



TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE TIJUANA

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

REPORTE FINAL SABÁTICO AUTORIZACIÓN No. AS-1-057/2021

Con Reprogramación oficio No. M00.2./0447/2023 con fecha 1 agosto 2023

B.1 APUNTES PROGRAMA

**PARA LA ELABORACIÓN DE APUNTES DE LA MATERIA DE
ECONOMÍA EMPRESARIAL (LAD-1014)**

PARA LA CARRERA DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

Reporte final de año sabático

29 de agosto del año 2024

Presentado por autor docente

M.A. Fabiola Lourdes Tapia González

POLÍTICAS ACADÉMICAS GENERALES DEL AÑO SABÁTICO DEL TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO (03 de junio de 2020)

B.1 ELABORACIÓN DE APUNTES

En el marco establecido por las Políticas Académicas para la entrega de reporte final del 100% del avance; docente entrega el 100% del documento de Manual de Apuntes que se encuentra distribuido en 5 Temas que abarca los 29 subtemas a desarrollar véase el siguiente cuadro del programa de la asignatura.

| Tema | Nombre del Tema | Subtemas | Número de Subtemas Atendidos | % Avance |
|------|--------------------------------------|--|------------------------------|----------|
| 1 | Principios de Economía | 1.1 Definición, campo, objeto, método y clasificación de la economía. 1.2 La Economía como ciencia. 1.3 Problemas fundamentales de la economía. 1.4 Factores productivos. 1.5 Flujo circular de la actividad económica a dos sectores: hogares y empresas. 1.6 Escuelas del pensamiento económico. 1.7 Modos de producción. 1.8 Sistemas económicos. 1.9 Relación de la economía, el Estado y la sociedad. | 9 / 9 | 31% |
| 2 | Ley de la oferta y ley de la demanda | 2.1 Función de la oferta y función de la demanda. 2.2 Curvas de la oferta y curvas de la demanda. | 6 / 6 | 20.68% |

| | | | | |
|---|--|--|-----------|-------------|
| | | <p>2.3 Desplazamiento en las curvas de la oferta y de la demanda.</p> <p>2.4 Elasticidad de la oferta y elasticidad de la demanda.</p> <p>2.5 Técnicas de regresión para el cálculo de la oferta y de la demanda.</p> <p>2.6 Punto de equilibrio entre la oferta y la demanda.</p> | | |
| 3 | Teoría del consumidor y teoría del productor | <p>3.1 Utilidad del consumidor y maximización de la utilidad. Curva de la demanda por medio de la utilidad.</p> <p>3.2 Curvas y mapas de indiferencia.</p> <p>3.3 Curva de precio-consumo, curva de ingreso- consumo y curva de Engel.</p> <p>3.4 Producción con un insumo fijo y uno variable. Etapas de la producción.</p> <p>3.5 Producción con dos insumos variables. Isocuantas e isocostos.</p> <p>3.6 Costos de producción a corto plazo y largo plazo.</p> | 6 / 6 | 20.68% |
| 4 | Estructuras de mercado. | <p>4.1 Competencia perfecta, monopolio, competencia monopolística y oligopolio.</p> <p>4.2 Equilibrio a corto y largo plazo en competencia perfecta e imperfecta.</p> <p>4.3 Monopsonio y oligopsonio.</p> | 3 / 3 | 10.34% |
| 5 | Teoría de juegos. | <p>5.1 Principios de la teoría de juegos.</p> <p>5.2 Elementos esenciales del juego.</p> <p>5.3 Reglas del juego.</p> <p>5.4 Juegos cooperativos y no cooperativos.</p> <p>5.5 Teoría de juegos aplicada a las empresas.</p> | 5 / 5 | 17.24% |
| | | Total, Subtemas | 29 | 100% |

Nota. Se presenta la información de avance del documento de Manual de Apuntes.

| Índice | Página |
|---|--------|
| Tabla de contenido | |
| Tabla de contenido..... | 4 |
| Contribución Académica..... | 10 |
| Introducción..... | 16 |
| Tema 1: Principios de economía. Unidad 1..... | 22 |
| Cuadro Concentrador por Tema y Subtemas: Unidad 1 | 22 |
| Actividad aprendizaje 9 (AA9): Elaborar un cuadro comparativo donde se exponga los diferentes sistemas económicos y se visualice su relación con el estado y la sociedad..... | 40 |
| Complementos educacionales | 47 |
| Tema 1: Principios de economía. Unidad 1..... | 47 |
| CE1. Ejercicio No.1 propuesto y resuelto detalle cuerpo del apunte..... | 48 |
| CE2. Ejercicio No.2 Propuesto y Resuelto detalle cuerpo apunte..... | 49 |
| CE3. Ejercicio propuesto para resolver por estudiantes. Tema 1: Unidad 1..... | 52 |
| Incluye solución en Anexo Tema 1: Principios de economía. Unidad 1..... | 52 |
| CE4. Cuestionario Evaluación Genially.Tema 1: Principios de economía. Unidad 1 | 54 |
| CE5. Presentación Power Point Tema 1: Principios de economía. Unidad 1 | 56 |
| Herramientas Tecnológicas. Tema 1: Principios de economía. Unidad 1..... | 57 |
| Cuadro de Cumplimiento de los elementos comprometidos en la elaboración de manual de apuntes unidad 1, de acuerdo con la solicitud autorizada TecNM. | 57 |
| Tema 2: Ley de la oferta y Ley de la demanda. Unidad 2..... | 60 |
| Cuadro Concentrador por Tema y Subtemas: Unidad 2 | 60 |
| Complementos educacionales | 130 |
| Tema 2: Ley de oferta y Ley de demanda. Unidad 2. | 130 |

| | |
|--|-----|
| CE1. Ejercicio No.1 Propuesto y Resuelto detalle cuerpo del apunte | 130 |
| CE2. Ejercicio No.2 Propuesto y Resuelto detalle cuerpo del apunte | 135 |
| CE3. Ejercicio propuesto para resolver por estudiantes. Tema 2: Unidad 2..... | 138 |
| Incluye solución Anexo V. Tema 2: Ley de la oferta y Ley de la demanda. Unidad 2..... | 138 |
| CE 4. Cuestionario Evaluación Genially. Tema 2: Ley de oferta, demanda. Unidad 2 | 139 |
| CE5. Presentación Power Point Tema 2: Ley de oferta y Ley de demanda Unidad 2 | 140 |
| Cumplimiento de los elementos comprometidos en la elaboración de manual de apuntes unidad 2, de acuerdo con la solicitud autorizada por el TecNM..... | 140 |
| Tema 3: Teoría del consumidor y Teoría del Productor. Unidad 3..... | 142 |
| Cuadro Concentrador por Tema y Subtemas: Unidad 3 | 142 |
| CE3.1 Ejercicio propuesto y resuelto en el cuerpo del documento número 1..... | 152 |
| Ejercicio Preferencias del consumidor y canasta básica..... | 152 |
| CE3.2 Ejercicio propuesto y resuelto en el cuerpo del documento número 2..... | 155 |
| CE3.3 Ejercicio propuesto y resuelto en el cuerpo del documento número 3..... | 172 |
| CE3.4 Ejercicio propuesto y resuelto en el cuerpo del documento número 4..... | 187 |
| CE 3.5 Ejercicio propuesto para resolver estudiantes.Tema 3:Unidad 3..... | 193 |
| Incluye solución en Anexo VI. Tema 3: Teoría del consumidor y Teoría del Productor. Unidad 3..... | 193 |
| CE 3.6. Cuestionario Evaluación Genially. Tema 3. Teoría del consumidor y productor. Unidad 3 | 196 |
| CE 3.7. Presentación Power Point Tema 3: Teoría del consumidor y Teoría del productor. Unidad 3. | 197 |
| Tema 4: Estructuras de mercado. Unidad 4..... | 199 |
| Cuadro Concentrador por Tema y Subtemas: Unidad 4 | 199 |
| CE4.1 Ejercicio propuesto y resuelto en el cuerpo del documento número 1..... | 210 |
| CE4.2 Ejercicio propuesto y resuelto en el cuerpo del documento número 2..... | 216 |

| | |
|--|-----|
| CE4.3 Ejercicio propuesto y resuelto en el cuerpo del documento número 3..... | 217 |
| CE4.4 Ejercicio propuesto para resolver por los estudiantes Tema IV | 218 |
| Unidad IV. Incluye solución en anexo VII. Tema 4. Estructura de Mercado..... | 218 |
| CE 4.5. Cuestionario Evaluación Genially. Tema 4. Estructura de Mercado. | 219 |
| CE 4.6. Presentación Power Point Tema 4: Estructura de Mercado. | 219 |
| Tema 5: Teoría de juegos. Unidad 5..... | 221 |
| Cuadro Concentrador por Tema y Subtemas: Unidad 5 | 221 |
| CE5.1 Ejercicio propuesto y resuelto en el cuerpo del documento número 1..... | 224 |
| CE5.2 Ejercicio propuesto y resuelto en el cuerpo del documento número 2..... | 225 |
| CE5.3 Ejercicio propuesto y resuelto en el cuerpo del documento número 3..... | 227 |
| CE5.4 Ejercicio propuesto para resolver por los estudiantes Tema V | 229 |
| Unidad V. Incluye solución en anexo VIII. Tema 5. Teoría de juegos..... | 229 |
| CE 5.5. Cuestionario Evaluación Genially. Tema 5. Teoría de juegos. | 230 |
| CE 5.6. Presentación Power Point Tema 5: Teoría de juegos..... | 231 |
| ANEXOS | 232 |
| Anexos | 233 |
| Anexo I. Malla reticular programa Licenciatura en Administración | 233 |
| Anexo II. Programa de asignatura Economía empresarial. | 235 |
| Anexo III. Instrumentación didáctica para la formación y desarrollo de competencias profesionales. Carrera: Licenciatura en Administración. Asignatura: Economía Empresarial. | 236 |
| Anexo IV. Respuesta al Tema 1. Para respuestas al caso/ejercicio Tema 1..... | 238 |
| Anexo V. Respuesta al Tema 2. Para respuestas al caso/ejercicio Tema 2..... | 239 |
| Anexo VI. Respuesta al Tema 3. Para respuestas al caso/ejercicio Tema 3..... | 245 |
| Anexo VII. Respuesta al Tema 4. Para respuestas al ejercicio Tema 4 | 248 |
| Anexo VIII. Respuesta al Tema 5. Teoría de juegos..... | 249 |
| Anexo IX. Instrumentación didáctica..... | 249 |

| | |
|---|-----|
| Anexo X. Carta de reconocimiento de derechos de autor hacia el TecNM..... | 249 |
| Referencias Bibliográficas..... | 250 |

Índice de Tablas

| | |
|---|-----|
| Tabla 1. Temas del programa de Economía Empresarial..... | 18 |
| Tabla 2. Concentrado por Tema y Subtema Unidad 1..... | 22 |
| Tabla 3. Desarrollo Subtema 1.1 | 24 |
| Tabla 4. Desarrollo Subtema 1.2 - 1.3 | 26 |
| Tabla 5. Desarrollo Subtema 1.4 - 1.5 | 31 |
| Tabla 6. Desarrollo Subtema 1.6 - 1.7 | 33 |
| Tabla 7. Modo de producción | 38 |
| Tabla 8. Desarrollo Subtema 1.8 - 1.9 | 40 |
| Tabla 9. Formato de Resolución Ejercicio para resolver por estudiantes. | 53 |
| Tabla 10. Cumplimiento de Elementos Manual de Apuntes Tema 1. | 57 |
| Tabla 11. Concentrado por Tema y Subtema Unidad 2..... | 60 |
| Tabla 12. Desarrollo subtema 2.1 al 2.6 | 62 |
| Tabla 13. Tabla de demanda..... | 74 |
| Tabla 14. Construcción de Tabla de Demanda de Mercado..... | 78 |
| Tabla 15. Tabla de demanda de mercado resultado. | 78 |
| Tabla 16. Bienes normales y Bienes inferiores..... | 88 |
| Tabla 17. Datos diferentes niveles de precios y cantidad de un Productor..... | 98 |
| Tabla 18. Tabla niveles de precios y sus cantidades ofertadas..... | 102 |
| Tabla 19. Ejercicio resuelto Tabla de la Oferta de Mercado. | 102 |
| Tabla 20. Cuadro con las cantidades de demanda y oferta a los diferentes niveles de precios..... | 111 |
| Tabla 21. Encontrando el precio de equilibrio de mercado..... | 112 |
| Tabla 22. Resultado de Punto de Equilibrio..... | 113 |
| Tabla 23. Datos Históricos de Demanda para Cálculo Elasticidad..... | 120 |

| | |
|--|-----|
| Tabla 24. Concentración de datos para cálculo Elasticidad Empresa. | 121 |
| Tabla 25. Resultado de cálculo Elástica, Inelástica, Unitaria..... | 124 |
| Tabla 26. Interpretación de Elasticidad Cruzada de la Demanda..... | 126 |
| Tabla 27. Elasticidad de la Oferta..... | 127 |
| Tabla 28. Datos de Empresa para Cálculo Elasticidad de la Oferta. | 127 |
| Tabla 29. Noticias de Economía para Complemento Educativo. | 130 |

Índice de Figuras

| | |
|--|----|
| Figura 1. Ilustración de la Jerarquía de las necesidades humanas..... | 27 |
| Figura 2. Ejemplo programas de apoyo..... | 43 |
| Figura 3. División de la Economía..... | 44 |
| Figura 4. Ramas de la economía. | 45 |
| Figura 5. CE1 Ejercicio No.1 Propuesto y Resuelto detalle cuerpo del apunte.... | 48 |
| Figura 6. Diagrama de Flujo Circular de la economía resuelto..... | 51 |
| Figura 7. Diagrama Flujo Circular Ejercicio | 52 |
| Figura 8. Cuestionario Evaluación Plataforma Tecnológica Ge. Tema 1 | 55 |
| Figura 9. Evidencia de Contestación de Evaluación Tema 1. | 55 |
| Figura 10. Vídeo con enlace Cuestionario Evaluación Tema 1 | 56 |
| Figura 11. Los precios y su comportamiento..... | 64 |
| Figura 12. Identificación y Relación Demanda, Oferta y Mercado..... | 66 |
| Figura 13. Diferencias de Conceptualización | 67 |
| Figura 14. Ilustración del periódico Clases Sociales. | 70 |
| Figura 15. Conceptualización, mco Demanda..... | 71 |
| Figura 16. Ley de la demanda en signos..... | 72 |
| Figura 17. Plano cuadrangular..... | 75 |
| Figura 18. Gráfica de la curva de la demanda..... | 76 |
| Figura 19. Gráfica de la curva de la demanda construida. | 79 |
| Figura 20. Ejemplificación de movimiento versus desplazamiento..... | 80 |
| Figura 21. Factor desplazamiento ejemplo de envases. | 81 |
| Figura 22. Esquema gráfico 1. Movimiento sobre la misma curva de demanda. . | 82 |

| | |
|--|-----|
| Figura 23. Esquema gráfico 2. Desplazamiento de la curva de demanda..... | 82 |
| Figura 24. Resumen Movimiento versus Desplazamiento curva de la demanda. | 83 |
| Figura 25. Fotografía de azúcar blanca y morena..... | 85 |
| Figura 26. Tabla y Gráfica de Demanda de Azúcar Blanca..... | 85 |
| Figura 27. Tabla y Gráfica de Demanda Azúcar Mascabada..... | 86 |
| Figura 28. Ejemplo resuelto desplazamiento curva de la demanda. | 86 |
| Figura 29. Gráfica de desplazamiento..... | 87 |
| Figura 30. Ejercicio resuelto desplazamiento curva de la demanda..... | 88 |
| Figura 31. Gráfica comparativa de Población por edad y sexo. | 90 |
| Figura 32. Comparativo de población África versus Europa Oriental. | 91 |
| Figura 33. Diferentes aplicaciones que utilizan recursos y tecnología. | 93 |
| Figura 34. Conceptualización y Gráfico Ley de la Oferta. | 96 |
| Figura 35. Ley de la Oferta en signos. | 97 |
| Figura 36. Plano cuadrangular construcción Curva Oferta. | 99 |
| Figura 37. Construcción Gráfica Individual de la Curva de Oferta..... | 100 |
| Figura 38. Construcción Gráfica de la Curva de Oferta de Mercado..... | 103 |
| Figura 39. Curva de la Oferta..... | 104 |
| Figura 40. Diferencia Movimientos versus Desplazamiento Curva de la Oferta. | 105 |
| Figura 41. Ejercicio Resuelto Desplazamiento Curva de la Oferta..... | 108 |
| Figura 42. Punto equilibrio en áreas administrativas-contables. | 109 |
| Figura 43. Identificador de elementos mercado, demanda y oferta..... | 110 |
| Figura 44. Gráfica de Punto de Equilibrio..... | 114 |
| Figura 45. Fotografías de ligas ilustrativas de diferentes elasticidades..... | 115 |
| Figura 46. Gráfica de Punto de Equilibrio..... | 116 |
| Figura 47. Gráfica de desplazamiento de la curva de la oferta. | 117 |
| Figura 48. Gráfica de la curva de la demanda por tipo de elasticidad..... | 119 |
| Figura 49. Gráfica de punto de equilibrio Complemento Educativo..... | 132 |
| Figura 50. Gráfica de punto de equilibrio solución. | 133 |
| Figura 51. Gráfica Final Punto de Equilibrio..... | 134 |
| Figura 52. Fotografía de Producto Charola de Plántula. | 135 |

Contribución Académica.

El Tecnológico Nacional del México (TecNM) es una institución de educación superior posicionada en todo lo ancho y largo del país, está orientado a formar profesionistas en las diversas áreas productivas, de generación de conocimiento y tecnología, que contribuyan al crecimiento y desarrollo del país. Su oferta educativa amplia se distribuye en programas de licenciatura, especialización, maestría y doctorado. Actualmente la educación superior en México se rige bajo el esquema de competencias profesionales en el umbral del siglo XXI.

En el Tecnológico Nacional de México campus Instituto Tecnológico de Tijuana (ITT) en el Departamento de Ciencias Económico Administrativas se imparte en el programa educativo de Licenciatura en Administración bajo la clave LADM-2010-234, la malla reticular de la carrera (Anexo I) contempla diversas asignaturas para la formación de la Licenciatura en Administración la cual se encuentran distribuidas durante 9 semestres; el programa a desarrollar de Economía Empresarial con clave: LAD-1014 forma parte de la retícula del programa alojada en el cuarto semestre. La asignatura Economía empresarial aporta al perfil de egresado una sólida base para la toma de decisiones empresariales considerando los diferentes escenarios actuales que convergen a nivel regional, nacional global; el programa tiene como objetivo general que los estudiantes sean competentes en conocimiento, con una actitud reflexiva y de análisis en los diferentes escenarios económicos que de manera positiva, negativa o neutral impactan a las organizaciones en los diversos mercados. La asignatura economía empresarial es una asignatura complementaria al programa, sin embargo es una asignatura importante en el programa de estudios que contribuye a los objetivos educacionales y al perfil de egreso de la carrera de Licenciatura en Administración del programa de manera elocuente, puesto que el estudiante desarrolla las competencias requeridas para la acreditación de la asignatura, es decir según el portal del ITT enuncia que el programa de Licenciatura en Administración es *“Formar profesionales de la administración comprometidos con las demandas y*

oportunidades del entorno, con una visión estratégica, humanista y global, que actúen como agentes de cambio, a través del diseño, innovación y dirección en organizaciones” (© TecNM, ITT). Es por lo que la asignatura provee al estudiante las bases necesarias para la comprensión de la economía actual de los diferentes escenarios para la toma de decisiones, y que además proveerán que el estudiante sea capaz de obtener los 13 atributos del egresado enunciados dentro de su oferta académica; se revisó dichos atributos de manera directa se destacan 4 principales de ellos, que enuncia lo siguiente:

Adapta las etapas de los procesos a las nuevas tendencias y enfoques de la administración, para la optimización de los recursos y el manejo de los cambios organizacionales, de acuerdo con las necesidades del entorno

Diseña organizaciones que contribuyan a la transformación económica y social identificando las oportunidades de negocios

Interpreta información financiera y económica para la toma de decisiones en las organizaciones

Diseña estrategias de mercadotecnia basadas en el análisis de la información interna y del entorno global, para asegurar el éxito de la comercialización de bienes y servicios de las organizaciones (© TecNM, ITT).¹

¹ Tecnológico Nacional de México Campus Instituto Tecnológico de Tijuana. Recuperado el 3 de octubre de 2023, de <https://www.tijuana.tecnm.mx/la-atributos-del-egresado/>

Ante lo anterior en la asignatura de economía empresarial se busca despertar en los estudiantes la importancia de conocer como los diferentes eventos y/o fenómenos naturales, sociales, políticos, económicos impactan de manera gradual sea positiva, negativa o neutral en sociedad y convergen una profunda indagación, exploración, de los diferentes acontecimientos que ocurren a nivel regional, nacional, global, guiando al es estudiante para que adopte un compromiso con la lectura teórica y principalmente pueda ver diversas noticias que le permitan asimilar los diferentes fenómenos, noticias que impactan en las organizaciones y tengan un vínculo con el conocimiento teórico; con la finalidad que el estudiante refuerce la adquisición de la competencia para la toma de decisiones, es por ello que al conocer, analizar y reflexionar sobre los acontecimientos en el entorno, sean capaces de formular su propio criterio para poder lograr en la vida cotidiana y laboral la toma de decisiones, por lo tanto el estudiante debe lograr los objetivos planteados en cada una de las unidades, estos a su vez permitiéndole alcanzar la competencia de la asignatura y a la vez pueda lograr contribuir al logro de los atributos de egreso. La competencia que aporta la asignatura al atributo del egresado es diversa, en el cuál destaca “Diseña organizaciones que contribuyan a la transformación económica y social identificando las oportunidades de negocios” y “Diseña estrategias de mercadotecnia basadas en el análisis de la información interna y del entorno global, para asegurar el éxito de la comercialización de bienes y servicios de las organizaciones”. Es por lo que las actividades descritas en este documento permiten que el estudiante reflexione sobre la importancia de la economía, para que en un futuro comprenda las implicaciones en los diversos mercados que le permita evaluar las diferentes decisiones empresariales, que conlleven a maximizar el beneficio de las organizaciones.

Lo anterior se origina con lo estipulado en las políticas académicas generales del año sabático que describe lo siguiente “Es la construcción de los materiales que elabora el docente para tener soporte/apoyo en la impartición de su cátedra, para la explicación de algún conocimiento que se comparte con los estudiantes” (© TecNM, 2023). Cabe destacar el resultado de este trabajo de apuntes de economía empresarial es un documento que puede ser opcional de apoyo para compañeros

docentes en la impartición de la asignatura de economía empresarial respetando la libre cátedra de todos y cada uno de los profesores; para este trabajo para los estudiantes representa un documento de recursos de trabajo y consulta que permite una comprensión y entendimiento de los temas como recurso de apoyo, se vuelve un documento facilitador en el proceso de enseñanza aprendizaje dicho trabajo se muestra en la Instrumentación Didáctica de la asignatura se tomó como referencia el formato oficial estipulado por el Manual de Lineamientos Académico-Administrativos del Tecnológico Nacional de México (Octubre 2015), enunciado en el “Anexo I. Instrumentación para la Formación y Desarrollo de Competencias Profesionales (pág. 170), así como el formato del Sistema de Gestión de Calidad (SGC) del Instituto Tecnológico de Tijuana con código ITT-AC-PO-004-05; así mismo se utilizó el programa autorizado de Economía empresarial del TecNM, para el desarrollo de Manual de Apuntes.

El programa de economía empresarial de la carrera de Licenciatura en Administración se centra en que los estudiantes sean capaces de alcanzar y lograr las competencias de aprendizaje en el conocimiento de la economía en las organizaciones; la asignatura economía se distribuye en dos grandes ramas siendo microeconomía y macroeconomía, para este documento el programa se centra principalmente en la microeconomía con énfasis en la interrelación de consumidores (demanda) y empresas (oferta); el programa se subdivide en 5 unidades siendo las siguientes:

Unidad 1. Conceptos básicos

Unidad 2. Teoría del mercado

Unidad 3. Teoría del consumidor y productor

Unidad 4. Estructuras de mercado

Unidad 5. Teoría de juegos

Para abordar cada una de las unidades contempladas en la asignatura es prescindible que el estudiante sea un ávido lector para la adquisición y comprensión de los conceptos de cada uno de los temas, así como obligatoriamente un lector apasionado de noticias actuales. A continuación, se describe la idea principal de cada una de las unidades.

Primera unidad del programa de economía empresarial: Contempla conceptualización, conocimiento de principios básicos por tal razón es obligatorio que los estudiantes realicen una ávida lectura sobre las noticias actuales en las diferentes regiones del mundo, que le permita comprender, reflexionar, analizar dichos fenómenos y su importancia en la toma de decisiones.

Segunda unidad del programa de economía empresarial: Se aborda conceptos elementales de demanda y oferta y como el mercado interactúa en función de los recursos disponibles del mercado, ante ello, surgen infinitas preguntas que resolver tales como ¿Es importante comprar productos en un corto o largo plazo?, ¿Impacto de la tasa de interés en los mercados?, ¿podrán las empresas solicitar préstamos, es conveniente? ¿Los consumidores realmente gastaran sus ingresos o solicitaran créditos? Con todas estas cuestiones se vuelve interesante esta asignatura para el Licenciado en Administración que por ninguna causa debe descartar los cursos de economía contemplados en su plan de estudios, y mucho menos no comprender su importancia en la vida personal, familiar, profesional y laboral.

Tercera unidad del programa de economía empresarial: Aborda la teoría del consumidor y la teoría del productor; la primera teoría que se aborda es del consumidor, siempre he comentado que el amo y dueño de los mercados “es la demanda” ello propicia que el engranaje gire.... En esta unidad es vital comprender el comportamiento del consumidor como influye diversas variables que involucran en la toma de decisiones de compra del consumidor; la segunda teoría es acerca del productor, como simula sobre los insumos fijos y variables para la producción; se aborda ejercicios para la adquisición del conocimiento.

Cuarta unidad. Del programa aborda la estructura de mercado, todo estudiante en administración esta obligado a la identificación del mercado donde opera la empresa, u organización con sus productos respectivos, ello marcara la pauta a seguir que seguirán las empresas que se desenvuelven en los diferentes mercados, tales mercados se clasifican en competencia perfecta, monopolio, competencia monopolística, y oligopolio, con el fin de conocer estrategias aplicables a los distintos mercados, tales como precios, diferenciación de productos, etc.

Quinta unidad. Se aborda la teoría de juegos que emana del subtema oligopolio del apartado anterior de la cuarta unidad, es una rama del mercado oligopolista y su fin es conocer como operan las empresas en esta estructura de mercado, y como se afronta a la toma de decisiones, debido a que este mercado es un reto para las empresas; los estudiantes en administración verán temas importantes como la colusión, productos diferenciados, competencia entre las empresas, etc

Considerando las ***“POLÍTICAS ACADÉMICAS GENERALES DEL AÑO SABÁTICO DEL TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO”***, y la opción elegida para realizar el presente trabajo acorde al documento denominado B.1 Elaboración de apuntes que indica “Es la construcción de los materiales que elabora el docente para tener soporte/apoyo en la impartición de su catedra, para la explicación de algún conocimiento, que se comparte con los estudiantes” (© TecNM, 2023). Se sugiere la revisión de esta entrega de reporte final que abarca el 100% del avance de trabajo realizado durante año sabático se hace entrega de los complementos educacionales con sus respectivas herramientas tecnológicas, así como los recursos electrónicos creados, instrumentación didáctica. Y se hace la entrega de acuerdo a las Políticas Académicas Generales del Año Sabático del Tecnológico Nacional de México con fecha del 03 de junio del año 2020 debido a la autorización previa con reprogramación de sabático.

Introducción

“La audacia en los negocios es lo primero, lo segundo y lo tercero” -Thomas Fuller- cierto, cierto... La economía es prescindible en la vida diaria, en la vida personal, familiar, profesional, empresarial; no se podrá nunca hacer caso omiso para la toma de decisiones

La frase anterior es importante porque la palabra audacia en la toma de decisiones para todo ser humano es importante desde el rol personal, profesional, laboral, empresarial se vive en un mundo de competencia en todos los sentidos; en consecuencia se requiere de individuos capaces con talentos, habilidades, destrezas, conocimiento, experiencia que les permita atreverse a tomar decisiones en las organizaciones empresariales, el reto es que sea acertado para la sobrevivencia empresarial; ante lo anterior es prescindible que el estudiante y futuro egresado en Licenciatura en Administración se mantenga siempre informado de los acontecimientos económicos, políticos, sociales, ambientales que se suscitan en los escenarios locales, regionales, nacionales y globales que impactan en todas las comunidades y principalmente en todos sus mercados, por eso se necesitan profesionistas analíticos, reflexivos y comprometidos con la sociedad que sumen a mejorar su entorno, un administrador es primordial en las organizaciones empresariales ya que conociendo su entorno y situación actual puede lograr a tomar decisiones que conlleven al éxito de la empresa.

Este trabajo se desarrolló como parte de una asignatura dentro de la malla reticular del programa educativo de Licenciatura en Administración la asignatura es Economía Empresarial, permitirá que el estudiante desarrolle su visión ante los diversos escenarios económicos como futuro administrador de las organizaciones; por tal motivo este Manual de apuntes es una herramienta de apoyo que permite la impartición del programa de manera clara, el estudiante comprenderá el acontecer de la vida diaria, en este documento se contempla tres elementos: el manejo de

ejercicios que podrán llevar a cabo los alumnos por cada una de las unidades del programa, que le permitirá la comprensión de los temas por cada una de las 5 unidades; la metodología desarrollada contempla material visual como presentaciones para la comprensión del contenido y finalmente una evaluación por cada unidad. Con lo anterior descrito, este documento tiene como objetivo ser un apoyo estandarizado para los docentes para la impartición de la enseñanza aprendizaje, además que es un trabajo que podrá el estudiante consultar para la comprensión, reflexión y aplicación de la asignatura de una manera sencilla y clara es decir tendrán el conocimiento adecuado de la economía para poder tomar decisiones pertinentes y seguras, por ende el alumnado en el transcurso de su vida estudiantil logre las competencias para que sea un profesional elocuente en la toma de decisiones, con sentido crítico reflexivo sobre las diversas opciones disponibles para la toma de decisiones, además como futuro administrador contribuya al logro de los objetivos de la organización, a continuación se presenta los datos generales de la asignatura, véase (Anexo II). Se describe textualmente el programa a continuación.

Programa: Economía empresarial

Datos de la asignatura

Nombre de la asignatura: Economía Empresarial.

Clave de la asignatura: LAD-1014

SATCA¹: 2 -3 – 5

Carrera: Licenciatura en Administración

Competencia por desarrollar: Reconoce y utiliza las diversas teorías y herramientas de análisis microeconómico para dar tratamiento a la información de la empresa y contribuir en la toma de decisiones.

Competencias previas:

- Resuelve problemas de modelos lineales aplicados en ingeniería para la toma de decisiones de acuerdo con la interpretación de resultados utilizando matrices y sistemas de ecuaciones.
- Analiza las propiedades de los espacios vectoriales y las transformaciones lineales para vincularlos con otras ramas de las matemáticas y otras disciplinas.
- Desarrolla y utiliza las herramientas de las nuevas tecnologías de la información, usando las aplicaciones de Internet, de procesadores de textos, de hoja de cálculo electrónica, creación de presentaciones, creación y manejo de base de datos y diseños multimedia, que le permitan optimizar los procesos de comunicación y desarrollo en las organizaciones.

Tabla 1.

Temas del programa de Economía Empresarial

| Unidad | Tema | Subtema |
|--------|------------------------|--|
| 1. | Principios de Economía | 1.1 Definición, campo, objeto, método y clasificación de la economía. 1.2 La Economía como ciencia. 1.3 Problemas fundamentales de la economía. 1.4 Factores productivos. 1.5 Flujo circular de la actividad económica a dos sectores: hogares y empresas. 1.6 Escuelas del pensamiento económico. 1.7 Modos de producción. 1.8 Sistemas económicos. 1.9 Relación de la economía, el Estado y la sociedad. |

| | | |
|----|--|--|
| 2. | Ley de la oferta y ley de la demanda. | 2.1 Función de la oferta y función de la demanda. 2.2 Curvas de la oferta y curvas de la demanda. 2.3 Desplazamiento en las curvas de la oferta y de la demanda. 2.4 Elasticidad de la oferta y elasticidad de la demanda. 2.5 Técnicas de regresión para el cálculo de la oferta y de la demanda. 2.6 Punto de equilibrio entre la oferta y la demanda. |
| 3. | Teoría del consumidor y teoría del productor | 3.1 Utilidad del consumidor y maximización de la utilidad. Curva de la demanda por medio de la utilidad. 3.2 Curvas y mapas de indiferencia. 3.3 Curva de precio-consumo, curva de ingreso-consumo y curva de Engel. 3.4 Producción con un insumo fijo y uno variable. Etapas de la producción. 3.5 Producción con dos insumos variables. Isocuantas e isocostos. 3.6 Costos de producción a corto plazo y largo plazo. |
| 4. | Estructuras de mercado. | 4.1 Competencia perfecta, monopolio, competencia monopolística y oligopolio. 4.2 Equilibrio a corto y largo plazo en competencia perfecta e imperfecta. 4.3 Monopsonio y oligopsonio. |
| 5. | Teoría de juegos. | 5.1 Principios de la teoría de juegos. 5.2 Elementos esenciales del juego. 5.3 Reglas del juego. 5.4 Juegos cooperativos y no cooperativos. 5.5 Teoría de juegos aplicada a las empresas. |

Nota. Esta tabla muestra el contenido de los cinco temas del programa de economía empresarial, se anexa el programa oficial de la asignatura.

Economía Empresarial.

Para el programa de la Licenciatura en administración su objetivo de la asignatura “Reconoce y utiliza las diversas teorías y herramientas de análisis microeconómico para dar tratamiento a la información de la empresa y contribuir en la toma de decisiones” (© TecNM, ITT). Para lograr que los estudiantes logren la competencia de la asignatura se atendió el presente manual de apuntes en el cual se diseñó para cada uno de los temas y subtemas lo siguiente:

1. Complementos educativos propuestos
 - a. Ejercicios (Cantidad 3)
 - b. Presentaciones (1 Archivo en PPT con vínculos al docto. PDF)
 - c. Cuestionario de evaluación (1Genially con borrador en Word)
2. Herramientas tecnológicas
3. Instrumentación didáctica

ECONOMÍA EMPRESARIAL

Clave de la asignatura: LAD-1014

Tema 1: Principios de economía. Unidad 1.

Cuadro Concentrador por Tema y Subtemas: Unidad 1

Tabla 2.

Concentrado por Tema y Subtema Unidad 1

| | | | |
|---|--|-------------------------------|---------------------------|
| INSTITUTO TECNOLÓGICO DE TIJUANA SUBDIRECCIÓN ACADÉMICA DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS CARRERA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN | | | |
| NOMBRE DE LA ASIGNATURA: ECONOMÍA EMPRESARIAL UNIDAD: I PRINCIPIOS DE ECONOMÍA PROFESORA: M.A. FABIOLA LOURDES TAPIA GONZÁLEZ CORREO ELECTRÓNICO: fabiolatapia@tectijuana.edu.mx | | | |
| PERIODO: AGOSTO-DICIEMBRE TOTAL, SEMANAS POR UNIDAD: 4 HORAS: 5 HORAS POR SEMANA = 20 HORAS FECHA: AGOSTO 2023 | | | |
| <p>Inicio de sesión de clases:</p> <p>Docente llevara a cabo en la clase 1: Evaluación diagnóstica sobre el conocimiento y comprensión de economía.</p> | | | |
| <p>Competencia específica unidad 1: Identifica y analiza la evolución histórica de la economía y su relación con la administración para asimilar los procesos productivos y su participación en la actividad económica de las comunidades.</p> | | | |
| <p>Competencia genérica unidad 1:</p> | | | |
| LAD-1014 | | Complementos educacionales | Herramientas tecnológicas |

| | Actividad de aprendizaje | | |
|---|--------------------------------|---|-----------------------------|
| Unidad 1: Principios de Economía | Actividad aprendizaje | | Word (PDF) |
| 1.1 Definición, campo, objeto, método y clasificación de la economía | Actividad aprendizaje 1 (AA1) | Ejercicios/casos prácticos (2 cantidades) | Power Point |
| 1.2 La economía como ciencia | Actividad aprendizaje 2 (AA2): | No. 1 y No. 2 Resuelto a detalle en el cuerpo del documento | Genially (Test Interactivo) |
| 1.3 Problemas fundamentales de la economía | Actividad aprendizaje 3 (AA3): | Estudio de caso No.3 (1 cantidad) | |
| 1.4 Factores productivos | Actividad aprendizaje 4 (AA4): | Resuelto a detalle en el cuerpo del apunte | |
| 1.5 Flujo circular de la actividad económica a dos sectores: hogares y empresas | Actividad aprendizaje 5 (AA5): | Presentación (1 cantidad) | |
| 1.6 Escuelas del pensamiento económico | Actividad aprendizaje 6 (AA6): | Cuestionario evaluación (1 cantidad) | |
| 1.7 Modos de producción | Actividad aprendizaje 7 (AA4): | Ejercicios/casos prácticos: (1 cantidad) | |
| 1.8 Sistemas económicos | Actividad aprendizaje 8 (AA8) | Propuesto para resolver por estudiantes | |

| | | | |
|--|-------------------------------|-----------------------------------|--|
| 1.9 Relación de la economía, el Estado y la sociedad | Actividad aprendizaje 9 (AA9) | incluyendo la solución en anexo). | |
|--|-------------------------------|-----------------------------------|--|

Nota. Se indica las actividades de aprendizaje a desarrollar por el tema 1.

Nota. Cuadro que describe las 5 actividades de aprendizaje que realizarán los estudiantes al abordar el subtema de la unidad, y los complementos educativos con sus respectivas herramientas tecnológicas.

Presentación de asignatura, y evaluación diagnóstica del curso de economía empresarial a los estudiantes con el objeto de conocer el nivel de conocimiento y/o comprensión de la economía en las organizaciones.

Tabla 3. Desarrollo Subtema 1.1

Desarrollo Subtema 1.1

| 1.1 Definición, campo, objeto, método y clasificación de la economía | |
|--|---|
| Actividades de aprendizaje | Ejercicio 1: Actividad aprendizaje 1 (AA1): Investigar acerca del concepto de economía, su objeto, las ramas de subdivisión de la economía, los sectores económicos. Entregable (AA1): Cuadro sinóptico (formato PDF) |
| Fecha y lugar de entrega | Primer viernes de la primera semana Entrega en formato digital (pdf) o impreso. |
| Requerimientos de presentación | Portada oficial (no altere documento) Cumplimiento de rúbrica (adjuntar link rúbrica) Formato Manual APA 7ta edición para el ITT. |
| Ejercicio | (AA1) Ejercicio 1: El estudiante realizará una Investigación del concepto de economía, sus ramas, etc., incorporar por lo menos 7 autores distintos. Y presentar en cuadro sinóptico. Clase 2: Los estudiantes abordan el concepto de economía y su importancia, en clase indagan ejemplos |

en noticias actuales donde se relacione el concepto para la interrelación.

La docente propicia que los estudiantes realicen una reflexión grupal sobre la importancia de la economía en el ámbito personal y empresarial.

Nota. Se describe los recursos necesarios en el desarrollo del subtema.

Nota 2. Normas APA <https://www.tijuana.tecnm.mx/wp-content/uploads/2021/05/Guia-APA-del-ITT-FINAL.pdf>

1.1 Definición, campo, objeto, método y clasificación de la economía

Objeto de estudio de la economía

La palabra de economía según diferentes autores....

Para comprensión de la palabra de economía se avoca al origen de su significado, es una palabra de origen griego, “**oikonomos**”, que significa **administración del hogar**: “**oikos**” significa hogar y “**nemein**”, administración. Aristóteles usó la palabra “economía” para referirse a la administración de la casa y el hogar. Para referirse a problemas que nosotros consideramos económicos, *Aristóteles utilizó la palabra griega “crematística”. Del latín economus. (Economipedia, 2024).* La etimología ha permitido la comprensión de la palabra economía, desde los inicios de la civilización se ha inmiscuido en las actividades del ser humano.

La definición de economía.

Para la comprensión de la definición de la palabra de economía se realizó la consulta de diversos autores se encontraron palabras claves dentro de la definición, se puede concluir que la economía es vital en la vida diaria puesto que el ser humano busca satisfacer sus necesidades básicas eso lo conduce a evaluar opciones disponibles para cubrir sus requerimientos ante los recursos disponibles,

lo anterior se considera, individuos, satisfacción de necesidades, escasez, elección. A continuación, se presenta la definición siguiente “La economía es la ciencia social que estudia las elecciones que hacen los individuos, las empresas, los gobiernos y las sociedades todas, para enfrentar la escasez y los incentivos en cuanto influyen en esas elecciones y las concilian” (Parkin, 2014, p.02).

Tabla 4. Desarrollo Subtema 1.2 - 1.3

Desarrollo Subtema 1.2 - 1.3

| | |
|--|---|
| 1.2 La economía como ciencia | |
| 1.3 Problemas fundamentales de la economía | |
| Actividades de aprendizaje | Ejercicio 2: Actividad aprendizaje 2 (AA2): Investigar acerca de la economía como ciencia Entregable (AA2): Cuadro sinóptico Ejercicio 3: Actividad aprendizaje 3 (AA3): Investigar acerca de ¿cuáles son los problemas fundamentales de la economía? Entregable (AA3): Cuadro sinóptico. |
| Fecha y lugar de entrega | Viernes segunda semana. Entrega en formato digital (pdf) o impreso. |
| Requerimientos de presentación | Portada oficial (no altere documento) Cumplimiento de rúbrica (adjuntar link rúbrica) Formato Manual APA 7ta edición para el ITT. |

Nota. Elaboración por docente.

1.2 La economía como ciencia

Economía como ciencia

La definición de los distintos autores es elocuente, sin embargo, considero que la palabra economía se origina por tres elementos interrelacionados entre ellos siendo escasez, individuos y necesidades; están orientadas a responder cuestiones tales ¿cómo satisfacer necesidades humanas? Se plantea de esa manera, puesto que la sociedad desde sus orígenes buscó atender las necesidades humanas

individuales o grupales, -para adentrarnos al tema realizamos una búsqueda de diversos autores para comprender cuáles son esas necesidades- según la pirámide de Abraham Maslow siendo uno de los grandes contribuyentes a la teoría humana desde el enfoque del comportamiento humano, este psicólogo estudiaba las motivaciones humanas que lo condujeron a elaborar “La pirámide de Maslow”

Se considera en primer lugar entender la diferencia de la palabra motivación versus incentivo, la motivación en sí es algo interno del ser humano que le permite accionar a cambiar, la palabra incentivo es construido de manera externa que se plasman para que otra persona accione. Entonces son dos palabras diferentes, es por ello que la motivación es un aliciente para el ser humano tiene la necesidad humana de saciar su hambre ante esta necesidad la persona de manera racional o irracional sabe que debe conseguir alimento es por ello que empieza actuar para obtener alimento como es sabido en los primeros tiempos de civilización se dedicaban a las actividades tales como la caza, la pesca, agricultura, hoy en día se recurre a los mercados de bienes y productos para la compra de alimentos para su consumo individual o grupal; el incentivo puede ser creado por una persona o una organización que crea una estrategia con el fin de lograr ciertos objetivos que permitan que la persona tomadora de decisiones elija lo conducente. A continuación, se presenta una ilustración de la pirámide de Maslow.

Figura 1.

Ilustración de la Jerarquía de las necesidades humanas.



Nota. Adaptado de *Pirámide de Maslow* [Imagen], Recuperado el 3 de octubre del 2023, de Link <https://docentesaldia.com/2022/03/13/la-piramide-de-maslow-jerarquia-de-las-necesidades-humanas/>

Principalmente las necesidades básicas del ser humano están en orden estrictamente prioritario; por ello en economía es importante que surjan las necesidades de los individuos como un primer ente, ya sea que se originen desde la motivación (interno) o desde un incentivo (externo); ante este primer acercamiento se desarrolla el concepto de economía, es decir una vez identificado esas necesidades humanas, sigue responder ¿qué producto o servicio, acción se necesita atender para cubrir esa necesidad en particular?

En economía se entiende que cubrir necesidades son primordiales en los individuos, tales como alimentación, vestimenta, calzado, y salud siendo las elementales para cubrir en una familia.

Ante lo anterior surge la pregunta: para obtención de bienes, o recursos para la fabricación, elaboración o producción de artículos es necesario identificar los recursos disponibles para la creación de estos, se requieren recursos económicos, naturales, de capital humano, etc. Como comenta el autor Nordhaus Samuelson (2006) “la economía es el estudio de cómo las sociedades utilizan recursos escasos para producir bienes valiosos y distribuirlos entre diferentes personas” (Nordhaus, 2006, p.4), por lo que en cada ser humano abunda diferentes necesidades. Una revisión a la literatura del concepto de economía por los diversos autores conduce a la comprensión que la economía es todo en la vida, porque el ser humano necesita subsistir cubriendo principalmente sus necesidades básicas y dejando en segundo lugar los deseos que en vuelven nuestra sociedad; el ser humano la mayoría de las veces se enfrenta a la escasez de recursos y es cuando se opta por elegir qué es lo más conveniente en ese momento, porque sus requerimientos pueden ser ilimitados.

