual al precio relativo de los bienes comprados (la magnitud de la pendiente de la línea de presupuesto).

Matemáticamente una de las condiciones de equilibrio se expresa así:

$$TMS_{xy} = - P_x / P_y$$

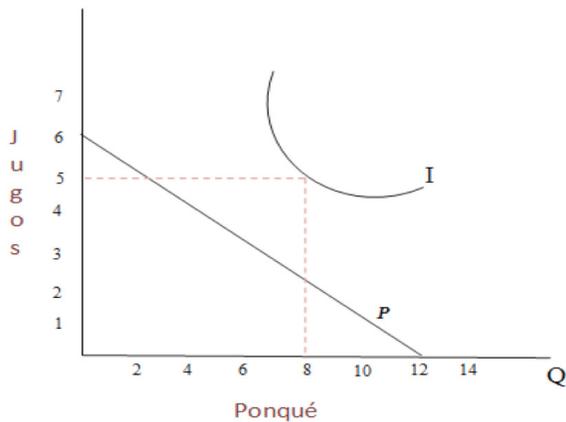
Una vez estudiadas las curvas de indiferencia y la línea presupuestal por separado, las reunimos y observamos lo que sucede.

Dijimos que una persona tiene un mapa infinito de curvas de indiferencia y ahora, para cada curva de indiferencia, existe una curva presupuestal que le hace tangencia.



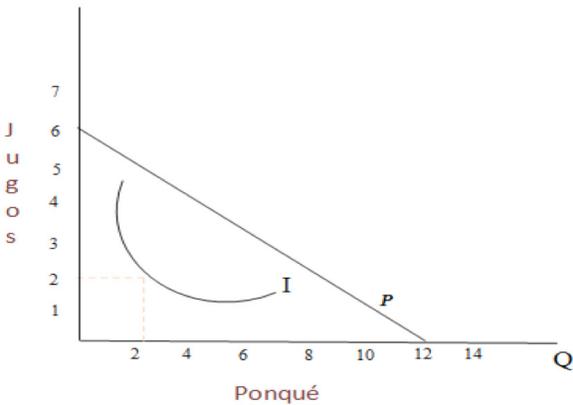
Fuente: Cartilla unidad 3 de Microeconomía.
Universidad Politécnico Grancolombiano.

En ocasiones el presupuesto es menor al nivel de satisfacción que tenemos y origina que no satisfacemos nuestras necesidades, ya que no tenemos el suficiente nivel de ingresos para lograrlo.



Fuente: Cartilla unidad 3 de Microeconomía. Universidad Politécnico Granacolombiano.

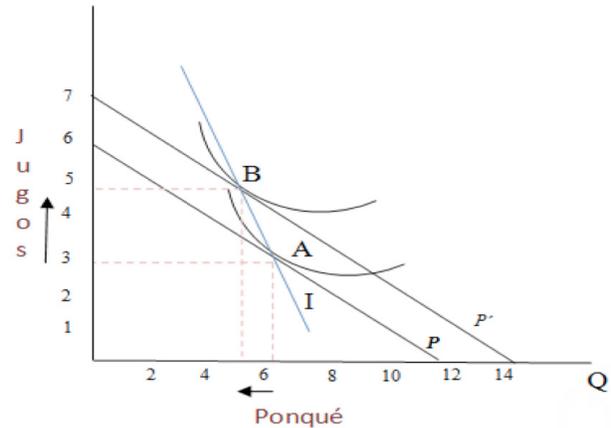
Una línea presupuestal por encima de la una curva de indiferencia, indica que tiene mucho presupuesto para su nivel de satisfacción. Con poco presupuesto puede llegar fácilmente a satisfacer sus necesidades (tiene mucho presupuesto).



Fuente: Cartilla unidad 3 de Microeconomía. Universidad Politécnico Granacolombiano.

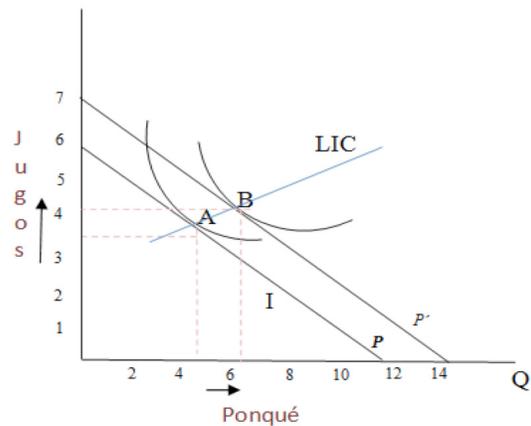
Un equilibrio se logra cuando la curva de indiferencia se intercepta con la línea presupuestal, sin embargo, la línea presupuestal puede variar y ocasionar situaciones que alteran el equilibrio. Por ejemplo, que el presupuesto cambie. Si cambia el presupuesto, la línea presupuestal se desplaza hacia la derecha o hacia la izquierda y provoca que exista otra curva de indiferencia que le haga tangencia.

Si el presupuesto de \$6.000 cambia a \$7000 quiere decir que puede comprar de los dos productos, jugos y ponqués.



Fuente: Cartilla unidad 3 de Microeconomía. Universidad Politécnico Granacolombiano.

En este caso se puede observar que la primera situación en el punto A está en equilibrio, luego se aumenta el presupuesto, haciendo que se puedan consumir más de los dos productos. Sin embargo, se observa en la gráfica que se disminuye el consumo de ponqué mientras que el de los jugos aumenta. Cuando en un bien se aumenta su consumo al aumentar el presupuesto, se dice que es un bien superior (jugo). A la situación contraria, en la que al aumentar el presupuesto se disminuye el consumo, se le conoce como bien inferior.



Fuente: Cartilla unidad 3 de Microeconomía. Universidad Politécnico Granacolombiano.

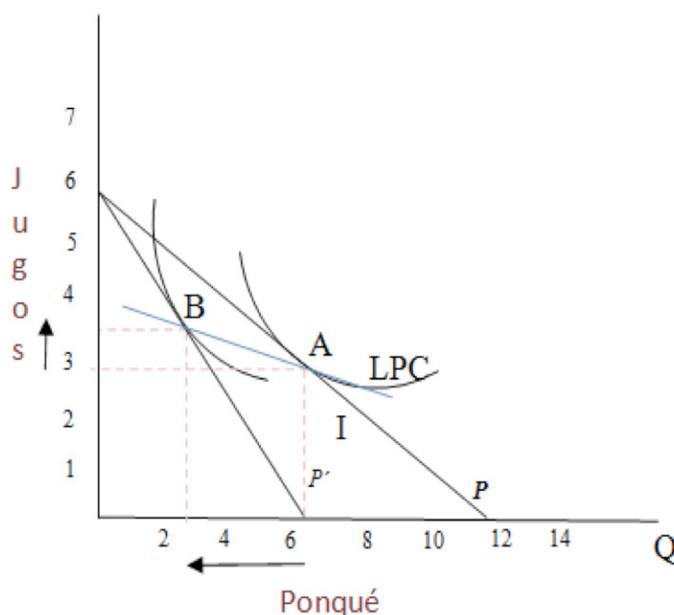
En la gráfica anterior se observa que al aumentar el presupuesto, se aumenta la cantidad consumida de jugos y también la cantidad consumida de ponqués, eso significa que los dos bienes son superiores. Ya que al aumentar el presupuesto aumenta el consumo.

Cuando unimos con una línea los dos puntos de intersección punto A y punto B, a esta línea se le conoce como línea ingreso consumo (LIC).

La curva ingreso - consumo es el lugar geométrico de las combinaciones de equilibrio que se producen cuando varía el nivel de ingreso y los precios permanecen constantes. A partir de la curva ingreso-consumo podemos derivar las curvas de Engel para cada uno de los bienes. Una curva de Engel es una función que relaciona la cantidad que se compra de un bien con el nivel de ingreso, cuando se logra el equilibrio. Cuando la curva de Engel tiene pendiente positiva en toda su extensión, la elasticidad ingreso de los artículos estudiados es positiva, indicando que los bienes son normales o, superiores: cuando la curva de Engel tiene pendiente negativa, la elasticidad ingreso del artículo estudiado es negativa, indicando que el bien es inferior.