Escasez de los diferentes recursos

La escasez forma la palabra más importante en economía, de ello deriva una serie importante de formulaciones, por mencionar algunos ejemplos desde la

perspectiva del consumidor tales como: ¿qué pasaría si se encuentra ante un producto escaso? ¿Subirá su precio en el mercado? ¿Existirá algún producto sustituto para satisfacer esa necesidad? ¿O si llegase a sustituir ese producto representara el mismo valor, sabor, etc.? ¿Será conveniente sustituir el producto, bien o servicio? En fin, muchas cuestiones interesantes a resolver. Ahora desde la perspectiva de los fabricantes (empresas) ¿Derivado de un insumo escaso y al requerir sustituirlo en la producción, afectara el resultado de mi producto? ¿Afectaría la calidad, precio? ¿Afectaría las ventas, los ingresos? En fin. A partir de los productos, bienes, servicios escasos se plantea una serie de preguntas que debe resolver la economía.... eso es lo interesante de esta asignatura porque permite a todos los lectores ávidos de aprender economía a considerar todas las opciones posibles....

La economía conlleva a identificar los recursos escasos, que se enfrentan los individuos o la sociedad; es decir existe una limitación de recursos que no pueden dar respuesta a los requerimientos tales como -escasez de agua-, ante ello; surge la gran pregunta ¿cómo se podría resolver esta área de oportunidad?, o ¿será un problema? O ¿será un reto ¿?; o ¿es recomendable migrar a nuevas formas de obtención de recursos? Tales como -la energía- fotovoltaica, solar, eólica, etc., y siempre considerando los recursos monetarios disponibles para su obtención, evaluar costo-beneficio, de qué manera pueden actuar.

Por tal razón diversos autores indicaron Norhaus, Salazar, Mankiw (1998), “la economía es el estudio de la manera en que las sociedades utilizan los recursos escasos para producir mercancías valiosas y distribuirlas entre los diferentes individuos” (Norhaus, Salazar, Mankiw , 1998, p.4), de acuerdo a los autores podemos coincidir de qué manera el ser humano gestiona las operaciones para la obtención de los bienes, productos o servicios.

Diversos autores definen la economía desde su perspectiva para Parkin, Loría (2015) “La economía es la ciencia social que estudia las elecciones que hacen

los individuos, las empresas, los gobiernos y las sociedades, para enfrentar la escasez y los incentivos que influyen en esas elecciones y las concilian” (Parkin, Loría, 2015, p.2). De acuerdo a los autores la sociedad, empresas, gobierno forman parte de los diferentes tipos de acontecimientos que afectan de alguna manera a las sociedades, el enfrentarse a dilemas de cómo resolver ante la falta de recursos por ejemplo la escasez de gasolina afecta de alguna manera a la logística de transporte y de qué manera puede resolver la sociedad el traslado de mercancías o de personas, se menciona la situación de salud pública por las medidas de confinamiento impuesta por la pandemia ocasionada por el virus COVID presento escasez en mano de obra en algunas industrias o giros, por lo tanto se gestionaron de otra manera los procesos productivos para dar atención a las necesidades de la población, el enfrentarse a recursos escasos se debe elegir cual es conveniente, prioritario. Se presenta una serie de ejemplos los recursos escasos que se enfrentan ciertas industrias en la cual se requieren recursos, su elección es importante es necesario optar cuál de ellos tienen prioridad, algunas decisiones son tomadas de acuerdo a quien posea un poder de negociación absoluto (en términos económicos) por ejemplo los componentes requeridos para procesos de fabricación que tengan la necesidad de los microchip, se enfrentaron en plena pandemia a desabasto y las industrias afectadas tales como automotriz, las industrias de consolas de videojuegos, de computadoras, de teléfonos inteligentes, etc., Entonces se vuelve una decisión importante ¿a qué industria se le prioriza la entrega de desabasto de microchip?, como se utilizara esas opciones de entrega a las industrias. Otros autores describen Nicholson, Snyder (2010) “La economía es el estudio de la asignación de los recursos escasos entre las distintas alternativas de uso” (Nicholson, Snyder, 2010, p.4). De acuerdo con los autores los recursos escasos orillan a buscar alternativas, entonces surge la pregunta de qué manera las industrias experimentaron adquirir los microchips del fabricante para continuar con sus procesos productivos.

En otro contexto diferente como ejemplificación para el campo mexicano en cuanto al abastecimiento de alimentos para consumo nacional y producto agrícola

para exportación, determinar qué tipo de productos sembrar y cosechar, puede observar claramente las preguntas relacionadas en toda la economía ¿cómo vender mejor? ¿dónde producir mejor? ¿cómo producir mejor? Gobierno de México. Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural. SAGARPA. Planeación agrícola nacional 2017-2030. Esto se deriva la identificación del campo mexicano, sus recursos, sus limitaciones, etc., Por eso es importante conocer la estructura económica del país, como se divide los sectores económicos siendo sector primario, sector secundario, sector terciario que buscan responder siempre esas preguntas a las cuales se enfrentan a un mundo de escasez. La definición de economía para otros autores como Nordhaus, Salazar, Rodríguez (2005) "Es el estudio de la manera en que las sociedades utilizan los recursos escasos para producir mercancías valiosas y distribuirlas entre los diferentes individuos" (Samuelson, Nordhaus, Salazar, Rodríguez, 2005, p.4)

1.3 Problemas fundamentales de la economía

Ante los problemas de escasez de recursos la economía se enfrenta a problemas fundamentales tales como ¿Qué producir? ¿Para quién producir? ¿Cómo producir? y responder dichas cuestiones darán como resultado atender las necesidades de los consumidores; cabe mencionar que no siempre es un problema, puede ser que se busquen otras alternativas diferentes y pase a la definición de un reto, o área de oportunidad ante el fenómeno de escasez. Los recursos pueden ser materiales, económicos, recurso humano, recursos naturales, recursos de capital entre otros, hoy en día el mundo se enfrenta a una serie de limitaciones, se vuelven recursos escasos, pueden ser tangibles o intangibles.

Tabla 5.

Desarrollo Subtema 1.4 - 1.5

1.4 Factores productivos

1.5 Flujo circular de la actividad económica a dos sectores: hogares y empresas

| | |
|--------------------------------|---|
| Actividades de aprendizaje | Ejercicio 4: Actividad aprendizaje 4 (AA4): Indagar los diferentes factores productivos. Entregable (AA4): Reporte de investigación. Ejercicio 5: Actividad aprendizaje 5 (AA5): Indagar como funciona el diagrama del flujo circular de la economía. Entregable (AA5): Mapa mental-diagrama |
| Fecha y lugar de entrega | Viernes segunda semana Entrega en formato digital (pdf) o impreso. |
| Requerimientos de presentación | Portada oficial (no altere documento) Cumplimiento de rúbrica (adjuntar enlace rúbrica) Formato Manual APA 7ta edición para el ITT. |
| Ejercicio | Ejercicio: El estudiante realizara exposición de diagrama de flujo circular de la economía. La docente propiciara que los estudiantes realicen una reflexión grupal. |

Nota. Elaboración por docente.

1.4 Factores productivos

Lo anterior deriva a como emplear los factores productivos de manera elocuente, en economía diversos autores clasifican en 3 grandes grupos los factores productivos siendo tierra, trabajo y capital; en la época actual se incorpora un cuarto elemento, siendo habilidades empresariales, en otras disciplinas adicionalmente agregan un elemento complementario siendo tecnología; la ciencia económica deriva de siglos de estudio, es por ello que la base principal en economía son los 4 elementos que se interrelacionan entre ellos para hacer frente a los recursos limitados, es decir se enfrenta a una realidad en función de la limitación para dar respuesta a ¿cómo producir? ¿dónde producir? ¿qué producir? y de esta manera se da la producción de bienes y productos, dar esas respuestas a la forma de

producción considerando todos los factores productivos en ese periodo de tiempo; Por consecuencia la empresa o las organizaciones consideran los factores productivos para crear productos, bienes o servicios que permiten satisfacer las necesidades de los individuos a través de ellos y siempre y cuando se genere ganancias.

1.5 Flujo circular de la economía hogares y empresas

El flujo circular de la economía es una representación gráfica que describe la interrelación de tres elementos que conforman dicho diagrama siendo consumidores-ofertantes-mercados, en otras palabras, se les conoce como demanda-oferta y mercado, son tres elementos claves que interactúan en el diagrama además es una representación lógica circular que interactúa para que se lleven a cabo los procesos de obtención de recursos y se puedan procesar para la obtención del producto, bien y/o servicio y den lugar a la satisfacción de necesidades. Por el lado del consumidor siempre requiere productos y servicios, por el lado de las empresas requieren fabricar, crear productos, bienes, o facilitar servicios al individuo o sociedad. En un apartado más adelante se explicará el diagrama del flujo circular.

Tabla 6.

Desarrollo Subtema 1.6 - 1.7

| 1.6 Escuelas del pensamiento económico | |
|--|---|
| 1.7 Modos de producción | |
| Actividades de aprendizaje | <p>Actividad aprendizaje 6 (AA6): Elaborar una línea del tiempo en donde se expongan los diferentes enfoques de las corrientes del pensamiento económico. Entregable (AA6): Línea del tiempo.</p> <p>Actividad aprendizaje 7 (AA7): Elaborar un cuadro comparativo en donde se expongan los diferentes enfoques de las corrientes del</p> |

| | |
|--------------------------------|---|
| | pensamiento económico. Entregable (AA7): Cuadro comparativo. |
| Fecha y lugar de entrega | Viernes tercera semana Entrega en formato digital (pdf) o impreso. |
| Requerimientos de presentación | Portada oficial (no altere documento) Cumplimiento de rúbrica (adjuntar link rúbrica) Formato Manual APA 7ta edición para el ITT. |

Nota. Elaboración por docente.

1.6 Escuelas del pensamiento económico

A través de la historia de la humanidad han existido estudios de la evolución del ser humano en sus diferentes facetas, se considera otros estudios como la antropología que se encarga de conocer la evolución de los seres humanos desde su forma de sobrevivencia, de sus actividades diarias, sus creencias, costumbres, reglas, etc., a través del tiempo, por ende la ciencia económica esta inmersa con otras ciencias y ramas; que permiten entender como el ser humano se avoco a llevar sus actividades económicas. El desenvolvimiento de la sociedad con el tiempo origino las costumbres que han evolucionado en décadas, desde la historia de la humanidad que se ha centrado en el estudio de la transformación, los tiempos de cambio en el que el hombre vivió diversos fenómenos como la esclavitud, el trueque, el uso de la moneda “oro”, el comercio, el intercambio de mercancías, la especialización, la explotación laboral, etc., han transcurrido diversas épocas a través del tiempo que fue evolucionando la forma de vida, la economía, que buscaban la comprensión de la ciencia social, por este motivo los intelectuales se avocaron a dar respuesta y así surgieron los grandes pensadores del estudio de la economía y su actividad económica.

Para abordar el tema de escuelas del pensamiento económico se empezara a comprender que es una escuela de pensamiento, que es una teoría económica, qué es una doctrina económica; se puede entender como un grupo de teorías

probadas que fueron de alguna manera impulsadas por un grupo de personas economistas, algunos con otras profesiones, se concordaban en una escuela con ideas y pensamientos acordes entre ellos, su corriente de estudio para la comprensión del funcionamiento de la economía; como herramienta vital el método científico que parte de la observación de los fenómenos, la costumbre se hace ley, y al final se prueba y aporta a la creación de principios económicos. Como ejemplos ilustrativos se cuenta la ley de la demanda, entre otros, a lo largo de la historia económica es importante conocer la evolución del pensamiento económico a continuación se observa las distintas escuelas a través del tiempo. A continuación, se presenta las diferentes escuelas de pensamiento económica, se obtiene a través de web Wikipedia.

Escuelas en modo cronológico.

Las diferentes escuelas de pensamiento económico son necesarias para comprender como ha evolucionado a través de la historia las actividades económicas de la sociedad, es bien sabido que el ser humano para satisfacer sus necesidades primarias realizaba actividades esenciales para la obtención de alimentos, tales como de pesca, caza, entre otros; contar con productos adicionales le permitía realizar intercambios entre otros individuos; grandes pensadores de la teoría, visualizaron dichos fenómenos o actividades, a continuación se mencionara brevemente las etapas.

Feudalismo. - Desarrollado en Europa en los siglos pasados, se caracterizaba por la protección de la población a través de sus reinos feudales, y como medio de cambio las personas se especializaban en la producción de alimento para su autoconsumo o alguna otra actividad económica como la cría de ganado, entre otros, y entregaban parte de ello al reino feudal a cambio de protección, su pensamiento indiscutible afirmaba que la riqueza se generaba a través de la posesión de la tierra. Cuando se empieza a manejar el intercambio a través de la moneda "oro" se facilitan las transacciones entre los individuos, y se observa que a

mayor acumulación de oro se observa mayor riqueza, entonces surge una nueva escuela de pensamiento.

Mercantilismo. - Su característica principal consistió en el seguimiento de las actividades económicas y sus transacciones a través de la moneda, se determinaba que la acumulación de metales preciosos tales como el oro, significaba para ellos que la riqueza provenía de la mayor acumulación de monedas “oro”, es por ello que empezaron a fomentar que las naciones eran ricas en cuanto tuviesen la mayor acumulación. Esta forma de pensamiento fue fundamental debido a que da los inicios del sistema capitalista, donde se aboga por la intervención del Estado en las actividades económicas. Posteriormente surge una escuela distinta que abogaba por la no intervención del gobierno que a continuación se menciona.

Fisiócratas. Estos grandes pensadores creían que la riqueza se obtenía a través de los recursos naturales que la población utilizaba para el desarrollo de sus actividades económicas tales como agricultura, pesca, etc., otorgándole un valor importante a la tierra y defendía la NO intervención del gobierno.

Durante este tiempo surgió un gran debate sobre la intervención del gobierno en las actividades económicas, debiese intervenir o no intervención en el mercado, unos defendían que su única participación es preservar el orden, otros pensaban que debía intervenir activamente, es por ello que la siguiente escuela identificada como pilar fundamental a Adam Smith, que indiscutiblemente busco el origen de la riqueza de las naciones.

Los clásicos, buscaron comprender de donde provenía la riqueza de las naciones, que se atesoraba en la mano de obra y que el mercado fuese libre, es decir que las libres fuerzas del mercado por si solo arreglaría sus problemas sin necesidades de la intervención gubernamental. Y a través del tiempo surgió otro economista David Ricardo que buscaba comprender la creación de la riqueza, dando origen a sus diversas teorías y sistema tales como el capitalismo, la explotación de los factores productivos y la propiedad privada.

Escuela de pensamiento Marxista, su gran precursor fue Karl Marx, este economista, cuestiona al sistema capitalista y defiende a la clase trabajadora, puesto que considera como fuente importante en la creación de riqueza, sin

embargo, no son dueños de los factores productivos tales como capital ni de los recursos; conlleva a realizar importantes críticas al sistema capitalista.

Escuela Keynesianismo. Economista John Maynard Keynes, esta escuela inicio un fuerte debate, porque defendía la participación activa del gobierno en la economía, para solucionar las fallas del mercado, y que su intervención es importante para la solución de los problemas económicos, tales como producción, empleo e inflación; un parteaguas importante en la historia fue la Gran Depresión suscitada en Estados Unidos.

En la actualidad una influencia importante en la comprensión del funcionamiento de la economía se da por el economista Alfred Marshall, con grandes aportaciones, entre ellos los Principios de economía, que permiten entender el funcionamiento de la economía en la actualidad.

1.7 Modos de producción

A lo largo de la historia han evolucionado los modos de producción en cada una de las sociedades a lo largo del tiempo, por mencionar algunos ejemplos que fueron cambiando de acuerdo con Marx son comunitario, esclavista, feudal, capitalista, socialista; se entiende el modo de producción la forma en que la sociedad se organiza para llevar a cabo la actividad económica considerando las particularidades de su comunidad o sociedad en sí.

La actividad económica definida para el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) “Es el conjunto de acciones realizadas por una unidad económica con el propósito de producir o proporcionar bienes y servicios que se intercambian por dinero u otros bienes o servicios”, ante lo anterior se encuentra información estadística para la consulta de la composición de la economía mexicana, además se puede incluso comparar con otras economías como ejemplo el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México. SCIAN, el cuál es un

documento que permite conocer específica y detalladamente las actividades económicas del país que comparte con Canadá y Estados Unidos. INEGI “Su adopción por partes de las Unidades del Estado, permitirá homologar la información económica que se produce en el país”.

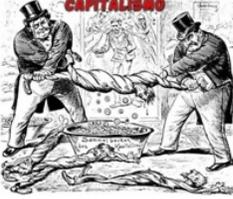
El modo de producción es como la sociedad se organiza para la producción de producto, bien y/o servicio y su distribución para suplir las necesidades de la sociedad; conocer los recursos disponibles tanto recursos naturales, de mano de obra, así como recursos económicos, limitaciones gubernamentales, etc., la comprensión del desarrollo de las distintas escuelas de pensamiento se aborda el entendimiento de los modos de producción, que a su vez daban respuesta a como la sociedad se organizaba para llevar a cabo sus procesos productivos y como a su vez se interrelacionaba con el Estado y el mercado, es fundamental conocer el sistema económico para poder comprender la producción y la sociedad.

El modo de producción dicta las formas de trabajo de la sociedad, el autor Bajoit (2014), concluye “a lo largo de toda la historia de las sociedades que llamamos occidentales, existieron modos diversos de producción y relaciones de clases, y que la estructura de estas relaciones no ha cambiado en su forma, sino solamente en su contenido” (Bajoit, 2014, p. 49-50), es decir cada sociedad, país enfrente a su propio sistema de una forma particular para llevar a cabo sus actividades económicas.

Tabla 7.

Modo de producción

| Clasificación | Imagen |
|---------------|---|
| Esclavismo | 1  |

| | |
|----------------|---|
| Feudalista | <p style="text-align: center;">2</p>  |
| Capitalismo | <p style="text-align: center;">3</p>  |
| Socialismo | <p style="text-align: center;">4</p>  |
| Economía mixta | <p style="text-align: center;">5</p>  |

Nota 1. Adaptado [Imagen] <https://humanidades.com/esclavismo/>

Nota 2. Adaptado [Imagen] <https://socialnextgacl.wordpress.com/2017/12/04/el-feudalismo/>

Nota 3. Adaptado [Imagen] <https://socialismorevolucionario.cl/2020/02/23/capitalismo-el-sistema-que-arruina-el-mundo/>

Nota 4. Adaptado [Imagen] <https://redhistoria.com/definicion-de-socialismo-que-es-caracteristicas-y-filosofia/>

Nota 5. Adaptado [Imagen] <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/ventajas-e-inconvenientes-de-la-economia-mixta/>

A modo de conclusión toda sociedad a lo largo del tiempo ha evolucionado para subsistir de tal manera que suplir las necesidades de su población conlleven a utilizar los recursos de una manera eficiente y eficaz considerando la organización de los modos de producción para llevar adelante las actividades económicas.

Tabla 8.*Desarrollo Subtema 1.8 - 1.9*

| | |
|--|---|
| 1.8 Sistemas económicos | |
| 1.9 Relación de la economía, el Estado y la sociedad | |
| Actividades de aprendizaje | <p>Ejercicio: Actividad aprendizaje 8 (AA8): Elaborar cuadro comparativo donde se exponga los diferentes sistemas económicos y se visualice su relación con el estado y la sociedad. Entregable (AA8): Línea del tiempo.</p> <p>Actividad aprendizaje 9 (AA9): Elaborar un cuadro comparativo donde se exponga los diferentes sistemas económicos y se visualice su relación con el estado y la sociedad.</p> <p>Entregable (AA9): Línea del tiempo</p> |
| Fecha y lugar de entrega | <p>Calendarización</p> <p>Entrega en formato digital (pdf) o impreso.</p> |
| Requerimientos de presentación | <p>Portada oficial (no altere documento)</p> <p>Cumplimiento de rúbrica</p> <p>Formato Manual APA 7ta edición para el ITT.</p> |

Nota. Elaboración por docente.

1.8 Sistemas económicos

¿Qué es un sistema económico? El sistema económico es la forma de cómo la sociedad se organiza para llevar a cabo su actividad económica, involucra desde los factores productivos como los va a utilizar, la producción y distribución del producto, bien y/o servicio. Para un administrador es importante identificar los diferentes sistemas económicos que convergen en los diferentes países para la toma de decisiones, como ejemplo si desea exportar un producto a un país debe conocer a que sistema económico pertenece, indagar sobre todos los requisitos,

derechos, obligaciones a las que incurriría; cada sistema presenta sus propias ventajas y desventajas, veamos algunos de ellos.

Sistema económico capitalista y sus características. - El incentivo principal de este sistema es la obtención de ganancias, los bienes de capital que pertenecen a la propiedad privada, la mano de obra (salarios), el mercado, todos ellos interactúan de tal forma que puedan generar utilidades. Entre sus características se encuentra la propiedad privada, interés propio, competencia en el mercado, los mecanismos de precios que se regulan en el mercado, la elección variada de consumo de producto, bien y/o servicio disponible, y una participación gubernamental limitada que sostenga el orden en los mercados. Actualmente predominan las economías mixtas, donde el mercado lleva a cabo todas las transacciones para cubrir las necesidades, sin embargo el Estado figura como regulador, en el caso de México se goza de este tipo de sistema económico capitalista mixto, la institución gubernamental interactúa de tal manera que pueda garantizar beneficios tanto para consumidores y empresas, a través de la planificación, de tal manera que pueda proteger el bienestar de sus ciudadanos considerando el estado de derecho, sus leyes, reformas, políticas que logren asegurar el desempeño económico.

Sistema económico socialista. Es un sistema económico planificado, es decir los medios de producción son propiedad del Estado, su característica principal es el término Colectivo, es decir la propiedad colectiva sobre medios de producción, fabricación, distribución y/o logística, como segunda característica es que las ganancias deben ser repartidas de manera igualitaria para todos, y no solo en los empleadores es decir igual para todas las clases sociales así como para los distintos niveles de responsabilidad; así como el gobierno controla la economía y los mercados, una fase más restringida como el comunismo es la eliminación de la propiedad privada. Ejemplos actuales de países socialistas Corea del Norte y Cuba, entre otros.

El gobierno de México define “La economía social es el conjunto de acciones que realizan las empresas, cooperativas y cajas de ahorro que buscan una transformación social a través del trabajo colaborativo (Secretaría de Bienestar 18 de enero 2019)

Es toda la actividad económica que llevan a cabo los Organismos del Sector Social, basados en: Democracia al momento de tomar decisiones, Propiedad social de los recursos, Distribución equitativa de beneficios entre sus integrantes y Compromiso social a favor de la comunidad. Gobierno de México. (Secretaría de Bienestar). (2024)

Sistema económico nacionalista también conocida como Sistema económico de mercado, Sistema económico mixto. Es un sistema intermedio entre capitalismo y la regulación e intervención del Estado se busca un equilibrio para beneficio de la sociedad.

1.9 Relación de la economía, el Estado y la sociedad

La relación del Estado con intervención intensa, o baja en la economía del País, llega a la perturbación en los mercados y la sociedad en general, se ha discutido sobre el grado de participación del Estado en la economía para el

beneficio de la sociedad en diferentes áreas como salud, seguridad, empleo, educación, pensiones, seguridad alimentaria, entre otros. El cumplimiento de todos sus programas y apoyos requiere la acción de contribución de los diferentes tipos de impuestos de recaudación. El Estado es importante para que pueda establecer las formas de regular las interacciones y disminuir o eliminar las fallas del mercado, se apoya en sus diversas vertientes como la macroeconomía que su objetivo es mantener la estabilidad de precios (inflación) disminuir el desempleo y alentar el crecimiento económico del país, es quien elabora las políticas económicas tales -política monetaria, fiscal,- etc., así como leyes o regulaciones sobre ciertas industrias como las bebidas azucaradas, el tabaco, etc., sociales, además reestructuran las leyes, o emite decretos que favorecen a los integrantes de la sociedad, entre otros. El estado al garantizar escenarios de certidumbre, crecimiento y desarrollo económico para la sociedad habrá cumplido, por tal razón no cualquiera puede aspirar a conducir al país, ello implica que sea tenaz y hábil en la regulación de los mercados, en distribuir equitativamente la riqueza entre la sociedad, así como la reducción de la brecha salarial, la desigualdad de las clases sociales, y pueda por último mantener una estabilidad económica que con lleve a una vida organizada sin angustias financieras.

Figura 2.

Ejemplo programas de apoyo.



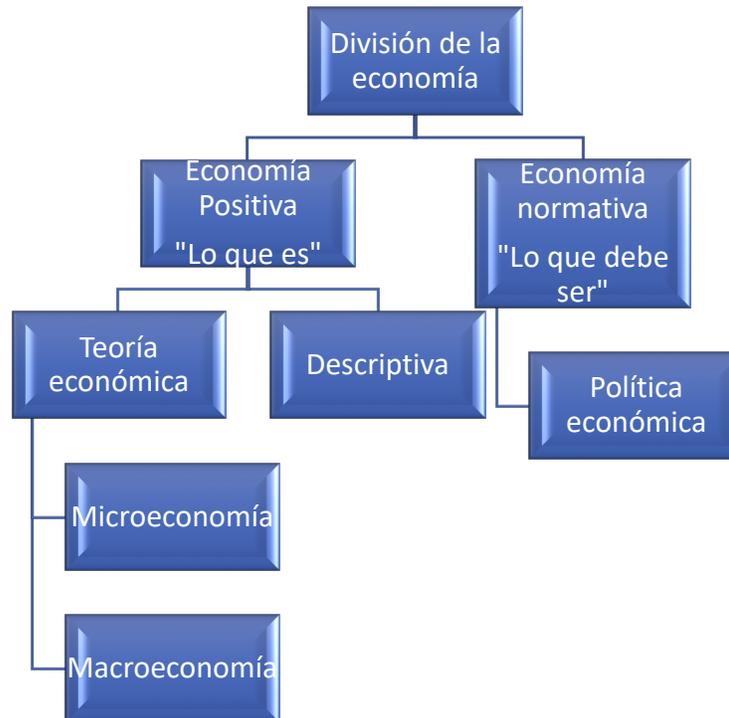
Nota 1. Identidad gráfica comunmente “logotipo”

Nota 2.. <https://www.gob.mx/inaes/que-hacemos>

1.6 División de la economía.

Figura 3.

División de la Economía



Nota 1. La economía positiva estudia los hechos económicos, los fenómenos económicos, su particularidad es de manera objetiva. Tal como son los hechos. Ejemplo si aumenta en la empresa los precios en el mercado va disminuir su cantidad demandada.

Nota 2. La economía descriptiva trabaja sobre datos, números, que permiten construir información para la comprensión de los fenómenos y/o hechos económicos. Es muy directa y concisa la información, ejemplo: La inflación en el primer trimestre del año 2023 fue del 4%. Como debería ser.

Nota 3. La Economía normativa como ejemplo, La pobreza de los países emergentes debe reducirse. Es decir, es subjetiva, y emplea los juicios de valor. Ejemplo se debe incrementar el salario mínimo en México

Nota 4. La política económica es aquella empleada por el Gobierno para realizar cambios estructurales y/o coyunturales, o bien cambios, corregir fallas en los mercados, en la economía, políticas como ejemplo Política Fiscal, Política Monetaria, Política Cambiaria, etc.

Nota 5. Mas adelante en la malla reticular se abordará la asignatura de macroeconomía.

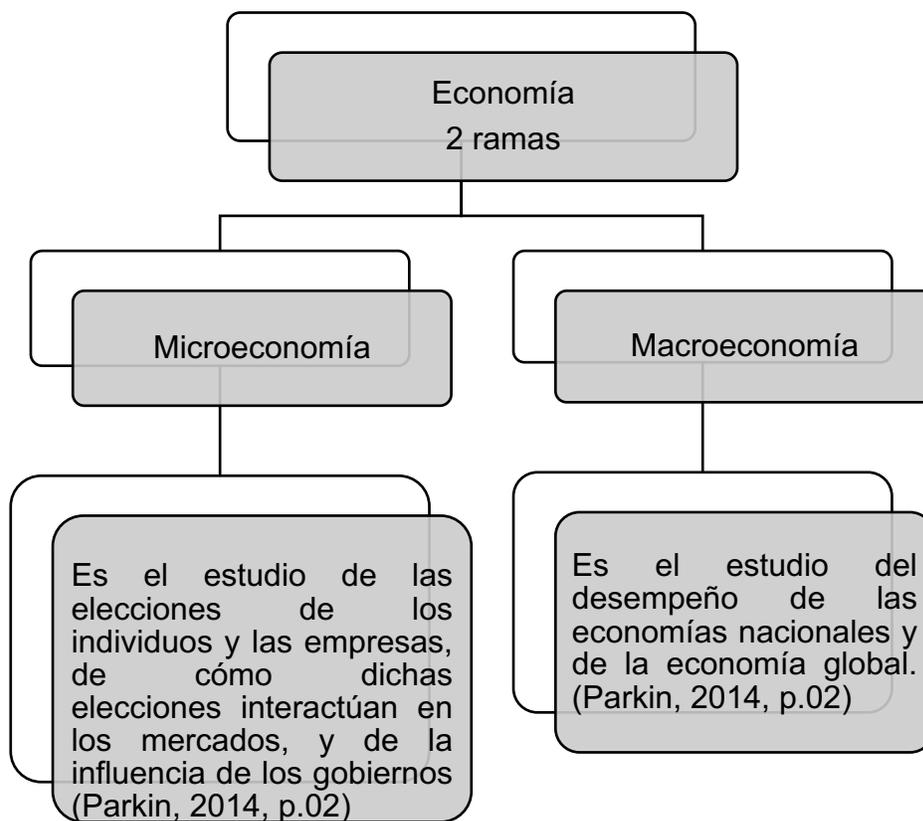
Nota 6. La macroeconomía es el estudio de los grandes agregados, tales como inflación, desempleo, crecimiento económico

Dentro de la rama de la economía positiva se incorpora: Economía descriptiva. Se basa en la observación de tal manera que puede describir lo que está ocurriendo con el fenómeno, como ejemplo podemos decir que es el comportamiento de los diferentes agentes en los mercados a través de tiempo y espacio, otro ejemplo el desabasto en las cadenas de suministro de la industria automotriz el aumento en un 5% del año 2023.

La Economía se subdivide en dos grandes ramas.

Figura 4.

Ramas de la economía



Nota. Existen otros autores que definen las ramas de la economía.

La importancia de las dos ramas en la economía es vital, puesto que la microeconomía estudia la interacción entre los consumidores, empresas, y el mercado, es un amplio tema que va desde el comportamiento de consumidor, la demanda, la oferta, el comportamiento del productor en el corto, mediano y largo plazo, las estructuras de mercado, etc., autores como Pindyck, Rubinfeld (2018) indican que “la microeconomía es la rama de la economía que se ocupa de la conducta de unidades económicas individuales – consumidores, empresas, trabajadores, inversores – además de los mercados que comprenden estas unidades” (Pindyck, Rubinfeld, 2018, p. 4). De acuerdo a los autores la importancia radica en el estudio del mercado, la interacción que existe entre los consumidores y las empresas, y como ambos buscan maximizar sus beneficios, es un amplio tema, que desde el punto de vista de las empresas se observa desde costos, producción, la estructura de mercado, eetc., de tal manera que pueda crear los mejores productos o servicios a precios accesibles al consumidor. Ahora observe como la suma de todos los elementos individuales de un país, extrapolan hasta llegar a lo generalizado, y eso conduce a la rama de la macroeconomía, a continuación, observe que dicen los autores con respecto al ámbito macroeconómico.

Los autores Pindyck y Rubinfeld (2018) mencionan que es la “rama de la economía que se ocupa de las variables macroeconómicas agregadas, como el nivel nacional de producción y su tasa de crecimiento, los tipos de interés, el desempleo y la inflación” (Pindyck y Rubinfeld, 2018, p.4)

Entonces para los y las estudiantes en administración es importante diferenciar el estudio de las dos grandes ramas; la macroeconomía estudia los grandes agregados tales como la inflación, el desempleo, el crecimiento de un país, es decir de forma generalizada y son indicadores esenciales para la toma de decisiones empresariales, como un ejemplo de ello, si un empresario desea invertir en un proyecto de negocio de un dispositivo electrónico en la ciudad, debe conocer los indicadores puesto que puede guiarlo a valorar el escenario, como dato

hipotético imagine usted si se cuenta con una inflación alta en el país del 8%, que pensaría usted, ¿es conveniente realizar el proyecto? Serán capaces los consumidores solventar la pérdida del poder adquisitivo, si su necesidad primordial son los productos y servicios de primera necesidad o básicos, reflexione los impactos que ocasionaría.

Complementos educacionales

Tema 1: Principios de economía. Unidad 1.

En el presente apartado se aborda estudios de casos-ejercicios con información real, o muy cercanos a la realidad del escenario económico, que permita la comprensión del tema de la unidad y pueda el estudiante practicar lo visto en la unidad 1 y pueda aportar al estudiante material empresarial que le permita trabajar la competencia de aprendizaje autónomo. Con este método permitirá comprobar que el estudiante haya adquirido la competencia estipulada en la asignatura, es por ello que se buscó a una Empresa del área de servicios, dedicada al suministro y asesoría de productos de sistemas de riego para que se pueda lograr el objetivo del presente trabajo; ante ello se eligió una empresa de servicios proveedora de insumos para la industria de la construcción y paisajismo denominada “JIR” ubicada en la ciudad de Tijuana para la formulación de los casos-ejercicios con información actualizada. Con ello los estudiantes puedan conocer de cerca la realidad empresarial, los estudiantes de la carrera de Licenciatura en Administración tendrán la oportunidad de contar con información para sus ejercicios y/o prácticas, que le permitirá la comprensión y análisis correspondiente para la toma de decisiones dentro de la organización, y de esta forma contribuir a la formación de los próximos Licenciados en Administración. Se denominada Complemento Educacional 1 (CE1) y así sucesivamente.

CE1. Ejercicio No.1 propuesto y resuelto detalle cuerpo del apunte.

Objetivo: Los estudiantes realizarán la lectura de las diversas noticias de economía, una vez comprendido el tema de estudio de **las dos grandes ramas de la economía**: microeconomía o macroeconomía será capaz de clasificar correctamente.

Instrucciones: Leer cada una de las noticias, y marcar con "X" ¿si pertenece a un tema de la rama de Microeconomía (Micro) o Macroeconomía (Macro)?

Figura 5.

CE1 Ejercicio No.1 Propuesto y Resuelto detalle cuerpo del apunte.

| | Noticia/Caso Estudio | Micro | Macro |
|---|---|-------|-------|
| 1 | Informalidad laboral cierra 2023 en su nivel más bajo en casi dos décadas. | | X |
| 2 | La empresa ubicada en la ciudad de Tijuana, con giro Sistemas de riego se enfrenta a la falta de personal altamente especializado para dar servicio a la región. | X | |
| 3 | Los pequeños negocios están rezagados en transformación digital. | X | |
| 4 | La empresa de restaurante Franquicias Globales de McDonald's. Con restaurantes en más de 100 mercados en todo el mundo, existen oportunidades de adquirir franquicias de McDonald's más allá de Estados Unidos. Se enfrentaron a restricciones en diversos países ocasionada por la pandemia derivada del virus Coronavirus (COVID). Se vieron disminuidos sus ingresos. La pregunta es: El ser una empresa global y accionar en las operaciones de su negocio, ¿es un tema de ...? | X | |

| | | | |
|---|--|---|---|
| 5 | El trabajo en México de acuerdo con datos de INEGI ¿Es un tema de la rama...? | | X |
| 6 | Analizar el histórico del Tipo de Cambio. Divisa dólar Para la toma de decisiones de compra-venta de la divisa en todos establecimientos de negocios del país para sus operaciones comerciales, es un tema de.. | X | |
| 7 | La tasa de interés estipulada por Banxico para el mercado es un tema de.... ¿? | | X |

Nota 1. Noticia 1. Fuente: <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Informalidad-laboral-cierra-2023-en-su-nivel-mas-bajo-en-casi-dos-decadas-20240130-0052.html>

Nota 2. Fuente: Empresa localizada en la ciudad de Tijuana

Nota 3. Noticia Fuente: <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Los-pequenos-negocios-estan-rezagados-en-transformacion-digital-20240129-0028.html>

Noticia 4. Fuente: <https://www.mcdonalds.com/us/es-us/us-franchising.html>

Nota 5. Fuente: <https://www.inegi.org.mx/temas/empleo/>

Nota 6. Fuente: <https://www.dof.gob.mx/>

Nota 7. Fuente: Banxico.

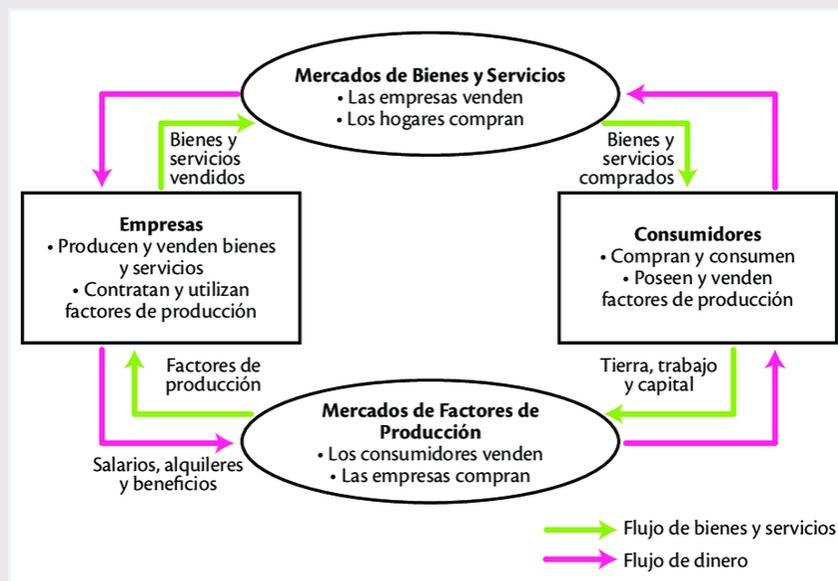
CE2. Ejercicio No.2 Propuesto y Resuelto detalle cuerpo apunte.

Objetivo. El estudiante analizara, utilizara el sentido crítico para dar solución a la problemática de cómo hacer para que continúe circulando el dinero en la economía en función de la problemática: Los hogares deciden guardar el 70% de su ingreso debajo del “colchón”, explique qué pasa en la economía y ¿cómo pudiese solucionar la no circulación?

Flujo circular de la economía.

En el presente esquema de diagrama del flujo circular de la economía, hemos comprendido que el modelo simple de economía intervienen dos elementos principales que lo constituyen los consumidores y las empresas, que a su vez se interrelacionan en el mercado (sea de factores de producción o mercado de bienes

y servicios), cuando la economía se encuentra funcionando eficientemente es decir son contratadas todas las personas que andan en búsqueda de trabajo y a su vez reciben su salario por parte de las empresas (que los contrataron), ejemplo si son contratadas 10,000 personas (siendo el 100% de la Población económicamente activa) reciben su salario mensual de \$15,000.00 pesos. ¿Cuál es el flujo de ingreso que circula en esta economía? Respuesta: \$150,000,000.00 (ciento cincuenta millones de pesos). Si se desea conocer cuanto ingreso circula en la economía de ese flujo circular entonces representa 10,000 personas x \$15,000.00 pesos mensuales= \$150,000,000.00 (ciento cincuenta millones de pesos mensuales; que a su vez las personas “gastan la totalidad de su ingreso en el “mercado de bienes y servicios” para la compra de sus productos o bienes, o adquisición de servicios, retorna esos \$150,000,000.00 millones de pesos al mercado de bienes, por lo que las empresas al observar que se adquirieron y se pagaron los productos, bienes y/o servicios por parte de los consumidores, se retorna el dinero al mercado y a su vez se canaliza a la empresa, y vuelve a obtener ingreso, para continuar con su producción.



Nota. Adpatado [Imagen] Link https://www.researchgate.net/figure/Figura-1-El-flujo-circular-de-la-economia-Fuente-Reyes-2010_fig5_337548099



Figura 6.

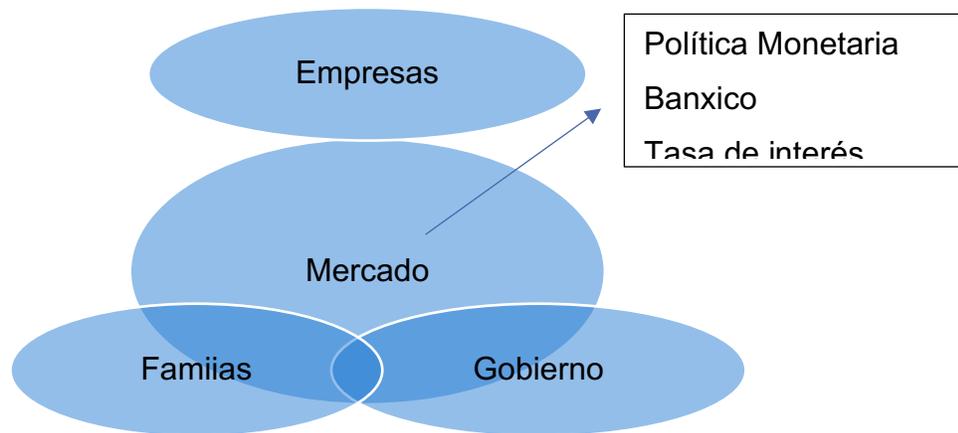
Diagrama de Flujo Circular de la economía resuelto.

Análisis

1. Hogares o Familias.
 - a. Están “guardando” su dinero debajo del colchón 70% de sus ingresos.
2. Mercados.
 - a. Caen los ingresos porque no se está consumiendo los productos, bienes o servicios a causa de que las familias disminuyeron sus compras y/o gastos (30% solamente circula).
3. Empresas.
 - a. Experimentan bajas ventas porque no están solicitando los

¿Cómo se soluciona la NO circulación?

Respuesta: Las empresas no cuentan con recursos monetarios para expandir la producción o iniciar nuevos proyectos. Por lo tanto, a través del Sistema Financiero (Bancario). Promocionar una atractiva tasa de interés, que despierte el interés en las familias de AHORRAR o INVERTIR su dinero en el sistema bancario, se apoya en la participación activa del Gobierno, vea la siguiente figura.

Figura 7.*Diagrama Flujo Circular Ejercicio*

Nota. En una Economía actual es vital la participación gubernamental por lo que el Gobierno puede propiciar los mecanismos requeridos para subsanar cuestiones del mercado no favorables, por ello se apoyó en las políticas monetarias.

CE3. Ejercicio propuesto para resolver por estudiantes. Tema 1: Unidad 1

Incluye solución en Anexo Tema 1: Principios de economía. Unidad 1

Empresa de servicios sector de la construcción.

La empresa Sistema de Riego ubicada en la ciudad de Tijuana, Baja California.

Es una empresa con nueva administración desde el año 2020, durante la Pandemia derivada del virus "Covid", del uso eficiente del agua a través de productos de sistemas de riego requeridas por las áreas verdes dentro de los espacios urbanos - siendo residencia, comercial, industrial y de servicios. Durante el año 2020 al 2022 el comportamiento del mercado presento una alta demanda de insumos para las áreas verdes sin embargo se presentó escasez del producto aunado al desabasto

y a los compromisos de pago en divisa dólar por la proveeduría extranjera el tipo de cambio llego a oscilar por encima de \$23.50 pesos por dólar (Tipo de cambio D.O.F.). Cabe destacar que la empresa cuenta con otra línea de producto venta de suculentas, cactus y arbustos, además cuenta con sacos de tierra preparada, rollos de pasto para su instalación e insumos para atender el mercado de la construcción del paisaje. Ante los compromisos de pago con proveedores extranjeros aunado a un tipo de cambio por encima de \$23.00 pesos por un dólar.

Ante el escenario de incertidumbre, ¿usted como administrador? ¿qué haría para incrementar los ingresos de la empresa? ¿qué información recopilaría? Y desde perspectiva del tema 1 se plantea responder a tres preguntas básicas. ¿Qué producir? ¿Para quién producir? y ¿Cómo producir?

Instrucciones: El estudiante será analítico, y será capaz de orientar al empresario para que pueda generar ingresos adicionales para la empresa, por lo tanto, debe proponer el abordaje sobre las 3 preguntas básicas. Deberá priorizar en orden ¿cuál de esas 3 preguntas es la que primero debe resolverse? Redactar en una cuartilla fundamentando porque priorizo de esa manera. **Utilizar formato Tabla 9.**

Tabla 9.

Formato de Resolución de Caso/ejercicio para resolver por estudiantes. Tema 1

| | |
|--|--|
| Nombre del estudiante: | |
| Colocar en cuadro lado derecho la respuesta en orden prioritario: ¿Qué producir? ¿Para quién producir? ¿Cómo producir? | |
| Colocar respuesta | Fundamentar porque decide responde de esa manera y justificar para dar respuesta a la empresa. |

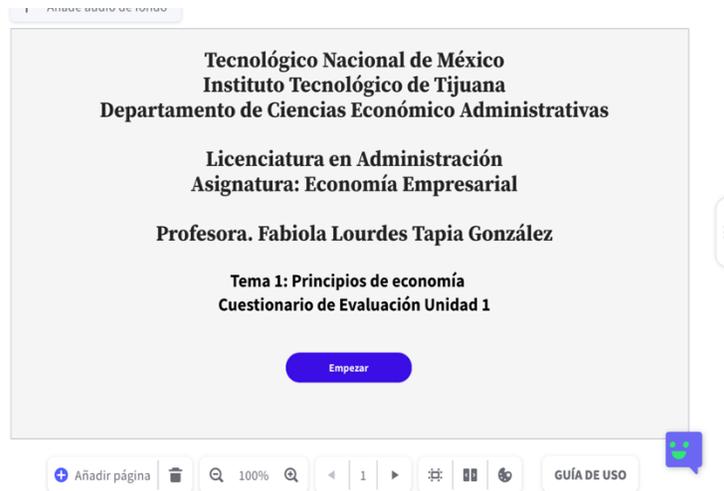
| | |
|----|--|
| 1. | |
| 2. | |
| 3. | |

Nota 1. El estudiante deberá llenar el siguiente formato con fundamento Tema 1.

Nota 2. Para respuestas al caso/ejercicio Tema 1: Véase Anexo IV Tema 1. ([Solución de ejercicio](#))

CE4. Cuestionario Evaluación Genially.Tema 1: Principios de economía. Unidad 1

1. Los estudiantes pulsaran a los siguientes enlaces, el primero de ellos es Cuestionario de evaluación tema 1. Enlace <https://view.genial.ly/65ce3754031c9600142dfc20/interactive-content-copia-cuestionario-evaluacion-tema-2>

Figura 8.**Cuestionario Evaluación Plataforma Tecnológica Genally. Tema 1**

Nota. Se muestra la evidencia de la creación del cuestionario que debe ser contestado por los estudiantes.

Figura 9.**Evidencia de Contestación de Evaluación Tema 1.**

Nota. Cuando los estudiantes culminen evaluación arrojará el resultado obtenido.

2. En el siguiente enlace puede ver el vídeo del tema 1 y Contestar evaluación como complemento educacional apoyándose en Herramienta Tecnológicas Genially@ <https://view.genial.ly/649c74d61e133b0011c114be/video-presentation-tema-1-principios-de-economia>

Dentro del vídeo en la segunda diapositiva pulsar link Evaluación Tema 1, lo canalizara a un formulario de evaluación.

Figura 10.

Vídeo con enlace Cuestionario Evaluación Tema 1



Nota 1. La herramienta tecnológica Genially@ se utilizo para realizar el vídeo Tema 1,

Nota 2. Para el complemento educacional Cuestionario Tema 1 se incorporo con enlace a formulario

Nota 3. Los créditos de audio e imagen son de web y de plataforma www.Genially.com

CE5. Presentación Power Point Tema 1: Principios de economía. Unidad 1

Herramientas Tecnológicas Tema 1: Principios de Economía



EDUCACIÓN
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA



TECNOLÓGICO
NACIONAL DE MÉXICO.



Manual de Apuntes de Economía Empresarial Complemento Educacional Herramienta Tecnológica

Institución: **Instituto Tecnológico de Tijuana TecNM**

Programa: **Licenciatura en Administración**

Clave del programa educativo: LADM-2010-234

Asignatura: Economía Empresarial

Clave de la asignatura: **LAD-1014**

Docente: Fabiola Lourdes Tapia González

fabiolatapia@tectijuana.edu.mx

Tijuana, Baja California, 29 de Febrero del año 2024



Nota. Imagen Portada PowerPoint del Manual de Apuntes.

Herramientas Tecnológicas. Tema 1: Principios de economía. Unidad 1

Word Office@, Power Point@, PDF@, Excel@, Genially@

Cuadro de Cumplimiento de los elementos comprometidos en la elaboración de manual de apuntes unidad 1, de acuerdo con la solicitud autorizada TecNM.

Tabla 10.

Cumplimiento de Elementos Manual de Apuntes Tema 1.

| LAD-1014 | Complementos educativos | Cantidad | Herramientas tecnológicas |
|---|---------------------------------|----------|---|
| Unidad 1 | | | |
| Principios de Economía | Ejercicios Propuestos Resueltos | 2 | Microsoft Office Word |
| 1.2 Definición, campo, objeto, método y clasificación de la economía | Estudios de caso Presentaciones | 1 | Microsoft Office Power Point |
| 1.2 La economía como ciencia | Cuestionario de evaluación | 1 | (se genera vínculos o enlaces del ppt al pdf) |
| 1.3 Problemas fundamentales de la economía | | 1 | |
| 1.4 Factores productivos | | | Geneally |
| 1.5 Flujo circular de la actividad económica a dos sectores: hogares y empresas | | | |

| | | | |
|--|--|--|--|
| 1.6 Escuelas del pensamiento económico | | | |
| 1.7 Modos de producción | | | |
| 1.8 Sistemas económicos | | | |
| 1.9 Relación de la economía, el Estado y la sociedad | | | |

ota. Compromiso de elementos cumplidos por tema.

Se anexa documentos siguientes: Instrumentación didáctica por unidad, Programa de la asignatura.

UNIDAD 2

Tema 2: Ley de la oferta y Ley de la demanda. Unidad 2

Cuadro Concentrador por Tema y Subtemas: Unidad 2

Tabla 11.

Concentrado por Tema y Subtema Unidad 2

| | | | |
|---|--------------------------|-------------------------|---------------------------|
| INSTITUTO TECNOLÓGICO DE TIJUANA SUBDIRECCIÓN ACADÉMICA DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS CARRERA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN | | | |
| NOMBRE DE LA ASIGNATURA: ECONOMÍA EMPRESARIAL UNIDAD: II LEY DE LA OFERTA Y LEY DE LA DEMANDA PROFESORA: M.A. FABIOLA LOURDES TAPIA GONZÁLEZ CORREO ELECTRÓNICO: fabiolatapia@tectijuana.edu.mx | | | |
| PERIODO: AGOSTO-DICIEMBRE TOTAL, SEMANAS POR UNIDAD: 4 HORAS: 5 HORAS POR SEMANA = 20 HORAS FECHA: AGOSTO 2023 | | | |
| <p>Competencia específica unidad 2: Analiza la ley de la oferta y la demanda así como sus herramientas gráficas y algebraicas que le permitan determinar el punto de equilibrio y sus respectivos valores de precio (p) y cantidad (q).</p> <p>Competencia genérica unidad 2: Habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas. Capacidad de análisis y síntesis. Habilidades básicas de manejo de la computadora. Solución de problemas prácticos. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica. Habilidades de investigación. Habilidad para trabajar en forma autónoma.</p> | | | |
| LAD-1014 | Actividad de aprendizaje | Complementos educativos | Herramientas tecnológicas |

| | | | |
|--|--------------------------------|---|--|
| Ley de la oferta y ley de la demanda | | | |
| 2.1 Función de la oferta y función de la demanda | Actividad aprendizaje 1 (AA1) | Ejercicios/casos prácticos (2 cantidades) No. 1 y No. 2 Resuelto a | |
| 2.2. Curvas de la oferta y curvas de la demanda | Actividad aprendizaje 2 (AA2): | detalla en el cuerpo del documento | |
| 2.3 Desplazamiento en las curvas de la oferta y de la demanda | Actividad aprendizaje 3 (AA3): | Estudio de caso No.3 (1 cantidad) Resuelto a detalle en el cuerpo del | |
| 2.4 Elasticidad de la oferta y la elasticidad de la demanda | Actividad aprendizaje 4 (AA4): | apunte Presentación (1 cantidad) | |
| 2.5 Técnicas de regresión para el cálculo de la oferta y de la demanda | Actividad aprendizaje 5 (AA5): | Cuestionario evaluación (1 cantidad) | |
| 2.6 Punto de equilibrio entre la oferta y la demanda | Actividad aprendizaje 6 (AA6): | Ejercicios/casos prácticos: (1 cantidad) propuestos para dar | |

| | | | |
|--|--|---|--|
| | | solución por el estudiante incluyendo la solución en un anexo). | |
|--|--|---|--|

Nota. Elementos comprometidos tema 2.

Desarrollo Unidad 2. Ley de la oferta y Ley de la demanda.

Tabla 12.

Desarrollo subtema 2.1 al 2.6

| Subtemas del 2.1 al 2.6 | |
|----------------------------|---|
| Actividades de aprendizaje | <p>Actividad aprendizaje 1 (AA1): Investigar acerca del subtema de la ley de la demanda y ley de la oferta, realizara un cuadro comparativo con los conceptos, sus gráficas. Entregable: Cuadro comparativo.</p> <p>Actividad aprendizaje 2 (AA2): Investigar acerca de la ley de la demanda y ley de la oferta, realizara un cuadro comparativo y como se trazan esas curvas en función de precio y cantidad. Entregable: Ejercicios.</p> <p>Actividad aprendizaje 3 (AA3): Investigar acerca de los factores que propician los desplazamientos de las curvas de demanda y oferta. Entregable: Ejercicios plasmados en gráficas.</p> <p>Actividad aprendizaje 4 (AA4) Fórmulas y conceptos de Elasticidad. Siempre deberá traer consigo su documento de trabajo del cuadro comparativo, para efectuar ejercicios. Entregable: Ejercicios plasmados en gráficas.</p> <p>Actividad aprendizaje 5 (AA5) Fórmulas y conceptos de Elasticidad. Deberá traer consigo su documento de</p> |

| | |
|--------------------------------|--|
| | trabajo del cuadro comparativo, para efectuar ejercicio y técnicas regresión. Entregable: Ejercicio. Actividad aprendizaje 6 (AA6) Cuadro comparativo punto de equilibrio. Entregable: Ejercicios de punto de equilibrio. |
| Fecha y lugar de entrega | Primer semana unidad 2 Entrega en formato digital (pdf) o impreso. |
| Requerimientos de presentación | Portada oficial (no altere documento) Cumplimiento de rúbrica (adjuntar link rúbrica) Formato Manual APA 7ta edición para el ITT. |

Nota. Elaboración propia.

2.1 Función de la oferta y función de la demanda

El siguiente tema se centra en los precios de mercado, es un tema con relevancia total en la toma de decisiones de los diferentes entes involucrados, sea para la compra de los productos, bienes o servicios o bien para la venta de los mismos, entonces el precio es uno de los elementos clave para adoptar dicha transacción.

En economía el comprender y dominar este tema es vital para la comprensión del comportamiento del consumidor y de la empresa, para dar inicio al tema se planteará la ley de la demanda y sus determinantes de la demanda, desplazamientos de las curvas de la demanda, posteriormente se comprenderá la ley de la oferta, sus determinantes, y desplazamientos de la curva de oferta, y finalmente el punto de equilibrio donde se interconectan esas dos curvas que permitirá identificar el nivel de intercambio a un determinado precio.

“El amo y dueño de los mercados es la demanda” – es el consumidor – y ante las necesidades de los mercados se presentan oportunidades para empresas de satisfacer esos requerimientos, en deducción vemos como radica la demanda en los mercados y la importancia que tiene. Se está ante un consumidor que considera en su compra su nivel de ingresos entre otros, ese valor monetario que posee le permite acceder a una serie de productos que estén disponibles, antes de valorar la compra del producto, bien y/o servicio se concluye que el precio es el que dicta la pauta en la toma decisiones.

Este tema es interesante porque surgen interrogantes tales como ¿por qué?, ¿qué pasaría? Y ¿Suponga usted? Que se debe resolver en diversas ocasiones.

Figura 11.

Los precios y su comportamiento.

| Precios | Corto Plazo | Largo Plazo | |
|--------------------------|---|---|--|
| Aumentan drásticamente | ¿Por qué aumentan de un día para otro? | ¿Cómo puedo saber si van a aumentar los precios en un largo plazo? | ¿Cuándo es momento de comprar? ¿Puedo esperar en la compra? |
| Aumentan ligeramente | ¿Por qué no sufren cambios en precios ciertos productos en comparación con otros? | ¿Cómo puedo identificar si van a aumentar precios en un próximo futuro? | |
| Disminuyen drásticamente | ¿Por qué ciertos productos o | ¿Qué factores o elementos pueden | |

| | | | |
|------------------------|--|--|--|
| | servicios disminuyen sus precios en una semana? | propiciar bajen los precios agresivamente? | |
| Disminuyen ligeramente | ¿Por qué ciertos productos, bienes o servicios disminuyen? | ¿Cómo se pudiese identificar los productos o bienes disminuirán en el largo plazo? | |
| Se mantienen | ¿Por qué ciertos productos nunca sufren cambios en el corto plazo? | ¿Qué es conveniente esperarme en un futuro para comprar producto? | |

Nota. Existen múltiples preguntas en los empresarios con respecto a los precios.

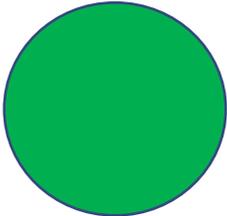
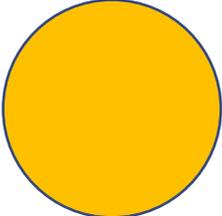
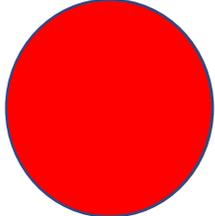
El consumidor se ve inmerso en muchas opciones de compra y debe decidirse cuál es el producto, bien y/o servicio que cubre y satisfaga mejor las necesidades de compra o adquisición para satisfacer sus requerimientos. Todas las interrogantes anteriores son interesantes debido a que existen diversos factores, elementos, escenarios que intervienen en la aplicación del precio; otras asignaturas o disciplinas a grandes rasgos calculan sus costos totales agregan su margen de ganancia que permiten colocar el precio de mercado. Sin embargo, no consideran elementos o factores que se emplean en la economía. Desde el punto de vista empresarial (oferta) es amplio el tema porque los empresarios ven oportunidades para todo tipo de oferta al mercado, entregando esos bienes, productos o servicios, y por ende obtener una ganancia en esas transacciones.

Esta unidad siempre se abordará desde dos perspectivas, para ejemplo se visualizará tres círculos de color; el círculo color verde representa el pensamiento de un consumidor (demanda bienes, productos o servicios), el círculo color rojo

representa el comportamiento de un empresario o de una empresa, y el mercado es representada por el círculo color amarillo.

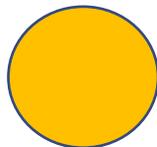
Figura 12. Identificación y Relación Demanda, Oferta y Mercado.

Identificación y Relación Demanda, Oferta y Mercado.

| | | |
|--|--|--|
| Consumidor Comprador | Mercado | Empresa Vendedor |
| Demanda | Lugar físico o digital donde se intercambia producto, bien y/o servicio | Oferta |
|  |  |  |

Nota. Representación gráfica de círculos de color.

El mercado



El mercado representa el espacio o lugar físico o digital donde interviene los compradores y los vendedores, ellos interactúan en ese espacio con la mejor información disponible del producto, bien y/o servicio en cuanto a precio, calidad, disponibilidad para su valoración y posible transacción de intercambio; en el mercado se puede encontrar una serie de clasificación de producto, bien y/o servicio, algunos de ellos serán tangibles o intangibles; otras ciencias como el marketing, la ingeniería industrial, etc., han optado por definir de manera especializada el significado de los intervinientes en el proceso, a continuación se presenta la definición de esos conceptos:

Figura 13. Diferencias de Conceptualización*Diferencias de Conceptualización*

| Productos | Bienes | Servicios | Insumos | Materia Prima |
|--|---|--|---|---|
| <p>Un producto es una cosa o un objeto producido o fabricado, algo material que se elabora de manera natural o industrial mediante un proceso, para el consumo o utilidad de los individuos.</p> <p>Nota 1</p> | <p>En términos económicos, un bien es un elemento Tangible o material destinado a satisfacer alguna necesidad del público. Además, puede ser adquirido en el mercado a cambio de una contraprestación</p> <p>Nota 2</p> | <p>Un servicio, en el ámbito económico, es la acción o conjunto de actividades destinadas a satisfacer una determinada necesidad de los clientes, brindando un producto inmaterial y personalizado</p> <p>Nota 3</p> | <p>Insumo es toda aquella cosa susceptible de dar servicio y cubrir las necesidades del ser humano, nos referimos a todas las materias primas que son utilizadas para producir nuevos elementos</p> <p>Nota 4</p> | <p>Una materia prima, también conocido como un bien intermedio, es todo bien que es transformado durante un proceso de producción hasta convertirse en un bien de consumo</p> <p>Nota 5</p> |

Nota 1. <https://www.significados.com/producto/>

Nota 2. <https://economipedia.com/definiciones/bien.html>

Nota 3. <https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>

Nota 4. <https://economipedia.com/definiciones/insumo.html>

Nota 5. <https://economipedia.com/definiciones/materia-prima.html>

En economía dependiendo del consumo-uso del producto, bien y/o servicio, se puede tratar de bienes intermedios o finales, es decir en el mercado de bienes

tales ejemplos son como finales manzanas, peras, naranja, ropa, zapatos, medicamentos, etc., ejemplos de servicios: brindar traslado de ciudad, brindar asesorías de economía, brindar clases de finanzas, servicio de peinados de cabello, de factores de producción son como ejemplos un electricista que atenderá un trabajo, un plomero, etc., de insumos de ejemplo: partes que se integran durante el proceso a un producto que será final como autopartes.

A continuación, se presenta un listado de los ejemplos de diferentes tipos de mercados, a continuación, se mencionan algunos ejemplos de mercados:

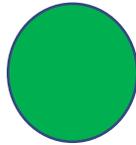
- Mercado de divisas
- Mercado de monedas digitales
- Mercado de contenido digital
- Mercado de mercadotecnia digital
- Mercado financiero
- Mercado de trabajo
- Mercado de comercio electrónico

En los mercados globales, nacionales, regionales existe la mejor información posible para que los compradores tomen la decisión de compra en los diversos establecimientos físicos o digitales -plataformas de comercio electrónico- mostrada en el web site permite al consumidor explorar distintas alternativas de compra; es por ello que existe un sin fin de posibilidades de compra para determinar producto, bien y/o servicio y por ende quien ofrecen estos mismos son vendedores, ellos saben y conocen que el consumidor accede a diversas alternativas donde comprar dichos producto, bien y/o servicio.

Esos mercados en donde interactúan muchos vendedores y compradores conduce a un mercado competitivo en donde se busca atender las necesidades de los compradores, donde los vendedores emplean todo tipo de estrategias, herramientas, incentivos, etc., de tal forma que conduzca que el comprador elija su

producto, es decir se vuelve un mercado altamente competitivo, si en conjunto todos los compradores deciden huir del mercado, aplazar su compra, pueden influir en el aspecto más importante el PRECIO, a excepción de que sea un comprador que adquiriera toda la mercancía puede acceder a negociar un descuento en el monto total del pago de la compra, debido al volumen de compra. El nivel de ingreso de un consumidor le permite cierto nivel de compra de productos; valora su costo de oportunidad que -es aquel cuya renuncia a un bien “x” representa un valor mayor al bien “y”- por ello es vital conocer todos los aspectos que se involucra en la toma de decisiones de compra. Entonces el precio viene a formar un elemento primordial en la toma de decisiones de compra; para deducirlo el precio viene a formar el resultado final de los costos totales + ganancia esperada = precio venta. Los consumidores entonces demandan producto, bien y/o servicio en función de lo esperado del producto y su precio.

La demanda



En este momento se concentrará única y exclusivamente en la demanda (consumidor) es decir representativamente la cachucha verde.

Según Parkin (2018) menciona “Si usted demanda algo, significa que: lo desea, tiene la capacidad de adquirirlo, tienes planes de comprarlo” (Parkin, 2018, p. 57)

De acuerdo con el autor, los futuros administradores comprenderán que un deseo forma la idea de algo que se espera obtener o adquirir, por ello el ser humano siempre está en constante deseo de adquirir producto, bien y/o servicio, probablemente con el nivel de ingresos solo se pudiese atender ciertos deseos, atender ciertas necesidades básicas (pirámide Maslow visto unidad 1), y no pudiésemos ahorrar; otros consumidores con elevado nivel de ingreso pudiesen atender todos sus deseos y anhelos, y además tener la cultura de ahorro.

Lo elocuente es que el producto, bien y/o servicio disponible en el mercado, sea la cantidad demandada se convierta en la cantidad adquirida total; es decir que los mercados deben estar atentos en la demanda, siempre he comentado en los cursos de economía que el amo y dueño de los mercados es la demanda.... por eso es primordial para un administrador tener el deber de estar bien informado de los eventos directos e indirectos que ocurren a nivel mundial, internacional, nacional o regional, o eventos internos o externos del mercado que pueden afectar al comportamiento de la cantidad demandada. Conduce plantearse que para planear o realizar una compra se presenta infinidad de factores implícitos o explícitos que influyen en la toma de decisiones de compra, pero el elemento más importante final es el PRECIO.

Como ejemplo en Economía, en la demanda es importante conocer las características de la población. Según la estratificación de los hogares en México de acuerdo con INEGI y su censo, los hogares se clasifican en urbano, rural, total, y la clasificación de baja, media y alta, puede consultar los reportes en INEGI.

Figura 14.

Ilustración del periódico Clases Sociales.



Nota. Adaptado [Imagen] link <https://www.eleconomista.com.mx/economia/Pandemia-achico-a-la-clase-media-pero-avanza-recuperacion-inegi-20230612-0110.html>

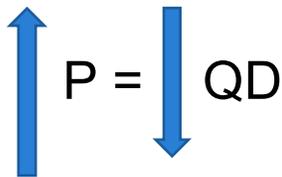
Nota. <https://www.inegi.org.mx/rnm/index.php/catalog/685/related-materials>

La comprensión de la composición de los hogares en cuanto a su ingreso y la forma de cómo deciden hacer sus compras influye de manera importante en la economía; se menciona que existen diversos factores que intervienen en la toma de decisiones de compra, pero en economía el precio es indiscutible. Para dar inicio al tema Antoine Augustin Cournot es un matemático economista, el primero en utilizar funciones matemáticas para describir la demanda, oferta y el precio, analizo los mercados de monopolio, duopolio, oligopolio, sin embargo, Alfred Marshall en su publicación Principios de economía, entre otras publicaciones “estableció la relación entre precio y cantidad demandada cuya sintaxis gráfica (curvas de oferta y de demanda) siguen vigentes hasta hoy en día” (wikipedia, 2024)

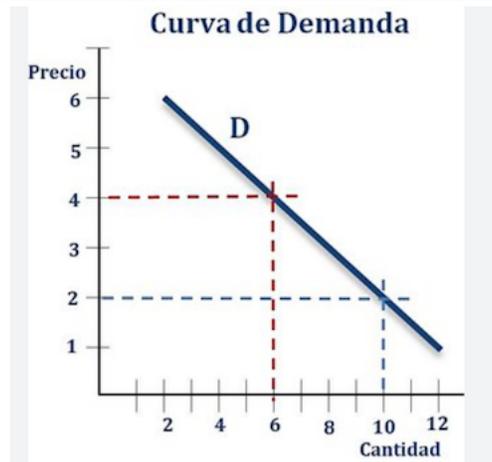
Para diferentes autores es clara la ley de la demanda, según la definición de Parkin (2018) “Si los demás factores permanecen constantes, cuanto más alto sea el precio de un bien, menor es la cantidad demandada del mismo; y cuanto menor sea el precio de un bien, mayor será su cantidad demandada” (Parkin, 2018, p.57). De acuerdo con el autor es por sentido común los consumidores eligen comprar productos con precios bajos, y eso le permitirá adquirir otros productos adicionales que requiere para su consumo, es decir, necesita hacer rendir su dinero.

Figura 15.

Conceptualización, modelo gráfico Demanda.

| Concepto: Ley de la demanda | Modelo gráfico | Abreviación |
|--|----------------|---|
| Si los demás factores no cambian, cuanto más alto sea el precio de un bien, menor es la cantidad demandada del | |  |

mismo; y a menor precio de un bien, mayor es la cantidad demandada.



Nota. Donde Precio (P), Cantidad (Cantidad), Demanda (D)

Figura 16.

Ley de la demanda en signos

| Abreviación | |
|--|--|
| | |
| <p>Causa: Precio</p> <p>Es decir, una modificación en el precio es decir hacia el alza, ocasiona que la cantidad demandada disminuya</p> | <p>Consecuencia: Cantidad demandada</p> <p>Si la cantidad demandada cambio, es debido al cambio en el precio</p> |

Nota. Elaboración propia para comprensión del tema.

Donde el Precio representa la causa principal de la toma de decisiones de la cantidad de compra del producto, bien y/o servicio, en el cuadro anterior está indicando que si los precios suben la cantidad demandada disminuye y viceversa cuando los precios bajan la cantidad demandada aumenta. Es decir, muestra la relación del precio con la cantidad demandada.

Entonces cual es la consecuencia que la cantidad demandada disminuya o aumente, será al efecto sustitución y al efecto ingreso.

Efecto sustitución: Se ocasiona cuando los precios de los productos sustitutos cambian es decir aumenta su precio por lo tanto alcanza para comprar menos, si baja su precio alcanza para comprar más.

Efecto ingreso: Una persona que tiene un cierto salario le alcanza para comprar ciertos productos para su consumo en su hogar, si llegase aumentar los precios de los productos le alcanzara a comprar menos cantidad de producto, bien y/o servicio, y si llegase disminuir los precios la cantidad demandada aumenta.

2.2 Curvas de la demanda

Tabla de la demanda

La tabla de demanda que significa, ¿cómo se construye? Se requieren datos de los distintos niveles de precios con su respectiva cantidad demandada, esto nos llevaría más adelante a construir nuestra curva de la demanda. Se conoce como tabla de demanda individual la demanda de consumo de un comprador, y la tabla de demanda de mercado, es la suma de todas las demandas individuales a los diferentes niveles de precios en el mercado.

Tabla de demanda del producto jugo en lata del consumidor "Juan"

En el siguiente cuadro se muestra la imagen de un producto siendo jugo en la presentación de lata de 355 ML de sabor durazno, columna “A”, en la columna “B” se visualiza los diferentes niveles de precios de ese producto ¿por qué se encuentran distintos precios? porque deseamos conocer como el consumidor Juan responde a la compra de ese producto a los diferentes niveles de precio, considerando su mismo ingreso y todos los demás factores permanecen constantes, en la columna “C” se visualiza la cantidad demandada de ese producto a esos diferentes niveles de precios.

Observe qué pasa si el consumidor Juan durante el año 2023 tiene su mismo salario, consideramos que su deseo es igual a la cantidad demandada comprada, entonces en un año Juan compra estas cantidades de producto.

Tabla 13.

Tabla de demanda.

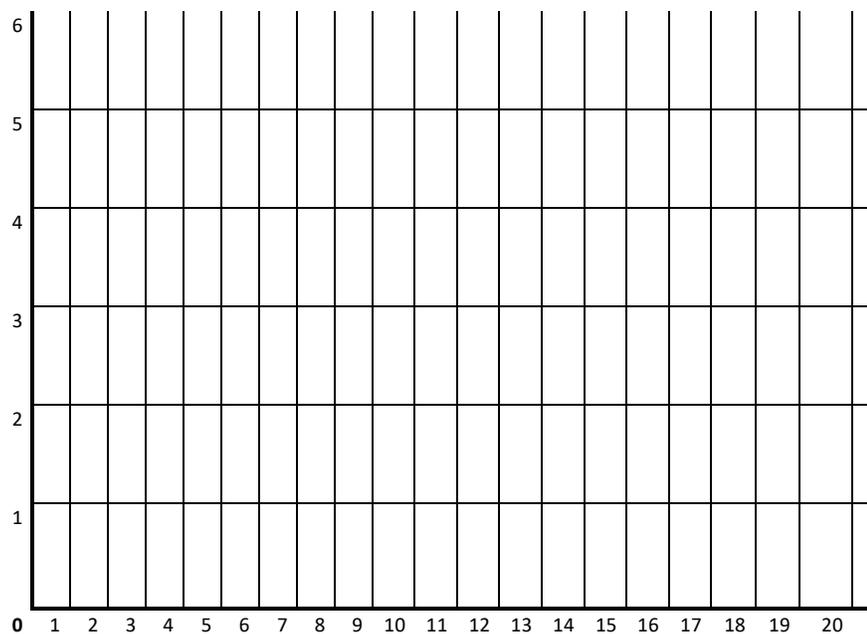
| A | B | C | |
|---|--------|----------------------------|-------|
| Jugo Durazno lata 355 ML | Precio | Cantidad demandada por mes | Punto |
|  | \$9 | 18 | A |
| | \$10 | 15 | B |
| | \$11 | 13 | C |
| | \$12 | 11 | D |
| | \$13 | 10 | E |
| | \$14 | 7 | F |
| | \$15 | 4 | G |
| | \$16 | 1 | H |

Nota 1. Adaptado [Imagen] https://es.made-in-china.com/co_shanghaijima/product_12oz-Standard-355ml-Sleek-Slim-Blank-Aluminum-Cans-Rexam-Beverage-Can-Company_eoruugiyy.html

Paso 1: Entonces pasaremos a tomar esos datos numéricos y trasladarlos a un cuadrante de “plano cartesiano” para construir la curva de demanda del consumidor Juan de ese producto. En el eje horizontal “x” se coloca la cantidad, en el eje vertical “y” se colocan los precios, véase el siguiente diagrama.

Figura 17.

Plano cuadrangular



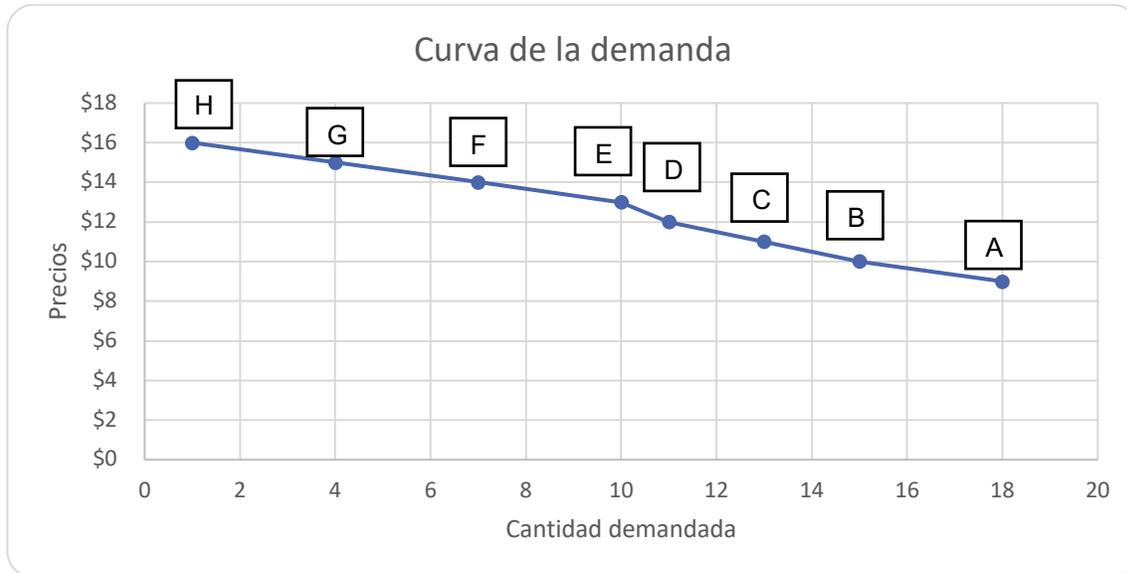
Cantidad

Nota. Elaboración propia de cuadrícula para construcción de curva demanda.

Paso 2: Se ubican los puntos para marcarlos y posteriormente se unen los puntos para dar la línea de la denominada curva de la demanda que mostrara la relación del precio con su cantidad de demandada respectiva, quedando de la siguiente manera.

Figura 18.

Gráfica de la curva de la demanda.



Nota 1. Esta gráfica muestra la curva de la demanda del consumidor Juan para este producto.

Nota 2. Esto quiere decir que la curva de demanda individual tiene una pendiente negativa, es decir si un factor aumenta (precios) entendiéndose como “causa” provoca que el otro factor disminuya (cantidad demandada) es decir es el resultado es decir es la “consecuencia”, entonces también se dice que tiene una relación inversa.

Nota 3. También podemos decir que, si los precios están bajos la cantidad demandada es alta, y a medida que aumentan los precios la cantidad demandada tiende a disminuir, por lo tanto, sigue siendo una pendiente negativa, porque tiene una relación inversa, si un factor aumenta (precio) ocasiona que el otro factor cantidad (disminuya).

Nota 4. La gráfica demuestra que existe un movimiento sobre la misma curva de la demandada es decir se mueve sobre la misma línea, cambia sobre la misma curva de demanda.

Ejemplo 2. Tabla de la demanda de mercado de varios consumidores

En la siguiente tabla se muestra los datos recopilados de la cantidad demanda del producto jugo en presentación de lata 355 ml para distintos consumidores, veamos que son 5 consumidores que han consumido durante un mes, si a ellos les presentasen 8 diferentes niveles de precios su compra variaría por el precio, veamos que la tabla de demanda arroja información valiosa de los consumidores y podemos resumir lo siguiente:

Consumidor Juan (columna C): Es un consumidor promedio en el consumo de esta bebida, que a pesar de que aumenten el precio sigue consumiendo.

Consumidor María (columna D): Es una consumidora del jugo de lata, pero se visualiza que a medida que aumenta el precio cae significativamente la cantidad demandada es decir creemos o suponemos que esa consumidora es una persona que cuida su salud, además de que suponemos que no es su bebida preferida, tiene sustitutos de esa bebida, entonces es un consumidor con la cantidad de demanda débil.

Consumidor Pedro (columna E): Es un comprador asiduo, consume demasiado jugo de durazno, muy probablemente le encanta el producto, a pesar de que los niveles de precios siguen aumentan siempre consume, suponemos que es un consumidor aparte que sacrifica algunos otros productos de compra para adquirir su jugo, o puede ser que disponga un ingreso alto para poder comprar bastante jugo.

Consumidor Luis (columna G): Es un consumidor con una escasa compra es decir consume 2 unidades en el mes, es muy probable que ese consumidor no sea de su agrado el jugo, es esporádico su consumo siempre y cuando este bajo el precio, aun así, si llegase a bajar aún más el precio probablemente no consuma más, pueden ser varios factores tales como -condiciones de salud, prefiere consumir agua natural, o prefiere refrescos, o alguna otro líquido- en fin.

Se deduce que cada consumidor es distinto en el mercado, y su toma de decisiones en cuánto a su compra es variada siempre y cuando los demás factores permanecen constantes, véase el siguiente cuadro, denominado tabla de la demanda de mercado.

Tabla 14.*Construcción de Tabla de Demanda de Mercado.*

| A | B | C | D | E | F | G | H | I |
|---|--------|------|-------|-------|------|------|--|-------|
| Jugo Durazno lata 355 ML | Precio | Juan | María | Pedro | Rosa | Luis | Suma demanda individuales = Demanda Md | Punto |
|  | \$9 | 18 | 6 | 40 | 30 | 2 | | A |
| | \$10 | 15 | 4 | 35 | 25 | 0 | | B |
| | \$11 | 13 | 0 | 30 | 20 | 0 | | C |
| | \$12 | 11 | 0 | 25 | 10 | 0 | | D |
| | \$13 | 10 | 0 | 20 | 5 | 0 | | E |
| | \$14 | 7 | 0 | 15 | 0 | 0 | | F |
| | \$15 | 4 | 0 | 10 | 0 | 0 | | G |
| | \$16 | 1 | 0 | 5 | 0 | 0 | | H |

Nota. Para completar la tabla es necesario sumar todas las cantidades de demanda individual de mercado y colocar el resultado en la columna H para cada nivel de precios.

Tabla 15.*Tabla de demanda de mercado resultado.*

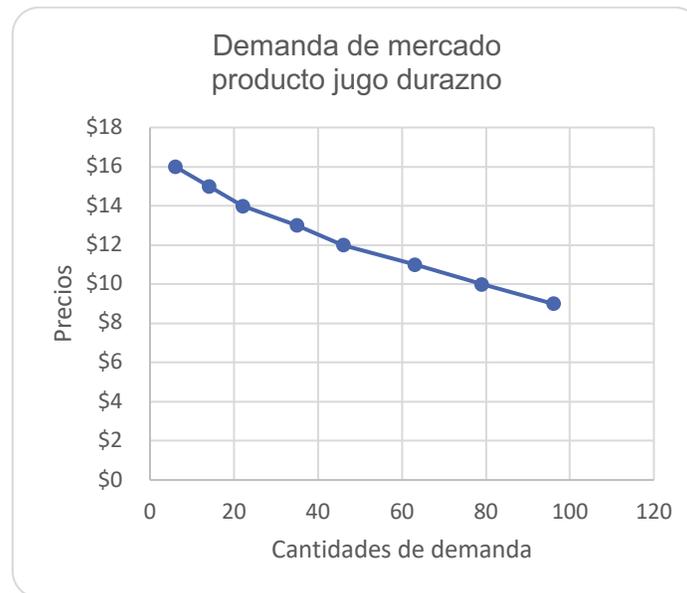
| A | B | C | D | E | F | G | H | I |
|---|--------|------|-------|-------|------|------|--------------------------|-------|
| Jugo Durazno lata 355 ML | Precio | Juan | María | Pedro | Rosa | Luis | Suma dem. Ind = De. Mdo. | Punto |
|  | \$9 | 18 | 6 | 40 | 30 | 2 | 96 | A |
| | \$10 | 15 | 4 | 35 | 25 | 0 | 79 | B |
| | \$11 | 13 | 0 | 30 | 20 | 0 | 63 | C |
| | \$12 | 11 | 0 | 25 | 10 | 0 | 46 | D |
| | \$13 | 10 | 0 | 20 | 5 | 0 | 35 | E |
| | \$14 | 7 | 0 | 15 | 0 | 0 | 22 | F |

| | | | | | | | | |
|--|------|---|---|----|---|---|----|---|
| | \$15 | 4 | 0 | 10 | 0 | 0 | 14 | G |
| | \$16 | 1 | 0 | 5 | 0 | 0 | 6 | H |

Nota. Elaboración propia.

Figura 19.

Gráfica de la curva de la demanda construida.



Nota. Se observa el comportamiento de la curva de demanda de mercado a los diferentes niveles de precios siempre y cuando los demás factores permanezcan constantes, demuestra que presenta una pendiente negativa, o inversa; es decir a medida que los precios aumentan la cantidad demandada es baja y al contrario si los precios bajan la cantidad demandada aumenta.

Antes de abordar y/o explicar el tema de desplazamiento ilustrare de manera literal mostrare sobre el movimiento versus desplazamiento. Fotografía A. Cada una de las corredoras está en su carril y va a efectuar una carrera sobre su mismo carril por lo tanto realizara un movimiento sobre el mismo, en cambio en la Fotografía B. Cada una de las corredoras tomo una decisión diferente por lo que decidieron desplazarse hacia la izquierda o derecha entonces ya no permanecen en su carril por lo tanto se desplazaron.

Figura 20.

Ejemplificación de movimiento versus desplazamiento.



Nota 1. Adaptado [Fotog. A]

<https://civideportes.com.co/blog/caracteristicas-de-una-pista-de-atletismo-medidas/>

Nota 2. Adaptado [Fotog. B]

<https://www.marca.com/primeraplana/2022/08/21/62fa6a7046163fbd7e8b45bb.html>

Diferencias entre movimiento sobre la misma curva de demanda y desplazamiento de la curva de demanda.

Cuando se dice que los “demás factores permanecen constantes” ¿a qué se refiere? Significa que no cambia en absoluto nada, solo el precio, volvemos al ejemplo de la lata de jugo de durazno de 355 ML, aparte de modificar el precio de ese producto y si llegase a cambiar algún otro elemento, o factor que no tenga nada que ver con el precio, serían estos tipos de ejemplos.

1. Cambios en el material de empaque (botella vidrio, empaque de cartón, empaque de plástico, etc.) es diferente al empaque de lata de aluminio.
2. Cambios en la cantidad de mililitros (es decir que cambie a ½ litro, 1 litro, etc.)
3. Cambios en el diseño del empaque
4. Cambios en algún elemento o insumo requerido para la producción.
5. Utilizar otras campañas publicitarias, entre otros

6. Cambios en el sabor

Figura 21.

Factor desplazamiento ejemplo de envases.



Nota 1. Adaptado [Fotografías] Tomadas de la red.vEn la figura se muestran distintos tipos de envase para jugo, puede ser que el consumidor sustituya alguno por la presentación de lata.

Diferencias entre movimiento sobre desplazamiento sobre gráficas de demanda

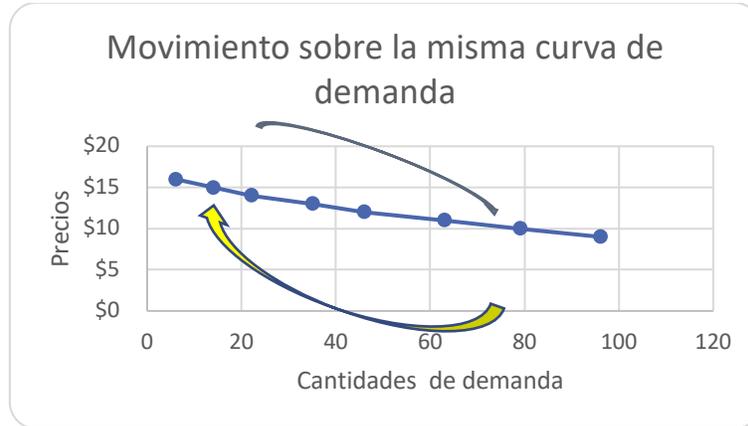
Movimiento sobre la misma curva de demanda (PRECIO) Esquema gráfico 1

versus

Desplazamiento de la curva de demanda (**6 FACTORES**) Esquema gráfico 2

Figura 22.

Esquema gráfico 1. **Movimiento** sobre la misma curva de demanda



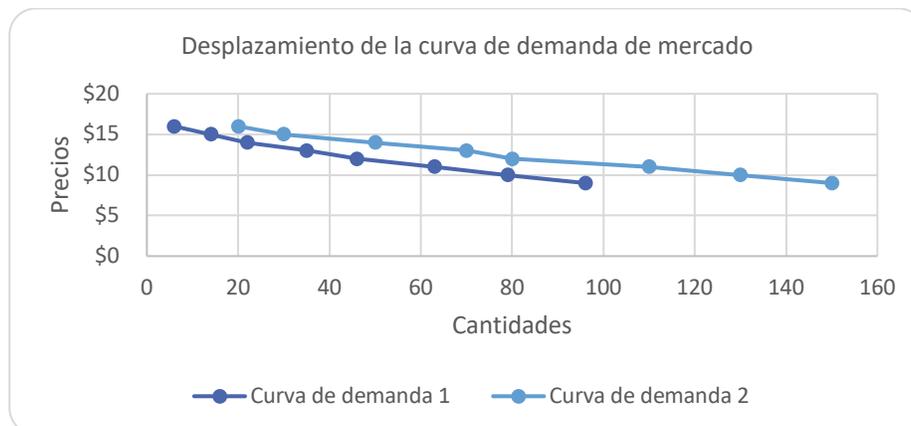
Nota 1. Cuando el precio está en \$16.00 pesos la cantidad demandada es de 6 unidades, y si llegase a bajar el precio a \$9.00 pesos los consumidores compran más unidades por estar económico y compran hasta 96 unidades.

Nota 2. Cuando el precio está en \$10.00 pesos la cantidad demandada es de 79 unidades, y si llegase a aumentar el precio a \$15.00 pesos la cantidad demandada disminuye, siendo solo 14 unidades de compra.

Nota 3. La variación en precios (sea un aumento o disminución) provoca un cambio en la cantidad demandada, ocasionando un movimiento sobre la misma curva de demanda, el único factor que provocó el cambio es el precio siempre y cuando todos los demás factores permanecen constantes.

Figura 23.

Esquema gráfico 2. **Desplazamiento** de la curva de demanda.