Cuando la curva de Engel tiene pendiente igual a infinito, la elasticidad ingreso del artículo estudiado es igual a cero, indicando que el bien no es ni inferior ni normal, sino un bien de primerísima necesidad, como el caso de la sal, cuyo consumo no varía ante cualquier cambio en el ingreso.

Un cambio en el precio de uno de los productos hace que se forme un giro. Supongamos que el precio del ponqué subió de \$500 a \$1000 lo que provoca que la cantidad de ponqués consumidos disminuyan.



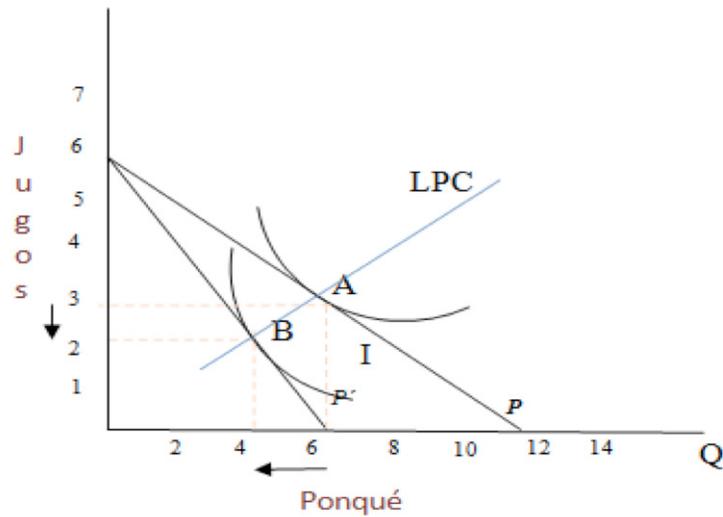
Fuente: Cartilla unidad 3 de Microeconomía. Universidad Politécnico Gran Colombiano.

Al observar la gráfica vemos que la subida del precio de ponqués hace que la cantidad de jugos aumente. Cuando la subida del precio de un bien ocasiona que se aumente el consumo de otro bien, estamos hablando de bienes sustitutos. Cuando trazamos una línea entre los puntos de intersección en el punto A y el punto B la conocemos como línea precio consumo (LPC).

La curva precio - consumo: es el conjunto de combinaciones de productos que resuelven el problema del consumidor ante diferentes niveles de precios de uno de los artículos (ceteris paribus). Es el lugar geométrico de las combinaciones de equilibrio que se producen al variar la relación de precios, cuando el ingreso permanece constante. A partir de la curva precio-consumo podemos derivar la curva de demanda del consumidor. Cuando la curva precio-consumo tiene pendiente negativa, la demanda es elástica respecto al precio. Cuando la curva precio-consumo tiene pendiente positiva, la demanda es inelástica respecto al precio. Cuando la curva

precio consumo para el bien X es horizontal, la demanda del bien X tiene una elasticidad precio unitaria.

Cuando la curva precio consumo para el bien Y es vertical, la demanda del bien Y tiene una elasticidad precio unitaria.



Fuente: Cartilla unidad 3 de Microeconomía. Universidad Politécnico Gran Colombiano.

Cuando la subida del precio de un bien provoca en el otro una disminución en el consumo, estamos hablando de bienes complementarios.

En esta gráfica observamos la relación entre los dos bienes, concluyendo que tienen una relación de complementariedad.



Producción



**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA
DEL ÁREA ANDINA**

Personería Jurídica Res. 22215 Mineducación Dic. 9-83

Autor:
María Camila Lozano Ramirez

Introducción

En esta semana se verá los conceptos de producción, las etapas de producción en la gestión de la empresa, como el concepto de producción total, promedio, variable y marginal. Así mismo se observará las respectivas alteraciones de los niveles de producción que le permiten como qué producir, cuánto producir y para quién producir.

Recomendaciones metodológicas

El estudiante debe leer y comprender los temas que se establecen en la cartilla, lecturas complementarias y las actividades de repaso, con el fin de que el estudiante pueda determinar los factores que influyen en la producción y en el comportamiento del productor.

Desarrollo temático

Producción

La producción es la actividad que convierte recursos en productos que pueden utilizarse para el consumo.

Y la actividad productiva es el proceso que consiste en combinar ciertos factores de producción, con el fin de generar bienes o servicios, que podrán ser destinados al consumo final, presente o futuro o a la producción de nuevos bienes y servicios. Dicha actividad proviene del uso y empleo de los factores de producción tierra, capital, trabajo y tecnología.

Función de producción a corto plazo

El concepto de corto plazo indica que el periodo de tiempo en el que algunos de los factores de producción permanecen fijos (por ejemplo: la maquinaria, la infraestructura, etc), mientras que otros son variables.

Entonces la función de producción a corto plazo como la relación que existe entre las combinaciones de los factores productivos y la cantidad máxima de producto que puede obtenerse con ellas, cuando alguno de los factores se mantiene constante.

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

o

$$Y = f(L) \text{ cuando } K = \text{constante}$$

Siendo:

Y: volumen de producción

K: número de unidades de capital utilizadas en el proceso de producción. Normalmente, consideramos que a corto plazo el factor que permanece constante es el capital. Si observamos la realidad, nos damos cuenta que en la mayoría de los procesos de producción, el trabajo es un factor que se puede variar y la cantidad de capital de que disponen las empresas suele permanecer fija.

L: número de unidades de factor variable utilizadas.

Producto total, productividad media y productividad marginal

El producto total (PT): es la cantidad máxima de salida (output) que puede obtenerse cuando empleamos una determinada cantidad de factor variable y otra cantidad de un factor fijo.

PT = Y = f(L, Ko). Siendo:

Y: producto total.

L: factor variable.

Ko: factor fijo.

La productividad media: de un factor variable (PMeL) es el nivel de producción obtenido por unidad de trabajo empleado. Se obtiene de dividir el producto total entre el número de unidades del factor variable empleado.

$$\mathbf{PMeL} = \frac{\mathbf{Y}}{\mathbf{L}}$$

La productividad marginal: de un factor variable (PMgL) es la variación del producto total cuando el factor variable aumenta o disminuye en una unidad. Como la función de producción no es lineal, la productividad marginal muestra cómo varía la producción, cuando se produce una variación infinitesimal en el factor variable.

$$\mathbf{PMgL} = \frac{\Delta \mathbf{Y}}{\Delta \mathbf{L}}$$

La productividad marginal es, por lo tanto, la pendiente de la función de producción en cada punto. Cuando la productividad es decreciente se dice que existen rendimientos decrecientes y cuando es creciente hablamos de rendimientos crecientes.

La ley de los rendimientos decrecientes

Si son fijos uno o más insumos, después de cierto punto en aumento en la producción, decrece por cada unidad sucesiva de un insumo variable. La ley de los rendimientos decrecientes implica que a medida que se van agregando más unidades de un insumo variable, como por ejemplo la fuerza de trabajo, a un proceso de producción que incluye por lo menos un insumo fijo, después de un punto, la producción total, o sea el producto total, comienza a aumentar a una tasa decreciente.

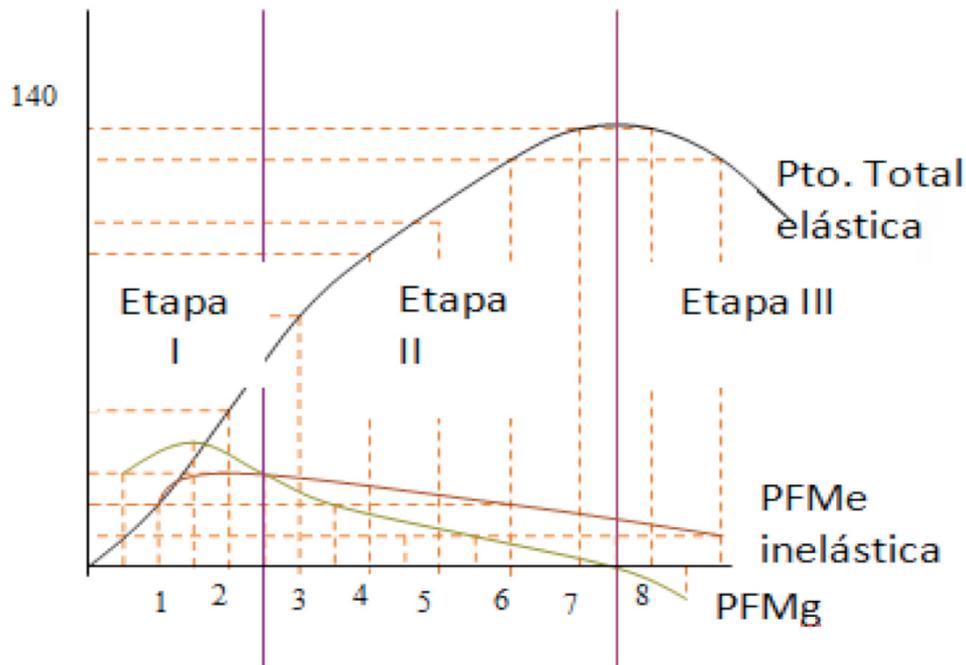
Entonces con la ley de rendimientos decrecientes dice que el producto marginal disminuye a medida que se agregan unidades adicionales de un factor variable a un factor fijo.