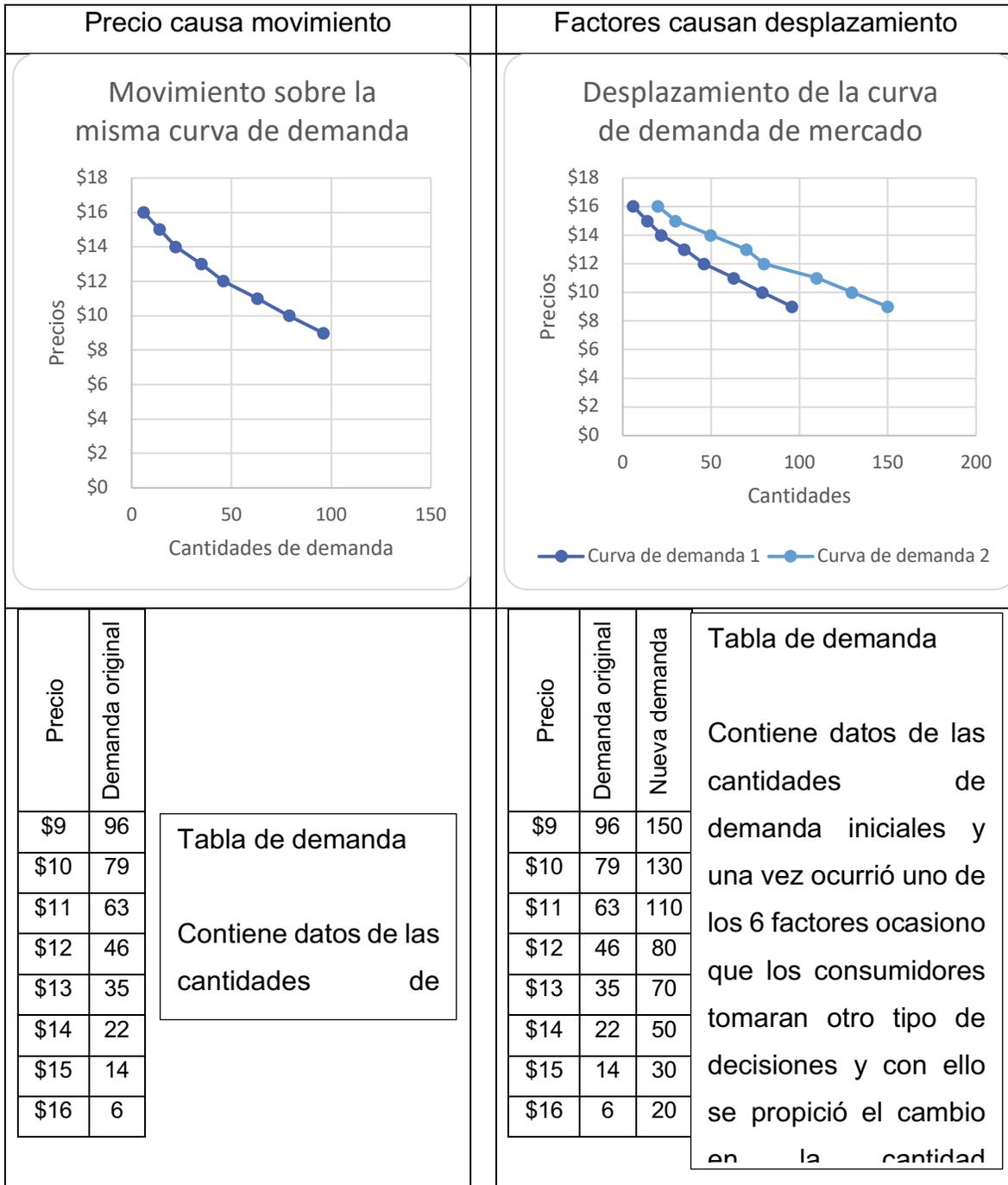


Nota 1. Observe que la gráfica contiene dos curvas de demanda, esto quiere decir que encuentra una curva de demanda 1 (siendo la original) y por algunos de los 6 factores que intervienen, se suscitó un incremento en

la demanda, por lo tanto, las cantidades son mayores y esto ocasiona que se genere una nueva curva de demanda 2, por lo que son dos temas totalmente distintos.

Figura 24.

Resumen Movimiento versus Desplazamiento curva de la demanda.



Nota. Elaboración propia para la comprensión del tema.

2.3 Factores de desplazamiento de la curva de demanda

En el tema de la demanda, existen factores que modifican el nivel de consumo sin embargo no es el factor precio el que ocasiona el cambio, sino alguno de los factores de desplazamientos, para entender observe que indica el autor Parkin (2018) “Los precios de los bienes relacionados, precios esperados en el futuro, el ingreso, el ingreso y el crédito esperados en el futuro, la población, las preferencias” (Parkin, 2018, p.59)

De acuerdo con el autor en los mercados competitivos las empresas desean siempre estar muy cerca de los consumidores, conocer sus gustos y sus preferencias, su nivel de ingreso, etc., por ello para la economía es fundamental observar al consumidor desde la teoría del consumidor y analizar el porqué de su toma de decisiones en cuanto a compra o la adquisición de sus productos, además la economía se centra en el ser humano sabe que recibe un salario o remuneración por las actividades que realiza siendo de trabajo, o de recibir ingreso por colocar en alquiler alguna propiedad, etc., deja muy en claro que el precio no es el único factor que propicia cambios en la cantidad demandada. Observe el primer factor.

El precio de los bienes relacionados, es simplemente los productos que son sustitutos en sí, los consumidores de acuerdo a sus gustos y preferencias hacia ciertos producto, bien y/o servicio saben que existen sustitutos y ello permite que exista posibilidades diferentes de compra, en ocasiones los productos sustitutos tienden a modificar su precio, ejemplo si baja el precio del producto sustituto el consumidor decide optar por comprar este último, para que pueda tener mayor posibilidad de compra con el ingreso disponible, a continuación se presenta una tabla de demanda y su gráfica correspondiente para ilustrar un ejemplo del producto de azúcar blanca versus mascabada.

El kilo de azúcar para el consumo de una familia a la semana, en un sondeo de precios en la ciudad de Tijuana la bolsa de azúcar blanca de un kilo tiene un precio

de venta \$40.60, que se usa para endulzar los alimentos y/o bebidas. La bolsa de azúcar mascabada el kilo tiene un precio de venta \$54.00 de igual manera es para endulzar los alimentos y bebidas, pero son sustitutos entre sí.

Figura 25.

Fotografía de azúcar blanca y morena.

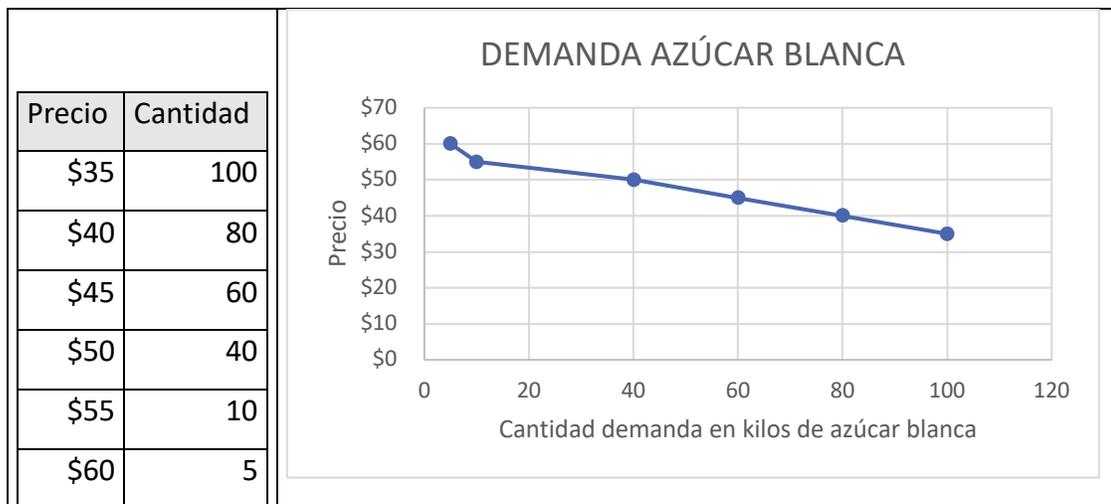


Nota. Adaptado [Imagen] Link https://st2.depositphotos.com/1757115/9015/i/i/450/depositphotos_90158794-stock-photo-various-types-of-sugar-brown.jpg

Tabla de datos con su gráfica del consumo de azúcar en el mercado a los diferentes niveles de precio.

Figura 26.

Tabla y Gráfica de Demanda de Azúcar Blanca.



Nota. Elaboración propia

Figura 27.

Tabla y Gráfica de Demanda Azúcar Mascabada.

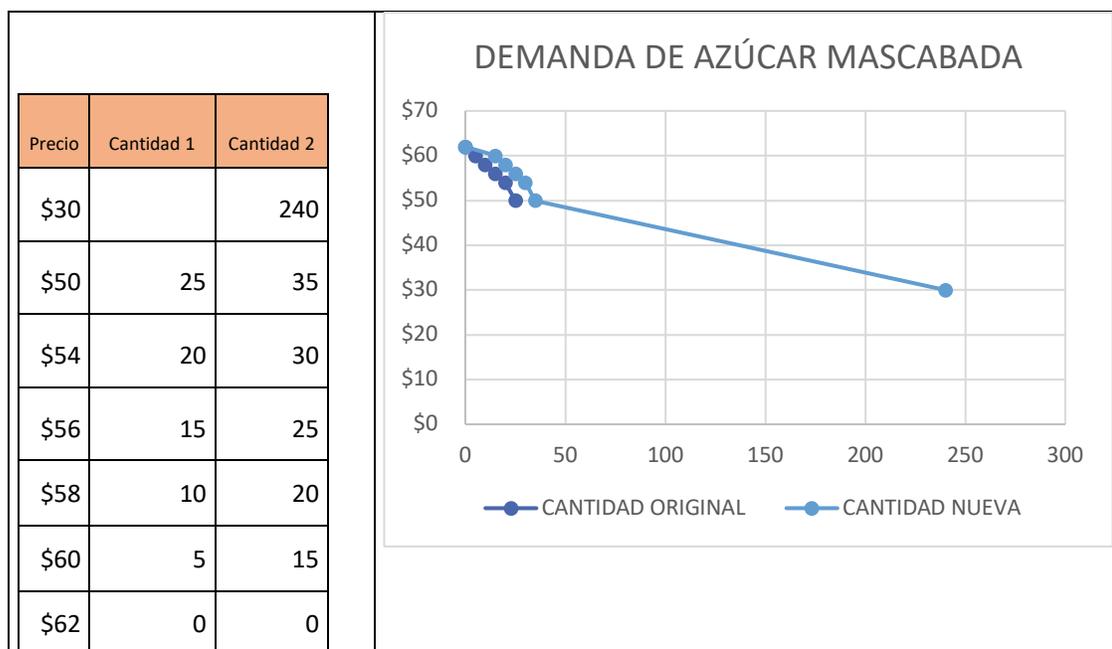


Nota. Elaboración propia.

¿Qué pasaría en el mercado para clientes nuevos del azúcar, si al siguiente mes, el precio de la azúcar morena baja a \$30 pesos el kilo? Veamos qué pasa con los consumidores. Véase la siguiente gráfica.

Figura 28.

Ejemplo resuelto desplazamiento curva de la demanda.



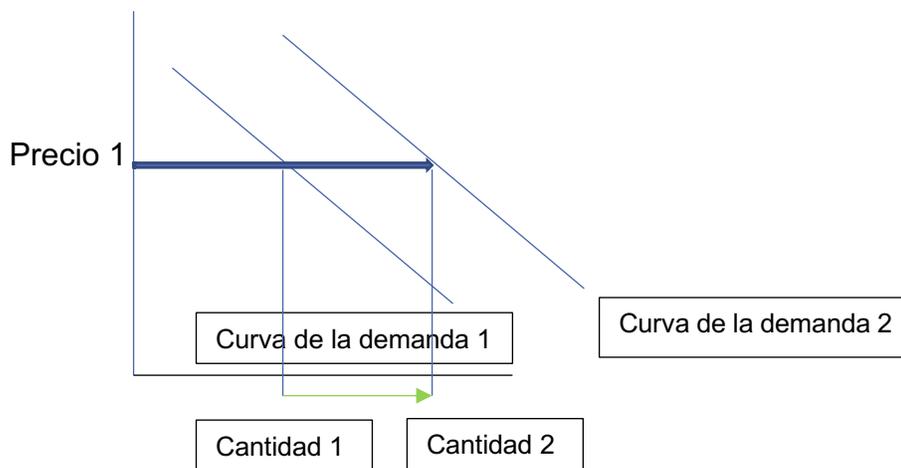
Nota 1. Elaboración propia.

Nota 2. La disminución de precio del kilo de azúcar mascabada como sustituto de la azúcar blanca provocó que los consumidores de azúcar blanca dejaran de consumir y se pasaron a la compra del kilo de azúcar mascabada, por lo tanto, la curva de demanda presentó un desplazamiento hacia la derecha.

Los precios esperados en un futuro, se conoce que existen algunas frutas de temporada, por ello los precios en el mercado se elevan, por las condiciones climatológicas o simplemente por la sequía que se viene, o por escasez de agua, sabemos que de antemano el precio en un futuro se va a elevar, y tomamos la decisión como consumidor comprar hoy en el presente, y sacrificar el consumo en el futuro. Ejemplo gráfico siguiente.

Figura 29.

Gráfica de desplazamiento.

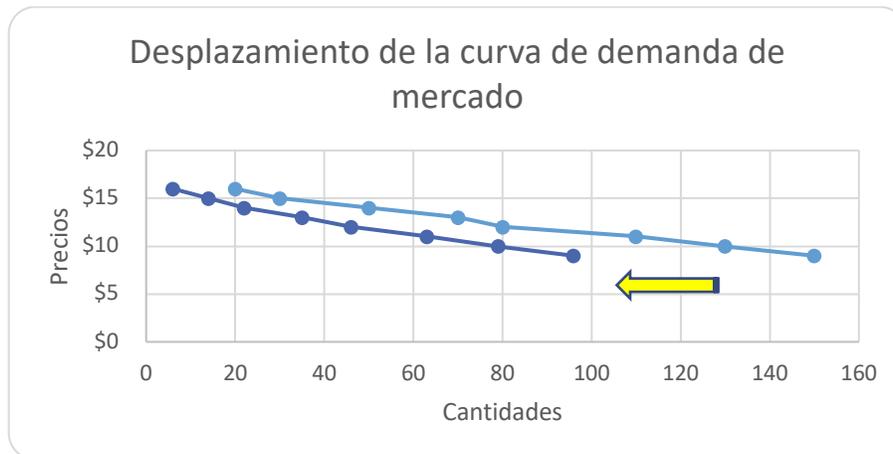


Ingreso, los consumidores a lo largo de su vida, tienden a cambiar de trabajo, o bien ascienden de puesto, que se traduce en mejores salarios, es decir incrementa su remuneración, o simplemente le suben sus salarios cada año, veamos como impacta en la curva de la demanda, es decir es un factor que propiciara un aumento en la cantidad demandada, por lo tanto, consumen más. A continuación, presento el esquema gráfico de algunos consumidores que se vieron afectados por la

pandemia del año 2020, cuando se redujeron sus salarios, algunos perdieron su fuente de ingresos, es decir probablemente algunos ahorros se fueron acabando y empezaron a reducir el consumo, vea que pasa con la curva de demanda.

Figura 30.

Ejercicio resuelto desplazamiento curva de la demanda.



Nota. La curva de demanda se desplaza hacia la izquierda.

Tipo de bienes

Ciertos consumidores cuando experimentan un aumento de su salario empiezan a gastar más, porque un gran porcentaje de los consumidores entre más gana más gasta, habrá sus excepciones podrá ahorrar ese ingreso adicional; veamos la clasificación del tipo de bienes, están los bienes normales y los bienes inferiores se muestran algunos ejemplos.

Tabla 16.

Bienes normales y Bienes inferiores.

| Bienes normales | Bienes inferiores |
|------------------------|-----------------------|
| Pollo, Lecha, Carne | Transporte autobús |
| Manzanas, videojuegos | Correo postal |
| Agua embotellada | Avena |
| Huevos, Salida al cine | Ver películas en casa |

Nota 1. Elaboración propia.

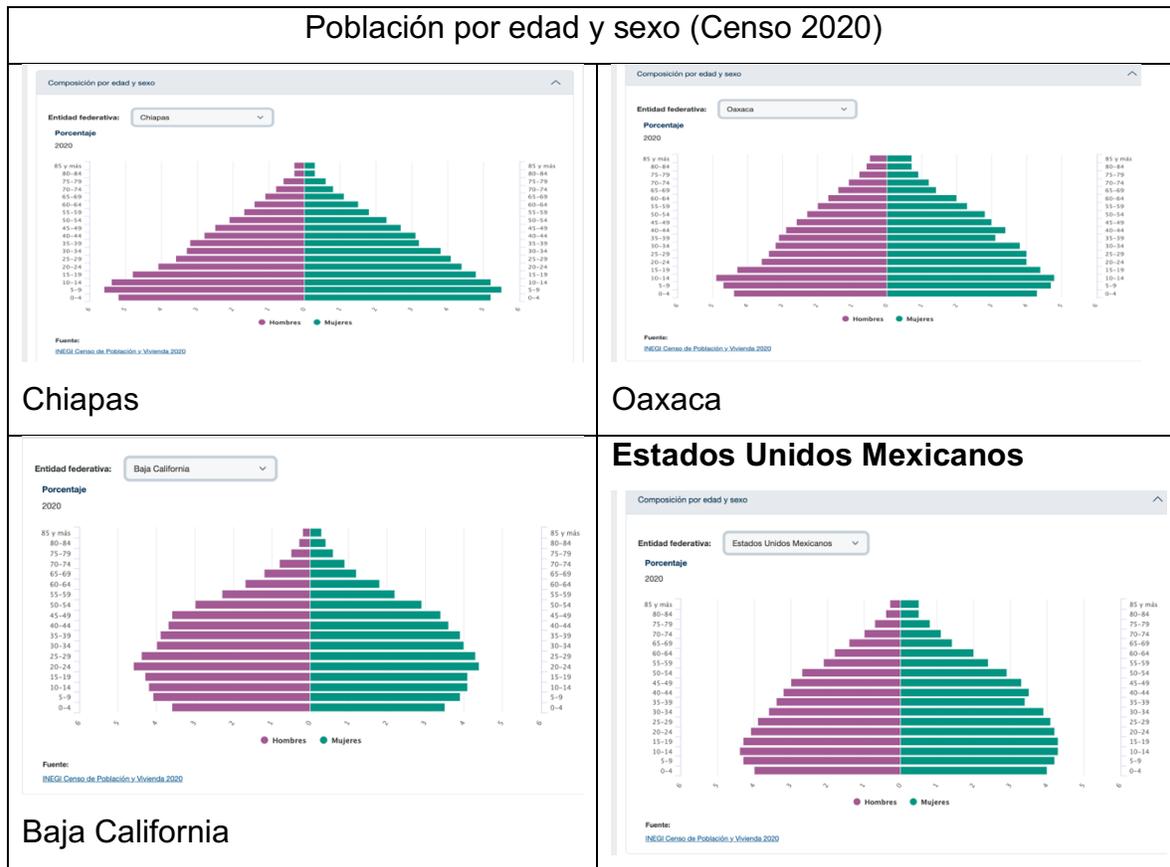
Nota 2. Cada individuo o familia presenta diferentes consumos.

Ingreso y créditos futuros, en este caso vemos los ejemplos actuales por ejemplo el uso del crédito para comprar cosas, los meses sin intereses (que pueden ser a aplazo de 6,12, 18 o 24 meses sin intereses de algunas tarjetas de crédito es decir se puede comprar hoy en el presente, aumenta así la demanda actual; y posteriormente se paga, o bien puede ser también el caso de recibir aguinaldos a fin de año o recibir incentivos adicionales y al conocer que llegara un extra de dinero el consumidor tiende a consumir en la actualidad.

Población, un incremento de la población en una ciudad, o una región genera un mayor consumo de producto, bien y/o servicio, es importante conocer los índices de natalidad e índice de mortalidad, conocer el volumen de personas que conforman la composición por edad y sexo de la población, de manera específica es importante porque con ello se conocerá el grueso de la población que demandara producto, bien y/o servicio, a continuación se muestra los gráficos de alguna de las entidades federativas de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística e Información (INEGI), según el Censo de Población y Vivienda 2020 (Censo 2020) se realizó del 2 al 27 de marzo; en éste participación poco más de 147 mil entrevistadoras y entrevistadores que recorrieron los cerca de dos millones de kilómetros cuadrados del territorio nacional. Recuperado el 3 noviembre 2023, de <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/>

Figura 31.

Gráfica comparativa de Población por edad y sexo.

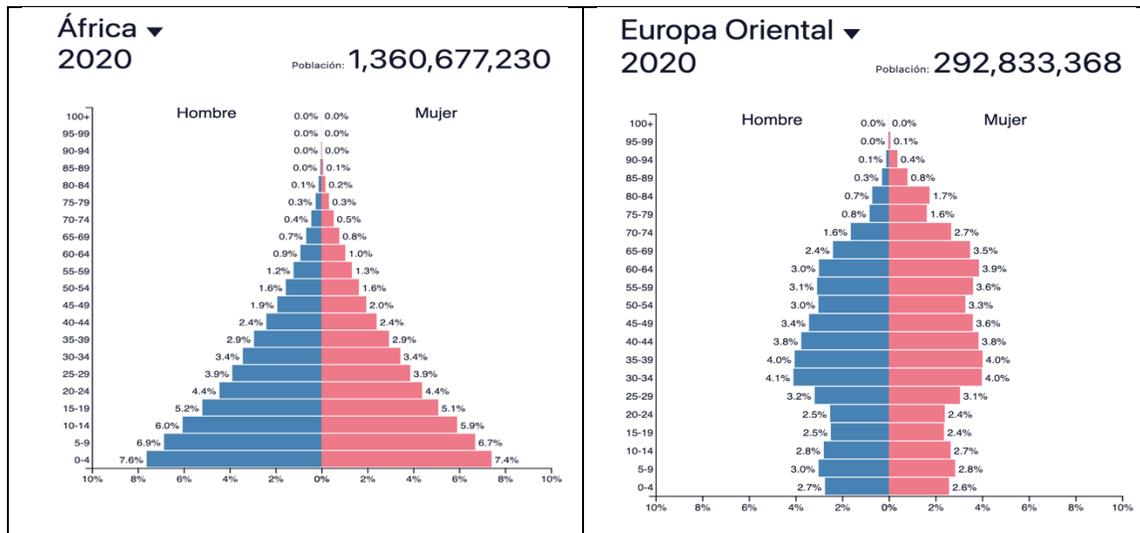


Nota 1. Se puede observar en los diferentes esquemas gráficos por entidad federativa de su población por edad y sexo (INEGI)

Nota 2. Se puede observar que es importante conocer las características de los segmentos de población debido a que el comportamiento del consumo será distinto.

Figura 32.

Comparativo de población África versus Europa Oriental.



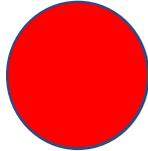
Nota 1. Datos obtenidos <https://www.populationpyramid.net/es/europa-oriental/2020/>

Nota 2. Se puede observar que el rango de edades de población va a repercutir en la demanda, en países que integran al Continente África su conformación se ve totalmente distinta a la zona de Europa Oriental, es decir que en un futuro ambas regiones sus habitantes tendrán un consumo diferente, África tendrá que cubrir demanda de personas jóvenes, en cambio Europa su población joven esta decreciendo alarmadamente.

Preferencias. este último factor de desplazamiento de la curva de la demanda es cuando el consumidor va adoptando cambios en sus gustos y preferencias, es decir no todo el tiempo serán los mismos consumos, a medida que el consumidor va avanzando en su trayecto de vida, los gustos van cambiando, ejemplo dejara de consumir ciertos productos “dañinos para la salud” y opte por consumir sano, o bien consumidores que desean realizar compras electrónicas en vez de compras físicas, por mencionar algunos ejemplos; existen herramientas mercadológicas que pueden inducir al consumidor hacia ciertos productos pero la economía realiza un análisis a detalle de los factores involucrados.

Todos los factores anteriores provocan un desplazamiento de la curva de la demanda hacia la derecha o hacia la izquierda; cuando es positiva se desplaza hacia la derecha, y cuando es negativa se desplaza hacia la izquierda.

La oferta



En este apartado se describirá que es la oferta en economía, cabe mencionar que algunos estudiantes confunden el término de “oferta” como los beneficios que brindan ciertas tiendas de autoservicios en su producto, bien y/o servicio para atraer consumidores a que adquieran sus productos, o bien puede ser que se vea como una rebaja existente, o algún descuento en los productos tales como 3x2, o 2x1, o en la compra de un producto llevarse la mitad de precio del otro producto; pero en realidad no es mitad de precio, simplemente es un descuento al final del ticket arrojado en la compra del producto, bien y/o servicio.

Es importante para el estudiante de administración la comprensión del concepto de economía, la oferta se visualiza como nuestra cachucha color rojo, es decir en este momento se adopta el papel del empresario, que es conveniente para los empresarios, y su respuesta es sencilla generar ganancias, utilidades netas, etc., entonces las empresas son creadas para ese objetivo, si satisfacen las necesidades de los consumidores a través del producto, bien y/o servicio que entregan al mercado; pero la realidad es que los empresarios arriesgan su tiempo, su capital, y su costo de oportunidad para maximizar ganancias. El papel de un administrador es aportar a la organización la oportunidad de obtener ganancias extraordinarias, la forma de lograrlo es conocer a la organización en su cabalidad y conocimiento de la estructura de mercado en la cual participa, así como amplio conocimiento de las condiciones regionales-internacionales-globales que pueden afectar a la empresa, su planeación empresarial, etc., en fin, una serie de factores que durante el mismo curso se abordara.

Oferta.

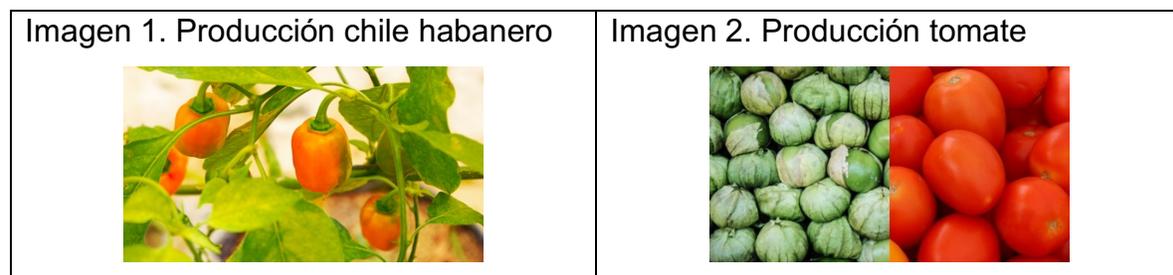
El autor Parkin (2018) indica “si una empresa ofrece un bien o un servicio, es porque 1. Cuenta con los recursos y la tecnología para producirlo. 2. Puede obtener

utilidades a partir de su producción. 3. Planea producirlo y venderlo” (Parkin, 2018, p.62)

El empresario con habilidades empresariales analizara que es lo más conveniente para maximizar ganancias, y decidirá cuál es o cuales son las mejores alternativas que le permitan obtener las mejores ganancias y/o utilidades: si el empresario cuenta con recursos y tecnología se preguntara que producto, bien y/o servicio son los más pertinentes para su producción y comercialización, que le generaría un mayor beneficio, a continuación, se presenta un ejemplo de distintos productos sembrados.

Figura 33. Diferentes aplicaciones que utilizan recursos y tecnología.

Diferentes aplicaciones que utilizan recursos y tecnología.



Nota 1. Chile Habanero, link <https://www.gob.mx/firco/articulos/chile-habanero-con-denominacion-de-origen?idiom=es>

Nota 2. Producción tomata, tomatillo. <https://www.gob.mx/agricultura/articulos/jitomate-o-tomate-276566>

Además, involucra la decisión de saber cuál de ellos genera utilidades a partir de su producción y donde se vendería. Sin embargo, reitero lo más importante es la localización del mercado meta, quien piensa donde se vendería anda atrasado es mejor a quien lo vendería. Como empresario es elemental tomar decisiones basadas exclusivamente en las necesidades de los consumidores y evaluar si es factible obtener ganancias mejores e inmediatas, todo esto se puede hacer mediante un proceso de análisis de mercado.

Por lo tanto, los empresarios ofertan aquellos productos bienes y/o servicios que generan la mayor rentabilidad o utilidad posible, existen empresarios que

combinan y diversifican productos, bienes o servicios que les permitan captar más utilidades, es por ello que no es una decisión sencilla, se debe contar con habilidades empresariales en todos los aspectos como mercado, producción, logística, administración, etc.

La cantidad de producción es determinada a partir del conocimiento del mercado, producir de más cantidad y que el mercado no acepte dichos artículos o productos provocaría una saturación en el mercado, y a la larga no puede ser bueno. Por eso la **cantidad ofrecida** por la empresa es la planeación que se hace para un tiempo determinado y a un precio específico que se va a vender, es decir debe conocer su costo final para agregar el valor porcentual de ganancia y pueda analizar en términos de mercado si es factible para la empresa arriesgarse a esa producción.

Es importante que las empresas produzcan solo y exclusivamente la cantidad de demanda, para evitar excesos de cantidad ofrecida, hemos visto a lo largo de la vida que las empresas por querer abarcar más mercado elevan su producción y el producto se queda sin compra en el mercado, y al final sale perdiendo la empresa o sale perdiendo el distribuidor o comerciante.

El factor temporal es vital y primordial en todos los giros, negocios de los productos bienes y/o servicios puesto que existen algunos servicios o productos con temporadas bajas o altas, y ello puede repercutir en la toma de decisiones de producción. Los empresarios observan muy de cerca el precio de estos puesto que influyen en los planes de venta, sin descartar los atributos, ventajas del producto, se sabe que son elementos que capturan la atención del consumidor, y una vez convencido de la compra, pasa a valorar si vale la pena el precio de ese producto, entonces una vez más por el lado de la empresa (oferta) es determinante que el precio es el factor más importante.

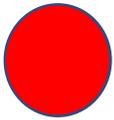
Algunos ejemplos de empresas privadas de nuestro sistema financiero que buscan mantenerse y crecer en México, se puede localizar en internet los sitios

oficiales de bancos conocidos, por derechos de autor se omiten las imágenes de los Bancos en este documento para ejemplificar.

Ley de la oferta

Para Parkin (2018) establece: “Si todos los demás factores permanecen sin cambio, cuanto más alto sea el precio de un bien, mayor es la cantidad ofrecida del éste; y cuanto menor sea el precio de un bien, menor será su cantidad ofrecida” (Parkin, 2018, p.62)

De acuerdo al autor centraremos este enunciado de la ley de la oferta, muy a menudo puedo generar confusión a los estudiantes puesto que aun regresan a pensar como un consumidor, y en realidad estamos frente a un círculo rojo.



El empresario sabe y conoce como está participando su producto, bien y/o servicio en la estructura de mercado de cierta región, sabe y conoce cuáles son sus costos totales, sabe y conoce que porcentaje de ganancia espera de estos mismos, considerando el pago de impuestos, que le permita obtener utilidad neta, esto es considerando la cantidad producida sea equivalente a la cantidad vendida en un determinado tiempo -claro existen excepciones -.

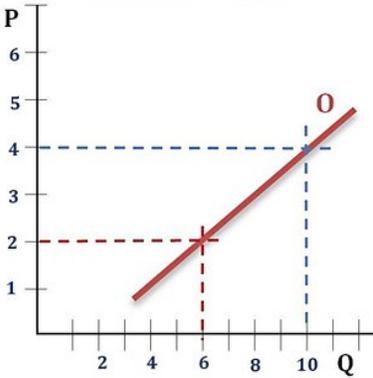
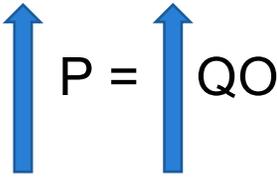
Ante el escenario cambiante el empresario debe estar preparado para las condiciones adversas del mercado, es decir conocer a los consumidores y sus necesidades, a la competencia, al entorno climatológico, entorno de leyes, etc., para tomar las decisiones en el momento oportuno y no perder tiempo en demasiados planes, análisis debido a que los mercados y los consumidores no esperan, es por ello que las habilidades empresariales deben contemplar un alto grado de compromiso, tenacidad, trabajo sobre presión, trabajo sobre objetivos, no es cualquier decisión estar al frente de una organización; a veces el tardarse en tomar decisiones afecta a la organización, el mercado no espera, el mercado no perdona.

Cuando el precio aumenta en el mercado puede ser muy atractivo para los empresarios, aunque no sean mercados que no son de su experiencia, veamos el ejemplo no tan lejano lo que ocurrió con las restricciones a nivel mundial derivada de pandemia por el virus de COVID; el producto de la mascarilla para protección de no infección, estaba en el mercado la mascarilla en tiendas de la ciudad no rebasaba el precio de venta de los \$30 pesos, un desabastecimiento de ese producto derivada por la escasez que ocasiono la compra impulsada por la demanda, provoco que los consumidores pagaran el precio disponible en el mercado; aun buscando esas mascarillas en plataformas digitales tales de marcas reconocidas; había desabasto en el mercado, no tenían disponibles esas mascarillas por lo que se disparan el precio por encima de los \$400.00 pesos, entonces provoco que los empresarios vieran una oportunidad de mercado observaron el amplio margen de ganancia y buscaron a toda costa producirlos.

Cuadro explicativo Ley de la oferta

Figura 34.

Conceptualización y Gráfico Ley de la Oferta.

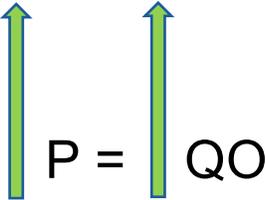
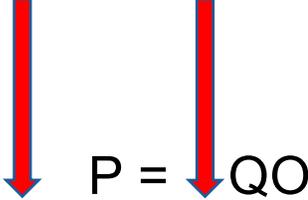
| Concepto: Ley de la oferta | Modelo gráfico | Abreviación |
|--|--|--|
| <p>Para Parkin (2018) establece: “Si todos los demás factores permanecen sin cambio, cuanto más alto sea el precio de un bien, mayor es la cantidad ofrecida del éste; y cuanto menor sea el</p> | <p style="text-align: center;">Curva de Oferta</p>  <p>Donde Precio es “P” eje vertical Donde Quantify: Cantidad es “Q”</p> | <p style="text-align: center;">  $P = QO$ </p> |

| | | |
|--|--|--|
| precio de un bien, menor será su cantidad ofrecida” (Parkin, 2018, p.62) | La curva de oferta muestra la relación del precio con la cantidad ofrecida | |
|--|--|--|

Nota. Cuadro explicativo de la Ley de la Oferta.

Figura 35.

Ley de la Oferta en signos.

| Abreviación | |
|---|--|
|  |  |
| <p>Causa: Precio</p> <p>Es decir, una modificación en el precio es decir hacia el alza, ocasiona que la cantidad ofertada aumente</p> | <p>Consecuencia: Cantidad ofertada</p> <p>Si la cantidad ofertada cambia, es debido al cambio en el precio</p> |

Nota. Donde Precio es igual a “P”, donde Cantidad Ofrecida es igual a QO

Se iniciará con la comprensión de la curva de la oferta (empresa), para poder construirla requerimos datos sencillos tales como precio y cantidad ofertada, para efectos de este manual de apuntes se continuará con los productos de los ejemplos anteriores. Por lo tanto, se requieren datos de los diferentes niveles de precio con su respectiva cantidad ofertada para poder graficar la curva de la demanda, se iniciaría como una oferta individual de mercado, es decir una sola empresa en el mercado, y posteriormente se incorporarán otras empresas distintas en el mercado

que ofrecen ese mismo producto para que la sumatoria de las cantidades ofrecidas a los diferentes niveles de precio, resulte en la cantidad ofrecida de mercado.

Ejemplo 2.

Tabla de oferta del producto jugo en lata de la empresa “X”

En el siguiente cuadro se muestra la imagen de un producto siendo jugo en la presentación de lata de 355 ML de sabor durazno, columna “A”, en la columna “B” se visualiza los diferentes niveles de precios de ese producto ¿por qué se encuentran distintos precios? porque se desea conocer como la empresa “X” responde a la venta de ese producto a los diferentes niveles de precio, considerando que lo único que varía es el precio y todos los demás factores permanecen constantes, en la columna “C” se visualiza la cantidad demandada de ese producto a esos diferentes niveles de precios.

Ve que pasa si la empresa “x” durante el año 2023 considerando su presupuesto y recursos y su nivel producción a su capacidad máxima con un esquema de producción sin cambios, para producir esas cantidades de producto (son datos hipotéticos, pero puede expresarse en miles de unidades), además que la empresa considera que desea un determinado porcentaje de ganancia, su costo total del producto es de \$9.00 pesos por unidad, recuerde que el costo y el precio de venta es diferente, el empresario siempre espera una ganancia sobre la inversión véase el cuadro siguiente:

Tabla 17.

Datos diferentes niveles de precios y cantidad de un Productor.

| A | B | C | |
|--------------------------|--------|---------------------------|-------|
| Jugo Durazno lata 355 ML | Precio | Cantidad ofrecida por mes | Punto |
| | \$9 | 0 | A |
| | \$10 | 0 | B |

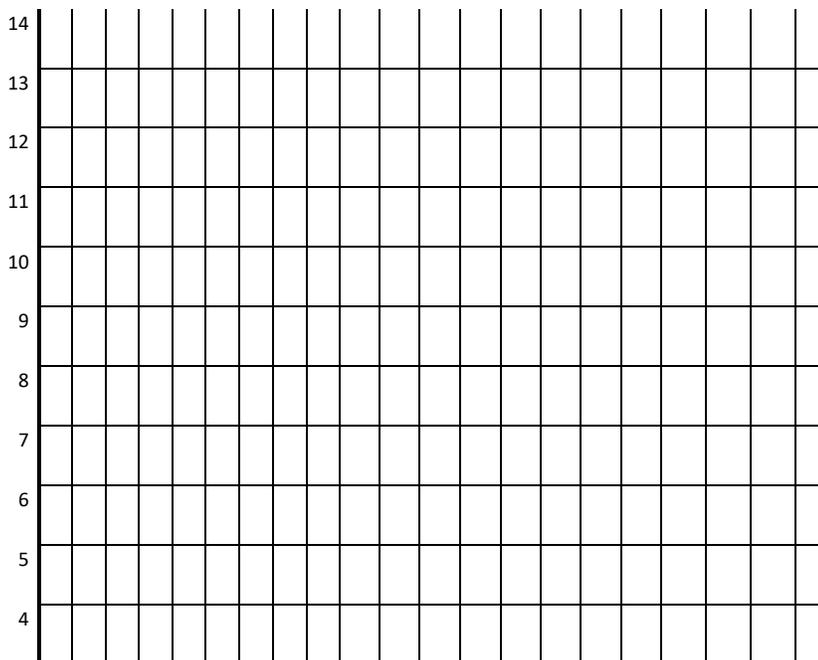
| | | | |
|---|------|----|---|
|  | \$11 | 5 | C |
| | \$12 | 15 | D |
| | \$13 | 20 | E |
| | \$14 | 30 | F |
| | \$15 | 40 | G |
| | \$16 | 50 | H |

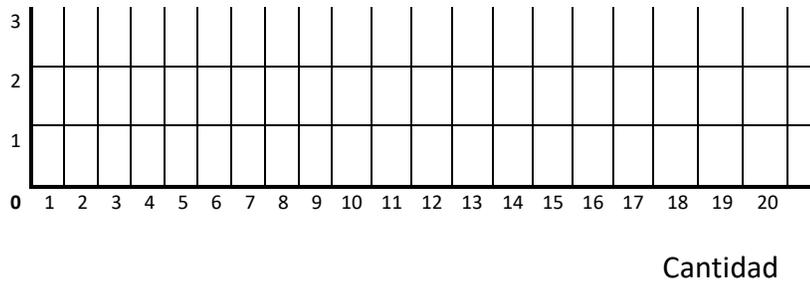
Nota 1. Adaptado [Imagen] https://es.made-in-china.com/co_shanghaijima/product_12oz-Standard-355ml-Sleek-Slim-Blank-Aluminum-Cans-Rexam-Beverage-Can-Company_eoruugiyy.html

Paso 1: Pasar los datos numéricos y trasladarlos a un cuadrante de “plano cartesiano” para construir la curva de oferta de la empresa “X” de ese producto. En el eje horizontal “x” se coloca la cantidad, en el eje vertical “y” se colocan los precios, véase el siguiente diagrama.

Figura 36.

Plano cuadrangular construcción Curva Oferta.



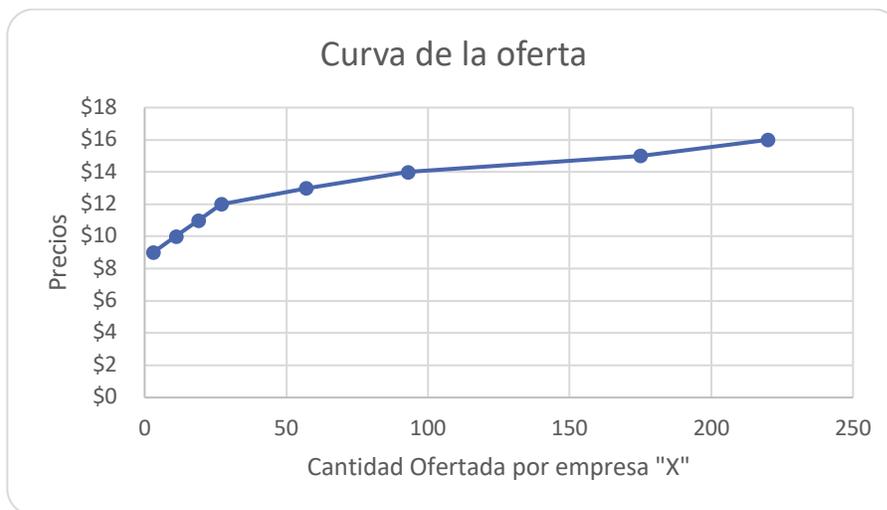


Nota. Elaboración propia.

Paso 2: Se ubican los puntos para marcarlos y posteriormente se unen los puntos para dar la línea de la denominada curva de la oferta que muestra la relación del precio con su cantidad ofertada respectiva, quedando de la siguiente manera.

Figura 37.

Construcción Gráfica Individual de la Curva de Oferta.



Nota 1. La curva de oferta individual tiene una pendiente positiva, es decir si un factor aumenta (precios) entendiéndose como “causa” provoca que el otro factor aumente (cantidad ofertada) es decir es el resultado es la “consecuencia”, entonces también se dice que tiene una relación directa.

Nota 2. También podemos decir que si los precios están bajos la cantidad ofertada es nula o es baja, y a medida que aumentan los precios la cantidad ofertada tiende a aumentar siempre y cuando le parezca atractivo a la empresa ofertar producto, bien y/o servicio a ese nivel de precios, por lo tanto sigue siendo una pendiente positiva, porque tiene una relación directa, si un factor aumenta (precio) ocasiona que el otro factor cantidad (aumente), o viceversa si el factor de precio disminuye la cantidad ofrecida disminuiría.

Nota 3. La gráfica demuestra que existe un movimiento sobre la misma curva de la oferta es decir se mueve sobre la misma línea.

Ejemplo 2. Tabla de la demanda de mercado de varias empresas ofertantes.

En la siguiente tabla se muestra los datos recopilados de la cantidad ofertada del producto jugo en presentación de lata 355 ml para distintas empresas productoras, veamos que son 3 empresas denominadas “X”, “Y”, “Z” que han producido durante un mes; se puede observar los distintos niveles de precios en el mercado. Y podemos observar que cada una de ellas presentan diferentes datos de oferta del producto, esto es debido a particularidades de la empresa, veamos lo siguiente.

Empresa “X” (columna C): Es una empresa que comparada con las otras empresas en el mercado su nivel de oferta es bajo, puede deberse a que sus costos sean elevados, en los primeros cuatro niveles de precios no le es conveniente producir u ofertar producto al mercado, esto nos indica que no es atractivo para la empresa, o bien no es su fuerte en el mercado.

Empresa “Y”: Es una empresa en el mercado del jugo de lata sabor durazno, se observa que a medida que empieza a subir el nivel de precios incrementa su producción, su cantidad ofertada demuestra que le es conveniente participar en el mercado porque le deja ganancias el ofertar este tipo de producto.

Consumidor “Y”. Es una empresa interesada en el mercado, se puede observar que sus niveles de costo por lata, esta debajo de los \$9.00 pesos, incluso con ese precio oferta cantidad al mercado, seguramente tiene un esquema de producción o proceso que implique reducción de costos, o tenga una innovación en sus procesos productivos, por lo tanto, esta empresa se ve intensiva en su producción.

Podemos deducir que cada empresa actúa de distinta manera en el mercado, recordemos que su objetivo es obtener ganancias y tratar de maximizar utilidades, por lo que los responsables de la toma de decisiones valoran toda la información disponible del mercado, a continuación, se presenta la tabla de la cantidad ofertada, puede ser expresada en miles de unidades.

Tabla 18.

Tabla niveles de precios y sus cantidades ofertadas.

| A | B | C | D | E | F | G |
|--------------------------|--------|-------------|-------------|-------------|-------------------------------------|-------|
| Jugo Durazno lata 355 ML | Precio | Empresa "X" | Empresa "Y" | Empresa "Z" | Suma oferta individual = Oferta Mdo | Punto |
| | \$9 | 0 | 0 | 3 | | A |
| | \$10 | 0 | 5 | 6 | | B |
| | \$11 | 0 | 10 | 9 | | C |
| | \$12 | 0 | 15 | 12 | | D |
| | \$13 | 5 | 25 | 27 | | E |
| | \$14 | 10 | 35 | 48 | | F |
| | \$15 | 15 | 70 | 90 | | G |
| | \$16 | 20 | 90 | 110 | | H |

Nota. Para completar el cuadro, es necesario sumar la oferta individual de las 3 empresas en el mercado a sus diferentes niveles de precios, el resultado se deberá colocar en la columna "F".

Resultado. Cuadro de cantidades ofertadas en el mercado.

Tabla 19.

Ejercicio resuelto Tabla de la Oferta de Mercado.

| A | B | C | D | E | F | G |
|--------------------------|--------|-------------|-------------|-------------|---|-------|
| Jugo Durazno lata 355 ML | Precio | Empresa "X" | Empresa "Y" | Empresa "Z" | Suma oferta individual = Oferta de Mdo. | Punto |

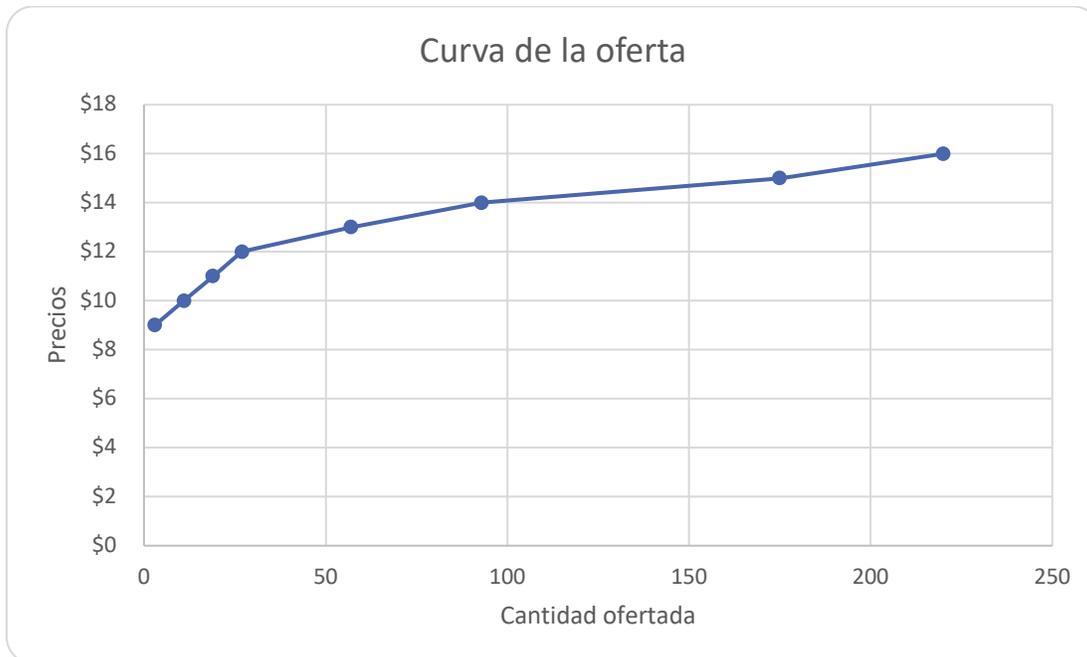
| | | | | | | |
|--|------|----|----|-----|-----|---|
| | \$9 | 0 | 0 | 3 | 3 | A |
| | \$10 | 0 | 5 | 6 | 11 | B |
| | \$11 | 0 | 10 | 9 | 19 | C |
| | \$12 | 0 | 15 | 12 | 27 | D |
| | \$13 | 5 | 25 | 27 | 57 | E |
| | \$14 | 10 | 35 | 48 | 93 | F |
| | \$15 | 15 | 70 | 90 | 175 | G |
| | \$16 | 20 | 90 | 110 | 220 | H |

Nota. Se obtiene el total de Mercado a sus diferentes niveles de precio y cantidad.

A partir de esta información se procede a formar la curva de oferta del mercado del producto de bebida de jugo de durazno de 355 ML.

Figura 38.

Construcción Gráfica de la Curva de Oferta de Mercado.

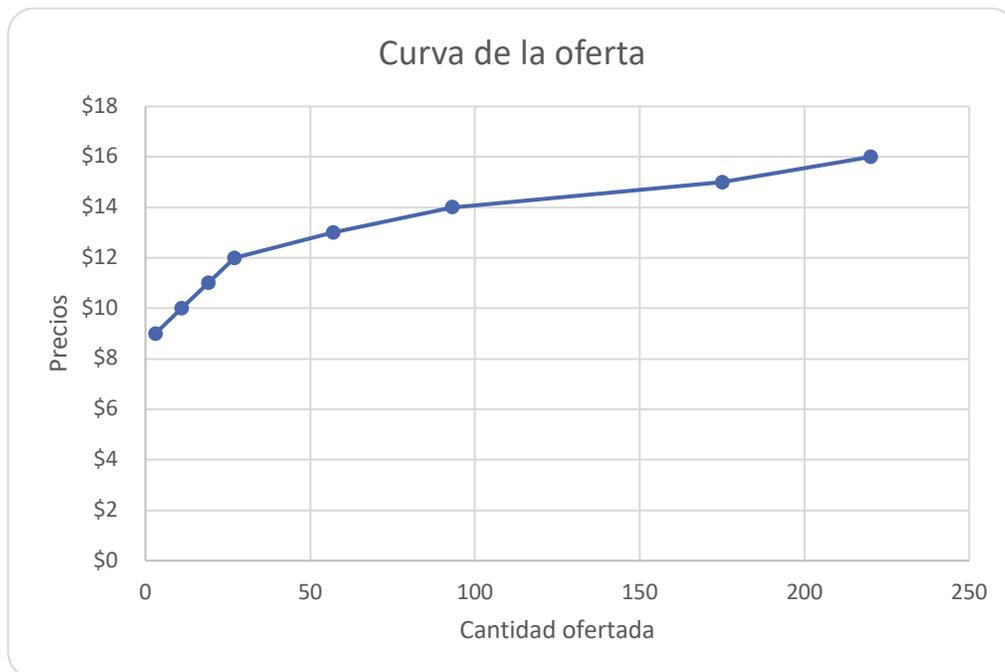


Nota 1. En la gráfica anterior se muestra el comportamiento de la curva de oferta del mercado a los diferentes niveles de precios, presenta una pendiente positiva y/o pendiente directa, a medida que aumenta el precio la cantidad ofertada aumenta, si llegasen a bajar los precios, la cantidad ofertada disminuye para cada nivel de precios.

Curva de oferta, muestra una relación inversa, es decir son dos variables interrelacionadas entre sí: precio y cantidad ofertada, si una aumenta (precio) la otra variable de cantidad ofertada también aumenta.

Figura 39.

Curva de la Oferta.



Nota. Gráfica de la curva de la oferta.

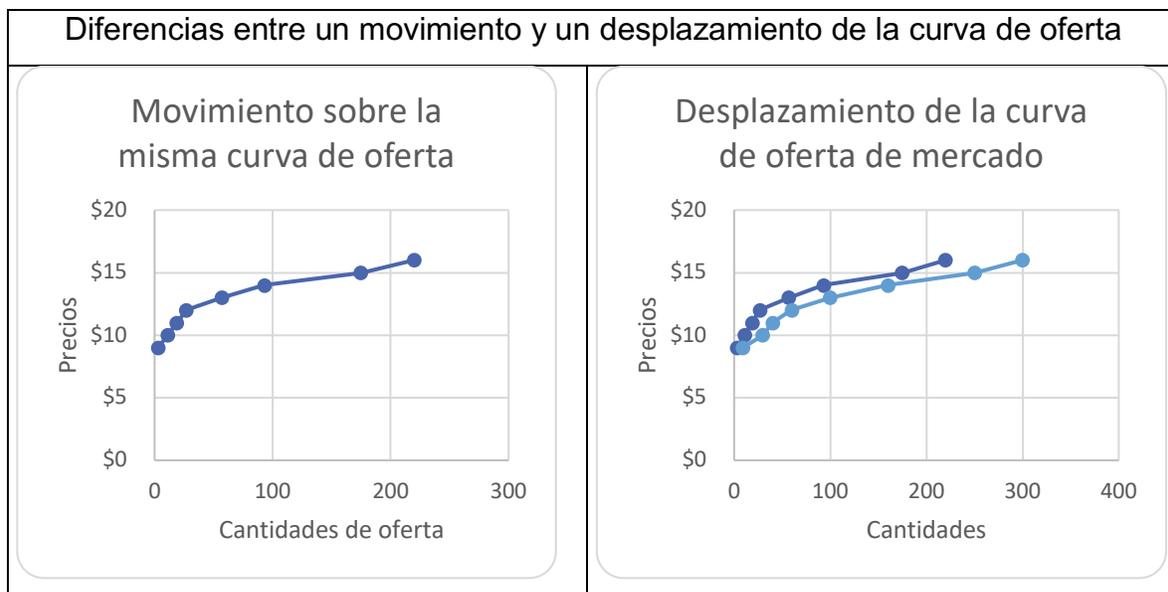
Diferencias entre movimiento sobre la misma curva de oferta y desplazamiento de la curva de oferta.

Se conoce y se sabe que las empresas no modifican los precios para atraer al consumidor, utilizan otro tipo de esquemas, en la realidad utilizan los comúnmente llamados descuentos, ofertas de 2x1, o 2x3, o compra uno y lleva a mitad de precio, o descuento por pronta compra, etc., o algunas otras empresas hacen estrategias con otras empresas para ofertar dos productos y hacer atractivo la compra, o utilizan descuentos a través de la compra en línea, otras empresas modifican el empaque,

etc., o emplean mecanismos en sus líneas de producción, etc., hacen cambios que puedan incentivar a realizar más producción para ofertar más producto, bien y/o servicio al mercado. Es decir, son otros factores de la oferta que provocan un aumento en la cantidad ofertada, pero no es el precio. Imagínese que la empresa a cada rato tenga que estar etiquetando sus precios, y establecer los puntos de equilibrio o cambiar sus estrategias por la modificación de precio.

Figura 40.

Diferencia Movimientos versus Desplazamiento Curva de la Oferta.



Nota 1. Gráfica de cantidad ofrecida, lado izquierdo es por la variación de precios, gráfica del lado derecho el desplazamiento lo ocasiona la cantidad ofrecida siendo los demás factores.

Factores de desplazamiento

Una vez identificado las gráficas de las diferencias de un movimiento sobre la misma curva versus con un desplazamiento de la curva de oferta, se procede a mencionar los seis factores que intervienen en los desplazamientos. Observe lo que indica el autor Parkin (2018) “Los precios de los factores de producción, los precios de bienes relacionados que se producen, los precios futuros esperados, el número de proveedores, la tecnología, las condiciones naturales” (Parkin, 2018, p. 63). De

acuerdo al autor todos los anterior son elementos que hacen que las cantidades de producto o servicio en el mercado sufran modificaciones, es por ello que surgen los desplazamientos positivos (hacia la derecha) y negativos (hacia la izquierda) a nivel gráfica, a continuación, se explica cada uno de ellos.

Los precios de los factores de producción, en una organización los factores de producción constituyen uno de los pilares fundamentales para la producción, el contar con una relación a largo plazo con proveedores es primordial para que garanticen los precios, calidad de los elementos involucrados en la producción tales como materia prima, recursos, etc., es por ello que el empresario debe contar con amplios conocimientos de negociación, el mantener los precios de los factores productivos, garantiza que los costos no se disparen en el mercado, y a su vez el precio, por lo tanto si llegase aumentar el precio de un factor inducirá a que puede ofertar menor producto, bien y/o servicio debido a que su presupuesto solo es para la compra del mismo; así mismo si los empleados deciden que se les aumente el salario eso implicara que la empresa desembolse más dinero para cubrir el pago de la nómina, y con ello le quedara menos dinero para comprar, o pagar otros recursos, por lo tanto le quedara menos dinero, y con ello se reduce la cantidad de producción.

Los precios de bienes relacionados que se producen, en las empresas se debe analizar los productos sustitutos de la producción, existen empresas que tienen su factores de producción listos para producir, y si observan que algún precio de un producto, bien y/o servicio “Y” aumenta les parecerá atractivo producir ese producto porque les representaría una mayor ganancia, y disminuiría o dejarían de producir el producto, bien y/o servicio “X” por lo tanto se les llamaría sustitutos de la producción, pienso en un ejemplo de taquería que elabora tacos de asada, de maciza, de chorizo, si el precio de la carne de asada aumenta, ellos desearían elaborar muchos tacos de asada, recuerde que no debe pensar aun en el efecto de la demanda; se está en la parte de la oferta, por lo tanto con los mismos factores de la producción se puede producir; adicionalmente, nos encontramos con los

complementos de la producción que son los que incrementan dos o más elementos involucrados que van en conjunto, ejemplo: leche-nieve-crema, para producir la nieve o crema se ocupa la leche.

Los precios esperados en el futuro, si un empresario conoce que los precios de su producto, bien y/o servicio van a aumentar en las siguientes semanas, meses o temporada decide producir menos cantidad y aumentar la producción producto, bien y/o servicio en futuro porque le va proveer mayores ganancias, ejemplo, durante los meses del confinamiento de pandemia, a medida que se avanzaba el tiempo, el mercado de venta de productos para jardinería se vio en un futuro el incremento y por lo tanto se ofertaba mayor cantidad en las próximas semanas.

La cantidad de proveedores, a menudo el mercado ha experimentado cambios en la entrada y salida de nuevas empresas que incursionan con su producto, bien y/o servicio, al entrar una empresa nueva entrega más oferta al mercado y eso ocasiona que exista mayor cantidad de producto, bien y/o servicio, y al contrario cuando sale del mercado se experimenta menor cantidad ofrecida.

La tecnología, constantemente la innovación tecnológica ha permeado en los procesos de producción de las empresas, que han permitido optimizar los procesos productivos que conllevan a reducir costos, tiempos y por ende se reducen los costos de producción, como por ejemplo la incorporación de la automatización de ciertas tareas que no es requerida la mano de obra.

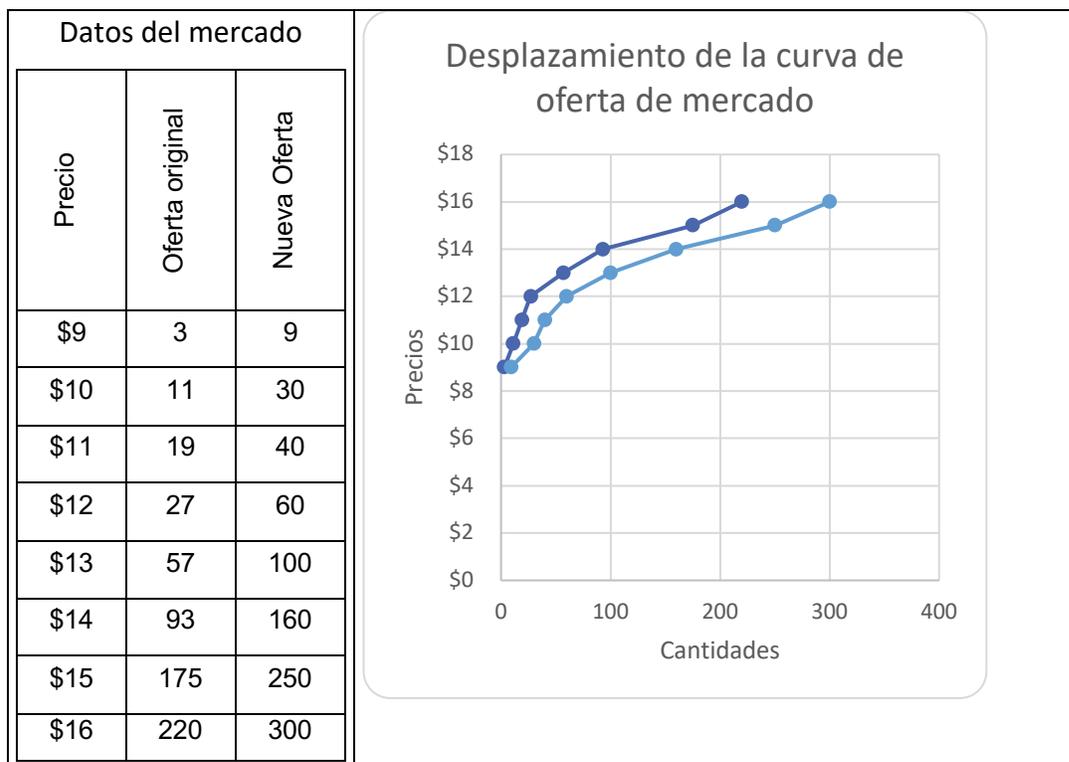
Las condiciones naturales, el entorno climatológico que actualmente sucede hoy en nuestros días afecta a las actividades empresariales, desde sequías por la escasez de agua, en otras zonas inundaciones terribles, otros como terremotos, huracanes, etc., afectan a las empresas, tales como los del primer sector, actividades agrícolas como ejemplo, una sequía ocasiona escasez de cosechas de alimentos y por ende menor oferta; en cambio teniendo mejores condiciones climatológicas se puede observar una oferta mayor de producto alimentario; por ello

es importante está atento a las condiciones climatológicas que pueden desplazar las curvas de oferta.

Ejemplo 1. Desplazamiento de curva de la oferta con cualquiera de los seis factores de desplazamiento.

Figura 41.

Ejercicio Resuelto Desplazamiento Curva de la Oferta.



Nota 1. La parte izquierda se muestra la tabla de los diferentes niveles de precios con la cantidad ofertada original a raíz de un factor de cambio tecnológico en el mercado ocasiono que el mercado iniciara con un incremento en la producción y por ende se vieron incrementadas las cantidades en el mercado como resultado da la nueva cantidad ofertada en el mercado.

Nota 2. Una vez recopilado los datos del mercado se procede a la tabulación en la respectiva gráfica.

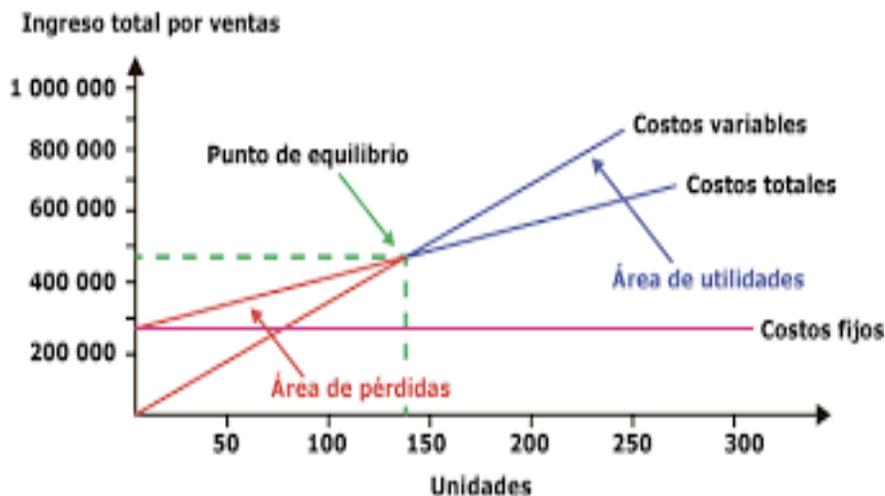
Punto de equilibrio en el mercado.

Una vez estudiada la ley de la demanda, y los factores de desplazamiento de las curvas de demanda; y la ley de la oferta, y los factores de desplazamiento de la curva de la oferta, se puede pensar libremente como ellos interactúan en el mercado, se interrelacionará las dos cachuchas, que permitirá entender como interactúan en el mercado los consumidores y las empresas.

Es importante para los administradores que no confundan el punto de equilibrio de la fórmula de Costos fijos, Costos Variables, para determinar las unidades a producir, son dos temas totalmente distintos. Ejemplo visual de gráfica de punto de equilibrio que **NO** debe ser confundida. Véase Figura.

Figura 42.

Punto equilibrio en áreas administrativas-contables.

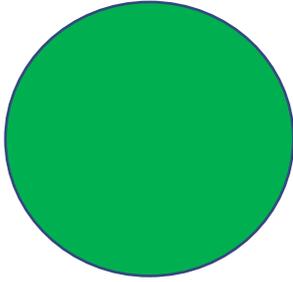
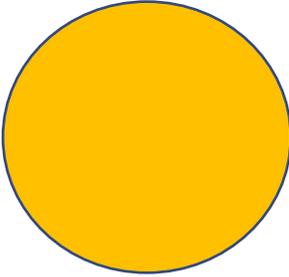
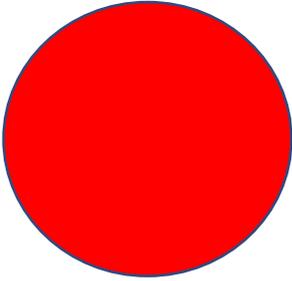


Nota. Información obtenida del link, https://www.inapidte.ac.cr/pluginfile.php/15752/mod_resource/content/3/final/index.html

En economía lo puede siempre tener presente cuando utilice el esquema de relación de color de cachuchas para tener muy presente el tema, a continuación, se plasma en forma de recordatorio.

Figura 43.

Identificador de elementos mercado, demanda y oferta.

| | | |
|---|---|---|
| Consumidor Comprador | Mercado | Empresa Vendedor |
| Demanda | Lugar físico o digital donde se intercambia producto, bien y/o servicio. | Oferta |
|  |  |  |

Nota. Imagen obtenida, fuente de internet con el objetivo de que relacionar el tema cuando se explique.

En el mercado se intercambia producto, bien y/o servicio en forma de ventas de las empresas por el dinero de los compradores, entonces se presta a un intercambio que es fijado por el precio en el mercado, en ocasiones se experimenta en la sociedad que los anaqueles se llegan a caducar los productos porque no lograron venderse, o existen otros productos que se vendieron inmediatamente, el mercado busca que exista un equilibrio en el mismo, y la forma de lograrlo es a través del regulador del precio. Continúe con el ejemplo con datos, y su gráfica, recuerde que es un esquema de análisis para la toma de decisiones. Cada empresa presenta sus particularidades para poder llegar a la determinación de sus precios.

Tabla 20. Cuadro con las cantidades de demanda y oferta a los diferentes niveles de precios.

Cuadro con las cantidades de demanda y oferta a los diferentes niveles de precios.

| Datos del mercado | | |
|-------------------|--------------------------------------|-------------------------------------|
| Precio | Cantidad Demanda de mercado original | Cantidad Oferta de mercado original |
| \$9 | 96 | 3 |
| \$10 | 79 | 11 |
| \$11 | 63 | 19 |
| \$12 | 46 | 27 |
| \$13 | 35 | 57 |
| \$14 | 22 | 93 |
| \$15 | 14 | 175 |
| \$16 | 6 | 220 |

Nota 1. En el cuadro se muestran las cantidades de demanda del consumidor y las cantidades ofrecidas por la empresa, a simple vista **NO existe equilibrio** en el mercado.

Nota 2. Se puede observar que la cantidad demanda en ninguno de sus niveles de precios es igual a la cantidad ofrecida.

Tabla 21.*Encontrando el precio de equilibrio de mercado.*

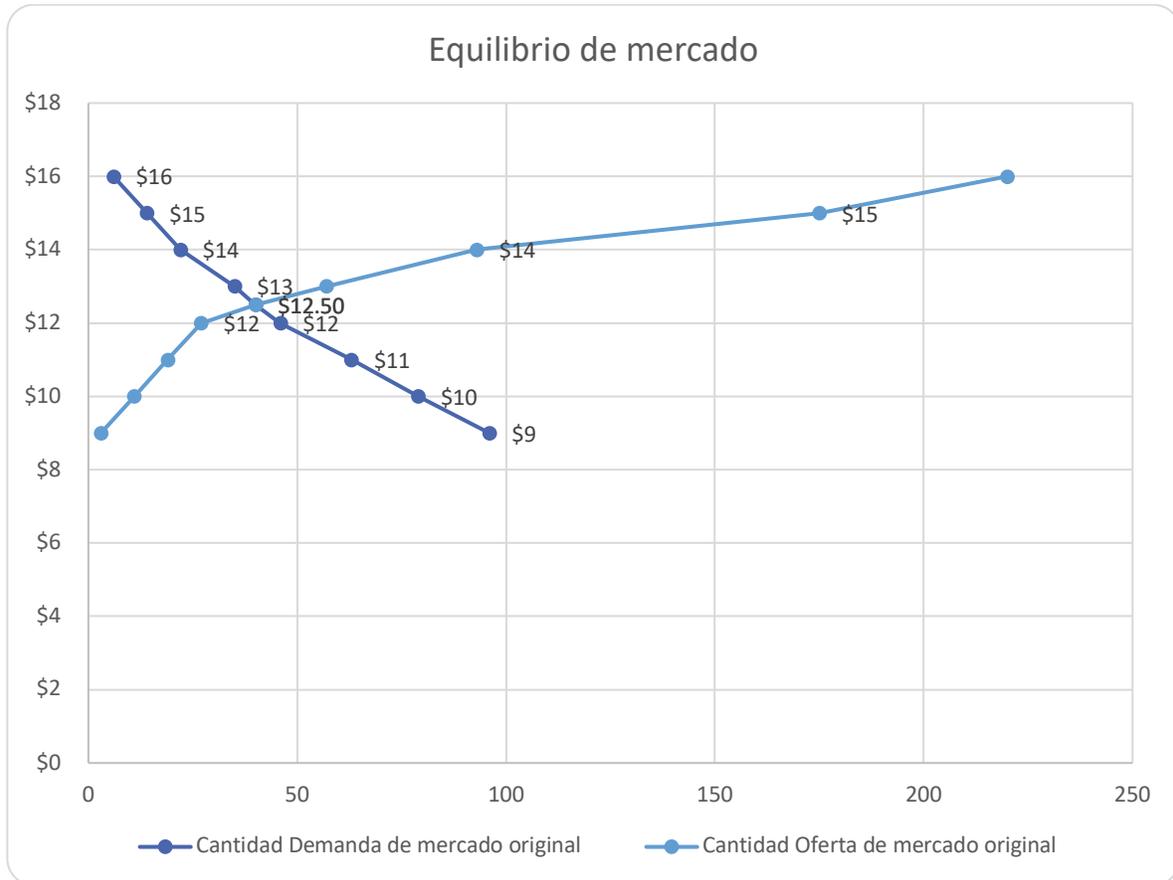
| Datos del mercado | | |
|-------------------|--------------------------------------|-------------------------------------|
| Precio | Cantidad Demanda de mercado original | Cantidad Oferta de mercado original |
| \$9 | 96 | 3 |
| \$10 | 79 | 11 |
| \$11 | 63 | 19 |
| \$12 | 46 | 27 |
| \$12.50 | Cantidades que pueden equilibrarse | |
| \$13 | 35 | 57 |
| \$14 | 22 | 93 |
| \$15 | 14 | 175 |
| \$16 | 6 | 220 |

Nota. Se ubico el precio de equilibrio de mercado para igualar la cantidad de demanda y cantidad de oferta.

Tabla 22.*Resultado de Punto de Equilibrio.*

| Datos del mercado | | |
|-------------------|--------------------------------------|-------------------------------------|
| Precio | Cantidad Demanda de mercado original | Cantidad Oferta de mercado original |
| \$9 | 96 | 3 |
| \$10 | 79 | 11 |
| \$11 | 63 | 19 |
| \$12 | 46 | 27 |
| \$12.50 | 40 | 40 |
| \$13 | 35 | 57 |
| \$14 | 22 | 93 |
| \$15 | 14 | 175 |
| \$16 | 6 | 220 |

Nota. Se ubica el punto de equilibrio de precio de mercado con las cantidades.

Figura 44.*Gráfica de Punto de Equilibrio.*

Nota. Se observa que el precio de equilibrio de mercado es de \$12.50 con las cantidades de demanda y oferta 40 miles de unidades de jugo de durazno de la lata de 355 ML.

Elasticidad.

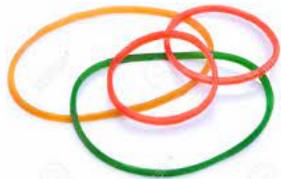
Para el tema de elasticidad en economía es importante debido a que se puede conocer la variación de un ligero aumento de precios, o una ligera disminución de precios en el mercado y de qué manera será el impacto en la cantidad de demanda/oferta del producto, bien y/o servicio. Es decir que los empresarios puedan tener acceso a este tipo de herramienta para saber hasta dónde pueden manipular el precio para el logro de ciertos objetivos. Cabe destacar que otras herramientas empleadas en la Mercadotecnia “las 4 P” utilizan estrategia con sus respectivas tácticas, sin embargo, recurren a los famosos descuentos o

promociones, y en economía es vital conocer la fórmula que permite conocer el impacto en la cantidad, y más cuando se desenvuelve en un mercado de competencia.

Entonces el término de elasticidad implica conocer que tan flexible es un cambio, o que tan rígido pueda tornarse; se puede asemejar como las imágenes de las siguientes ligas, imagine que se estiran las ligas, algunas de ellas serán demasiados flexibles que al momento de aplicar fuerza se trozara, existirán algunas otras ligas que se aplicaran la misma fuerza pero no se estirara y probablemente no se troce la liga, así funciona un mercado trasladándolo a los precios y las cantidades, a medida que aumentan los precios se preguntara ¿hasta dónde será conveniente su aumento? Sin que la demanda disminuya, todo se reduce al término de sensibilidad.

Figura 45.

Fotografías de ligas ilustrativas de diferentes elasticidades.

| Ligas demasiado elásticas | Liga término medio elástico | Liga no muy elástica |
|---|---|---|
|  |  |  |

Nota. Las imágenes son protegidas, web sitio de obtención de imagenes

Adaptado [Fotog.] https://es.123rf.com/photo_18852518_goma-el%C3%A1stica-sobre-fondo-blanco.html

Adaptado [Fotog.] https://es.123rf.com/photo_7216006_goma-el%C3%A1stica-con-fondo-blanco-.html

Adaptado [Fotog.] <https://www.alamy.es/imagenes/banda-el%C3%A1stica.html?sortBy=relevant>

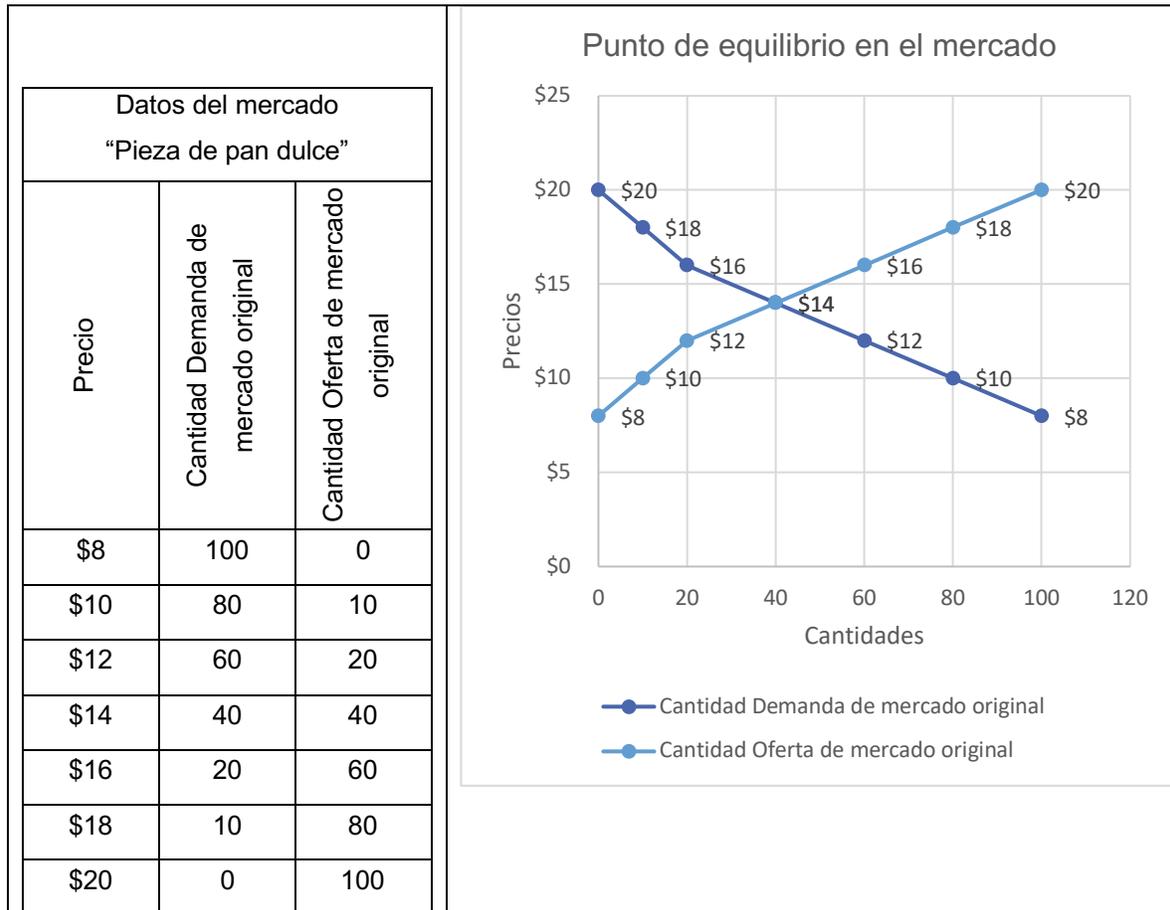
Relación de gráfica punto de equilibrio con el tema de elasticidad.

Para dar introducción al tema de elasticidad en la cual los precios varían, veamos como un ejemplo de punto de equilibrio se relaciona con el tema. Ejemplo. La siguiente gráfica ilustra el comportamiento de la pieza de pan dulce “x” en el mercado puede ser expresado las cantidades de miles de unidades al mes. Se

observa que el precio de equilibrio en el mercado es de \$14.00 pesos y la cantidad de equilibrio es de 40 mil unidades al mes.

Figura 46.

Gráfica de Punto de Equilibrio.



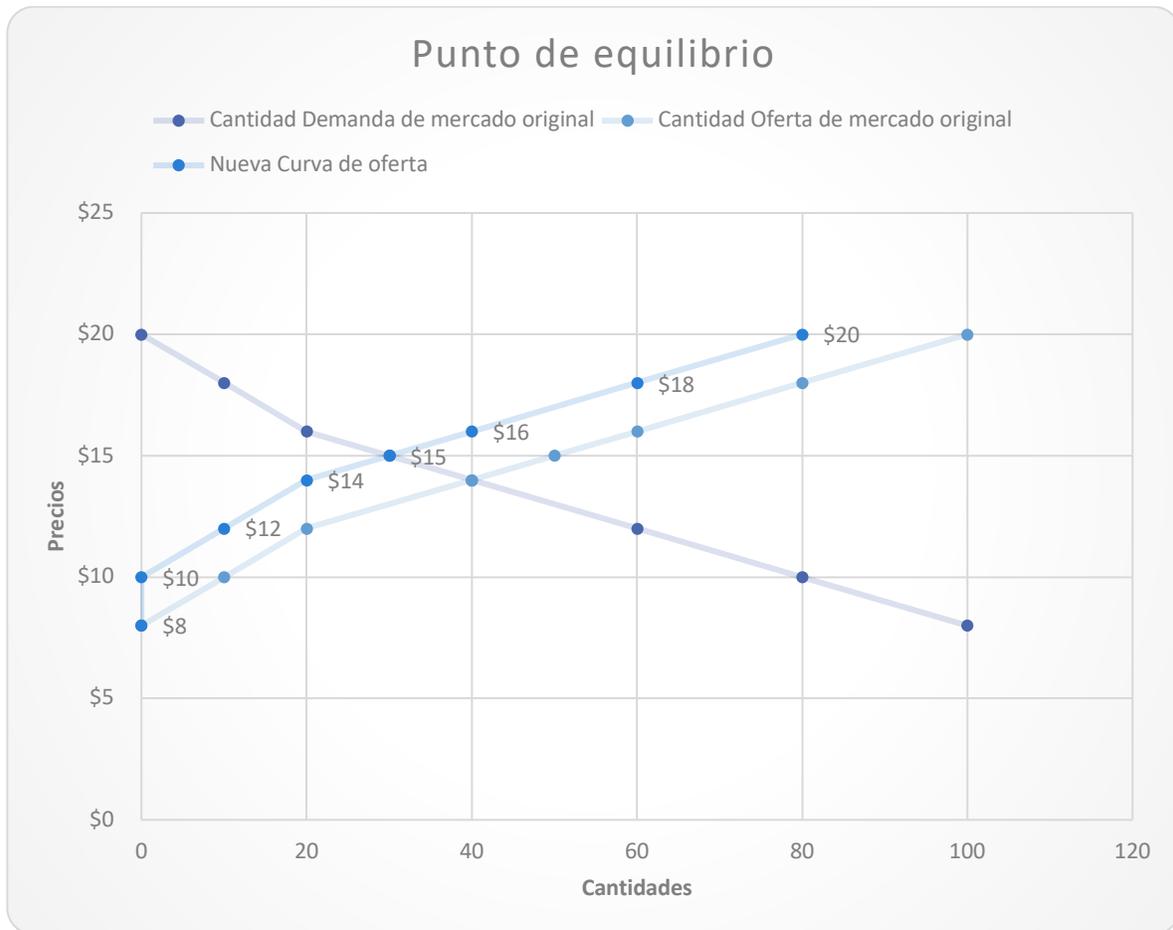
Nota. Los datos de las tablas se grafican y se obtiene el punto de equilibrio.

¿Qué pasaría si la oferta disminuye? Es decir, sale del mercado una panadería, veamos qué pasa con esas gráficas, ilustre e interprete.

Se generaría una nueva curva de la oferta que se desplaza hacia la izquierda, por ende, se elevaría el precio en el mercado y la cantidad se reduciría. El punto de equilibrio anterior era de \$14.00 pesos con la cantidad de 40 mil unidades, con la salida de una panadería quedaría un nuevo punto de equilibrio siendo de \$15.00 pesos a una cantidad de 30 mil unidades, véase la gráfica.

Figura 47.

Gráfica de desplazamiento de la curva de la oferta.



Nota. Se observa un desplazamiento de la curva de la oferta.

La pregunta entonces es: ¿hasta dónde pueden los empresarios subir o bajar los precios, sin que incurra una pérdida drástica de la cantidad de demanda? Una pérdida o disminución de la cantidad de demanda, no es lo ideal. Como indica el autor Parkin (2018) indica “si la cantidad demandada **no es muy sensible** a un cambio de precio, éste se incrementará mucho y la cantidad de equilibrio apenas si se modificará” (Parkin, 2018, p.84). Esto conduce a que los futuros administradores están obligados a conocer la sensibilidad que presentan los precios en el mercado para realizar los cambios pertinentes de los precios de los productos o servicios.

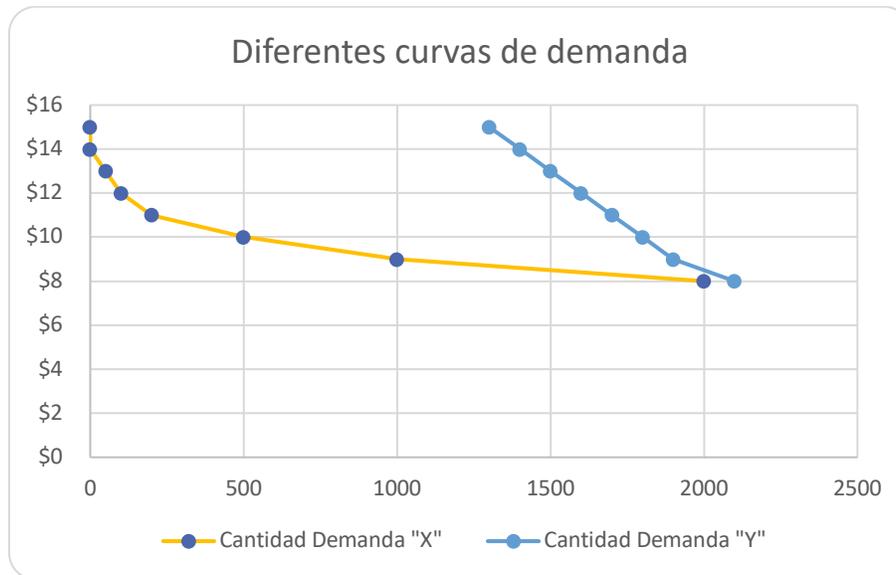
La sensibilidad juega un papel importante en toma de decisiones de aumento o disminución de precios, el autor Parkin (2018) indica “Si la cantidad demandada **es muy sensible** al cambio de precio, éste aumentará muy poco, pero la cantidad de equilibrio cambiará significativamente” (Parkin, 2018, p.84). De acuerdo al autor, es crítico que una variación ligera de precios en los productos bienes o servicios pueda incurrir en un cambio drástico de la cantidad demandada, es decir, se debe crear una estrategia de aumento de precios por segmento o canal, y se debe acercar con los clientes que compran a la empresa antes de implementar algún cambio, para sondear al cliente en cuanto a precios, calidad, servicio, etc.

A continuación, se conocerá sobre los tipos de elasticidad, cada producto, bien y/o servicio tiene su propia elasticidad por ello es importante utilizar las ecuaciones que indicaran el tipo de elasticidad, vea la sensibilidad que tiene la cantidad con respecto a un cambio en los precios.

Como se puede observar una sensibilidad en precios gráficamente, vea el tipo de pendiente que tienen las curvas de la gráfica -se conoce que la construcción de la gráfica proviene de datos del mercado- se puede observar en la siguiente gráfica para un tipo de producto en dos ciudades distintas, el comportamiento de la curva de demanda es diferente ante una variación de precios, la línea marcada en color amarillo es una demanda que tiene una ligera variación en precio y significativamente se cambia la cantidad demandada, en cambio para la línea azul “Y” una variación en precios la cantidad demandada no surte cambios fuertes, por lo que con seguridad pueden cambiar sus precios; sin embargo es requerido utilizar los cálculos para conocer la sensibilidad que se representa en la elasticidad.

Figura 48.

Gráfica de la curva de la demanda por tipo de elasticidad.



Nota. Se muestra la curva de la demanda de dos productos y su pendiente es distinta.

Tipos de elasticidad

El autor Parkin (2014) define “Elasticidad precio de la demanda es una medida, sin unidades, de sensibilidad de respuesta de la cantidad demandada de un bien ante un cambio en su precio, cuando todas las demás influencias en los planes de compra permanecen sin cambio” (Parkin, 2014, p. 84-85).

De acuerdo al autor se realiza el cambio en el precio, para conocer qué tan flexible es la cantidad demandada, para un administrador es importante conocer que esta herramienta es vital para los planes de las empresas que constantemente buscan generar ingresos adicionales, sin que se pierdan clientes.

Fórmula

$$\text{Precio elasticidad de la demanda} = \frac{\text{Cambio porcentual en la cantidad demandada}}{\text{Cambio porcentual en el precio}}$$

Ejemplo Resuelto 1.

Pasos 1:

Recopilar datos del producto, bien y/o servicio

1. Precio anterior y su cantidad
2. Precio nuevo y su cantidad

Empresa: Vivero del Jardín

Producto: Cactus de maceta de 1 galón

Precio anterior años: año 2022 y año 2023

Cantidades demandadas: año 2022 y año 2023

Tabla 23.

Datos Históricos de Demanda para Cálculo Elasticidad.

| | Año 2022 | | Año 2023 | |
|------------|----------|----------|----------|----------|
| | Precio | Cantidad | Precio | Cantidad |
| Enero | \$30.00 | 25 | \$60.00 | 5 |
| Febrero | \$30.00 | 53 | \$60.00 | 24 |
| Marzo | \$30.00 | 120 | \$60.00 | 102 |
| Abril | \$30.00 | 272 | \$60.00 | 182 |
| Mayo | \$30.00 | 315 | \$60.00 | 212 |
| Junio | \$30.00 | 422 | \$60.00 | 376 |
| Julio | \$30.00 | 1321 | \$60.00 | 923 |
| Agosto | \$30.00 | 1433 | \$60.00 | 1023 |
| Septiembre | \$30.00 | 534 | \$60.00 | 389 |
| Octubre | \$30.00 | 205 | \$60.00 | 165 |
| Noviembre | \$30.00 | 88 | \$60.00 | 45 |
| Diciembre | \$30.00 | 10 | \$60.00 | 2 |

Nota. Datos históricos de la empresa Vivero, se cambio la información para protección de empresa.

Paso 2: Concentrado de datos

Tabla 24.

Concentración de datos para cálculo Elasticidad Empresa.

| Cactus Maceta de 1 galón | Año 2022 | Año 2023 |
|--------------------------|----------|----------|
| Precio | \$30.00 | \$60.00 |
| Cantidad | 4798 | 3448 |

Nota. Se resume la información, para ello se realizó la suma de todas las cantidades por año.

Paso 3: Aplicar la fórmula del cambio porcentual en el precio.

$$\% \Delta P = \Delta P / P \text{ promedio} \times 100$$

Paso 4: Encontrando los valores de la variación del precio.

Sustituir los datos en la fórmula Variación de precio = precio anterior \$30.00, precio nuevo \$60.00 pesos, el cambio fue de \$30.00 pesos, y precio promedio es (\$30.00+\$60.00= \$90.00 / 2 = \$45.00 pesos) es de \$45.00 pesos

Utilizamos la fórmula:

$$(\$30.00 \text{ pesos} / \$45.00 \text{ pesos}) \times 100 = 66.66 \% \text{ (resultado 1)}$$

Paso 5: Aplicar la fórmula del cambio porcentual en la cantidad demandada.

$$\% \Delta Q = \Delta Q / Q \text{ promedio} \times 100$$

Paso 6: Encontrando los valores de la variación en la cantidad demandada

Sustituir los datos en la fórmula Variación cantidad demandada = cantidad anterior 4798 unidades y la cantidad nueva es 3448 unidades, el cambio fue de 4798-3440 = 1358 unidades de cambio, y la cantidad demandada promedio es de (4798 + 3440 = 8238/2= 4119 unidades.

Utilizamos la fórmula:

$$(1358 \text{ unidades} / 4119 \text{ unidades}) \times 100 = 32.96 \% \text{ (resultado 2)}$$

Paso 7: Utilizar los resultados obtenidos

$$\begin{array}{r} \text{Cambio porcentual en la cantidad demandada} = 32.96 \% \\ \text{Precio elasticidad} \\ \text{de la demanda} = \frac{\text{Cambio porcentual en la cantidad demandada}}{\text{Cambio porcentual en el precio}} = \frac{32.96 \%}{66.66\%} = 0.49 \end{array}$$

Cálculo de la elasticidad y resultado

Para los empresarios es importante seguir conservando su nivel de utilidades en su organización, conocen que deben conservar a sus clientes porque representa la demanda de su producto, bien y/o servicio, es por ello que a medida que se va desarrollando el mercado van ocurriendo cambios y uno de ellos es el precio, realizar un cambio no es nada sencillo porque implica garantizar que no caiga la cantidad demandada ante lo descrito anteriormente.