Ejemplo:

Vamos a suponer un productor de leche que tiene 2 hectáreas de tierra y quiere producir leche y para ello involucra unidades sucesivas adicionales de vacas. Para este caso vamos a considerar las vacas como insumo variable y la tierra como un insumo fijo. La tabla a continuación, muestra los niveles de producción mensual de involucrar vacas adicionales al insumo fijo que es la tierra. Así:

Insumo fijo (IF)	Insumo variable (IV)	Producción total (PT)	Producción media (PT/IV)	Producción marginal ($\Delta PT/\Delta IV$)
2	0	0		
2	1	25	25	25
2	2	55	28	30
2	3	80	27	25
2	4	100	25	20
2	5	115	23	15
2	6	125	21	10
2	7	130	19	5
2	8	130	16	0
2	9	125	14	-5

Fuente: Cartilla Microeconomía Unidad 4. Universidad Politécnico Gran Colombiano.



Fuente: Cartilla Microeconomía Unidad 4. Universidad Politécnico Gran Colombiano

La ley de los rendimientos decrecientes implica un producto físico marginal decreciente

La ley de los rendimientos decrecientes se refiere a la adición a la producción, correspondiente a cada unidad sucesiva de un insumo variable, también se puede llamar ley del producto marginal decreciente o ley del producto físico marginal decreciente.

El producto marginal o producto físico marginal (PFMg) es el cambio en la producción total (o en el producto total) correspondiente a una unidad de cambio en un insumo variable.

$$\text{PFMg} = \frac{\text{cambio en la producción}}{\text{cambio en un insumo}}$$

El producto medio declina cuando el producto marginal cae por debajo del producto medio

El producto medio o producto físico medio (PFMe) es la cantidad de producción por unidad de insumo variable:

$$\text{PFMe} = \frac{\text{producción}}{\text{insumo}}$$

La ley de los rendimientos decrecientes implica costos crecientes y menor productividad a corto plazo

La ley del producto físico marginal decreciente tiene dos implicaciones principales sobre los costos a corto plazo y la productividad.

- El costo variable y, por consiguiente, el costo total de producir unidades adicionales de un producto, se aumentan cuando dicha producción se expande a corto plazo. En otras palabras, cuando el producto marginal está declinando, se requieren más unidades de un insumo variable para producir cada unidad adicional del producto.

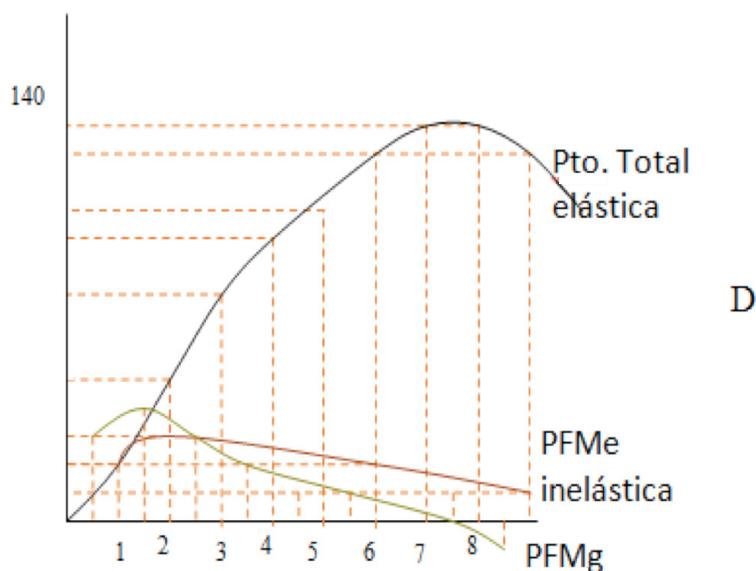
La productividad, que es el producto medio del trabajo, eventualmente declina a corto plazo, si se añaden unidades adicionales de trabajo a cantidades fijas de capital y de recursos naturales. La única forma de mantener un alto nivel de productividad a corto plazo, es aumentar

los demás insumos variables cuando se añaden unidades de trabajo al proceso de producción.

Las etapas de producción

Una vez que conocemos los conceptos de función de producción y productividades media y marginal y, que sabemos cómo evoluciona a medida que el empresario va contratando una mayor cantidad del factor variable, debemos preguntarnos dónde debería situarse un productor racional. Es decir, qué volumen de factor variable deberá emplear si su objetivo es maximizar beneficios.

Para responder observemos la gráfica que marca las etapas de la producción:



Fuente: Cartilla Microeconomía Unidad 4. Universidad Politécnico Gran Colombiano.

Analícemos cada una de las etapas:

La primera etapa comienza cuando la producción total es cero y termina cuando la producción marginal interceptó a la producción media. Esta etapa no es muy conveniente en la producción, ya que hay muchos insumos desperdiciados (una sola vaca en 2 hectáreas de tierra).

La segunda etapa empieza donde la producción marginal interceptó a la producción media y termina donde la producción marginal es cero, o cuando la producción total es máxima. Es una etapa muy conveniente en la producción. El productor querrá llegar al sitio donde la producción total se maximiza porque hay plena utilización de los recursos.



La tercera etapa comienza donde la producción marginal es cero o la producción total es máxima hacia adelante. Esta etapa no es conveniente, porque el hecho de producir unidades

sucesivas adicionales, provoca que la producción disminuya y la producción marginal, además, sea de pendiente negativa y menor que cero.



Los beneficios de la empresa



**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA
DEL ÁREA ANDINA**

Personería Jurídica Res. 22215 Mineducación Dic. 9-83

Autor:
María Camila Lozano Ramirez

Introducción

En esta semana, se verán las distintas estructuras de mercado de competencia perfecta y competencia imperfecta con el fin de analizar cómo deciden las empresas, si entrar o salir del mercado, como deciden la cantidad de producción, como deciden el cierre temporal de la producción, dadas sus condiciones de equilibrio.

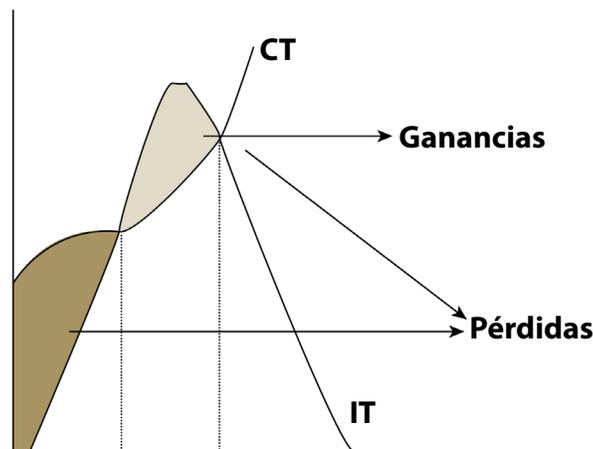
Recomendaciones metodológicas

Leer detalladamente el contenido de las cartillas, lecturas complementarias y actividades de repaso correspondiente a las estructuras de mercado, con el fin de que el estudiante analice y determine los niveles de equilibrio en las diferentes estructuras de mercado.

Desarrollo temático

Los beneficios de la empresa

Como lo vimos en la unidad 2, los beneficios o ganancias de las empresas es el resultado en consecuencia de haber obtenido buenos ingresos y a estos haberles restado los costos de producción.

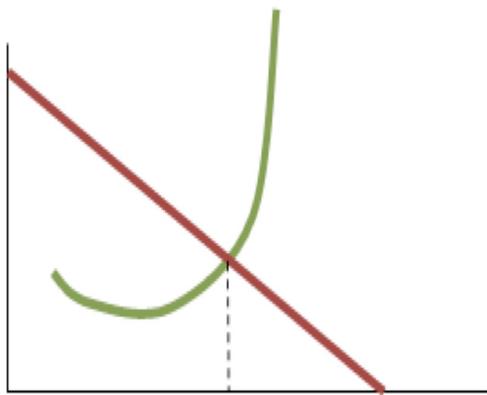


$$\text{Ganancias} = \text{Ingresos} - \text{Costos}$$

Fuente: Cartilla unidad 5 Microeconomía. Universidad Politécnica Gran Colombiano.

Cuando los ingresos son menores a los costos, se obtienen pérdidas, sin embargo los productores siempre buscan maximizar sus ganancias y, en caso de obtener pérdidas, querrían minimizarlas. Esto se obtiene mediante la propuesta de que los ingresos marginales (IMg) sean

iguales a los costos marginales (CMg). Y en ese punto donde la cantidad de producción es igual al ingreso marginal, con el costo marginal, se obtiene la máxima ganancia o la mínima pérdida.



$$CMg = IMg$$

Fuente: Cartilla unidad 5 Microeconomía. Universidad Politécnico Gran Colombiano.

Los mercados

Una de las interacciones de los mercados es la relación entre los consumidores y productores de forma que el sistema de mercado llega a su equilibrio, resolviendo así los tres problemas económicos básicos de cualquier sociedad: qué producir, cómo producirlo y para quién producirlo. Pero no todos los mercados funcionan exactamente de la misma forma. Dependiendo del número de oferentes y demandantes que lo formen, del tipo de bienes o servicios que produzca o de la regulación a la que esté sometido, existirán distintos tipos de mercados, cada uno de ellos con sus propias características.

Estructura de mercado

Una estructura de mercado se entiende el número de empresas que existen en un mercado y su tamaño relativo.

No es lo mismo que en un mercado haya un único oferente, a que existan multitud de empresarios ofreciendo un determinado producto. Las consecuencias para el funcionamiento del mercado y por tanto, para la determina-

ción del precio y de la cantidad a producir, serán muy distintas.

Competencia perfecta

La característica que define a la competencia perfecta es la inexistencia de poder de mercado.

El poder de mercado es la capacidad que posee una empresa para alterar el precio de su producto.

La competencia perfecta es aquella estructura de mercado, formada por multitud de empresas, que no poseen ningún poder sobre el precio de los bienes que producen. Las empresas que forman esta estructura se denominan empresas perfectamente competitivas, ya que deben aceptar el precio impuesto por el mercado. En esta estructura perfectamente competitiva, ningún productor o consumidor controla el precio del producto.

Características de la competencia perfecta:

- 1. Existen tantos compradores y vendedores en un mercado perfectamente competitivo** como para que las decisiones individuales sobre producción y consumo no afecten (ni puedan afectar) el precio del mercado. En un mercado perfectamente competitivo, una empresa no tiene el poder de establecer el precio. Toma el precio del mercado como dado.
- 2. Todos los productos de un mercado perfectamente competitivo son homogéneos** tanto en calidad como en diseño. La consecuencia es que a los consumidores les resulta indiferente comprar el producto a una empresa o a otra.
- 3. Existe transparencia en el mercado**, todos los compradores y vendedores de un mercado perfectamente competitivo tienen perfecto conocimiento de los pre-

cios de los productos y de las cantidades disponibles de estos. De esta característica se deduce que los vendedores conocen el precio que los consumidores están dispuestos a pagar y que los consumidores saben el precio al que los productores están dispuestos a vender.

4. **Existe plena libertad para entrar o salir del mercado**, no existen obstáculos económicos, legales o tecnológicos que impidan la movilidad de los recursos productivos. Tanto entrar como salir de un mercado perfectamente competitivo, son acciones libres de impedimento alguno. Nuevas empresas pueden entrar y empresas existentes pueden salir sin ninguna restricción. Así mismo, cualquier empresa tendrá la posibilidad inmediata de cerrar su negocio si los beneficios económicos son negativos. De igual manera, cualquier empresario tendrá la posibilidad de abrir una nueva empresa cuando considere que se encuentra ante una nueva oportunidad económica.

Otras características del mercado de competencia perfecta

comunes a la imperfecta

1. Las empresas (productores) tratan de maximizar sus ganancias.
2. Los hogares (consumidores) tratan de maximizar su satisfacción o utilidad.
3. No existe ningún costo o beneficio externo o de terceros asociado con ningún bien.

Ingreso total, ingreso medio e ingreso marginal

El Ingreso Total (IT) adoptará la forma de una función lineal con pendiente positiva que parte del origen, debido a:

$$IT = P \cdot Y$$

El Ingreso Medio (IMe), que se define como el ingreso total de la empresa, por unidad representativa vendida, en competencia perfecta será igual al precio, debido a:

$$IMe = \frac{IT}{Y} = \frac{P \cdot Y}{Y} = P$$

El Ingreso Marginal (IMg), también resulta ser igual al precio. En esta estructura de mercado todas las unidades se venden al mismo precio. Por este motivo, el ingreso marginal, que se define como la variación de los ingresos totales cuando la producción varía en una unidad, será constante e igual al precio.

$$IMg = \frac{\Delta IT}{\Delta Y}$$

Maximización del beneficio

El beneficio es la diferencia entre los ingresos totales y los costos totales. La condición de ganancia es que los ingresos sean mayores a los costos:

$$\text{Ganancia} = \text{Ingreso} - \text{Costo}$$

Para determinar el volumen de producción que maximiza el beneficio en competencia perfecta o para el caso en donde se quiera maximizar la ganancia o minimizar la pérdida, se debe tener en cuenta el sitio en el cual el ingreso marginal es igual al costo marginal.

$$\text{Ingreso Marginal} = \text{Costo Marginal}$$

Competencia imperfecta

La principal característica de la competencia imperfecta es la existencia de poder de mercado. Cualquiera de las empresas que componen

un mercado de competencia imperfecta posee la capacidad para alterar el precio de mercado de productos. A estas empresas se les conoce como precio-oferentes. Dentro de la competencia imperfecta encontramos tres tipos de estructuras:

1. El Monopolio: es el extremo opuesto de la competencia perfecta y se caracteriza por estar formado por un único oferente que produce un bien sin sustitutivos cercanos.
2. El oligopolio.
3. La competencia monopolística.

Cualquiera de estas formas de competencia imperfecta aparecerá en el momento en que exista alguna barrera que impida la competencia perfecta.

Las principales barreras que provocan la competencia imperfecta son:

1. Las barreras económicas: dentro de las cuales están:
 - Las economías de escala: se producen cuando la función de producción presenta rendimientos crecientes en todo su recorrido, lo que a su vez da lugar a unos costos medios y marginales siempre decrecientes. Las empresas que consigan producir con economías de escala, serán capaces de ofrecer el producto a un precio lo suficientemente reducido para expulsar a las otras empresas del mercado.
 - El control de algún factor de producción: ocurre cuando, por ejemplo, una empresa posee el control o la propiedad de un yacimiento o de alguna materia prima fundamental en el proceso de producción. Esta empresa será la única que compone el mercado.

2. Las barreras legales:

- Las patentes: una patente es una restricción legal que concede a su titular el derecho exclusivo de explotar un determinado producto, lo cual le permitirá obtener el máximo rendimiento de la inversión que previamente había realizado. Durante el tiempo que dura la patente, ninguna otra empresa podrá acceder a dicho mercado.
- Los monopolios legales: que pueden ser estatales o regulados. En este caso, el Estado, con el respaldo de la legislación, se constituye en dueño o gestor de la única empresa que podrá explotar un determinado producto.

3. Las barreras psicológicas: existe una barrera psicológica cuando, a igualdad de precios entre dos productos, los consumidores muestran una preferencia muy marcada por alguno de ellos en particular (por ejemplo: Coca cola, Pepsi cola).

Monopolio

Características:

1. Está formado por una única empresa que produce un bien sin sustitutivos. El monopolista abastece, él solo, a todo el mercado y no posee competidores cercanos.
2. Posee poder de mercado: al formar él solo la industria, cualquier variación en la cantidad producida influirá rápidamente en el precio. El monopolista será el productor que disponga de mayor poder de mercado dentro de la competencia imperfecta.