Parkin (2014) afirmó “Si la cantidad demandada permanece constante cuando el precio cambia, la elasticidad precio de la demanda es cero y se dice que el bien tiene una demanda perfectamente inelástica” (Parkin, 2014, p. 85), y de acuerdo al autor, se sostiene que los empresarios su obligación es conocer qué tipo de producto, bien y/o servicio mueven en el mercado, porque existen productos que aunque suban sus precios su demanda no se mueve, observe el caso de las personas que tienen cáncer y ocupan un tratamiento de quimioterapia exclusivo.

Ahora bien, que ocurre con las empresas que operan en el mercado donde su producto, bien y/o servicio presentan un tipo de respuesta unitaria es decir se mantiene constante el cambio en la misma proporción.

Bien es sabido que los consumidores buscan opciones o alternativas de compra, y cuando el mercado ofrece esa posibilidad los compradores buscan

sustitutos, y concuerda con lo que estipulo Parkin (2014) “Si la cantidad demandada cambia en un porcentaje infinitamente grande en respuesta a un cambio minúsculo en el precio, la elasticidad precio de la demanda es infinita se dice que el bien tiene una demanda perfectamente elástica” (Parkin, 2014, p. 85), por lo tanto, en la vida cotidiana se puede observar a distintos consumidores que optan por cambiar su producto, bien y/o servicio ante cambios mínimos en el precio, ejemplo acudir a un establecimiento en la ciudad de Tijuana para comprar leche, se encuentra un serie de envases de un galón de distintas marcas, y aunque se varíe el precio, se cambia la compra del producto, igual aplica para el agua embotellada, etc.

Factores que influyen en la elasticidad de la demanda

En el tema de variación de precios los administradores o tomadores de decisiones para implementar cambios en el mercado, deben tener muy presente el análisis de producto, bien y/o servicio porque tener productos sustitutos implica que si tiene cercanos esos productos es inmediatamente fácil de sustituirlos porque están cercanos ejemplo cuando uno acude a comprar leche al súper mercado observa varias marcas de un litro, la segunda forma que destinan su ingreso en la compra de producto, bien y/o servicio es porque si una persona determina un % mayor en la compra de ese producto, bien y/o servicio más elástico es demanda, es decir un aumento de precios impactara en su bolsillo, y cuánto tiempo ha ocurrido desde la baja o alza en el precio debido a que los consumidores optan por tomar decisiones de compra diferentes en ese momento, como el caso actual de automóviles híbridos al tiempo más adelante se estarán los precios ajustando y la demanda se volverá elástica.

Elasticidad ingreso de la demanda

Existen otro tipo de elasticidades de la demanda que son importantes abordarlas, porque es bien sabido que el ser humano en el transcurso de su vida laboral experimenta al menos un incremento en sus ingresos, o simplemente que la

economía está teniendo un periodo de auge económico, por sentido común, sabemos que se verá un incremento de los salarios, y el consumidor tiende a gastar más productos de su canasta básica o algunos otros productos. Entonces afirma Parkin (2014) “la elasticidad ingreso de la demanda es una medición de la sensibilidad de respuesta de la demanda por un bien o servicio ante un cambio en el ingreso, cuanto todo lo demás permanece sin cambio” (Parkin 2014, p. 84)

Cambio porcentual en la cantidad
demandada

$$\text{Precio elasticidad de la demanda} = \frac{\text{Cambio porcentual en la cantidad demandada}}{\text{Cambio porcentual en el precio}}$$

Resultado de la fórmula

Tabla 25. Resultado de cálculo Elástica, Inelástica, Unitaria.

Resultado de cálculo Elástica, Inelástica, Unitaria.

| | | | |
|-------------------------------|-------------|------------------------------|---|
| Demanda elástica al ingreso | Bien normal | $1 >$ positiva (mayor que 1) | El porcentaje del ingreso que se gasta en ese bien aumenta a medida que el ingreso se incrementa (Parkin) |
| Demanda inelástica al ingreso | Bien normal | $1 <$ positiva (menor que 1) | El porcentaje del ingreso que se gasta en ese bien disminuye a medida que el ingreso se incrementa |

| | | | |
|----------|---------------|--|---|
| Negativa | Bien inferior | | Disminuye la cantidad demandada, así como el monto a medida que incrementa el ingreso |
|----------|---------------|--|---|

Nota. Elaboración de cuadro para comprensión del tema, tomado del libro de Economía de Parkin (2014)

Nota. Adaptado del libro de Parkin (2014)

Elasticidad cruzada de la demanda

Este tipo de elasticidad cruzada de la demanda tiene que ver con productos sustitutos y complementarios, todo administrador debe conocer que independientemente de analizar a su competencia directa, debe también considerar la competencia indirecta, ejemplo en el caso de comida rápida se encuentran los tacos, hamburguesa, hot dogs, pizzas etc., en el caso de transporte se encuentra camiones, taxis, uber, etc., debemos conocer el producto, bien y/o servicio que tipo de sustitutos presenta, esto es debido a que la competencia indirecta puede bajar precios y se requiere saber si va tener un impacto, sabemos que algunos productos incrementan su precio y se incrementa su demanda, pero hasta qué punto es importante subir esos precios, puesto que pueden ser sustituidos, así como los productos complementarios ¿qué tanto se pueden ver amenazados? Para responder a todo tipo de preguntas con respecto a los productos sustitutos, complementarios, requerimos el tema de elasticidad cruzada de la demanda, es decir son productos que están interrelacionados en cierta medida. Parkin (2018) menciona que la “Elasticidad cruzada de la demanda es una medida de la sensibilidad que tiene la demanda de un bien ante un cambio en el precio de un sustituto o complemento, si todo lo demás permanece sin cambio” (Parkin, 2018, p.92)

$$\text{Elasticidad cruzada de la demanda} = \frac{\text{Cambio porcentual en la cantidad demandada}}{\text{Cambio porcentual en el precio de un sustituto o complemento}}$$

Resultado de la fórmula

Tabla 26.

Interpretación de Elasticidad Cruzada de la Demanda.

| Resultado | Interpretación | Tipo de bienes |
|-----------|---|------------------------|
| Positiva | La demanda y el precio del otro bien cambian en la misma dirección, así que son bienes sustitutos. (Parkin) | Bienes sustitutos |
| Negativa | La demanda y el precio del otro bien se modifican en direcciones opuestas, así que ambos son bienes complementarios. (Parkin) | Bienes complementarios |

Nota. Elaboración propia.

Ejemplos:

Sustitutos cercanos, leche de 1 litro, agua embotellada, la elasticidad cruzada de la demanda es grande. Sustitutos cercanos, un café y su complemento leche, la elasticidad cruzada de la demanda es grande.

Elasticidad de la oferta

Es la medición de la sensibilidad a un aumento o disminución del precio, al igual que la lógica de razonamiento de la demanda, se utilizará el cálculo aplicado a la oferta, menciona Parkin (2018) “La elasticidad de la oferta mide la sensibilidad de la cantidad ofrecida ante un cambio en el precio de un bien, cuando todas las

demás influencias sobre los planes de venta permanecen sin modificación” (Parkin, 2018, p. 94)

Fórmula para el cálculo de la elasticidad de la oferta

$$\text{Elasticidad de la oferta} = \frac{\text{Cambio porcentual en la cantidad ofrecida}}{\text{Cambio porcentual en el precio}}$$

Resultado si es mayor que 1 es oferta elástica, menor que 1 oferta inelástica.

Tabla 27. Elasticidad de la Oferta.

Elasticidad de la Oferta.

| | |
|--------------------------|-----|
| Elasticidad de la oferta | |
| Oferta elástica | 1 > |
| Oferta inelástica | 1 < |

Ejemplo resuelto.

La empresa Vivero

Tabla 28.

Datos de Empresa para Cálculo Elasticidad de la Oferta.

| Almacigo “árbol” | Año 2022 | Año 2023 |
|------------------|----------|----------|
| Precio | \$15.00 | \$16.00 |
| Cantidad | 175 | 220 |

Nota. Elaboración propia con datos de la empresa.

Variación precio incremento de \$15.00 a \$16.00 es de \$1.00 peso

Variación cantidad se incrementa de 175 a 220, incremento en 45 unidades

Promedios

Precio $\$15.00 + \$16.00 = \$31.00 / 2 = \15.50 pesos.

Cantidad $(175 + 220) / 2 = 197.5$

$(\text{Variación Precio } \$1.00 \text{ peso} / \text{Precio promedio } \$15.50 \text{ pesos}) \times 100 = 6.45 \%$

$(\text{Variación Cantidad } 45 \text{ unidades} / \text{Cantidad promedio } 197.5) \times 100 = 22.84 \%$

| | | |
|-------------------------------|--|--------|
| | Cambio porcentual en la cantidad ofrecida | 22.84% |
| Elasticidad de la oferta = | Cambio porcentual en el precio | 3.54 % |
| | 6.45 | |

El resultado arrojo $3.54 \% > 1$, por lo tanto, es mayor que uno y representa una oferta elástica; si el resultado hubiese sido menor que uno sería una oferta inelástica.

Factores que influyen en la elasticidad de la oferta

Los cambios que pueden suscitarse en la sensibilidad de la oferta ante cambios en los precios dependen de dos elementos, siendo:

Las posibilidades de sustitución de recursos tales como productos que pueden sustituirse en la producción y que están disponibles tales como el uso de un espacio de renta para partidos de futbol soccer, o de futbol americano, que ese espacio cuenta con las dimensiones, o bien otro ejemplo una alberca para clases de natación y otro momento para competencias, o esparcimiento, o bien como el uso de terrenos para la siembra y cultivo que puede usarse para diversos alimentos, estos representan una oferta elástica amplia porque son “fácil de sustituir”, por

mencionar algunos ejemplos, tales como los tipos de producto, bien y/o servicio se vuelve elástico o inelástico completamente, puesto que la empresa va en función de lo que existe en el mercado del producto, bien y/o servicio, o igual un aumento en la producción o jornada laboral dentro de la oferta, entre otros.

Técnicas de regresión.

A partir de una serie de datos se puede obtener la ecuación matemática de la demanda, a partir de las técnicas de regresión para las curvas de demanda y oferta, Parkin (2014) menciona Matemáticamente la curva de demanda esta expresada de la siguiente manera

$$P = a - bQD$$

Donde P es el precio, y QD es la cantidad demandada, a y b son constantes positivas. Matemáticamente la curva de la oferta esta expresada de la siguiente forma

$$P = c + dQO$$

Donde P es el precio y QO es la cantidad ofrecida, c y d son constantes positivas

Por lo tanto, esas dos ecuaciones expresadas, buscan encontrar el equilibrio en el mercado, donde las cantidades de oferta y demanda se igualen, y no permita que exista un exceso o faltante de demanda u oferta, por ello el precio es el que interviene para regular esas cantidades, por lo tanto

$$QD = QO = Q^*$$

Pasos

$$\begin{array}{ccc}
 P^* = a - b Q^* & & P^* = c + d Q^* \\
 \underbrace{\hspace{15em}} & & \\
 \text{Observe} & & a - b Q^* = c + d Q^*
 \end{array}$$

Ahora despejamos para Q *

$$a - c = b Q^* + d Q^*$$

$$a - c = (b + d) Q^*$$

$$Q^* = a - c / b + d$$

Usando la ecuación de la demanda, tenemos que

$$P^* = ad + bc / b + d$$

Alternativamente, al usar la ecuación de la oferta tenemos que

$$P^* = ad + bc / b + d$$

Complementos educacionales

Tema 2: Ley de oferta y Ley de demanda. Unidad 2.

CE1. Ejercicio No.1 Propuesto y Resuelto detalle cuerpo del apunte

Objetivo: Los estudiantes serán capaces de ilustrar los puntos de equilibrio en el futuro del producto de mascarilla, de acuerdo con el tema de punto de equilibrio, movimiento sobre la misma curva y desplazamiento. Deberá ser capaz de ilustrar el punto de equilibrio hipotético.

Paso 1. Realice la lectura de las siguientes seis noticias.

Tabla 29.

Noticias de Economía para Complemento Educacional.

Noticia 1. Fecha: 16 abril 2020

Los precios finales de las mascarillas «suben hasta un 500%» por la escasez y el aumento de la demanda. La Federación Empresarial de Farmacéuticos Españoles (FEFE) propone incluir estos productos en la receta electrónica para impulsar el copago en función de la renta de cada paciente.

Noticia 2.

Precio Mascarillas

Coronavirus: el precio de las mascarillas aumenta hasta un 700% en los últimos días. Con los casos de coronavirus (CoVid-19) que han aumentado rápidamente en España, en los últimos días se está produciendo un desabastecimiento en farmacias de mascarillas y geles desinfectantes cuyos precios no paran de crecer. Con los

casos de coronavirus (CoVid-19) que han aumentado rápidamente en España, en los últimos días se está produciendo un desabastecimiento en farmacias.

Noticia 3.

Coronavirus causa alza en precios y desabasto de cubrebocas en México. El N95, que es el recomendado para contener el brote, incrementó hasta 13 veces su costo original; 70% de la producción mundial de estos artículos viene de China y Taiwán.

Noticia 4.

Artículo.

Es la ley de la selva en el mercado de las mascarillas. Hospitales, gobiernos, benefactores y vendedores improvisados están compitiendo. Las estafas y los precios están en aumento.

Noticia 5.

Las fábricas de cubrebocas en México trabajan a marchas forzadas y padecen el desabasto de materiales. El coronavirus dispara el precio de esta prenda un 200% en el mercado, mientras los fabricantes hacen frente a los intermediarios en internet.

Noticia 6.

El empresario que pasó de zapatero a crear cubrebocas.

Nota 1. Noticia 1. Link. https://www.abc.es/economia/abci-coronavirus-precios-mascarillas-multiplican-hasta-500-por-ciento-escasez-y-aumento-demanda-202004160159_noticia.html

Nota 2. Noticia 2. Link. <https://www.elperiodico.com/es/economia/20200227/coronavirus-precio-mascarillas-aumenta-700-7866771>

Nota 3. Noticia 3. Link. <https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/ya-tienes-el-tuyo-coronavirus-causa-alza-en-precios-y-desabasto-de-cubrebocas-en-mexico/>

Nota 4. Noticia 4. Link. <https://www.nytimes.com/es/2020/04/06/espanol/ciencia-y-tecnologia/precio-mascarillas-n95-coronavirus.html>

Nota 5. Noticia 5. Link https://verne.elpais.com/verne/2020/04/24/mexico/1587740584_975726.html

Nota 6. Noticia 6. Link. <https://www.eleconomista.com.mx/el-empresario/El-empresario-que-paso-de-zapatero-a-crear-cubrebocas-20200812-0151.html>

Paso 2.

Una vez realizada la lectura, responderá ¿Cuáles son los elementos que intervienen en el mercado?

Respuesta 1: Consumidores que demandan mascarillas

Respuesta 2: Empresas productoras de mascarillas

Respuesta 3: Alza de precios.

Paso 3.

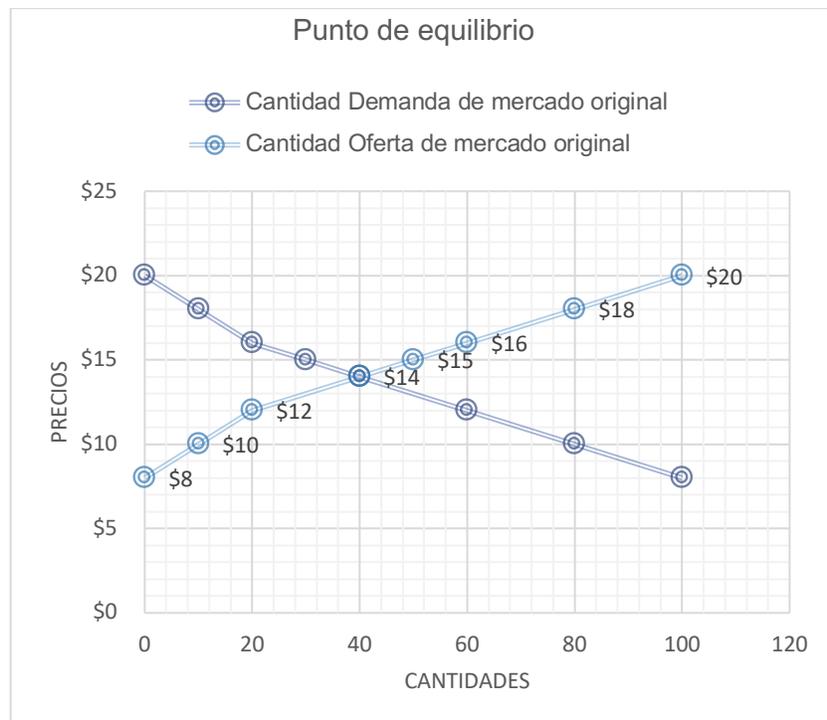
Para analizar el comportamiento del mercado. Considerando los elementos anteriores, se traza punto de equilibrio en el mercado, supone un precio de \$14.00.

Respuesta: Se trazará una gráfica de punto de equilibrio.

Se ilustra con datos hipotéticos el punto de equilibrio original, y en función de las noticias, se visualizará un movimiento o desplazamiento, o generación de nuevo punto de equilibrio en el mercado.

Figura 49.

Gráfica de punto de equilibrio Complemento Educativo.



Nota. Se ilustra la gráfica de punto de equilibrio.

Paso 4. Determinar si existe un movimiento sobre la misma curva o desplazamiento.

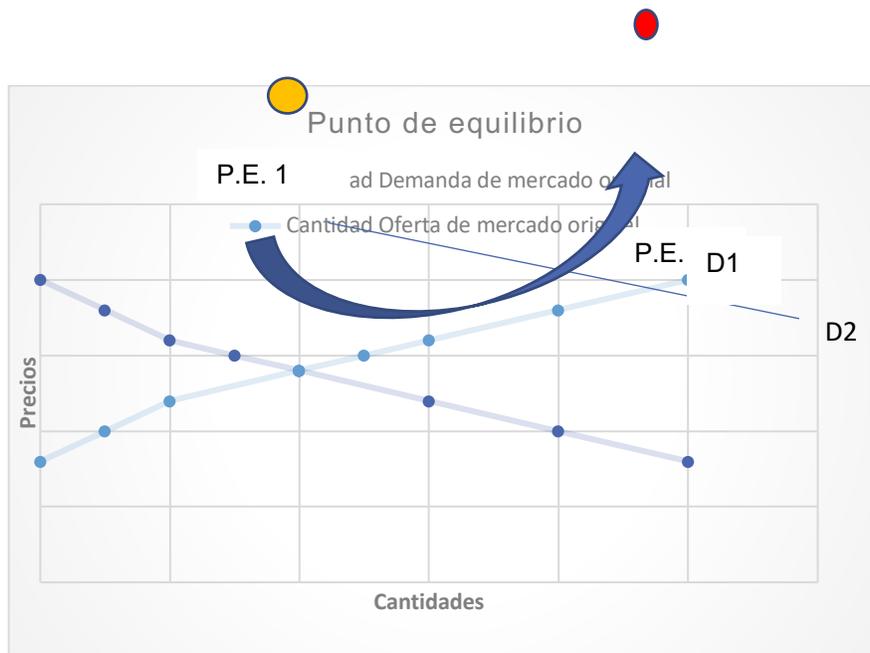
Respuesta 1: Factor de desplazamiento: Evento Pandemia.

Respuesta 2: Aumento de la cantidad demandada por aumento de la población.

Respuesta 3: Surge un desplazamiento hacia la derecha.

Figura 50.

Gráfica de punto de equilibrio solución.



Nota 1. Al incrementarse la cantidad la demanda por los requerimientos de la población se desplaza hacia la derecha donde encuentra un nuevo punto de equilibrio PE”.

Nota 2. Empresas decidieron incrementar su producción siempre y cuando tuviesen capacidad instalada optaron por beneficiarse el alza de precios exorbitantes.

Nota 3. Ejemplo en la ciudad de Tijuana la mascarilla KN9 se llegó a vender en más de \$400.00 pesos.

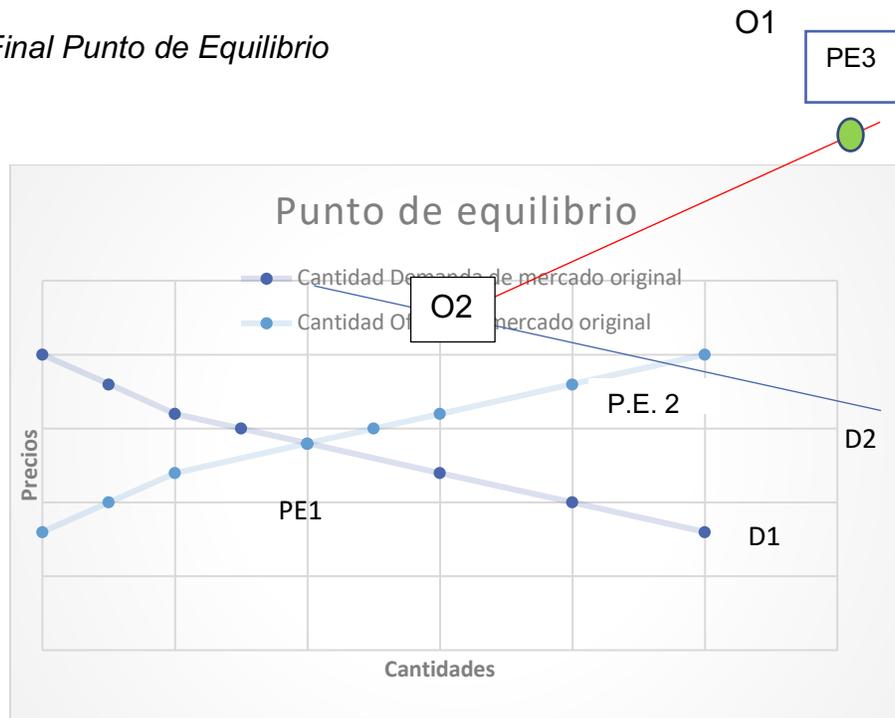
Nota 4. Surge una nueva curva de demanda (D2)

Paso 5.

Observe que ocurre con los nuevos puntos de equilibrio y explique.

Figura 51.

Gráfica Final Punto de Equilibrio



Nota 1. Al surgir un nuevo punto de equilibrio PE2, se observa que el precio está demasiado alto en el mercado.

Nota 2. Al observar empresas que no pertenecían al giro de mercado, entraron a producir para beneficiarse del mercado por el precio elevado.

Nota 3. Entraron al mercado nuevas empresas ofertando el producto, desplazándose nueva curva de la oferta hacia la derecha O2.

Nota 4. O bien las empresas existentes elevaron su producción a su máxima capacidad instalada.

Nota 5. Surge un nuevo punto de equilibrio PE3.

Paso 6. ¿Cómo administrador concluya que ocurrió con los precios?

Resultado: Al final se suscitó un nuevo precio de equilibrio, en este momento se ha abastecido la demanda y los precios tornaron a la baja.

FIN

CE2. Ejercicio No.2 Propuesto y Resuelto detalle cuerpo del apunte

Objetivo: El estudiante calculara la Elasticidad de la demanda de un producto. La Empresa Vivero desea conocer qué tipo de elasticidad tiene su producto de charola de almacigo. El empresario desea conocer si afectara a su cantidad demandada o de compra por parte del mercado un posible aumento de precios en el año 2024.

Paso 1: Datos entregados por empresa Sistemas de riego

Producto: Venta de charolas de almacigo

Figura 52. Fotografía de Producto Charola de Plántula.

Fotografía de Producto Charola de Plántula.



Nota 1. Fotografía Empresa Vivero, capturada por Tapia F.

Nota 2. Producción de plantula.

Paso 2: Datos concentrados

| Almacigo "árbol" | Año 2022 | Año 2023 |
|------------------|----------|----------|
| Precio | \$15.00 | \$16.00 |
| Cantidad | 175 | 135 |

Paso 3: Aplicando la fórmula.

$$\% \Delta P = \Delta P / P \text{ promedio} \times 100$$

Paso 4: Encontrando los valores de la variación del precio.

Sustituir los datos en la fórmula Variación de precio = precio anterior \$15.00, precio nuevo \$16.00 pesos, el cambio fue de \$1.00 pesos, y precio promedio es (\$15.00+\$16.00= \$ 31 / 2 = \$15.50 pesos) es de \$15.50 pesos

Utilizamos la fórmula:

$$(\$1.00 \text{ peso} / \$ 5.50 \text{ pesos}) \times 100 = 6.45 \% \text{ (resultado 1)}$$

Paso 5: Aplicar la fórmula del cambio porcentual en la cantidad demandada.

$$\% \Delta Q = \Delta Q / Q \text{ promedio} \times 100$$

Paso 6: Encontrando los valores de la variación en la cantidad demandada

Sustituir los datos en la fórmula Variación cantidad demandada = cantidad anterior 175 unidades y la cantidad nueva es 135 unidades, el cambio de 175-135 = 40 unidades de cambio, y la cantidad demandada promedio es de (175 + 135 = 310 / 2= 155 unidades.

Utilizamos la fórmula:

$$(40 \text{ unidades} / 155 \text{ unidades}) \times 100 = 25.80 \% \text{ (resultado 2)}$$

Paso 6: Utilizar los resultados obtenidos

$$\begin{array}{r} \text{Cambio porcentual en la cantidad demandada} \quad 25.80\% \\ = \\ \text{Precio} \\ \text{elasticidad} \quad \frac{\quad}{\quad} = \quad 4.00\% \end{array}$$

de la
demanda =

Cambio porcentual en el precio = 6.45%

El resultado obtenido es de 4.000% por lo tanto es mayor que 1

El precio de la elasticidad de la demanda es: Elástica.

Paso 7.

¿Qué significa o que se le puede recomendar a la empresa como un administrador?

Respuesta: Significa: La variación en el aumento de precio presenta una sensibilidad en la demanda, siendo alta, es decir que existe el riesgo de que caiga la cantidad demandada, es riesgoso, por lo que es recomendable analizar el producto para futuras, hacer estrategias de aumento de precios, se debe considerar productos sustitutos adicionales.

CE3. Ejercicio propuesto para resolver por estudiantes. Tema 2: Unidad 2

Incluye solución Anexo V. Tema 2: Ley de la oferta y Ley de la demanda. Unidad 2

Instrucciones:

La empresa Sistemas de Riego, requiere conocer el comportamiento de su demandada del producto boquillas para aspersor (véase imagen del producto) se cuenta con información del año 2000. Como administrador debe obtener la ecuación de demanda.

Realice paso por paso hasta obtener la ecuación de demanda.

Forma de entrega. Documento en Word, con captura de pantallas en Office- Excel.

| Producto | Precio | Cantidad demanda |
|----------|---------|------------------|
| | \$6.00 | 16 |
| | \$8.00 | 12 |
| | \$10.00 | 8 |
| | \$12.00 | 4 |
| | \$14.00 | 0 |
| | \$16.00 | 0 |
| | \$18.00 | 0 |

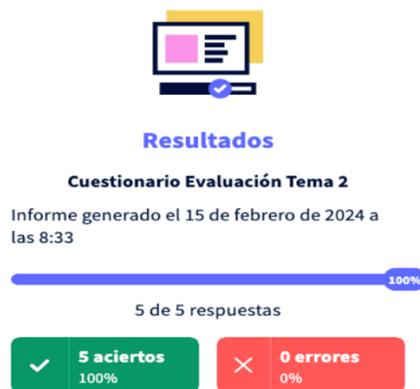
CE 4. Cuestionario Evaluación Genially. Tema 2: Ley de oferta, demanda. Unidad 2

Los estudiantes contestaran su cuestionario de evaluación Tema 2, ingresar al siguiente Link:

<https://view.genial.ly/65ce2f99e9e68e0014c18e11/interactive-content-cuestionario-evaluacion-tema-2>



Al finalizar obtendrá su resultado.



CE5. Presentación Power Point Tema 2: Ley de oferta y Ley de demanda Unidad 2

Herramientas Tecnológicas Tema 2: Ley de oferta y Ley de demanda Unidad 2



**Manual de Apuntes de Economía Empresarial
Complemento Educativo Herramienta Tecnológica**

Institución: **Instituto Tecnológico de Tijuana TecNM**
 Programa: **Licenciatura en Administración**
 Clave del programa educativo: LADM-2010-234
 Asignatura: Economía Empresarial
 Clave de la asignatura: **LAD-1014**

Docente: Fabiola Lourdes Tapia González
 fabiolatapia@tectijuana.edu.mx

Tijuana, Baja California, 29 de Febrero del año 2024



Nota. Imagen Presentación Microsoft PowerPoint

Cumplimiento de los elementos comprometidos en la elaboración de manual de apuntes unidad 2, de acuerdo con la solicitud autorizada por el TecNM.

| | |
|--|--|
| LAD-1014 | |
| Ley de la oferta y ley de la demanda | |
| 2.1 Función de la oferta y función de la demanda | |
| 2.2. Curvas de la oferta y curvas de la demanda | |
| 2.3 Desplazamiento en las curvas de la oferta y de la demanda | |
| 2.4 Elasticidad de la oferta y la elasticidad de la demanda | |
| 2.5 Técnicas de regresión para el cálculo de la oferta y de la demanda | |
| 2.6 Punto de equilibrio entre la oferta y la demanda | |

TEMA 3

Tema 3: Teoría del consumidor y Teoría del Productor. Unidad 3

Cuadro Concentrador por Tema y Subtemas: Unidad 3

| | | | |
|--|--------------------------|-------------------------|---------------------------|
| INSTITUTO TECNOLÓGICO DE TIJUANA SUBDIRECCIÓN ACADÉMICA DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS PROGRAMA EDUCATIVO LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN | | | |
| NOMBRE DE LA ASIGNATURA: ECONOMÍA EMPRESARIAL UNIDAD: III TEORÍA DEL CONSUMIDOR Y TEORÍA DEL PRODUCTOR PROFESORA: M.A. FABIOLA LOURDES TAPIA GONZÁLEZ CORREO ELECTRÓNICO: fabiolatapia@tectijuana.edu.mx | | | |
| PERIODO: AGOSTO-DICIEMBRE TOTAL, SEMANAS POR UNIDAD: 4 HORAS: 5 HORAS POR SEMANA = 20 HORAS FECHA: AGOSTO 2023 | | | |
| <p>Competencia específica unidad 3: Diseña estrategias de reducción de costos a partir de las teorías de la producción y costos para impactar la productividad de la empresa.</p> <p>Competencia genérica unidad 3: Habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas. Capacidad de análisis y síntesis. Solución de problemas prácticos. Capacidad crítica y autocrítica. Capacidad de comunicación con profesionistas de otras áreas. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica. Habilidades de investigación. Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad).</p> | | | |
| LAD-1014 | Actividad de aprendizaje | Complementos educativos | Herramientas tecnológicas |
| Tema 3. Teoría del consumidor y Teoría del productor | | | |

| | | | |
|---|---|--|--|
| <p>3.1 Utilidad del consumidor y maximización de la utilidad. Curva de la demanda por medio de la utilidad.</p> | <p>Actividad aprendizaje 1 (AA1)</p> <p>Actividad aprendizaje 2 (AA2)</p> | <p>Ejercicios/casos prácticos (2 cantidades) No. 1 y No. 2 Resuelto a detalla en el cuerpo del documento</p> | |
| <p>3.2 Curvas y mapas de indiferencia</p> | | <p>Estudio de caso No.3 (1 cantidad)</p> | |
| <p>3.3 Curva de precio-consumo, curva de ingreso-consumo y curva de Engel.</p> | | <p>Resuelto a detalle en el cuerpo del apunte</p> <p>Presentación (1 cantidad)</p> | |
| <p>3.4 Producción con un insumo fijo y uno variable. Etapas de la producción.</p> | | <p>Cuestionario evaluación (1 cantidad)</p> <p>Ejercicios/casos prácticos:</p> | |
| <p>3.5 Producción con dos insumos variables. Isocuantas e isocostos.</p> | | <p>(1 cantidad) propuestos para solucionar por el estudiante incluyendo la solución en un</p> | |
| <p>3.6 Costos de producción a</p> | | <p>anexo).</p> | |

| | | | |
|----------------------------|--|--|--|
| corto plazo y largo plazo. | | | |
|----------------------------|--|--|--|

Teoría del consumidor y Teoría del productor.

El estudio del comportamiento del consumidor es vital en todo momento, porque se ha comentado anteriormente que hace que exista demanda de producto, bien y/o servicio, para cubrir las necesidades mencionan autores como Pindyck y Rubinfeld (2018) “los consumidores tienen una renta limitada, que pueden gastar en una amplia variedad de bienes y servicios o ahorrar para el futuro” (Pindyck y Rubinfeld , 2018, p.4), de acuerdo al autor se determina que un bien se conoce en economía la renta que representa los ingresos de los compradores, es por ello que en economía es vital comprender los ingresos de los consumidores, conocer los niveles socioeconómicos, debido a que unas familias por más que deseen contar con la oportunidad de ahorrar no es posible debido a que pueden contar con familias grandes, o ingresos menores que no puedan tener acceso a todo el producto, bien y/o servicio. Es por ello que Pindyck y Rubinfeld (2018) describen “cómo maximizan los consumidores su bienestar, según sus preferencias, intercambiando la compra de una cantidad mayor de una serie de bienes por la compra de una cantidad menor de otros” (Pindyck y Rubinfeld , 2018 p.4), se considera que por tal razón los consumidores de acuerdo a sus ingresos deciden sobre la distribución de su producto, bien y/o servicio de tal manera que puedan obtener la satisfacción del consumo de los mismos; por otro lado las empresas se enfrentan diariamente a toma de decisiones puesto que el mercado es cambiante, los empresarios deben contar con habilidades empresariales que profundicen en el conocimiento de su mercado como lo describe Pindyck y Rubinfeld (2018) menciona “las empresas también tienen límites en lo que se refiere a los tipos de productos que pueden producir y a los recursos de los que pueden disponer para producirlos” (Pindyck y Rubinfeld, 2018, p.5) como se ha comentado sobre el ejemplo de los microchip por

ser un recurso necesario para la producción de ciertas industrias en tiempos de pandemia se vieron limitados, además las empresas se enfrentan a restricciones monetarias, financieras, al no acceso de préstamos con tasas de interés atractivas, al tipo de cambio, etc., son varios factores que intervienen en el amplio tema de la microeconomía. En el desarrollo del tema se abordará la importancia de conocer el comportamiento del consumidor, la forma en la cual se conduce en los mercados para la adquisición de productos o mercancías para satisfacer sus necesidades; en cambio la teoría del productor tiene que ver con los empresarios que deciden la manera en que puedan maximizar sus utilidades, es decir deben conocer todos los elementos involucrados con el control de costos. La competencia de la unidad tercera va orientada a como reducir costos de tal manera que se pueda impactar en la productividad de la empresa y la teoría que va permitir entender los costos es relacionada al tema de la teoría de la producción.

3.1 Utilidad del consumidor y maximización de la utilidad. Curva de la demanda por medio de la utilidad.

En este apartado reitero sobre lo que he descrito anteriormente “el amo y dueño de los mercados es la demanda”, los consumidores diariamente realizan actos de decisión, las compañías antes de lanzar sus productos al mercado para su comercialización en diferentes lugares, se plantea un reto crucial siendo: ¿qué precio se debe cobrar?” esta pregunta deduce toda el engranaje del estudio de la economía, siempre se ha observado como las compañías se enfrentan a retos de ese tipo de magnitud, hasta donde se puede incrementar el precio de tal manera que no impacte de manera inoportuna o negativa a la demanda, es por ello que siempre se debe considerar las características de la demanda, los gustos y preferencias del consumidor; la comprensión comportamiento del consumidor y de manera específica como ellos eligen que producto se va a comprar, bien y/o servicio adquirirán en el corto, mediano o largo plazo, y considerando si al consumidor le interesa descuentos sobre las compras, las formas de pago como crédito a meses

sin intereses; en fin, son diversas variables que intervienen en las decisiones de compra de los hogares.

Explicado de otra manera, una familia posee un cierto número de integrantes que contribuyen a la economía del hogar es decir representan los actores de solvencia económica en las familias, en ocasiones existe en infinidad de hogares que solo una persona es la proveedora de recursos económicos por su trabajo realizado, en otros hogares pueden ser varias personas las que contribuyen con ingresos al hogar, la suma de los ingresos de los integrantes de un hogar, representa la renta disponible para el consumo de la familia; que de forma natural deciden que producto, bien y/o servicio se compraran, aunado a ello se consideran en primera instancia el ingreso, y ello conduce a una cuestión de limitación, es por ello que los gustos y preferencias que se tiene con respecto al producto, bien y/o servicio juegan un papel importante en la decisión de compra.

El cuestionarse ¿cuánto ingreso se percibe en el hogar para satisfacer las necesidades de la familia? por eso conduce a indagar con el ingreso que es lo que me alcanza para comprar, es decir cómo se va a distribuir la compra de los diversos productos, bienes o servicios de tal manera que maximice la satisfacción entre todos los integrantes de la familia, indican los autores Pindyck y Rubinfeld (2018) “El comportamiento del consumidor es siguiendo estos tres pasos “las preferencias de los consumidores, las restricciones presupuestaria, las elecciones de los consumidores” (Pindyck y Rubinfeld, 2018, p. 68). De acuerdo con los autores el comportamiento del consumidor tiene que ver con sus niveles de ingresos que determinan la forma en que gastan su ingreso en los diferentes productos, y como deciden sus compras, es por ello que todas variables son importantes en el estudio, desde el punto de vista del empresario es el mas interesado en conocer información vital del gasto de los consumidores, puesto de que ello depende sus planes de producción; además los empresarios debe comprender las restricciones de ingreso que el consumidor presenta puesto que nunca se debe perder de vista el precio, los tres supuestos anteriores se basan en un modelo simple. Sin embargo, en nuestros

días han surgido vertientes de estudios tal como la llamada “Economía de la conducta” que está orientada al entendimiento del consumidor, adentrarse sobre la elección que hacen los consumidores es vital, imagine si tuviese una varita mágica que pudiese brindar la información del mercado y obtener los mejores beneficios económicos.

Para comprender el concepto de utilidad del consumidor, se debe comprender primeramente el ingreso, porque cada consumidor determina su compra en función de los ingresos disponibles para cada una de los productos, y de manera específica el consumidor determina la utilidad que le brinda cada uno de los productos; ¿cómo sirve esta información a las empresas? Simple y sencillamente es para recopilar, sintetizar, analizar la información que le permita el diseño y la creación de acciones a implementar y que represente la decisión viable y acertada que le permita maximizar beneficios y ganancias a la empresa, y como ejemplo es determinar el precio de venta adecuado de ese producto, bien o servicio considerando todas las variables posibles del mercado que intervienen en la decisión de compra y los gustos y preferencias del consumidor que se explicara en los siguiente apartados de cómo cada consumidor al momento de realizar su compra va determinada por la utilidad que le otorga ese producto, bien o servicio, a continuación se explicara en los siguientes apartados.

Preferencias del consumidor.

Para comprender a un consumidor, o una familia que se componen de un cierto número de personas, se debe conocer que esa familia presentan ciertas características en el consumo requerido para su hogar es decir se determina que producto, bien y/o servicio son requeridos para abastecer las necesidades del hogar por este motivo realizan “una lista” de productos o bienes y/o servicio, y se va programando su compra de acuerdo a sus ingresos disponibles, o en veces algunas compras no son programadas es decir se suscitan por impulso por obtener un beneficio adicional, o por ofertas como ejemplo; pero veamos una “lista” es

equivalente a una cesta de bienes, como menciona Pindyck y Rubinfeld (2018) “una cesta de mercado es una lista de cantidades específicas de uno o más bienes” (Pindyck y Rubinfeld, 2018, p. 69). De acuerdo al autor se especifica que cada hogar presenta diferentes necesidades que terminan siendo una lista similar o diferente de productos, bienes o servicios.

Cuando las familias eligen ciertas listas del producto, bien y/o servicio, es porque analizaron, evaluaron su mejor alternativa de compra, en la teoría existen 3 supuestos que hace la comprensión de porque eligen esa cesta en vez de otra.

Comenta Pindyck y Rubinfeld (2018) supuestos básicos sobre las preferencias “Complejidad: se supone que las preferencias son completas. Transitividad: las preferencias son transitivas. Cuánto más, mejor” (Pindyck y Rubinfeld, 2018, p. 70).

De acuerdo con el autor, en las preferencias del consumidor, siempre se busca las preferencias de diversas canastas de bienes y servicios, siempre elegirá la mejor cubra sus necesidades, y elegirá una por encima de la otra cesta, además como consumidores racionales se prefiere siempre mas producto y va elegir aquella cesta que otorgue mas beneficio al consumidor. En el caso particular de México se cuenta con diferentes organismos que contemplan información de la conformación de los productos de la canasta básica.

CE3.1 Ejercicio propuesto y resuelto en cuerpo del documento No.1

Ejercicio realizar una investigación para elaborar un cuadro comparativo de las canastas básicas entre diferentes organismos mexicanos.

1. Consejo Nacional para la Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL). Esta institución mide la pobreza en México (GOB MEX, <https://www.gob.mx/conasami/prensa/comunicado-de-prensa-conjunto-231858>)

2. Comisión Nacional de Salarios Mínimos (CONASAMI), genera las “Líneas del Pobreza por Ingresos”, a través del cual se puede conocer el valor de la canasta alimentaria y de la canasta no alimentaria por persona (GOB MEX, <https://www.gob.mx/conasami/prensa/comunicado-de-prensa-conjunto-231858>) y conduce con ello a obtener información valiosa para la conformación de mejoras en las políticas públicas que permita erradicar los diferentes umbrales de pobreza.
3. Los salarios mínimos representan un indicador importante en cada una y todos los países, en el cual indica que una persona por su trabajo remunerativo debe tener derechos a obtener su salario mínimo, de acuerdo a la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en su artículo 123 indica con respecto a los salarios mínimos “deberán ser suficientes para satisfacer las necesidades normales de un jefe o jefa de familia en el orden material, social, y cultural, y para proveer a la educación obligatoria de los hijos e hijas”.
4. Instituto Nacional de Estadística, y Geografía (INEGI) ² “Somos un organismo público autónomo responsable de normar y coordinar el Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica, así como de captar y difundir información de México en cuanto al territorio, los recursos, la población y economía, que permita dar a conocer las características de nuestro país y ayudar a la toma de decisiones.” ³
 - a. Índice Nacional de Precios al Consumidor de la Canasta de Consumo Mínimo⁴

² Con la promulgación de la Ley del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica (LSNIEG) el 16 de abril de 2008, el INEGI cambió su personalidad jurídica, adquiriendo autonomía técnica y de gestión. Su nueva denominación es Instituto Nacional de Estadística y Geografía , pero conserva las mismas siglas (INEGI).

³https://www.inegi.org.mx/inegi/quienes_somos.html#:~:text=El%2025%20de%20enero%20de,%2C%20Colonizaci%C3%B3n%2C%20Industria%20y%20Comercio.

⁴<https://www.inegi.org.mx/app/indicesdeprecios/Estructura.aspx?idEstructura=112001300110&T=%C3%8Dndices%20de%20Precios%20al%20Consumidor&ST=Otros%20tabulados>

De acuerdo al INEGI. El propósito del Índice de Precios al Consumidor de la Canasta de Consumo Mínimo es dar seguimiento a las variaciones de los precios de una Canasta de Consumo Mínimo, la cual está integrada por un subconjunto de 176 productos y servicios genéricos de la canasta del Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC). Los productos que conforman la Canasta de Consumo Mínimo fueron definidos de manera coordinada con el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL) a partir del contenido de las canastas alimentarias y no alimentarias de los ámbitos rural y urbano, empleadas por el Consejo para la medición de la pobreza en México. (INEGI).⁵

Ademas el estudio contemplo una metodología para la construcción de los productos o bienes que no estan

http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825196929.pdf

Índice de Precios al Consumidor de la Canasta de Consumo Mínimo, el cual sustenta su diseño conceptual y metodológico. Este nuevo Índice sustituye al Índice de Precios al Consumidor de la Canasta Básica que venía publicando el INEGI desde 2011.

⁵ <https://www.inegi.org.mx/app/buscador/default.html?q=canasta+basica>

completados como productos agroalimentarios, el autor cita el siguiente cuadro.

Número de productos de la canasta no alimentaria de CONEVAL, según rubros y ámbito Cuadro 2

| Rubro | Número de Productos | |
|---|---------------------|------------|
| | Urbano | Rural |
| Transporte público | 5 | 3 |
| Limpieza y cuidados de la casa | 14 | 14 |
| Cuidados personales | 14 | 15 |
| Educación, cultura y recreación | 13 | 12 |
| Comunicaciones y servicios para vehículos | 4 | 4 |
| Vivienda y servicios de conservación | 7 | 11 |
| Prendas de vestir, calzado y accesorios | 103 | 100 |
| Cristalería, blancos y utensilios domésticos | 18 | 20 |
| Cuidados de la salud | 63 | 62 |
| Enseres domésticos y mantenimiento de la vivienda | 17 | 11 |
| Artículos de mantenimiento | 8 | 3 |
| Transporte | 3 | 5 |
| Otros gastos | 1 | 3 |
| Total | 270 | 263 |

Fuente: Elaboración propia con datos de CONEVAL.

Nota. inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc

La información anterior plasma la importancia de conocer los productos de la canasta básica, son vitales para el consumo del hogar en el cuál busca siempre estar completos, y tener mas de todo lo necesario, es por ello que el ingreso en el hogar es importante para cubrir las necesidades de la familia. A continuación se presenta un ejercicio referencie a las preferencias del consumidor y canasta básica.