La diferencia fundamental entre el monopolio y la competencia perfecta reside en la forma de la curva de demanda individual a la que se enfrentan los empresarios.

En competencia perfecta la demanda era perfectamente elástica y todos los productores eran precio aceptantes. En el monopolio, el único productor que existe tiene todo el poder de mercado. Si desea vender más cantidad de producto deberá reducir el precio de su bien y sabe que puede hacerlo. La consecuencia es que la curva de demanda a la que se enfrenta el monopolista es decreciente, es decir, la elasticidad precio de la demanda tiene todo su recorrido, desde cero hasta infinito. Más aún, dado que el monopolio está formado por una única empresa, la curva de demanda del monopolista será precisamente la curva de demanda de la industria.

3. Existencia de barreras a la entrada dentro de este mercado. Precisamente los monopolios existen porque alguna barrera, fundamentalmente legal o económica, impide que otros empresarios puedan operar dentro de dicho mercado.

Ingresos del monopolista

La principal diferencia entre el monopolio y la competencia perfecta reside en la elasticidad de la curva de demanda a la que se enfrentan los empresarios. De esta se derivan el resto de las diferencias entre ambas estructuras de mercado. Las funciones de ingreso del monopolista son:

El Ingreso Total $IT = P \cdot Y$ en el monopolio ya no va a adoptar la forma de una función lineal con pendiente positiva, en este caso, el precio no es una constante, es una función que depende de la cantidad.

El Ingreso Medio, al igual que ocurría en competencia perfecta, también es igual al precio:

$$IMe = \frac{IT}{Y} = \frac{P \cdot Y}{Y} = P$$

El Ingreso Marginal. El IMg no coincide con el precio. En competencia perfecta la empresa podía vender todo lo que deseaba al precio de mercado, de forma que cuando aumentaba la producción y vendía una unidad más, recibía el precio de mercado por esa unidad, es decir, el ingreso marginal se igualaba al precio. Sin embargo, si en el monopolio se desea vender una mayor cantidad de producto habrá que reducir el precio, no sólo de la unidad marginal sino también el de todas las anteriores, lo que disminuirá el ingreso generado por todas las unidades que ya estaba vendiendo.

Oligopolio

Características

1. Está formado por unos cuantos productores, que generan toda la producción de la industria y que compiten por un mismo mercado.
2. Poseen poder de mercado: las pocas empresas que forman esta industria producen y venden un bien homogéneo, aunque puede estar diferenciado por marcas, el producto que fabrica cada empresa es prácticamente igual al de las otras, pero no son sustitutivos perfectos. Al igual que ocurría en la competencia monopolística, la curva de demanda es decreciente con elasticidad finita. Si cualquiera de estas empresas desea incrementar sus ventas, podrá hacerlo reduciendo el precio de su producto. Poseen poder de mercado.
3. Existen barreras para entrar o salir del mercado: las principales barreras son:
 - Las patentes: (industria farmacéutica) o acceso restringido a determinadas tec-

nologías (industria informática, industria de las telecomunicaciones, etc.) que eliminan posibles competidores y permiten que en el mercado queden sólo unos cuantos.

- Las barreras económicas: principalmente la necesidad de tener que aportar un elevadísimo volumen de capital inicial para la instalación, la infraestructura y para poner en marcha el negocio (por ejemplo en la industria petroquímica).
 - Los comportamientos estratégicos entre los participantes: en estos mercados es típico que las empresas que los forman tomen ciertas decisiones comunes que impidan la entrada a otras empresas (banca, seguros, hipermercados).
 - Las barreras legales: la concesión de sólo algunas licencias para explotar una determinada actividad (telefonía fija, telefonía móvil, cadenas privadas de televisión, etc.).
4. Interdependencia entre las acciones de las empresas participantes: se trata de la característica más típica e importante del oligopolio. La interdependencia es la capacidad que tiene un empresario de influir con sus acciones en los otros empresarios que forman la industria, y a su vez, de ser influenciado por la reacción de los otros. El ejemplo típico de interdependencia es la guerra de precios, donde una empresa, con el objetivo de adquirir una mayor cuota de mercado, reduce el precio del producto, afectando a los beneficios de sus competidores. Este hará que los otros, al verse perjudicados, tomen las medidas oportunas, es decir, que reduzcan de nuevo el precio del producto para así incrementar sus ventas y volver a tener los beneficios de antes. El resultado será toda una reacción en cadena de bajadas de precios que afectará negativamente a todos los participantes.

Dado que en los mercados de oligopolio siempre van a existir este tipo de interdependencias, será fundamental que cualquiera de las empresas que componen este mercado, antes de tomar una decisión, tenga en cuenta cuál puede ser la reacción previsible de sus competidores.

Competencia monopolística

Características

1. Es un mercado formado por muchas empresas, de distintos tamaños, que compiten por un mismo mercado.
2. Existe poder de mercado. Las empresas que forman esta industria producen y venden un bien similar pero no idéntico. Cada empresa realiza su propio producto, que es algo distinto al de las otras empresas, pero fácilmente sustituibles entre sí. Al no ser sustitutos perfectos, la demanda no es perfectamente elástica. Nos enfrentamos a una curva de demanda decreciente con elasticidad finita. Si cualquiera de estas empresas desea incrementar sus ventas, podrá hacerlo reduciendo el precio de su producto. Poseen, por lo tanto, poder de mercado, aunque limitado.
3. No existen barreras para entrar o salir del mercado. Tanto la entrada como la salida de esta industria es relativamente fácil. En función de sus resultados económicos, cada empresa decidirá si sigue, o no, produciendo.
4. Existe mucha publicidad. La publicidad juega un papel fundamental en esta estructura de mercado. Los productos son muy similares entre sí. El camino para diferenciarlos y conseguir mayor poder de mercado es precisamente a través de la publicidad. El objetivo de toda empresa monopolística competitiva es conseguir una



clientela fiel, de forma que pueda incrementar el precio de su producto sin que dichos clientes se marchen a la competencia. La característica típica en esta estructura de mercado es la llamada “gue-

rra de marcas”, que precisamente tiene que ver con la importancia que adquiere la publicidad para todas estas empresas. Ejemplos: ropa deportiva, detergentes, galletas, etc.



Economía informacional



**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA
DEL ÁREA ANDINA**

Personería Jurídica Res. 22215 Mineducación Dic. 9-83

Autor:
María Camila Lozano Ramirez

Introducción

En esta semana, se dará una pequeña introducción a la innovación, por lo tanto se abordará sobre la Economía informacional, suministrándoles los verdaderos conocimientos de cómo surge la sociedad informacional, la economía informacional global, las nuevas reglas de la economía informacional global, los doce temas de la economía informacional, y la organización en red como tendencia informacional

Para determinar el volumen de producción que maximiza el beneficio en competencia perfecta o para el caso en donde se quiera maximizar la ganancia o minimizar la pérdida, se debe tener en cuenta el sitio en el cual el ingreso marginal es igual al costo marginal.

Recomendaciones metodológicas

Leer los contenidos de la cartilla y las lecturas complementarias para afianzar el tema, es vital importancia recurrir también a archivos multimediales que permiten la interacción entre ustedes los estudiantes.

Desarrollo temático

Economía informacional

Revolución de la tecnología de la información según Gilberto Vásquez:

La revolución tecnológica, hace referencia al conocimiento, llamada tecnología de la información y dan origen a la llamada Sociedad Informacional. En esta tecnología confluyen la electrónica, microelectrónica, los computadores, las telecomunicaciones, biotecnología.

El transistor inventado en 1947, permitió procesar los impulsos eléctricos, a un ritmo más rápido, en un modo binario de interrupción y paso, con lo que se posibilitó la codificación de la lógica y la comunicación con máquinas y entre máquinas. La invención del proceso planar, en 1959, abrió la posibilidad de integrar componentes miniaturizados de alta precisión pero sobre todo a precios ínfimos.

El salto gigante se dio en 1971, con la invención del microprocesador, dándose así la posibilidad de instalar, en cualquier parte, el poder de procesar información. Y desde 1980 no se conciben los microaislados, puesto que actúan en redes electrónicas. Las redes cambiaron, para 1990, no solo todo el sistema tecnológico, sino sus interacciones sociales y organizativas. En efecto, las telecomunicaciones también han

sentido la revolución producida por la combinación de las tecnologías de nodos (conmutadores y selectores de rutas electrónicas) y los nuevos enlaces (tecnologías de la transmisión).