Ejercicio resuelto.

| | | |
|--|---|---|
| Formato de Preferencias del consumidor y canasta básica | | |
| Objetivo: Identificara la composición de la compra de productos y servicios en el hogar, es por ello que se indagara la forma del gasto que realiza su familia, y se cotejara con los productos de la canasta básica de México. | | |
| Instrucciones: <ol style="list-style-type: none"> 1. Marcar con "X" en la columna B si son productos que consume. 2. En la columna C, anote los productos, bienes o servicios que consume y no estén dentro de la canasta básica. | | |
| Canasta básica (84 componentes) Anotar los componentes de la canasta básica | Canasta básica (actualización 2019) Anotar los componentes de la canasta básica | Hogar (consumo) Anotar los componentes que integran su consumo en un lapso de 3 meses |
| Arroz | Arroz | Arroz |
| Frijol | Frijol | Frijol |
| Leche | Leche | Leche |
| Etc. | Transporte | Transporte |
| | Etc. | Internet |
| | | Etc. |

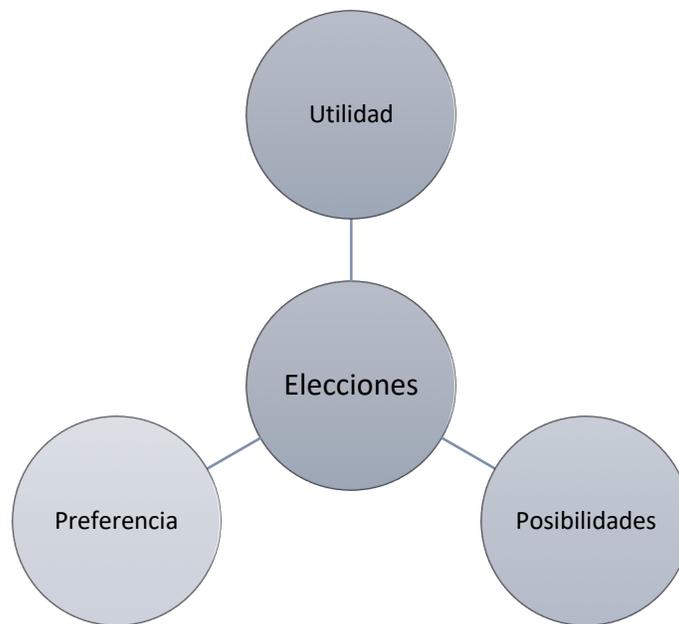
3.2. Curvas y mapas de indiferencia

Cada individuo tiene gustos y preferencias diferentes, pueden ser similares pero distintos, una persona al tener un cierto ingreso puede acceder a una determinada adquisición de productos, bienes o servicios, sin embargo, al encontrarse limitado debido a su ingreso y a los precios de los productos y servicios sus decisiones pueden cambiar, es por ello que el consumidor es indiferente en la adquisición de los productos y servicios. En la comprensión de la palabra indiferencia la lengua real española (RAE) la denomina como "Estado de ánimo en que no se siente inclinación ni repugnancia hacia una persona, objeto o negocio

determinado”, es decir que representa lo mismo, “es igual”, es decir para economía la indiferencia para una persona en el consumo determinado de una canasta A es igual a una canasta B o canasta C, es decir le otorga el mismo nivel de satisfacción adquiriendo cualesquiera de las diferentes canasta conformada por diferentes productos, bienes o servicios; un consumidor cuando adopta una posición de indiferencia es porque considero la utilidad que le brinda el consumo de un producto o bien, o una serie de productos, bienes o servicios, es decir que tanto valor, provecho o beneficio le podrá otorgar el consumo de ese producto, bien o servicio.

Para comprender las curvas y mapas de indiferencia se debe tener en cuenta premisas importantes, véase figura 3.1

Figura 3.1



1. **Utilidad:** En primera instancia el consumidor determina que utilidad le otorga el consumo de determinado bien, producto o servicio o bien una canasta de productos, que le permiten satisfacer sus necesidades.
2. **Preferencia:** En segunda instancia, el consumidor realiza un ejercicio mental de priorización de su opción de compra, de los productos, bienes o servicios.

3. **Posibilidades:** En tercera instancia el consumidor considera sus opciones de compra, es decir sopesa la adquisición de ese producto, bien o servicio.
4. **Elecciones:** Última y cuarta instancia, el consumidor elige que productos, o servicios o canasta de productos o servicios decidirá comprar considerando los atributos del producto, sus ingresos y los precios del mismo.

CE3.2 Ejercicio propuesto y resuelto en el cuerpo del documento número 2.

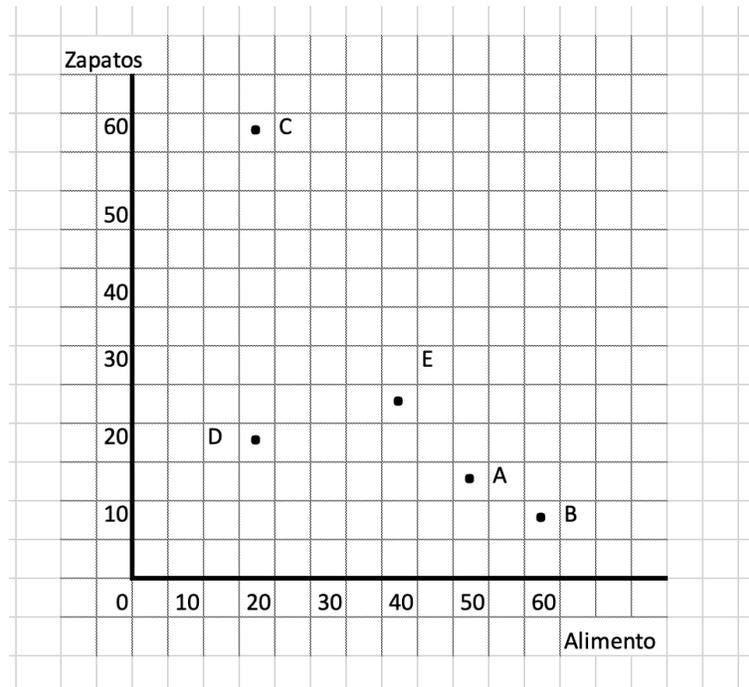
- a. Identificar la preferencia del consumo de productos, bienes y servicios para el consumidor 1
- b. Construir la curva de indiferencia que le permita conocer el mapa de indiferencia.
- c. Interpretar la curva de indiferencia.

Paso 1. Observar la tabla

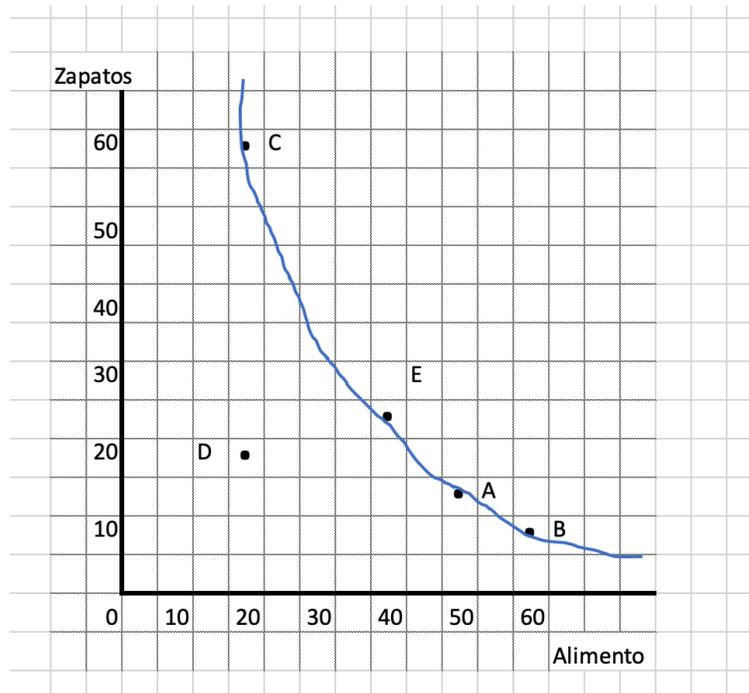
| Consumidor 1 | | |
|---|------------------|-------------------------|
| Ingresos: Nivel socioeconómico según INEGI. Menos de \$6,000.00 | | |
| Diferentes combinaciones | | |
| Producto: Zapatos | Producto: Comida | Letra de identificación |
| 15 | 50 | A |
| 10 | 60 | B |
| 60 | 20 | C |
| 20 | 20 | D |
| 25 | 40 | E |

Nota. Los datos de las posibles combinaciones son de un consumidor que su nivel de ingreso lo destina a los siguientes productos.

Paso 2. Trazar el plano para identificar los puntos de combinación de los diferentes productos. Colocar en el eje X (alimento), en el eje Y (zapatos) seguido ubique los puntos en el cuadrante.



Paso 3. Unir los puntos para obtener la curva de indiferencia.



Paso 4. Interpretación de la curva de indiferencia.

El consumidor 1 demuestra que a por medio de su nivel de ingresos puede elegir o seleccionar diferentes combinaciones de los productos de alimento y zapatos; por ello le resulta el mismo nivel de satisfacción o beneficio elegir el punto A, al punto C, es decir, en el punto A, elige mayor producto de alimento y menor de zapatos, y en el punto C decide mayor número de zapatos y menor alimento; por lo tanto este consumidor le proporciona ambos puntos el mismo nivel de satisfacción de consumo. El punto D está por debajo de la formación de la curva por lo tanto a ese punto no es satisfactorio para el consumidor.

Se dice entonces que el mapa de la curva de indiferencia es un gráfico que ilustra las diferentes combinaciones de adquisición de producto/bien o servicio en los cuales el consumidor es indiferente.

Para las empresas es importante conocer este concepto el consumidor, puesto que implica cambios en las compras de los productos por su indiferencia de acuerdo a su nivel de ingresos y gustos y preferencias.

Los autores Pyndick y Rubenfield describen la curva de indiferencia como “Curva que representa todas las combinaciones de cestas de mercado que reportan al consumidor el mismo nivel de satisfacción a un consumidor” (Pyndick y Rubenfield, 2018, p. 71). De acuerdo a los autores los tres supuestos con los cuales cumple la curva de indiferencia es correcta, puesto que cumple con lo siguiente:

1. **Completitud:** es decir cualquier combinación el satisface de la misma manera (puntos A, B, C, E), aun sin considerar los precios; cuando los precios se ven involucrados entonces en consumidor de acuerdo a su nivel de ingresos va comprar productos mas económicos.
2. **Transitividad:** El consumidor prefiere determinados productos de mayor a menor, es decir tratándose de

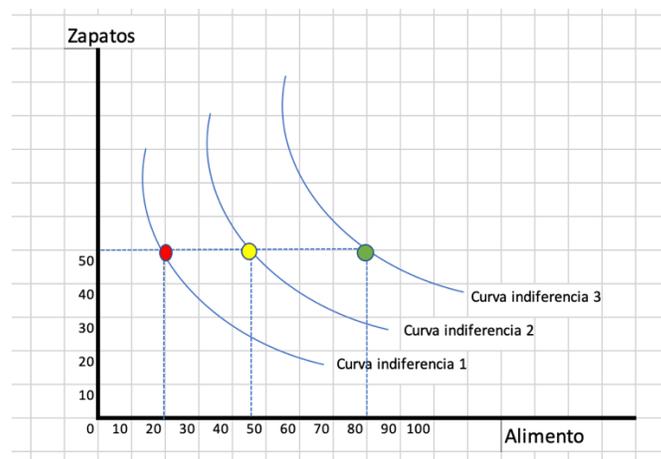
productos de prioridad 1, a prioridad 2, y así sucesivamente.

3. Cuánto más, mejor. Se prefieren los productos que son mucho mas mejores, es decir compran mas de lo mejor.

Bien, ahora pasaremos a conocer como la indiferencia de un consumidor se puede plasmar gráficamente para demostrar la indiferencia de un consumidor, en el siguiente tema de curvas de indiferencia.

Diversas curvas de indiferencia en un mapa de curvas.

Un consumidor que muestra una serie de diversas curvas de indiferencia, optara por aquella curva mas alejada del origen, es decir, curva de indiferencia 3; el consumidor optara por consumir a cualquier combinación o nivel de la curva de indiferencia 3, puesto que le brinda mayor número de productos en cualquier punto de esas curva; la curva de indiferencia 1 también muestra que se puede consumir a cualquier nivel sobre la curva y será una combinación indiferente, por lo tanto será un menor consumo. Véase la siguiente ilustración



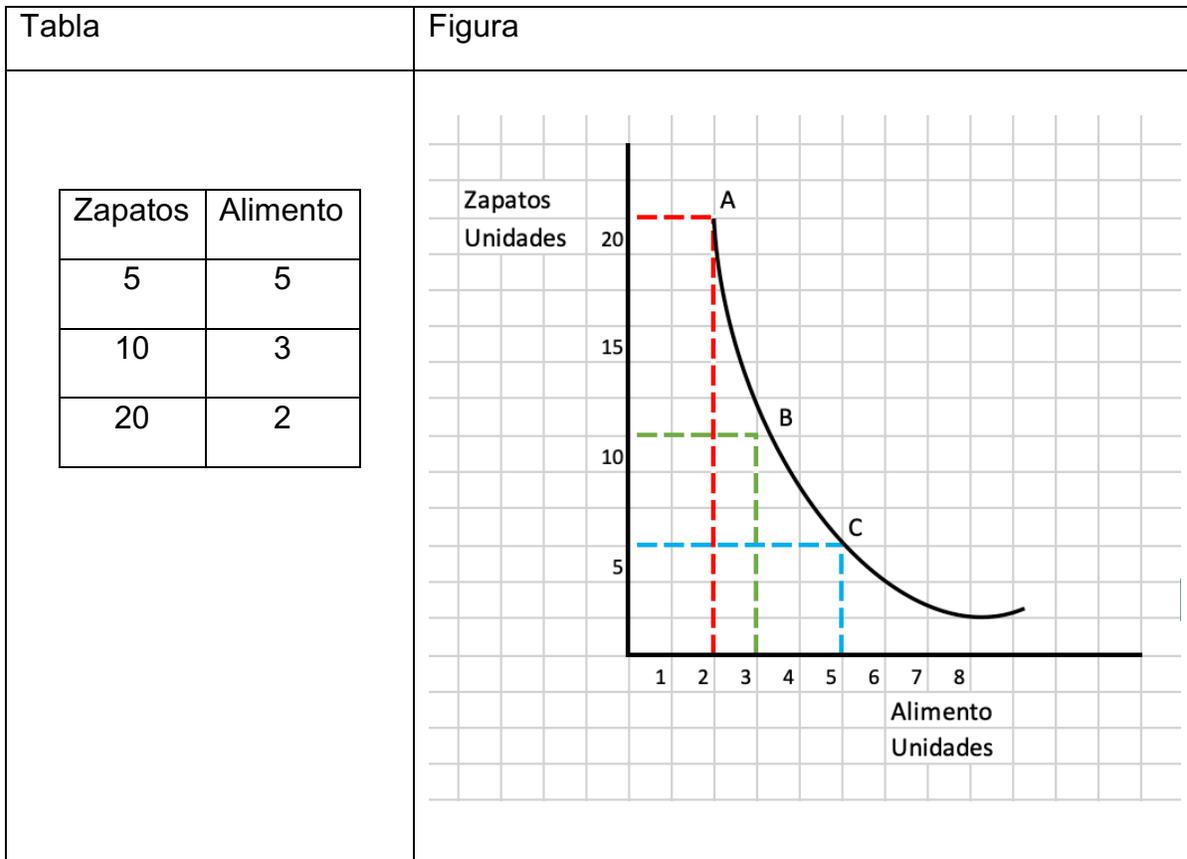
Nota. El punto marcado en color verde representa la combinación de mayor consumo en ambos productos y es mejor que el punto marcado en color amarillo mostrada en la curva de indiferencia 2, así que es que mejor a que la curva de indiferencia 1 marcado en color rojo.

Para los aprendices en economía comprender el comportamiento del consumidor es importante debido al análisis que se realiza para valorar diversas acciones que le permitan acertar en la toma de decisiones, en el caso particular de un profesional en administración, como ejemplo para conocer que tipo de atributos valoran los consumidores ante la posible introducción de un nuevo producto al mercado, que es lo que valoran los consumidores, a que cosas son indiferentes, y cada mercado presenta diferentes niveles de ingreso; los estudios de mercadotecnia si emplean herramientas para análisis de mercado; sin embargo la ciencia económica profundiza sobre aspectos esenciales del consumidor y del mercado, de cómo un sin fin de variables entran en juego, es decir no solo se analiza el producto nuevo, sino que contempla todo lo que se ha mencionado anteriormente, el mercado, las necesidades, la demanda, la oferta, los productos sustitutos, los productos complementarios, los bienes normales, los bienes inferiores, los ingresos disponibles etc., a continuación se abordara sobre este último elemento los ingresos, en economía los ingresos forman una parte fundamental en la toma de decisiones de compra, como es bien sabido cada hogar cuenta con diversos ingresos para los gastos que requiere una familia, en veces esas familias se encuentran restringidas en adquirir ciertos productos, es decir están limitados a su nivel de ingreso, para dar introducción al tema, recuerde que en economía se maneja bajo supuestos.

Tasa Marginal de sustitución.

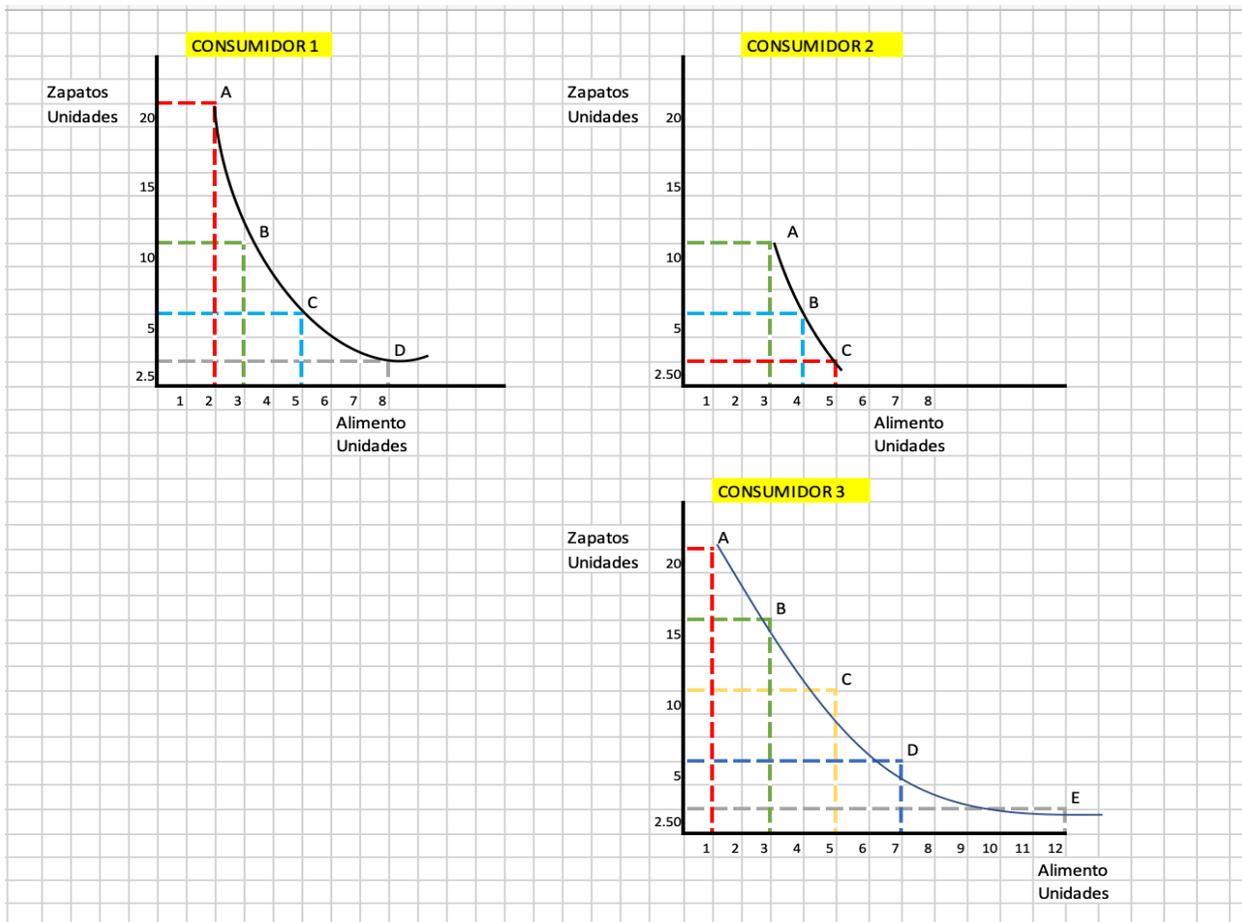
Como lo indica su palabra sustitución es decir cambio por algo distinto, o renuncia a algo siendo un producto, bien o servicio, en este caso se explica bajo el supuesto de dos productos o bienes, de que manera un consumidor esta dispuesto a ceder o sustituir un bien por otro, en que grado esta dispuesto a realizarlo de tal manera que conserve su nivel de satisfacción. En gran mayoría de veces el consumidor se encuentra en un parteaguas o disyuntiva de tener que elegir el consumo mayor de un bien y sacrificar el consumo del otro producto. A ello se le conoce como la relación marginal de sustitución. Los autores Pyndick y Rubinfeld (2018) menciona que la relación marginal de sustitución (RMS) es la "Cantidad

máxima de un bien a la que está dispuesta a renunciar una persona para obtener una unidad más del otro” (Pyndick, Rubinfeld, 2018, p. 74). De acuerdo con el autor para ejemplificar vamos a suponer datos hipotéticos de consumidor “x” que consume dos tipos de producto y su comportamiento en la curva de indiferencia es la siguiente, recuerde que en el análisis no involucra precios, la esencia es la comprensión del comportamiento del consumidor.



Nota. En la gráfica se aprecia que el consumidor le es indiferente en cualquier nivel del punto A, B o C su consumo, sin embargo presenta una sustitución de zapatos muy elevada de renuncia por obtener una unidad adicional de alimentos, observe el punto A, donde elige 20 unidades de zapatos y 2 de alimento; posteriormente, si desea incrementar una unidad adicional de alimento tendría que sacrificar 10 unidades de zapatos, es decir la mitad; y si se trasladase del punto A al C sacrificaría 15 unidades de zapatos por tres unidades de alimento incrementando de 2 a 5 unidades.

Por lo tanto, se deduce que los consumidores presentan diferentes formas de curvas de indiferencia, veamos un comparativo.



Nota.1. Se encuestaron sobre las preferencias del tres distintos consumidores, y arrojó diferentes pendientes en las curvas de indiferencia de los consumidores, se observa que el consumidor 3, es un consumidor que esta dispuesta a sacrificar por la obtención de mas unidades de alimento.

Nota.2. Se realizo el gráfico en hoja de cálculo Excel, puesto que no fue posible utilizar otra herramienta de trabajo, por lo tanto, se traslado la imagen que se creo en la hoja de Excel.

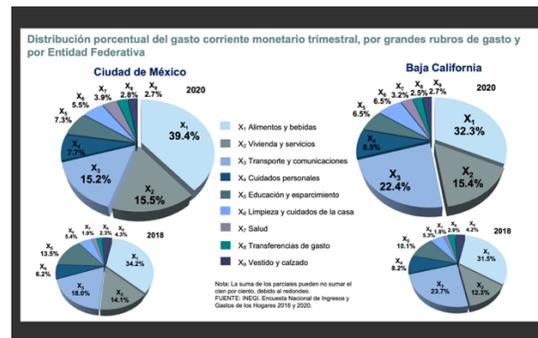
Nota.3. La composición de la curva de indiferencia a medida que se va renunciando un bien por adquirir una unidad adicional la curva de indiferencia tiende a ser convexas, como cuarto supuesto. A partir de este momento se comprendió el tema de preferencias del consumidor.

Restricción presupuestaria.

Para abordar el tema siguiente de la teoría del consumidor y seguir comprendiendo la manera en la cual toman decisiones de compra, se aborda el concepto de restricción presupuestaria. Los diferentes consumidores presentan

diferentes niveles de ingreso, por lo regular en cada hogar o familia se encuentran limitados los ingresos para cubrir una infinidad de necesidades, es por ello que el consumidor es racional en cuanto al consumo de ciertos bienes, productos o servicios para satisfacer sus necesidades de la familia. Es por ello que al momento de recibir su ingreso, destina cierto monto a la compra de ciertos productos, en los cuales se puede clasificar por alimento, vestido, vivienda, transporte, etc., y si es posible puede ahorrar una parte de su ingreso, pero la realidad es que el consumidor se encuentra restringido a su presupuesto, es decir solo puede gastar la totalidad de su ingreso, o una parte, y ello dependerá de su nivel de ingreso.

Se puede consultar en fuente oficial como INEGI, a través de su encuesta el censo población, según INEGI en su artículo ENIGH 2020 Resultados, se extrae una diapositiva presentada por INEGI, sobre la distribución del gasto en los hogares a continuación se muestra una gráfica representativa.



Nota. Diapositiva obtenida de INEGI, se observa claramente el comparativo entre dos grandes entidades Ciudad de México y Baja California (BC). Se observa que el estado de BC se requiere mayor gasto en el transporte, si bien es conocido el transporte esta elevado en el estado, y en la Ciudad de México gozan de un transporte eficiente y económico por lo tanto los ciudadanos tendrían diferente distribución del ingreso en el gasto del hogar.

Nota. Fuente. <https://www.inegi.org.mx/programas/enigh/nc/2022/>

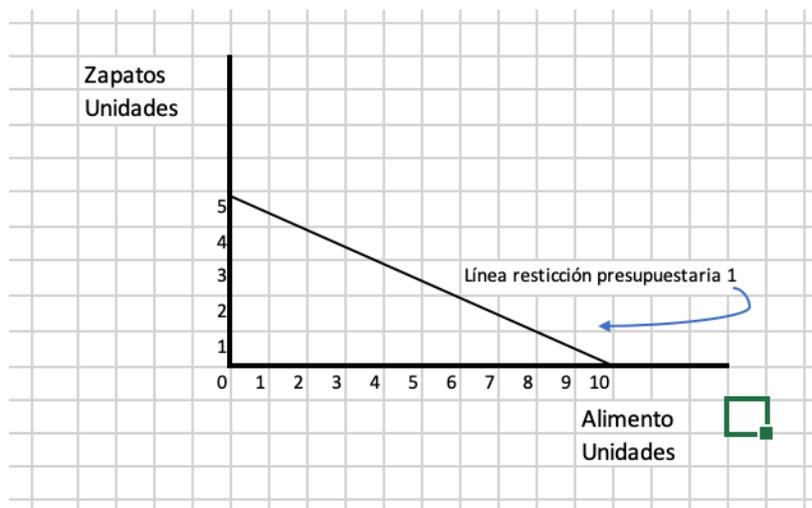
Nota. Todos los derechos reservados INEGI

A continuación, se presenta un ejercicio resuelto.

Para construir y comprender el funcionamiento de la restricción presupuestaria se necesitan datos como el ingreso y los precios de los productos, ahora considerando dos productos calzado y alimento, donde en el hogar se percibe un ingreso de \$2,000.00 (dos mil pesos semanales), es requerido también la variable de los precios, por lo tanto, el precio del calzado \$ 400.00 y el precio del alimento \$ 200.00 pesos.

Primer paso, conocer la capacidad máxima destinando todo el ingreso a la compra de zapatos, por lo tanto, quedaría de la siguiente manera $\$ 2,000.00 / \$ 400.00 = 5$ unidades de calzado, para alimento sería $\$ 2,000.00 / \$ 200.00 = 10$ unidades.

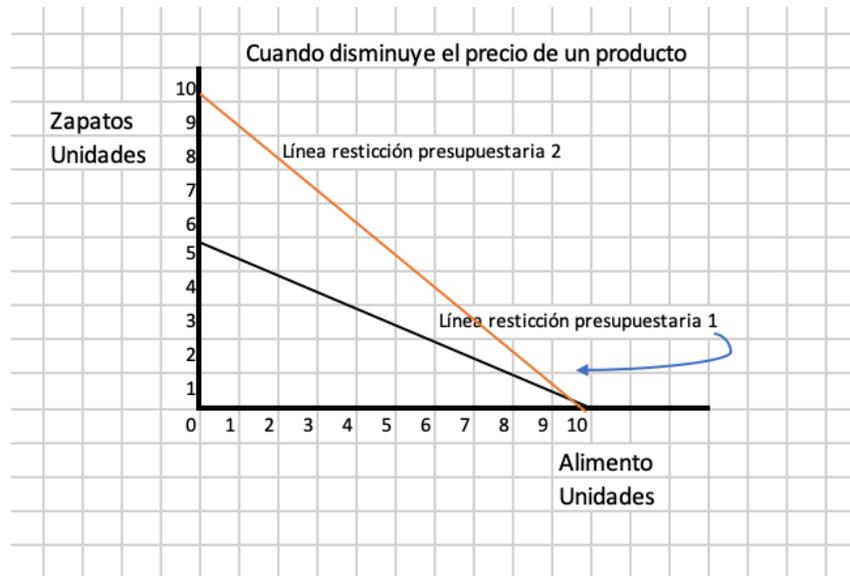
Segundo paso, se traza la gráfica de la restricción presupuestaria.



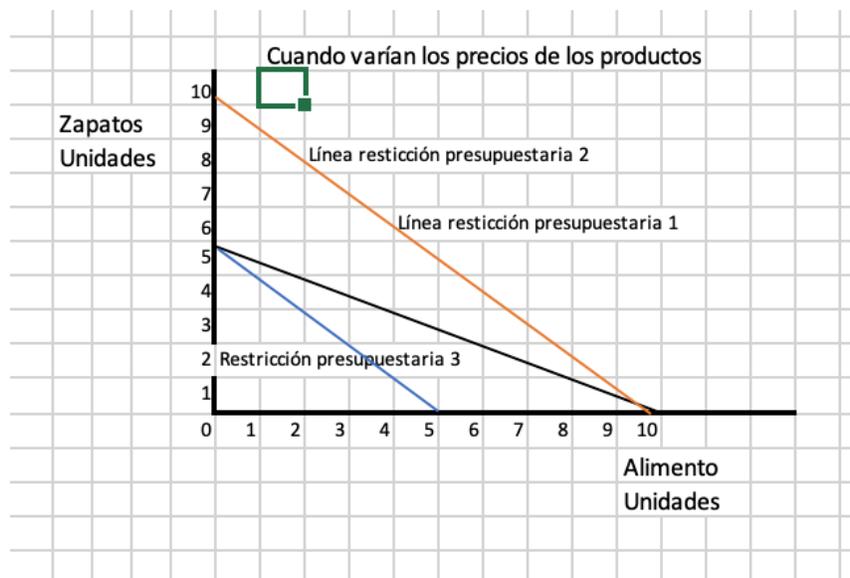
Nota. Se realiza la gráfica en hoja de cálculo Excel y se traslada a Word, debido a que se visualiza correctamente la gráfica.

Ahora en la situación de que los precios de los productos aumentan o disminuyen se suscita cambios en las líneas de presupuesto, considerando bajo el supuesto de dos productos, y si el precio de los zapatos disminuye a la mitad de su precio por lo tanto el consumidor puede decidir gastar todo su dinero en zapatos siendo un total de compra de 10 unidades, mientras se mantuvo el precio de alimento, véase la

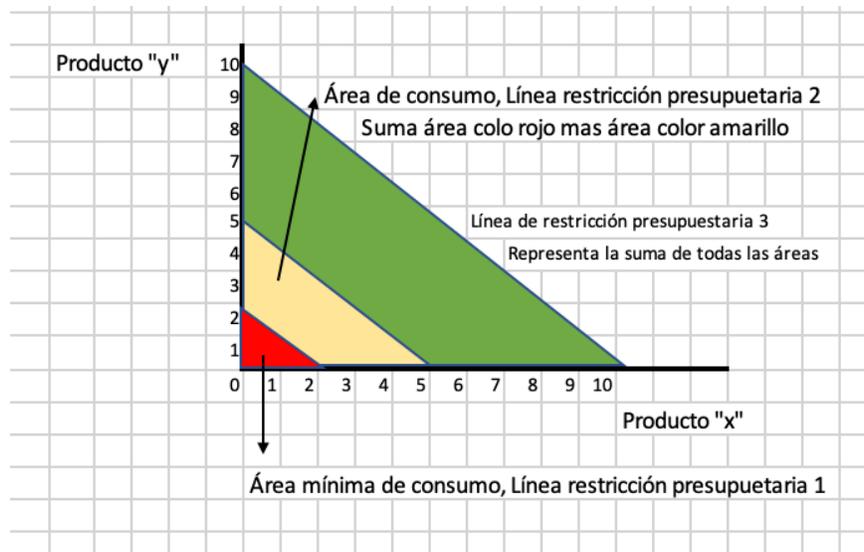
siguiente figura donde observa la nueva línea de restricción presupuestaria 2, y por lo tanto se amplía el área del triángulo y puede consumir mayor producto.



En cambio, cuando los precios aumentan como ejemplo el alimento aumento a \$ 400 pesos y no surgió cambios el precio de los zapatos, la línea de restricción presupuestaria 3 demuestra que el área del triángulo se vio reducido por lo tanto el consumo se vio afectado.



Las líneas de restricción presupuestaria entre mas alejadas estén del origen es mucho mejor porque demuestra que el consumidor tiene una amplia posibilidad de compra de los productos observa la siguiente figura si el consumidor tuviese un ingreso limitado entonces tendría la línea restricción presupuestaria 1 y su área de consumo es poca, sin embargo le llegasen aumentar el salario o se cambia de trabajo y adquiere mas ingresos su línea de restricción presupuestaria cambia, se traslada hacia la derecha y el área se incrementa en su totalidad, por mas que quisiera ese consumidor adquirir mas productos ya no podría porque sus ingresos están limitados. Véase la siguiente figura para mayor comprensión.



Nota. Gráficas elaboradas en Excel y trasladadas como imagen para no mermar la calidad de la imagen.

En este apartado se concluye con la comprensión de la teoría del consumidor, para dar entrada al tema de las implicaciones de los cambios en los precios, cambios en el consumo de los compradores, recuerde que se parte del supuesto de dos productos para la comprensión del comportamiento del consumidor, aunque la realidad es que existen bastantes productos que se utilizan en el hogar.

3.3 Curva de precio-consumo, curva de ingreso-consumo y curva de Engel.

En el presente tema se abordara conceptos elementales en la teoría del consumidor que implica la manera en que los consumidores responden ante variaciones en los precios de los productos que adquiere en un determinado tiempo, bien es sabido que los consumidores están en la constante revisión de precios de los distintos productos, y como influye en el comportamiento de compra, es por ello que la comprensión de ello es fundamental para las empresas, debido a que el dueño y amo de los mercados lo he comentado es la demanda; por lo tanto el cambio en los ingresos afecta también el consumo en las compras de los consumidores debido a que el comprador atiende sus necesidades de acuerdo a su ingreso además le interesa que se cumplan los requerimientos y atributos de los productos, bienes o servicios; este tema tiene que ver con los bienes normales, complementarios, sustitutos, bienes inferiores, los atributos que tendrán los productos, etc., como se ha visto anterior la importancia de considerar todos los aspectos del mercado. Por lo tanto, en este capítulo se abordará la importancia de la comprensión de estos conceptos, puesto que deriva en la toma de decisiones del consumidor, y a su vez las empresas productoras o fabricantes deben comprender a la cabalidad el funcionamiento de los mercados para que pueda ser acertado el producto que se ofrecerá al mercado, las compañías tienen su propio departamento de marketing donde se realizan encuestas para conocer al consumidor y los atributos que en su momento requieran los productos.

Se ha explicado sobre las curvas de indiferencia del consumidor y aunado la tasa marginal de sustitución en la cual el consumidor determina cuanto estaría sacrificando de un producto para obtener una unidad adicional de otro producto distinto, además se explico cuando interviene el precio de ambos productos para construir la línea de restricción presupuestaria, la comprensión de estos temas orienta a comprender de que manera el consumidor considera el ingreso o presupuesto destinado para sus compras; en economía diversos autores mencionan “la renta” que significa “el ingreso”.

El consumidor se vuelve muy crítico, observador, analítico, racional en función de sus posibilidades de consumo y la manera de cómo obtendría la utilidad o satisfacción de ese consumo, a medida que sus ingresos van cambiando y los precios varían.

Por ello para un administrador es importante conocer los segmentos de mercado y los niveles de ingreso de la población o mercado meta, de tal manera que pueda garantizar que sea comprado el producto, bien o servicio; para comprender la relación veremos sobre la curva de precio consumo, para ello se debe comprender sobre la línea de restricción presupuestaria, y las curvas de indiferencia

Curva de precio consumo.

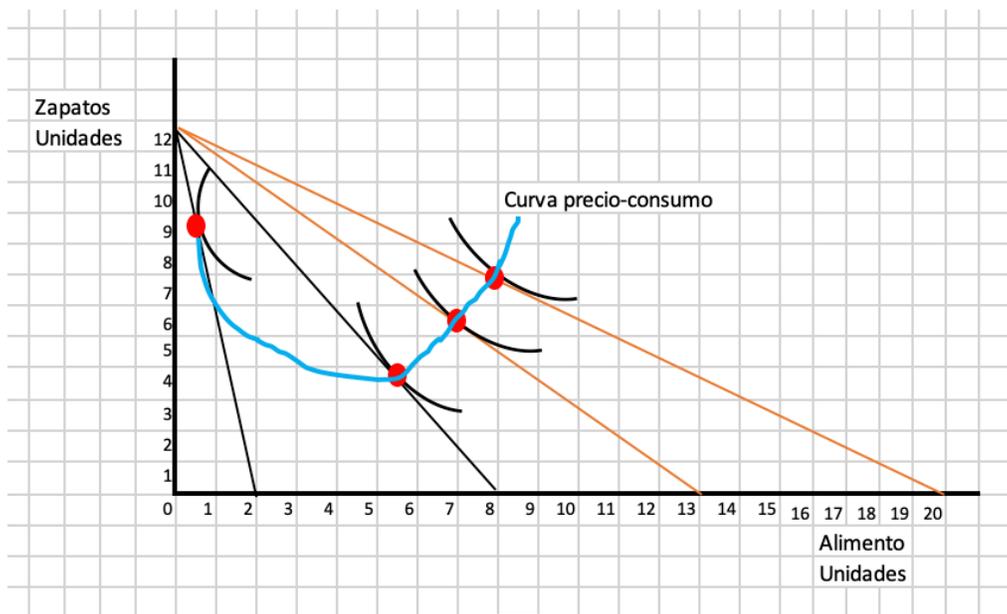
En microeconomía es un tema importante para la toma de decisiones puesto que interesa saber como **cambiaran los consumos** de una familia, o un individuo o un grupo de personas, **ante los cambios del precio de ese bien**, y que lo demás se **mantenga constante es decir el ingreso y los precios de los otros productos**; es importante porque las empresas fabricantes deben en la medida de lo posible anticiparse ante esos escenarios; para ello se apoya en la comprensión de la curva de precio-consumo.

Ejemplo, en el mercado de la comida rápida, se encuentra diversos restaurantes de hamburguesa, así como restaurantes de pizza, ambos productos son sustitutos, sin embargo, que es lo que pasaría si el propietario de las hamburguesas requiere conocer que le pasaría a su mercado en caso de subir o bajar los precios y sabiendo que el productor de pizza no aumentara precios ni tampoco aumentarían los salarios inmediatos de los consumidores, es una gran disyuntiva.

En la siguiente figura se puede observar en la gráfica que una disminución en los precios de alimentos, por sentido común, sabemos que los consumidores van a comprar mas alimento, porque tendrán posibilidades de obtenerlo porque tendrán

mas dinero disponible, por lo tanto la curva de indiferencia tiende a moverse de tal manera que cuando haga tangente con la línea de restricción presupuestaria alcanzara su mismo nivel de satisfacción pero mayor consumo en producto, por lo tanto puede observar que a medida que los precios bajan el consumidor tiende a consumir mas producto, véase la figura siguiente.

Figura

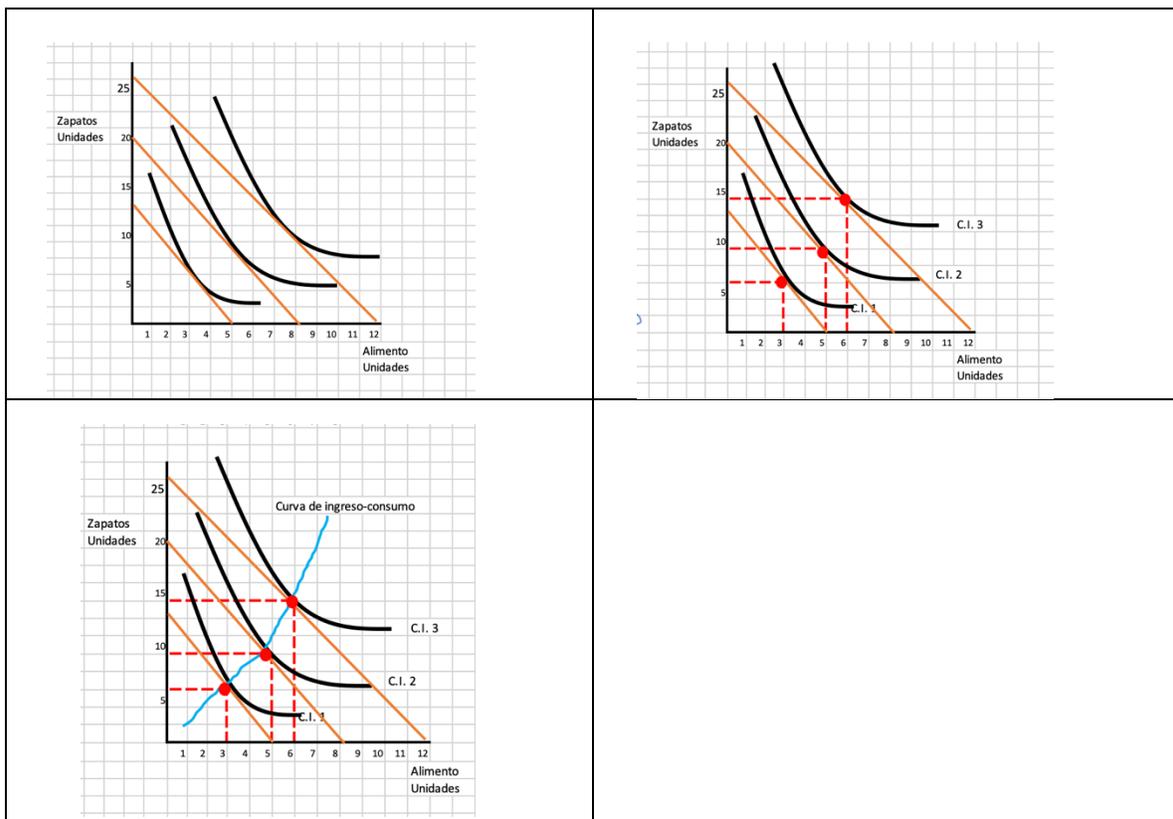


Nota. Para abordar se supone que el consumidor presenta un salario permanente, y únicamente variará el precio del producto en cuestión y permanece lo demás constante.

Curva de ingreso-consumo

En microeconomía este concepto es importante comprenderlo puesto que es un **herramienta** que permita conocer cual es la **respuesta en el consumo** ante el **cambio en el nivel de ingreso** del consumidor siempre y cuando en ambos productos permanece los **precios constantes** es decir que no sufrió cambios, se observara como el como el consumidor busca lograra mayor grado de utilidad, las empresas emplear y comprender esta herramienta es vital puesto que compromete los planes de producción, es por ello, que el administrador debe conocer, ser analítico y crítico ante estos cambios, el dominio de los bienes normales, inferiores, etc., impactan fuertemente en la compra del consumidor por ello la variable de ingresos es importante.

Figura



Nota. Se muestra la tendencia de la curva ingreso-consumo, se ocupan datos de curvas e indiferencia, líneas e restricción presupuestaria, para localizar la intersección y unir puntos.

3.4 Producción con un insumo fijo y uno variable. Etapas de la producción.

Para dar introducción al tema de la producción fue necesario comprender el comportamiento del consumidor como es que deciden la compra de los diferentes productos y comprender la forma en que afectan los diferentes productos, los ingresos y los precios; es por ello que después de ahondar en una parte importante de la demanda, ahora pasamos a revisar a la oferta como se ha comentado anteriormente es la contraparte, es la empresa que esta interesada en obtener ganancias en el mercado, por lo tanto conocer a la demanda ampliamente y al consumidor constituye el pilar que le permitirá acertar en sus decisiones empresariales, es por ello que las empresas responden a esas preguntas también ¿qué producir? ¿cómo producir? ¿para quién producir?, y además otras preguntas tales como ¿dónde producir? ¿en que momento producir? ¿será conveniente producir? y para ello se requiere conocer plenamente al consumidor, para saber realmente que atributos de los productos espera, sus precios, si su capacidad de ingreso contempla esa compra de productos, es decir en las empresas se realizan encuestas sobre las preferencias del consumidor, los estudios de mercado son una parte fundamental en la toma de decisiones que forma parte del éxito empresarial aunado con el análisis microeconómico tales como los costos, producción etc., que serán clave importante de soporte en la toma de decisiones.