De hecho, las diferentes formas de utilización del espectro de la radio (transmisión tradicional, transmisión satelital, microondas, telefonía celular digital), así como el cable coaxial y la fibra óptica, ofrecen variadas y versátiles tecnologías de transmisión, que se adaptan a toda gama de empleos, posibilitando una comunicación ubicua entre usuarios móviles.

La inducción tecnológica se dio a partir de la década de 1970, el capitalismo emprendió raudas reestructuraciones económica, productiva y organizativa, en las cuales la nueva tecnología de la información desempeñó fundamental papel, reestructuraciones propiciadas por la crisis petrolera. Además, las ideologías desregularizadoras de la época, se tradujeron en políticas liberadoras (Reagan y Bush padre), que incidieron en el crecimiento de las telecomunicaciones, lo que contribuyó a globalizar el mercado financiero. Y el surgimiento de la sociedad red no se entiende sin dios fuerzas: el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y el reequipamiento que mediante el uso tecnológico pretendía el establecimiento productivo y gubernamental.

Las raíces sociales de la revolución tecnológica de la información están en Silicon Valley, en California. Allí se desarrollaron el microprocesador, el microordenador, entre otras tecnologías claves como la ingeniería genética y el software más avanzado. En el lugar convergieron: un gran mercado de expertos ingenieros y científicos de las principales universidades de la zona, financiamiento amplio, contratos garantizados por el Departamento de Defensa, y el liderazgo inicial de la Universidad de Stanford que, en 1951, creó un parque tecnológico para atraer cerebros y empresas investigativas, principalmente en microelectrónica. Mientras que la comunidad empresarial y social del Este era rígida al equipamiento en nuevas fronteras tecnológicas, en Silicón se conformó la comunidad científica que atrajo a cientos de miles de mentes jóvenes del mundo entero que llegaron a la meca de la tecnología en busca de un talismán de la invención, la fama y el dinero.

La otra enseñanza es que el papel del Estado es decisivo, lo mismo en Japón, que en Corea, India o China, pero en Estados Unidos en donde los contratos militares y las iniciativas tecnológicas del Departamento de Defensa fueron cruciales, porque gracias a la Segunda Guerra Mundial se demostró que si los gobiernos financiaban la necesaria investigación científica, eran posibles grandes descubrimientos tecnológicos (radar, bomba atómica), la investigación y el desarrollo industrial podrían aumentar su efectividad y se podrían poner a la venta nuevos productos más rápido de lo que los norteamericanos jamás creyeron posible.

Pero Castells destaca que, sin los empresarios innovadores como los de Silicon Valley, o los de Taiwán, o Corea, la revolución tecnológica de la información hubiera tenido características muy distintas y no hubiera evolucionado al tipo de máquinas descentralizadas y flexibles que ahora mismo están en apogeo, dado que,

desde los mismos años setenta, la innovación tecnológica se ha dirigido especialmente al mercado.

Para entender mejor lo que ahora ocurre con la revolución de la tecnología informacional, es preciso analizar rasgos que la caracterizan y que conforman la base material de la sociedad de la información:

- La información es su materia prima.
- Capacidad de penetrar por todos los intersticios de la sociedad, ya que la información es parte integral de toda actividad humana.
- Hay una lógica interconexión de todo sistema o conjunto de relaciones que utilizan estas tecnologías, y la morfología de red se adapta bien a esa realidad de interacción creciente, y para pautas de desarrollo impredecibles que surgen del poder creativo de esa interacción.
- Flexibilidad, porque pueden modificarse las organizaciones y las instituciones, e incluso alterarse de forma fundamental mediante la reordenación de componentes.
- Convergencia creciente de tecnologías específicas en un sistema altamente integrado, dentro del cual las antiguas trayectorias tecnológicas separadas se vuelven indistinguibles.

Definición de economía informacional global

Manuel Castells denomina como Economía informacional global:

- Es informacional, dado que tanto la productividad como la competitividad de los agentes y las instituciones de esa economía dependen de su capacidad para generar, procesar y aplicar con eficacia la información basada en el conocimiento.
- Es global porque, la producción, el consumo y la circulación, así como sus componentes (capital, mano de obra, materias

primas, gestión, mercadeo, tecnología), se organizan globalmente, sea directamente o en forma de red.

- Es informacional y global porque, las nuevas circunstancias geopolíticas e históricas, la productividad se genera y la competitividad se da mediante una red global.

Las nuevas reglas de la Economía informacional global

Según el economista Kevin Kelly propone un conjunto de diez reglas con base en las cuales se desarrolla la lógica conceptual de la nueva economía y demuele los fundamentos de la economía industrial.

- a. Red, estructura básica: establece que a medida que el poder se aleja del centro, la ventaja competitiva estará en quienes adhieren a puntos de control descentralizados. Esta es la época de las redes, de los computadores sociales. La red es el arquetipo diseñado para representar todos los circuitos, toda la inteligencia, toda la interdependencia, todas las cosas económicas, sociales, ecológicas, todas las comunicaciones, la democracia, las familias, los grandes sistemas.
- b. Rendimientos crecientes: cada miembro que se incorpora encuentra más conexiones, más valor que el que aporta, pero la red se enriquece en progresión geométrica en la medida en que se incorpora nuevos miembros. Kelly dice que la economía interconectada se suele describir más exactamente en términos biológicos. De hecho, si la web se siente como una frontera, es porque asistimos a un crecimiento biológico de los sistemas tecnológicos. Y da esta definición de red: comportamiento orgánico en una matriz tecnológica.
- c. Abundancia no escasez: el valor de la economía industrial está dado por la escasez de los bienes. En cambio, en la Economía informacional, el valor de uso está dado por la abundancia.
- d. Tendencia a la gratuidad: a diferencia de la economía industrial, en la que rendimientos decrecientes significa costos crecientes, los productos de la economía informacional, si bien no necesariamente llegan al consumidor a menores precios, con seguridad si tienen cada vez menores costos de producción. Hoy nadie cree, como antes, que se pueda hacer fortuna acumulando inventarios.
- e. Lo primordial es conectarse: la revolución tecnológica es innovativa e hiperacelaretiva, el ciclo de vida de las tecnologías, de los procesos, de los saberes, y de los productos es cada vez más efímero, al igual que el de las empresas. Se estará a salvo si se está en la conexión adecuada. En la economía informacional el objetivo principal de una empresa pasa de ser la maximización del valor de la empresa a la maximización del valor de la red.
- f. La embriaguez del éxito es mortal: a medida que la innovación se acelera, abandonar los éxitos a fin de escapar a su ligera obsolescencia, se convierte en algo muy difícil, pero es lo más importante. Es la economía informacional, los nuevos productos, la competencia, los nichos, los servicios, aparecen y desaparecen, no es perfección estática sino un complejo movimiento de subidas, bajadas, tropiezos, caídas y recuperaciones. Es decir que, un nuevo producto puede ser perfecto, solo que nuevas tecnologías lo pueden estar socavando y estarse moviendo toda la montaña cambiando reglas.

Así que, ahora a los líderes corporativos se les exige dos tareas: primero construir y luego derribar con habilidad, y el camino de destrucción de lo eficiente era extraño.

Kelly dice: “En el entorno turbulento rápidamente cambiante de la nueva economía, la ventaja competitiva es para el más diestro y maleable, para el más flexible y más rápido. La velocidad y la agilidad triunfan sobre el tamaño y la experiencia. La rapidez en descubrir lo nuevo es sólo la mitad de la ecuación; la rapidez en abandonar es la otra mitad”.

- g.** El concepto de lugar se cambia por el de espacio: la economía informacional opera más bien en un espacio que en un lugar y, con el tiempo, cada vez más transacciones económicas se trasladarán a ese espacio, porque, un espacio es un entorno creado electrónicamente, de dimensiones ilimitadas. En él las entidades, personas, cosas, objetos, agentes, bites, nodos etc., pueden ser adyacentes de mil maneras diferentes y en mil direcciones, por lo que no están limitados por la proximidad, y tienen el poder de absorber ilimitadas conexiones y relaciones. A medida que la economía se infiltra en las redes, sustituye un mercado físico por un espacio de mercado virtual.
- h.** Idea del desequilibrio estable: se puede llamar también como idea del equilibrio inestable, porque la economía informacional cambia a raudales: fluye. Además las redes son turbulentas e inciertas, y el parque industrial no se puede restablecer, pero sí anticipar el cambio con base en redes dinámicas, que selectivamente innoven. El flujo selectivo hace referencia de cómo los grandes sistemas deben andar por un camino limitado entre la oscilación del orden y la destrucción del caos, las redes tienden a permanecer en un estado

constante de desorden y flujo. Si el cambio se da en demasía puede ser destructor, pero si hay exceso de regulaciones, es la parálisis.

Thurow presenta una poaradoja “Norteamérica tiene más caos que el necesario para ser creativo, pero demasiado poco orden como para utilizar sus ideas de la manera más efectiva. Japón tiene más orden que el necesario para ser eficaz, pero demasiado poco caos como para ser creativo. Ambos podrían ganar si se movieran un poco en la dirección del otro.” Es decir que, para mantener la innovación, hay que intentar mantener el desequilibrio. Mantener el desequilibrio significa que hay que ir en busca del desorden sin llegar a sucumbir en él, o a recrearse en él.

- i.** Una tecnología de relaciones: el imperativo de la economía industrial fue incrementar la productividad, sinónimo fue la racionalidad. El imperativo de la economía informacional es innovar, y se logra a partir de las relaciones en red ampliadas generado por el dinamismo y especificidad se alimenta de una tecnología en particular. Es decir las nuevas relaciones desdibujan los papeles de los empleados y de los clientes, hasta el punto de producirse una unidad. Se revelan al cliente y a la compañía como una sola unidad.
- j.** Oportunidades antes que eficiencia: en la economía informacional tener experiencia no cuenta, lo que cuenta ahora es que se busca la creatividad. Las eficiencias son para los robots, a paso que las oportunidades son para los seres humanos. Y las oportunidades exigen flexibilidad, exploración, investigación, creatividad, malicia, curiosidad. Así mismo en la economía informacional las máquinas realizan los trabajos mecánicos, no solo de fabricación sino de organización y de oficina, y ahora al hombre compete el papel de creativo.

Doce temas de la economía informacional

Tapscott aborda la capacidad de acometer nuevas entidades y retos, nuevos productos y servicios, por lo tanto propone una docena de temas que en su sentir, diferencian a la vieja de la nueva economía.

- a. **Conocimiento:** la nueva es una economía del conocimiento, puesto que la tecnología de la información posibilita la generación de productos y servicios en los cuales no una materia prima sino la materia prima es el conocimiento.
- b. **Digitalización:** Porque las personas ya no se comunican por medios físicos, porque ahora la información se halla digitalizada y con ello, vastas posibilidades surgen de manipular y usar dicha información, transmisible a la velocidad de la luz. Información que se puede almacenar y recuperar en cualquier parte del mundo, teniéndose literal acceso a cualquier información registrada por la civilización humana.
- c. **Virtualización:** a medida que la información pasa de análoga a digital, los elementos físicos se tornan virtuales, cambiando el metabolismo de la economía, los tipos de instituciones y relaciones posibles, y la naturaleza de la actividad económica en sí misma.
- d. **Molecularización:** hace referencia a las moléculas dinámicas y multitud de individuos y entidades que conforman la nueva base de la actividad económica. Donde la red no cambia las reglas, pero hace modificaciones sustanciales, y abre horizontes nuevos para aquello que es factible económicamente, porque los costos de la información literalmente se derrumban.
- e. **Integración/interconexión en red:** la nueva economía integra moléculas en conjuntos, que se interconectan con otros para la creación de bienes y servicios. La empresa interconectada en red, constituye una gran malla de relaciones que incluye todos los niveles y funciones de negocios en los que límites dentro y fuera son permeables y fluidos. Las redes de la nueva tecnología permiten a pequeñas compañías superar las ventajas de las grandes, sin sus desventajas. Y a medida que las grandes se desagregan (Outsourcing), se convierten en grupos de pequeñas moléculas que ganan en agilidad, eficiencia y economía.
- f. **Desintermediación:** las funciones de intermediación conocidas y tradicionales entre productores y consumidores se están eliminando debido a los negocios en red. Si es la empresa la que tiene en su núcleo agentes, mayoristas, distribuidores, minoristas, representantes, es preciso entrarse a la red, pues la desintermediación es urgente como medida de eficiencia y supervivencia.
- g. **Convergencia:** el sector preponderante en la nueva economía son los medios de comunicación, en los que convergen las industrias de la computación, las comunicaciones y empresas de contenido. Las empresa de contenido (empresas de entretenimiento, redes de transmisión, editoras, productoras de cine, servicios educativos) son exitosas en la medida en que entran en la digitalización. Pero la convergencia es base de todos los sectores. Los nuevos medios transforman las artes, los deportes, las formas de investigación, el sistema educativo. Y, literalmente, están en la cúspide de la transformación de la firma tal como hoy se conoce, y están cambiando las formas como las personas hacen nego-

cios, trabajan, viajan, descansan, piensan y viven.

- h.** Innovación: el empresario que saca un nuevo producto debe pensar en otro nuevo antes que otro lo haga. La innovación implica compromiso indisoluble con la investigación, los sistemas, las relaciones, el personal, el marketing, los medios. Como paradoja irónica, la innovación era más de la prioridad en la época preindustrial o artesanal, en la cual el maestro establecía su impronta en lo que diseñaba. En la época informacional se pasa de la producción en masa a la individualización en masa. La innovación también comienza a permear a las instituciones educativas, cuyos programas y currículos han sido diseñados para épocas anteriores.
- i.** Proconsumidor: en la nueva economía se cierra la brecha entre productor y consumidor, pues la individualización en masa hace que el cliente co-diseñe el producto con el productor. O se atienda en el autoservicio de restaurante, tienda, banco, o faenas rutinarias.
- j.** Inmediatez: en la economía virtual la inmediatez es variable clave de la actividad y del éxito. En la medida en que los ciclos de vida de los productos se reducen, las compañías hacen su balance con los últimos diseños.
- k.** Globalización: la globalización es al mismo tiempo causa y efecto. Está impulsada e impulsa la nueva tecnología que posibilita la acción global.
- l.** Discordancia: comienzan a surgir problemas sin antecedentes en el momento en que el ser humano se coloca en la frontera de la nueva economía y, de seguro, nuevos problemas se

presentan al análisis de la economía política: seguridad social, calidad de vida, anarquismo, mercados negros, migraciones, criminalidad.

Organización en red como tendencia informacional

Varias tendencias organizativas caracterizan el proceso de reestructuración capitalista y la transición industrial a la economía informacional, para dar lugar a un nuevo paradigma:

- Se pasa de la producción en serie a la producción flexible: cuando el mercado se volvió impredecible y el cambio tecnológico hizo obsoleto el equipo productivo de cometido único, la producción en serie apareció como rígida y costosa, obligando a la producción flexible. Sistemas de producción personalizada y reprogramable, que permiten transformar las cadenas de montaje típicas de las grandes empresas en unidades productivas fáciles de programar y sensibles tanto a la variación del mercado como al cambio en los insumos tecnológicos, fueron la solución.
- Hay un declinar de las grandes empresas y una elasticidad de las pequeñas y medianas como agentes de innovación y empleo, que se adaptan a la producción flexible: Aunque se ha reconocido que las mismas, en la práctica, se encuentran bajo el control de las grandes empresas y el gran capital. Es decir que, como sostiene Castells: “No estamos siendo testigos de la desaparición de las grandes empresas, pero sí de la crisis de su modelo de organización tradicional basado en la integración vertical y la gestión funcional jerárquica”.
- Toyotismo o colaboración entre dirección y trabajador, con mano de obra multifuncional, control de calidad y reducción de incertidumbre: Es un nuevo método de gestión que se ha originado en Japón y llevado

a sus emplazamientos extranjeros. Es un modelo basado en la asunción de los cinco ceros: cero defecto en las partes, cero daño en máquinas, inventario cero, retraso cero, papeleo cero. Todo se ha llevado por el rasgo fundamental de desespecializar al trabajador profesional y en lugar de dispersarlo, se les convirtió en especialistas multifuncionales.

- Predomina una interconexión de empresas: en la que las empresas medianas y pequeñas se someten a acuerdos de subcontratación o de dominio financiero y/o tecnológico de empresas más grandes. Pero a su vez, ellas mismas toman iniciativa para nuevos acuerdos con otras organizaciones.
- Hay entrelazamiento entre grandes empresas por vía de alianzas estratégicas: particularmente importantes en industrias de alta tecnología, a medida que el costo en investigación y desarrollo es mayor y acceder a información privilegiada es más difícil por ser la innovación el arma competitiva.
- Cambio de las burocracias verticales a la gran empresa horizontal, que se caracteriza por siete tendencias: organización en torno al proceso, no a la tarea; jerarquía plana; gestión en equipo; resultados según satisfacción del cliente; recompensa según resultados del equipo; gestión próxima a clientes y proveedores; información, formación y retención de la mano de obra nuclear. Actualmente la mayor parte de la actividad económica en los sectores más avanzados, se organiza en torno a cinco tipos de redes:
 - Redes de proveedores, en las que se subcontrata manufacturaciones de diseño original: outsourcing.

- Redes de productores, incluyendo acuerdos de coproducción, que permiten a los productores hacer lo suyo, ampliando su cobertura geográfica.
- Redes de clientes, sirviendo de vehículo entre fabricantes y distribuidores, abriendo canales de mercado, para mercados externos o internos.
- Coaliciones de normalización, iniciadas por los fijadores potenciales de normas globales.
- Redes de cooperación tecnológica, para facilitar el diseño de un producto y la tecnología de producción, compartiendo el conocimiento científico, la investigación, el desarrollo, o todos.

Las redes se conforman alrededor de las empresas multinacionales, pero estas desempeñan un papel secundario en la economía global. Y a medida que el proceso globalizador avance, las organizaciones evolucionan de empresas multinacionales a redes globales.

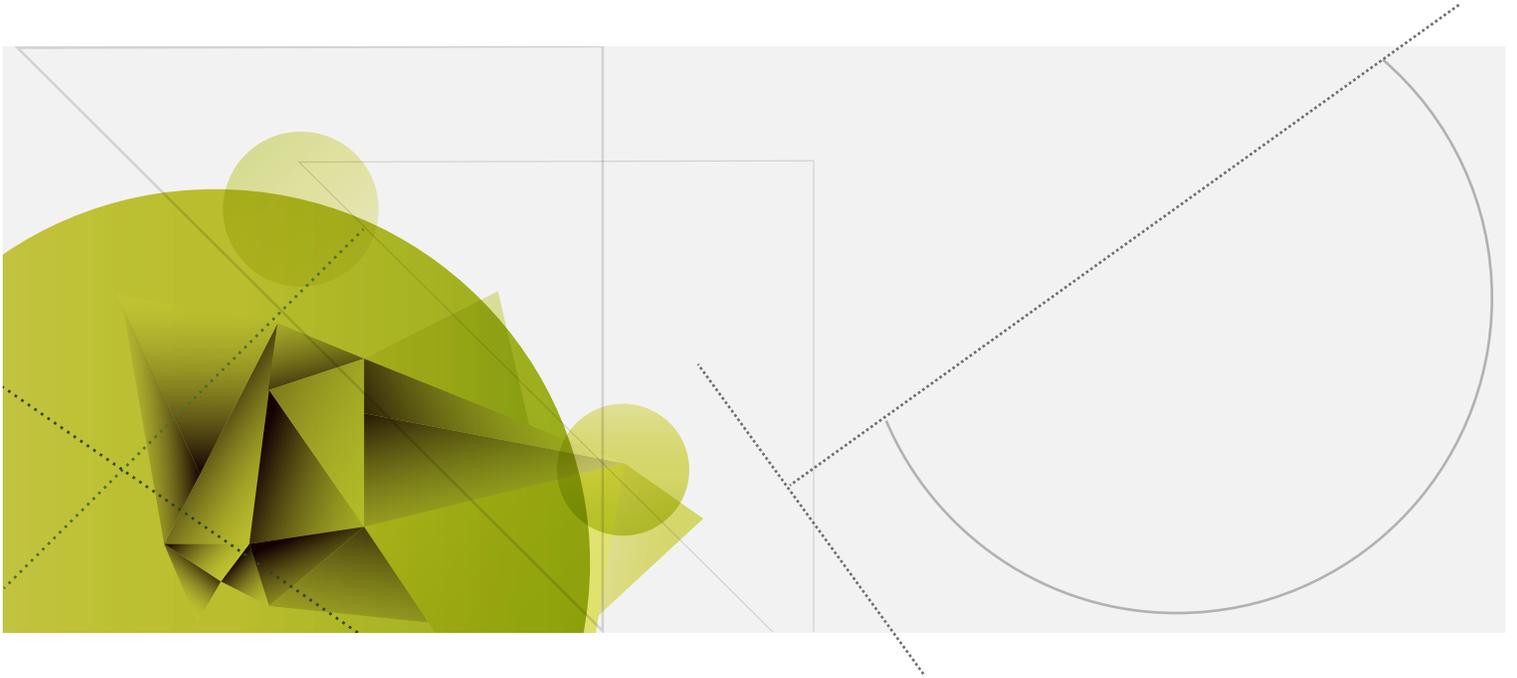
Las empresas multinacionales son las poseedoras de la riqueza y la tecnología en la economía global, ya que la mayoría de las redes están estructuradas a su alrededor. Y cada uno de los componentes de esas redes, internos o externos, está incorporado a entornos culturales e institucionales específicos, que las afectan en diversos grados.

La globalización de los mercados y de los insumos, el cambio tecnológico que trae permanente obsolescencia de equipos, es lo que hace de la red figura central. Siendo la colaboración un medio de compartir costos y un seguro para estar en la cresta tecnológica. Todo, menos pensar que haya un libre juego de mercado.

Bibliografía

1. **Blanco, J.M. (s.f.).** *Introducción a la economía: Teoría y práctica.*
2. **Campbell, R., McConnell, & Stanley I. (1997).** *Economía.* (13 Ed.). Mc Graw Hill.
3. **Cárdenas, M. (2009).** *Introducción a la economía colombiana.*
4. **Castaño, R. A. (s.f).** *Ideas económicas mínimas.* Ecoe ediciones.
5. **Cepeda, I., Cruz la Calle Calderón, M., Simón de Potro, J., & Romero, D. (s.f.).** *Economía para ingenieros.* Thomson.
6. **Fontaine, E.R., & y Schenone, O.H. (2000).** *Nuestra economía de cada día.* México: Alfaomega.
7. **Frank, R. H. (2001).** *Microeconomía y conducta.* (4ta. Ed.).Madrid: McGraw Hill.
8. **Galbraith, John Kenneth, 1908-2006** *Introducción a la economía, una guía para todos.*
9. **Harcourt Brace Jovanovich.** *Principios de Economía: Microeconomía.* Ed. Norma.
10. **Henderson, J.M., & Quandt, R.E. (1985).** *Teoría microeconómica.* Ariel Economía.
11. **Kalmanovitz, S. (1985).** *Economía y Nación.* Siglo XXI.
12. **Kelly, K. (1998).** *Las nuevas reglas de la nueva economía.* Edit Granica.
13. **Maddala, G.S., & Miller, E. (1991).** *Microeconomía.* (1ra. Ed. en español). Mc Graw Hill.
14. **Mankiw, G. (2007).** *Principios de Economía.* (4ta. Ed). Thomson.
15. **Nicholson, W. (2006).** *Microeconomía intermedia y aplicaciones.* Thompson Paraninfo.
16. **Rossetti, J. (s.f).** *Introducción a la economía: Enfoque latinoamericano.*
17. **Samuelson, P., & Nordhaus, W. (1999).** *Economía.* (6ta. Ed. en español). Mc Graw Hill Thomson Learning.
18. **Tucker, I. (2004).** *Fundamentos de Economía.* (3ra Ed.).
19. **Vargas, G. (2006)** *Introducción a la teoría económica un enfoque latinoamericano.* (2da. Ed.) Pearson Prentice Hall.
20. **Vásquez, G. (2003).** *Aproximación a la Economía política.* Ecoe ediciones.

Esta obra se terminó de editar en el mes de noviembre
Tipografía Myriad Pro 12 puntos
Bogotá D.C.,-Colombia.



AREANDINA
Fundación Universitaria del Área Andina

MIEMBRO DE LA RED
ILUMNO