En esta sección se abordara la producción en la empresa, es decir la teoría de la empresa; como se ha comentado las empresas buscan invertir en aquellos productos, bienes o servicios que les permitan alcanzar mayores niveles de utilidades, o ganancias, para ello deben identificar sobre los precios en el mercado al cual ofertaran el producto esto conduce a que debe conocer los costos totales en los que incurrirá en la producción, a partir de ese momento la empresa para maximizar ganancias y reducir costos debe identificar los puntos óptimos de producción que le permitirán lograr sus objetivos en el mercado, es decir si la empresa no conoce sus costos se dice que esta perdido en el mercado. Es por ello que para los estudiantes de administración es obligatorio dominar el tema que se abordará en esta unidad tercera puesto que el objetivo este definido como: diseña

estrategias de reducción de costos que le permitirá impactar en la productividad de la empresa.

Las empresas se enfrentan a disyuntivas en sus esquemas de producción tales como ¿si es mejor producir empleando mano de obra y poca maquinaria? En ciertos giros de negocios o mercados, o ¿en los campos agrícolas es mejor emplear maquinaria o contratar mano de obra?, y para determinar que es lo mejor, se valora los recursos se analiza el tiempo y los costos, en economía se conoce como producción a corto y largo plazo, por consiguiente, toda valoración, estrategia implica una toma de decisiones, es por ello que la empresa debe responder a ello, para encontrar la forma idónea de producción.

Las empresas determinan **el modo de producción a utilizar**, de esta manera se puede **identificar el tipo de insumos que se utilizaran** sean fijos o variables, o la combinación de ambos, de tal manera que se conocerá la materia prima, herramientas, tecnología, mano de obra que se empleara con el fin de maximizar la producción, a continuación, se presentan los conceptos.

En economía la **Teoría de la empresa**, permite que el futuro administrador pueda tomar decisiones acertadas en cuanto a la forma de maximizar las utilidades de la empresa considerando su esquema de producción elegido de tal manera que a medida que se modifican los niveles de producción le permita reducir sus costos. Para ello se necesita comprender que la producción es elemental en toda organización, veamos a continuación los conceptos básicos.

Conceptos.

Producción. – La real academia española lo define entre otros como “suma de los productos del suelo o de la industria”⁶

⁶ Lengua real, recuperado en fuente: <https://dle.rae.es/producci%C3%B3n>

Insumos. - La real academia española lo define entre otros como “es el conjunto de elementos que toman parte en la producción de otros bienes” ⁷

Los insumos se clasifican de dos maneras insumos variables e insumos fijos.

Insumos variables. Son aquellos insumos necesarios en la producción y varían de acuerdo al nivel de producción es decir si no se realiza ninguna unidad de producto por lo tanto no se emplea ninguna unidad de insumo variable, en cambio si se producen 1000 unidades de producción y por cada unidad de producción se requiere una unidad de insumo variable por lo tanto se ocuparán 1000 unidades de insumo variable; si la producción cae a niveles bajo también cae las unidades del insumo variable requerido.

CE3.3 Ejercicio propuesto y resuelto en el cuerpo del documento número 3.

Caso Ejercicio. Identificación de insumos variables- fijos. Empresa Vivero

Nota: La empresa por motivos de confidencialidad a solicitud de la empresa se limito con la información monetaria, por lo tanto, los datos son ficticios.

Objetivo: Identificar el nivel de producción de planta requerido para la empresa.

Competencia: Los estudiantes de administración lograran la competencia de identificación de los insumos variables e insumos fijos para la empresa de vivero.

- a. Identificarán los requerimientos necesarios para lograr ingresos por la cantidad de \$200,000.00 pesos mensuales.
- b. Identificaran el nivel de producción que le permita maximizar beneficios a la empresa de vivero.

⁷ Lengua real, recuperado en fuente: <https://dle.rae.es/insumo?m=form>

Contexto de la Empresa Vivero.

La empresa ubicada en la ciudad de Tijuana, se dedica a la producción, distribución y venta de plantas nativas, plantas desérticas de la región y algunas otras variedades de plantas y árboles que son utilizadas para la construcción de jardines en la ciudad de Tijuana.

Producto: Producción de planta sansevieria trifascita.

El administrador deberá identificar los requerimientos para la producción por lo tanto deberá plantearse las siguientes preguntas.

Paso 1:

1. ¿Qué insumos se requiere para la producción de 500 unidades de planta sansevieria de 10 galones?

Paso 2:

2. ¿Cuáles son los insumos variables e insumos fijos?

Paso 3:

3. ¿Cuál es el costo total de la producción siendo en tres momentos?
 - a. 50 unidades
 - b. 250 unidades
 - c. 500 unidades

Saber hacer. Respuestas.

Paso 1: Los estudiantes iniciaran por realizar un listado de los insumos requeridos.

Realice su listado. Requerimientos de insumos

- Tierra compostada
- Agua para riego
- Bolsas de polipropileno de 5 galones
- Vitaminas
- Esquejes

- Mano de obra de producción (cantidad)
- Almacenamiento (500 metros cuadrados)
- Herramientas de trabajo tales como “palas, carretillas, ropa de protección, guantes”
- Poliducto de riego

Paso 2: Clasificar los insumos correspondientes en el cuadro siguiente.

| Insumos de la producción | |
|---------------------------------------|-------------------------|
| Insumos variables | Insumos Fijos |
| Tierra compostada | Poliducto de riego |
| Agua para riego | Almacenamiento |
| Bolsas de polipropileno de 10 galones | Herramientas de trabajo |
| Vitaminas | |
| Esquejes | |
| Mano de obra de producción | |

Nota. Se clasificaron los insumos requeridos en la producción, los esquejes son las plántulas que se obtienen de la planta madre.

Los estudiantes de administración son capaces de la identificación de los insumos necesarios para la producción de las 500 unidades de planta sansevieria. Véase la siguiente imagen de producción de la empresa.



Nota 1. Imagen de la producción en almacenamiento en Vivero Tapia.

Nota 2. Imagen propiedad de la empresa con todos los derechos reservados.

| A | B | C | D | E |
|-------------------------|-------------------------|------------------|----------------|-------------------|
| Cantidad de trabajo (L) | Cantidad de capital (K) | Producción total | Producto medio | Producto marginal |
| 0 | 100 | 0 | | |
| 1 | 100 | 25 | | |
| 2 | 100 | 52 | | |
| 3 | 100 | 84 | | |
| 4 | 100 | 128 | | |
| 5 | 100 | 145 | | |
| 6 | 100 | 156 | | |
| 7 | 100 | 154 | | |
| 8 | 100 | 120 | | |
| 9 | 100 | 81 | | |
| 10 | 100 | 40 | | |

Nota. Los estudiantes de administración obtienen los datos de los diferentes niveles producción a medida que se integra un trabajador adicional.

Nota. Una vez recopilado los datos, se procede a calcular el producto medio por cada uno de los trabajadores, así como la obtención del producto marginal.

Los estudiantes en administración obtuvieron la información de la producción de la planta sansevieria en presentación de 10 galones; para ello se cuenta con los datos necesarios para el calculo del producto medio y producto marginal; con ello se analizará que a medida que varía el número de trabajadores es decir si se incrementa el número de trabajadores cambia el nivel de producción, por lo tanto, el factor de trabajo es un insumo variable. Para la toma de decisiones empresariales, el estudiante en administración debe ser capaz de entender que no solo es producir por producir, sino al contrario es encontrar sobre la eficiencia de la empresa, para ello ocupamos calcular el producto medio y el producto marginal.

Toma de decisión con el producto medio.

Para el cálculo del producto medio, con otro significado es el promedio, es decir de los trabajadores existentes cuál es la cantidad de producción que se obtienen por cada persona, aunque esto pudiese ser una falacia, porque existen diferentes

trabajadores cualificados de distinta manera; en otras profesiones como ingeniería industrial buscan la productividad por trabajador.

¿Contrataremos un trabajador adicional? ¿Utilizaremos otro tipo de insumos como estas macetas? Usted como estudiante de administración debe lograr la competencia de toma de decisiones de cualquier tipo de empresa o giro, y para ello se ocupa habilidades para la recopilación, tratamiento de datos, y análisis de los resultados que le permitirán la toma de decisiones de manera objetiva.

Figura. Fotográfica.



Nota. Imagen de la empresa, trabajador contabilizando insumo variable macetas de 15 galones.

Veamos el cálculo del producto medio. En economía se calcula de la siguiente manera para la toma de decisiones.

Se utiliza el dato de la columna C entre el dato de la columna A, y se vacía el resultado en la columna D. Quedando de la siguiente manera.

| A | B | C | D | E |
|-------------------------|-------------------------|------------------|----------------|-------------------|
| Cantidad de trabajo (L) | Cantidad de capital (K) | Producción total | Producto medio | Producto marginal |
| 0 | 100 | 0 | 0 | |
| 1 | 100 | 25 | 25 | |
| 2 | 100 | 52 | 26 | |
| 3 | 100 | 84 | 28 | |
| 4 | 100 | 128 | 32 | |
| 5 | 100 | 145 | 29 | |
| 6 | 100 | 156 | 26 | |
| 7 | 100 | 154 | 22 | |
| 8 | 100 | 120 | 15 | |
| 9 | 100 | 81 | 9 | |
| 10 | 100 | 40 | 4 | |

Se puede observar con los cálculos obtenidos en el producto medio, que a medida se va contratando un trabajador el promedio por un trabajador es de 25 unidades; la empresa determino contratar un trabajador adicional para elevar la producción utilizando el mismo capital, entonces con dos trabajadores el promedio de cada persona es de 30 unidades, entonces es una **decisión acertada que contribuye a la maximización de recursos**, así mismo se continua analizando los datos y total de la producción con dos personas asciende por ambos a 60 unidades; entonces la empresa al observar que su producto medio va subiendo decide contratar un trabajador adicional, al contar con tres trabajadores el producto medio arroja 31 unidades incrementando la producción así mismo con 4 trabajadores el producto medio queda en 32 unidades, el contratar un trabajador adicional siendo un total de 5 personas ya no es viable para la empresa puesto que el producto medio empieza a decrecer, a que se debe esa caída puede ser por varios factores siendo las habilidades del trabajador, a las condiciones de producción con el factor de capital, entre otros, por lo tanto representa un foco de atención para los administradores, que contar con 5 trabajadores el producto medio cae y no es viable.

Toma de decisión con el producto marginal.

Los estudiantes en administración utilizaran el cálculo del producto marginal, esta ecuación le permite determinar el punto óptimo de producción es decir demuestra que se maximiza la producción y una unidad adicional de trabajador repercute en pérdidas, en otras palabras, se minimizan los costos de la producción. Para utilizar esta herramienta de decisión se tiene que utilizar la variación de la producción entre la variación del trabajo.

Por lo tanto, el punto marcado es en la contratación de cuatro trabajadores, la empresa si decide contratar trabajadores adicionales, puede tornarse en perdidas para la empresa de vivero.

| Cantidad de trabajo (L) | Cantidad de capital (K) | Producción total | Producto medio | Producto marginal |
|-------------------------|-------------------------|------------------|----------------|-------------------|
| 0 | 100 | 0 | 0 | |
| 1 | 100 | 25 | 25 | 25 |
| 2 | 100 | 52 | 26 | 27 |
| 3 | 100 | 84 | 28 | 32 |
| 4 | 100 | 128 | 32 | 44 |
| 5 | 100 | 145 | 29 | 17 |
| 6 | 100 | 156 | 26 | 11 |
| 7 | 100 | 154 | 22 | -2 |
| 8 | 100 | 120 | 15 | -34 |
| 9 | 100 | 81 | 9 | -39 |
| 10 | 100 | 40 | 4 | -41 |

En el ejercicios práctico se concluye que a medida que va aumentando el producto medio se plasma que la empresa vivero esta operando eficientemente que es en la contratación de cuatro trabajadores y el resultado del producto marginal maximiza el resultado y minimiza los costos en la empresa de vivero, por lo tanto los estudiantes en administración deben comprender y dominar la competencia de las herramientas de la teoría de la producción que le permita tomar decisiones empresariales que le permitan reducir costos a la empresa vivero.

Etapas de la producción.

Identificación de las diferentes etapas de la producción como una herramienta adicional para la toma de decisiones, para ello continuaremos con los datos estadísticos del ejercicio resuelto para la empresa vivero.

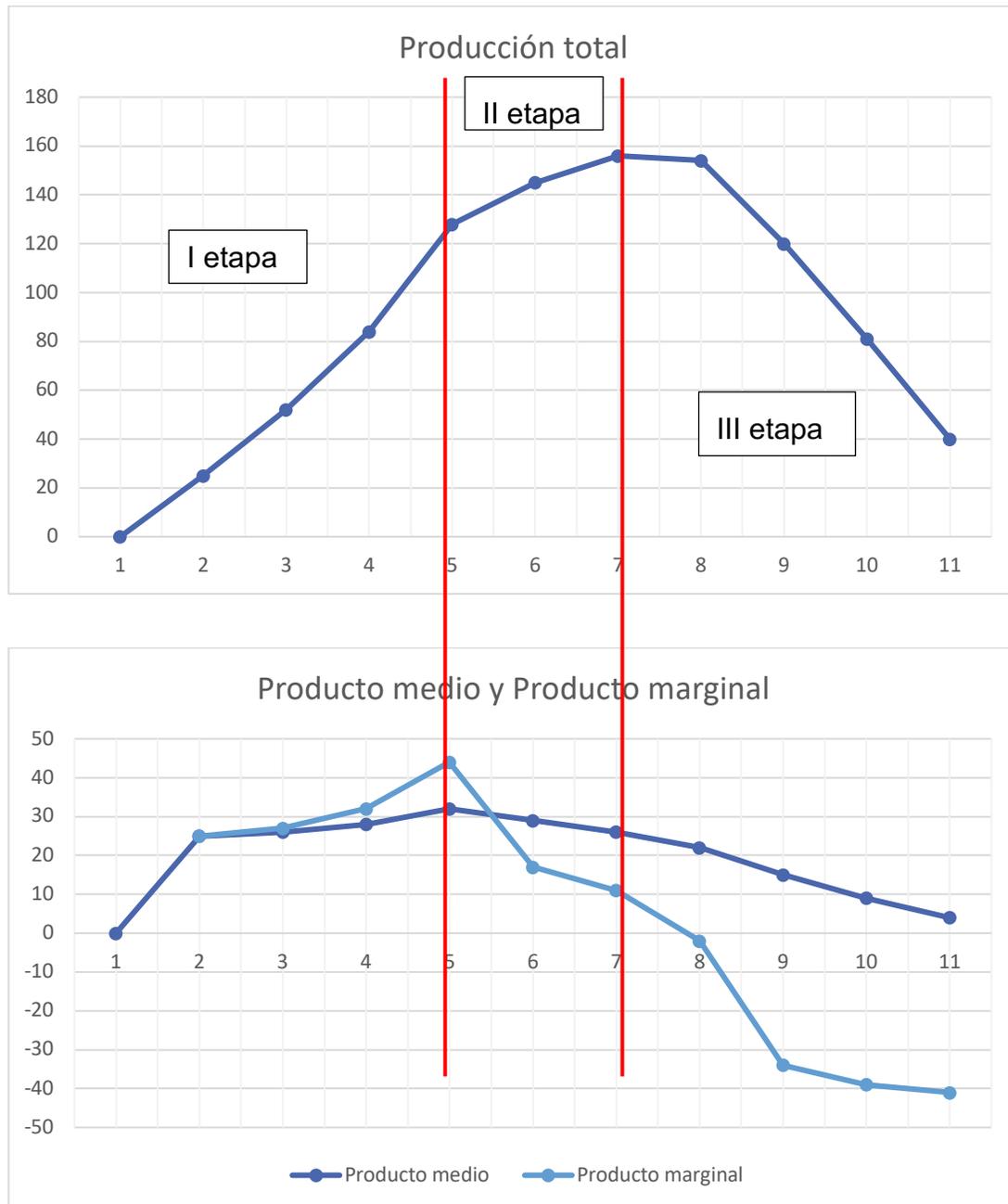
Se procederá a la obtención de la gráfica con los datos del producto medio y el producto marginal el estudiante se apoyará con la hoja de cálculo en Excel para proceder a graficar los datos siguientes.

Paso 1. Se toman los datos de la columna A, C, D y E.

| Cantidad de trabajo (L) | Producción total | Producto medio | Producto marginal |
|-------------------------|------------------|----------------|-------------------|
| 0 | 0 | 0 | |
| 1 | 25 | 25 | 25 |
| 2 | 52 | 26 | 27 |
| 3 | 84 | 28 | 32 |
| 4 | 128 | 32 | 44 |
| 5 | 145 | 29 | 17 |
| 6 | 156 | 26 | 11 |
| 7 | 154 | 22 | -2 |
| 8 | 120 | 15 | -34 |
| 9 | 81 | 9 | -39 |
| 10 | 40 | 4 | -41 |

Paso 2. Se utiliza en hoja de cálculo gráficos e incluir líneas secundarias, y se obtendrá las siguientes gráficas, con ello se detectará las etapas de la producción.

Figura. Gráfica del comportamiento de las etapas de producción.



Nota. Se trasladan los datos de las tablas para su correspondiente gráfica.

A manera de conclusión la empresa debe conservarse en la etapa II, es decir alcanzarla, pero no incrementar más trabajadores porque incurrirá en costos para la empresa.

Los estudiantes en administración independientemente del giro de negocios, o giro de empresas en el cual decidan desenvolverse, su obligación es identificar los insumos que intervienen en la producción y operación de la empresa, para poder utilizar las herramientas de economía que le permitan tomar decisiones, el

Por lo tanto, se cumple la competencia de la unidad 3, con estas herramientas del ejercicio resuelto de la empresa de giro de vivero, como primera parte.

Competencia específica unidad 3: Diseña estrategias de reducción de costos a partir de las teorías de la producción y costos para impactar la productividad de la empresa.

Se ha concluido con el tema en donde uno de los factores es variable y el otro factor es fijo, en el corto plazo, a continuación, veremos que ocurre en la empresa si ambos factores trabajo y capital son factores variables por ello se determina que es un corto plazo; sin embargo para un largo plazo ambos factores son variables puesto que presentan la oportunidad de cambiar, por lo tanto existe oportunidades de hacer combinaciones con la producción en los dos factores para la obtención de diferentes niveles de producción.

3.5 Producción con dos insumos variables. Isocuantas e isocostos.

Se conoce que los distintos giros de empresas fabrican o llevan a cabo la producción de diferente manera, es decir que sus insumos son variables, es decir el trabajo y el capital en el largo plazo son variables, es decir el capital deja de ser fijo y ahora es variable, junto con el trabajo, por lo tanto es posible que se pueda realizar diferentes combinaciones de insumos para lograr las metas establecidas como por

ejemplo, puede una empresa incurrir en contratar maquinaria especializada y poco personal, o bien puede emplear bastantes trabajadores e invertir en tecnología casi nula, el encontrar las combinaciones que le permitan alcanzar los niveles de producción es lo ideal. Como ejemplo a continuación presentamos dos tipos de ejemplo en el corto y largo plazo.

Caso Ejercicio Resuelto Empresa Vivero servicio de poda de pasto.

Para el mantenimiento y corte del césped de un campo de golf, se emplea diferentes alternativas, la primera de ellas es contratar mas personal para operar maquinas de corte de césped, e implica que el trabajo sea tardado, es decir se debe comprar mas maquinas de corta césped, véase la siguiente imagen.



Fuente: Fotografía internet

En la siguiente alternativa la empresa valoro la opción de realizar una inversión a largo plazo adquiriendo una maquina automática para corta de césped, que le permite un solo operador y cubrirá grandes extensiones de cortar. Véase la imagen.



Fuente: Fotografía de internet

Con el ejemplo anterior vamos a suponer que la empresa que los dos factores de producción tanto de mano de obra como maquinaria los puede modificar de tal manera que los puede combinar con el objetivo de realizar el mantenimiento de las áreas verdes con el corte del césped.

Isocuantas e Isocostos.

En economía se utiliza el término isocuanta es la descripción que se realiza ante los diversos factores de producción que se emplean de diferente manera y que se logra el objetivo esperado de la producción, es decir que se combinan dos factores de la producción siendo capital y trabajo de diferente manera y se obtienen el mismo nivel de producción. A continuación, presentamos un cuadro como ejemplo de la empresa de servicios en mantenimiento de césped, ¿cuánto y que se requiere en cada esquema de producción, para dar mantenimiento a una superficie de 1 hectárea?

| Cantidad de Trabajo | Cantidad de Capital | Superficie |
|---|---|------------|
|  |  | 1 hectárea |

3.6 Costos de producción a corto plazo y largo plazo.

Para las empresas es importante identificar el tiempo de operación de sus actividades como se ha comentado la importancia de conocer y analizar los costos es para minimizar en la medida de lo posible para hacer que la empresa sea competitiva en el mercado, existe el corto y largo plazo, en un corto plazo implica que uno de los factores tarda en cambiar y en largo plazo ambos factores tienden a cambiar, por lo que los costos en el corto plazo pueden ser elevados y no permite un margen de movimiento idóneo comparado en el largo plazo.

Para los administradores que ejercen en el campo laboral o los futuros profesionistas en administración deben comprender a cabalidad el tema de los

costos de una empresa, puesto que es la clave que dará inicio a maximizar ganancia para la empresa y posteriormente determinar los precios de los productos que se verán en el próximo capítulo con respecto a la estructura de mercado.

Como buen administrador que labora en una empresa es importante que interactúe con las diversas profesiones tanto en el área contable como el área de producción, puesto que deberá comprender y dominar los costos totales de la empresa; es por ello, que los administradores deben dominar la clasificación de los costos independientemente si se tratase de una industria, de una empresa con un giro de negocios, su tamaño, su nivel de ingresos, etc., el administrador esta obligado a dominar y controlar los costos con el objetivo de identificar posibles estrategias de reducción de costos que lo conduzcan a maximizar ganancias; es por ello que a continuación los costos se clasifican de la siguiente manera.

Costos variables, costos fijos, la suma de ambos representa el costo total, el costo total va en función del nivel de producción, en la rama de microeconomía se busca encontrara el punto óptimo de producción que permitan maximizar las ganancias a la empresa, es por ello que el administrador debe identificar el costo total a los diferentes niveles de producción, de tal manera que le permita tomar decisiones acertadas en la conducción de la empresa.

Costos totales es la suma de los costos variables mas los costos fijos, y se representa matemáticamente de la siguiente manera

$$CT = CV + CF$$

Donde

CT= Costos totales

CV= Costos variables

CF= Costos Fijos

Los costos variables se conforman de todos los insumos, productos, trabajo, requeridos en la producción, es decir van en función de la producción, es decir si se piden un número mayor de producción se requerirá un mayor de insumos; un administrador deberá comprender que para producir una unidad de un determinado producto se requiere materia prima, insumos, cierta mano de obra, etc., así como entenderá que si produce un millón de unidades de producto requerirá bastante insumos, contratara adicionalmente mano de obra siempre y cuando su esquema de producción sea preponderantemente la utilización de mano de obra; entonces a medida que varía la producción también varían los insumos requeridos sea materia prima o mano de obra.

Los administradores deben comprender cabalmente el impacto en los ingresos en la compañía o en la empresa si los niveles de producción empiezan a disminuir, puesto que serán comprometidos los costos fijos, si los costos fijos son altos o representa un porcentaje mayor en la participación de sus costos totales, es demasiado riesgoso, se entiende que los costos fijos son aquellos que independientemente del nivel de producción se deben cubrir o pagar, ejemplo la renta de la nave industrial, o renta de espacios, etc., en los sembradíos una sequía o una fuerte helada si llegase a perjudicar negativamente la producción eso impacta enormemente porque implica que la renta de hectáreas se debe cubrir el costo, como otro tipo de ejemplo puede ser las cuotas de mantenimiento, las pólizas, dependiendo también los costos involucrados como personal especializado, etc. Es decir, los costos fijos se deben pagar, puesto que no varía con el nivel de producción incluso sino se produce nada se deben cubrir.

Ahora bien, un administrador deberá identificar los diferentes tiempos en los cuales actúa la empresa, como ya se ha visto anteriormente existe el corto y largo plazo, en este horizonte de tiempo los factores tienden a cambiar, supongamos que en un tiempo menor a un año realizar cambios extraordinarios en la empresa o industria puede que sea difícil puesto que estarán comprometidos sus costos.

Para los estudiantes de administración es prescindible identificar cuales son los costos fijos y los costos variables, puesto que si desea incrementar ingresos a la empresa necesita contar con los datos de producción para la simulación del aumento de la producción y observar hasta donde se puede reducir sus costos.

Para los administradores conocer dicha información es elemental puesto que le permitirá continuar con las estrategias de reducción de costos, y mas adelante apoyar a la empresa a permanecer en el mercado, una vez que identifique la estructura de mercado en la cual compite porque le permitirá establecer los precios en el mercado. No es nada fácil pero la asignatura de economía facilita al estudiante la toma de decisiones empresariales. A continuación, se presenta el caso de una empresa para que el estudiante observe como se calculan los costos en economía.

[CE3.4 Ejercicio propuesto y resuelto en el cuerpo del documento número 4.](#)

Ejercicio. Costos de una empresa Vivero en la producción de Planta Sansevieria “Dracaena trifasciata”

La empresa de vivero se dedica a la producción de diversas plantas requerida por la industria de la construcción que son utilizadas para el diseño, y construcción de las áreas verdes de distintos lugares tales como fraccionamientos residenciales, centros comerciales o espacios comercial e industrial en la ciudad de Tijuana, Baja California.

Metodología.

Primer paso: Identificar el producto que se va producir, realizando un listado de los insumos variables e insumos fijos.

Segundo paso: Solicitar cotización del costo de adquisición de los insumos.

Tercer paso: Clasificar los insumos en costos fijos y costos variables.

Cuarto paso: Realizar los cálculos por cada unidad de producción

Quinto paso: Calcular costo marginal, costo fijo medio, costo variable medio, costo total medio.

Sexto paso: Análisis de resultados e interpretación.

Resultados.

Primer paso. Identificación de insumos y clasificación respectiva.

| Insumos Variables | Imagen |
|---------------------------------|--|
| Bolsa de propileno 5 galones |  |
| Esqueje de plántula sansevieria |  |
| Tierra compostada |  |
| Agua |  |

| | |
|--------------------------------|---|
| Mano de obra |  |
| Insumos Fijos | |
| Renta espacio de 1000 metros 2 |  |
| Renta Herramienta |  |

Nota. Fotografías facilitadas por la empresa, algunas por obtenidas por web.

Segundo paso. Determinar cantidad y volumen de cada uno de los insumos y sus costos de adquisición.

| | |
|---------------------------------|---|
| Esqueje de plántula sansevieria | \$ 10.00 por unidad de esqueje |
| Tierra compostada | \$ 3,000.00 por 6 metros cúbicos. Por metro cúbico se llenan 30 bolsas en capacidad de 5 galones. 180 bolsas llenadas de tierra compostada. $\$ 3000.00/180=\$ 16.66$ |
| Agua | \$ 2,000.00 por metro cúbico de agua |

| | |
|--|---------------------------|
| Almacenamiento de agua para riego 1000 litros | \$2000/180 bolsas=\$11.11 |
| Insumos Fijos | |
| Mano de obra Trabajador de planta para proyecto de producción de sansevieria | \$ 16,000.00 mensual |
| Renta espacio de 1000 metros 2 | \$ 16,000.00 mensual |
| Renta Herramienta | \$ 50.00 mensual |

Tercer paso. Concentrar información de costos variables y costos fijos

| COSTO VARIABLE TOTAL | | | | |
|----------------------------------|--|-------|---------|-----------------|
| No. | Concepto | U. | Costo | Costo Variable |
| 1 | Bolsa propileno con capacidad de 5 galones | Pieza | \$16.66 | \$16.66 |
| 2 | Esqueje Plántula | Pieza | \$10.00 | \$10.00 |
| 3 | Tierra compostada | Pieza | \$16.66 | \$16.66 |
| 4 | Agua de riego | Litro | \$11.11 | \$11.11 |
| | | | | |
| | | | | |
| Costo variable por unidad | | | | \$ 54.43 |

| COSTO FIJO TOTAL | | |
|-------------------------|---------------------------|---------------------|
| No. | Concepto | Costo Fijo |
| 1 | Mano de obra | \$16,000.00 |
| 2 | Renta de espacio | \$16,000.00 |
| 3 | Renta Herramienta | \$50.00 |
| 4 | Servicios Administrativos | \$20,000 |
| | | |
| | | |
| | Costo total fijo | \$ 52,050.00 |

Cuarto paso. Elaboración de tabla de costos.

Cuadro. Número de trabajadores y respectiva producción.

(Q)

| TRABAJADORES DIARIOS | PRODUCCIÓN |
|-----------------------------|-------------------|
| 0 | 0 |
| 1 | 10 |
| 1 | 25 |
| 1 | 50 |
| 1 | 100 |
| 1 | 200 |
| 1 | 400 |
| 1 | 600 |
| 1 | 800 |
| 1 | 1000 |
| 1 | 1200 |
| 1 | 1400 |

| (CFT) | (CV) | (CVT) | (CT) |
|--------------|----------------|----------------------|---------------|
| COSTO FIJO | COSTO VARIABLE | COSTO VARIABLE TOTAL | COSTO TOTAL |
| \$ 52,050.00 | \$ 54.43 | \$ - | \$ 52,050.00 |
| \$ 52,050.00 | \$ 54.43 | \$ 544.30 | \$ 52,594.30 |
| \$ 52,050.00 | \$ 54.43 | \$ 1,360.75 | \$ 53,410.75 |
| \$ 52,050.00 | \$ 54.43 | \$ 2,721.50 | \$ 54,771.50 |
| \$ 52,050.00 | \$ 54.43 | \$ 5,443.00 | \$ 57,493.00 |
| \$ 52,050.00 | \$ 54.43 | \$ 10,886.00 | \$ 62,936.00 |
| \$ 52,050.00 | \$ 54.43 | \$ 21,772.00 | \$ 73,822.00 |
| \$ 52,050.00 | \$ 54.43 | \$ 32,658.00 | \$ 84,708.00 |
| \$ 52,050.00 | \$ 54.43 | \$ 43,544.00 | \$ 95,594.00 |
| \$ 52,050.00 | \$ 54.43 | \$ 54,430.00 | \$ 106,480.00 |
| \$ 52,050.00 | \$ 54.43 | \$ 65,316.00 | \$ 117,366.00 |
| \$ 52,050.00 | \$ 54.43 | \$ 76,202.00 | \$ 128,252.00 |

| (CM) | (CFP) | (CVP) | (CTP) |
|----------------|---------------------|-------------------------|----------------------|
| COSTO MARGINAL | COSTO FIJO PROMEDIO | COSTO VARIABLE PROMEDIO | COSTO PROMEDIO TOTAL |
| - | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 108.86 | 5205.00 | 54.43 | 5259.43 |
| 81.64 | 2082.00 | 54.43 | 2136.43 |
| 90.72 | 1041.00 | 54.43 | 1095.43 |
| 181.43 | 520.50 | 54.43 | 574.93 |
| 362.87 | 260.25 | 54.43 | 314.68 |
| 725.73 | 130.13 | 54.43 | 184.56 |
| 725.73 | 86.75 | 54.43 | 141.18 |
| 725.73 | 65.06 | 54.43 | 119.49 |
| 725.73 | 52.05 | 54.43 | 106.48 |
| 725.73 | 43.38 | 54.43 | 97.81 |
| 725.73 | 37.18 | 54.43 | 91.61 |

Cuadro. Concentrado.

| | (Q) | (CFT) | (CV) | (CVT) | (CT) | (CM) | (CFP) | (CVP) | (CTP) |
|----------------------|------------|--------------|----------------|----------------------|---------------|----------------|---------------------|-------------------------|----------------------|
| TRABAJADORES DIARIOS | PRODUCCIÓN | COSTO FIJO | COSTO VARIABLE | COSTO VARIABLE TOTAL | COSTO TOTAL | COSTO MARGINAL | COSTO FIJO PROMEDIO | COSTO VARIABLE PROMEDIO | COSTO PROMEDIO TOTAL |
| 0 | 0 | \$ 52,050.00 | \$ 54.43 | \$ - | \$ 52,050.00 | - | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 1 | 10 | \$ 52,050.00 | \$ 54.43 | \$ 544.30 | \$ 52,594.30 | 108.86 | 5205.00 | 54.43 | 5259.43 |
| 1 | 25 | \$ 52,050.00 | \$ 54.43 | \$ 1,360.75 | \$ 53,410.75 | 81.64 | 2082.00 | 54.43 | 2136.43 |
| 1 | 50 | \$ 52,050.00 | \$ 54.43 | \$ 2,721.50 | \$ 54,771.50 | 90.72 | 1041.00 | 54.43 | 1095.43 |
| 1 | 100 | \$ 52,050.00 | \$ 54.43 | \$ 5,443.00 | \$ 57,493.00 | 181.43 | 520.50 | 54.43 | 574.93 |
| 1 | 200 | \$ 52,050.00 | \$ 54.43 | \$ 10,886.00 | \$ 62,936.00 | 362.87 | 260.25 | 54.43 | 314.68 |
| 1 | 400 | \$ 52,050.00 | \$ 54.43 | \$ 21,772.00 | \$ 73,822.00 | 725.73 | 130.13 | 54.43 | 184.56 |
| 1 | 600 | \$ 52,050.00 | \$ 54.43 | \$ 32,658.00 | \$ 84,708.00 | 725.73 | 86.75 | 54.43 | 141.18 |
| 1 | 800 | \$ 52,050.00 | \$ 54.43 | \$ 43,544.00 | \$ 95,594.00 | 725.73 | 65.06 | 54.43 | 119.49 |
| 1 | 1000 | \$ 52,050.00 | \$ 54.43 | \$ 54,430.00 | \$ 106,480.00 | 725.73 | 52.05 | 54.43 | 106.48 |
| 1 | 1200 | \$ 52,050.00 | \$ 54.43 | \$ 65,316.00 | \$ 117,366.00 | 725.73 | 43.38 | 54.43 | 97.81 |
| 1 | 1400 | \$ 52,050.00 | \$ 54.43 | \$ 76,202.00 | \$ 128,252.00 | 725.73 | 37.18 | 54.43 | 91.61 |

Nota. *Por hora el empleado puede realizar 10 bolsas por hora

Jornada de 8 horas, con una hora de descanso = 70 bolsas diarias

Capacidad máxima mensual 1400 unidades de producción

*Considerando que la producción sea entregada a cliente final por pedido inmediato, debido a que no cubre cuota de mantenimiento de agua.

Al finalizar esta unidad el estudiante resolverá el caso de ejercicio considerando el incremento de número de trabajadores. Véase Anexo.

[CE 3.5 Ejercicio propuesto para resolver estudiantes.Tema 3:Unidad 3](#)

[Incluye solución en Anexo VI. Tema 3: Teoría del consumidor y Teoría del Productor. Unidad 3](#)

Empresa Vivero.

La empresa ubicada en la ciudad de Tijuana, Baja California.

Desea incrementar la producción mensual de su planta sansevieria logran un total de 7000 unidades de producción de planta sansevieria en la presentación de 15 galones para entregar a clientes del giro de servicios.

Los y las estudiante en administración deberá demostrar la competencia de diseñar estrategias de reducción de costos a partir de las teorías de la producción y costos

para impactar la productividad de la empresa, de tal manera que pueda tomar decisiones de negocio.

Instrucciones: El estudiante será analítico, y será capaz de orientar al empresario para que reduzca sus costos y pueda maximizar ganancias. Responderá: Deberá contratar mas trabajadores, o preferirá extender el tiempo de producción con el objetivo de lograr la entrega del producto.

Verificar los datos de costos, y realizar los cálculos correspondientes y pueda plasmar el resultado en los formatos respectivos.

| COSTO VARIABLE TOTAL | | | | |
|----------------------------------|--|-------|-----------|----------------|
| No. | Concepto | U. | Costo | Costo Variable |
| 1 | Bolsa propileno con capacidad de 5 galones | Pieza | \$16.66 | \$16.66 |
| 2 | Esqueje Plántula | Pieza | \$10.00 | \$10.00 |
| 3 | Tierra compostada | Pieza | \$16.66 | \$16.66 |
| 4 | Agua de riego | Litro | \$11.11 | \$11.11 |
| | | | | |
| | | | | |
| Costo variable por unidad | | | \$ | 54.43 |

| COSTO FIJO TOTAL | | |
|------------------|----------|------------|
| No. | Concepto | Costo Fijo |
| | | |

| | | |
|-------------------------|---------------------------|---------------------|
| 1 | Mano de obra por persona | \$16,000.00 |
| 2 | Renta de espacio | \$16,000.00 |
| 3 | Renta Herramienta | \$50.00 |
| 4 | Servicios Administrativos | \$20,000.00 |
| | | |
| Costo total fijo | | \$ 52,050.00 |

Formato. Requerimientos de producción y número de trabajadores.

| TRABAJADORES | CANTIDAD DE PRODUCCIÓN |
|--------------|------------------------|
| 0 | 0 |
| 1 | 1400 |
| 2 | 3000 |
| 3 | 4600 |
| 4 | 6000 |
| 5 | 7000 |

Formato. Determinación de costos fijos, costos variables y costos totales.

| (CFT) | (CV) | (CVT) | (CT) |
|------------|----------------|----------------------|-------------|
| COSTO FIJO | COSTO VARIABLE | COSTO VARIABLE TOTAL | COSTO TOTAL |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

Formato. Determinación de los Costos Marginales, y promedios.

| (CM) | (CFP) | (CVP) | (CTP) |
|----------------|---------------------|-------------------------|----------------------|
| COSTO MARGINAL | COSTO FIJO PROMEDIO | COSTO VARIABLE PROMEDIO | COSTO PROMEDIO TOTAL |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

[CE 3.6. Cuestionario Evaluación Genially. Tema 3. Teoría del consumidor y productor. Unidad 3](#)

Los estudiantes contestaran su cuestionario de evaluación Tema 3, ingresar al siguiente Link:

<https://view.genially.com/66a992c12bcaa079500ff16e/interactive-content-cuestionario-evaluacion-tema-3>

**Tecnológico Nacional de México
Instituto Tecnológico de Tijuana
Departamento de Ciencias Económico Administrativas**

**Licenciatura en Administración
Asignatura: Economía Empresarial**

Profesora. Fabiola Lourdes Tapia González

**Tema 3: Teoría del consumidor y Teoría del productor
Cuestionario de Evaluación Unidad 3**

[Empezar](#)



El estudiante deberá descargar el resultado de su evaluación interactiva de la unidad 3, deberá obtener le evidencia siguiente.



[CE 3.7. Presentación Power Point Tema 3: Teoría del consumidor y Teoría del productor. Unidad 3.](#)

Herramientas Tecnológicas Tema 3: Teoría del consumidor y Teoría del productor. Unidad 3.



**Manual de Apuntes de Economía Empresarial
Complemento Educacional Herramienta Tecnológica**

Institución: **Instituto Tecnológico de Tijuana TecNM**
 Programa: **Licenciatura en Administración**
 Clave del programa educativo: **LADM-2010-234**
 Asignatura: **Economía Empresarial**
 Clave de la asignatura: **LAD-1014**

Docente: Fabiola Lourdes Tapia González
 fabiolatapia@tectijuana.edu.mx

Tijuana, Baja California, 31 de agosto del año 2024



Nota. Imagen Presentación Microsoft Power Point

TEMA 4

Tema 4: Estructuras de mercado. Unidad 4

Cuadro Concentrador por Tema y Subtemas: Unidad 4

| | | | |
|--|-------------------------------|---|---------------------------|
| INSTITUTO TECNOLÓGICO DE TIJUANA SUBDIRECCIÓN ACADÉMICA DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS PROGRAMA EDUCATIVO LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN | | | |
| NOMBRE DE LA ASIGNATURA: ECONOMÍA EMPRESARIAL UNIDAD: IV ESTRUCTURAS DE MERCADO PROFESORA: M.A. FABIOLA LOURDES TAPIA GONZÁLEZ CORREO ELECTRÓNICO: fabiolatapia@tectijuana.edu.mx | | | |
| PERIODO: AGOSTO-DICIEMBRE TOTAL, SEMANAS POR UNIDAD: 4 HORAS: 5 HORAS POR SEMANA = 20 HORAS FECHA: AGOSTO 2024 | | | |
| <p>Competencia específica unidad 4: Distingue las diversas estructuras del mercado y sus características relevantes para mejorar la toma de decisiones.</p> <p>Competencia genérica unidad 4: Capacidad crítica y autocrítica. Capacidad de análisis y síntesis. Solución de problemas prácticos. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica. Habilidades de investigación. Habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas.</p> | | | |
| | Actividad de aprendizaje | Complementos educativos | Herramientas tecnológicas |
| 4.1 Competencia perfecta, monopolio, competencia monopolística y oligopolio. | Actividad aprendizaje 1 (AA1) | Ejercicios/casos prácticos (2 cantidades) No. 1 | En proceso |

| | | | |
|--|--|---|------------|
| 4.2 Equilibrio a corto y largo plazo en competencia perfecta e imperfecta. | | Resuelto a detalle en el cuerpo del documento Estudio de caso No.2 (1 cantidad) Resuelto a detalle en el cuerpo del apunte | En proceso |
| 4.3 Monopsonio y oligopsonio. | | Presentación (1 cantidad) Cuestionario evaluación (1 cantidad) Ejercicios/casos prácticos: (1 cantidad) propuestos para solucionar por el estudiante incluyendo la solución en un anexo). | En proceso |

Las y los estudiantes en administración al abordar el estudio del tema de estructura de mercado le permitirá comprender el funcionamiento de los mercados en donde operan las distintas empresas o industrias de tal manera que logre identificar las condiciones de mercado y sus características de tal manera que le permita analizar el mercado y las posibles estrategias a utilizar para la toma de decisiones.

En el capítulo dos se abordó la ley de la oferta y la ley de la demanda, en la cual se comprendió la importancia del precio en los mercados bajo una estructura de competencia perfecta, se identificaron los productos sustitutos, complementarios

y los factores que ocasionan los desplazamientos de las curvas de demanda y curvas de oferta, es decir el impacto que tiene en la cantidad demandada y cantidad ofrecida, sin embargo en el capítulo 3 fue necesario abordar la teoría del consumidor y la teoría de costos, este último tema es relevante puesto que las empresas para permanecer en el mercado requieren un control de costos para que le permita sostener los precios de venta en el mercado y garantizar utilidades para la empresa, pero no solo basta ello, se requiere conocer en que parte del mercado se encuentra inmersa la empresa o sus productos, con el objetivo de clasificar los productos que participan en las diferentes estructuras de mercado.

Puede una empresa solo elaborar un solo producto y ser especialista en ello, existen otras empresas que producen varios productos dentro de la compañía, y algunos de ellos pertenecen a un mercado en particular -como por ejemplo monopolio- y el resto de sus productos pueden clasificarse como productos que participan en una estructura de mercado de competencia perfecta. Es decir cada organización determina donde se encuentra ubicado, de acuerdo a las características del mercado o del producto, con el fin de lograr las metas propuestas por la organización.

El presente tema de estructura de mercado para los futuros profesionistas en administración, esta obligado a lograr la competencia “Distingue las diversas estructuras del mercado y sus características relevantes para mejorar la toma de decisiones.” (Plan de estudios LAD-1014), que le permitirá recomendar estrategias para la empresa y sostenerse acertadamente en el mercado. Se abordará los temas de la competencia perfecta, competencia imperfecta – se clasifica en monopolio, competencia monopolística, oligopolio, monopsonio y oligopsonio.

4.1. Competencia perfecta, monopolio, competencia monopolística y oligopolio.

Competencia perfecta

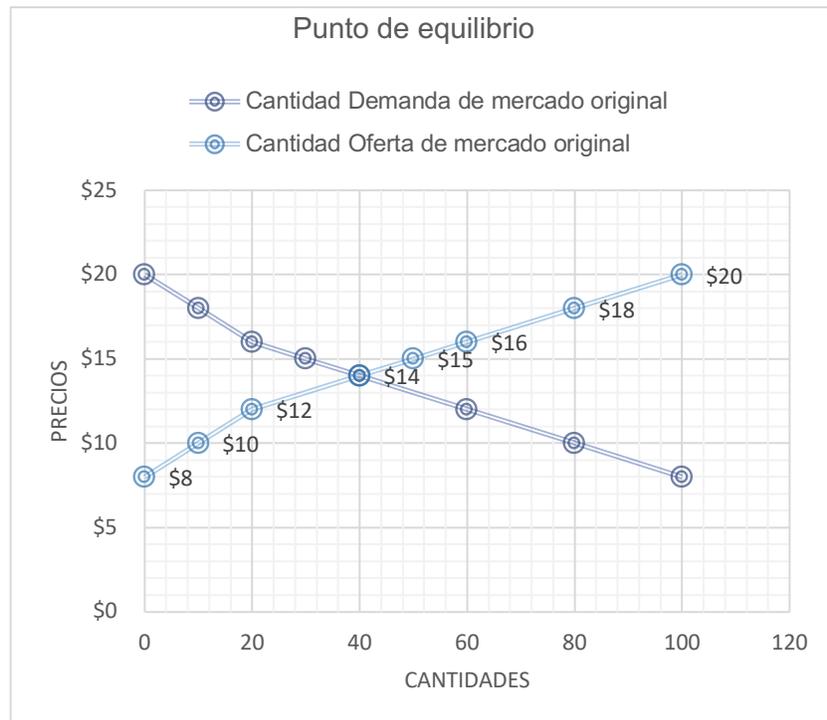
Los administradores que laboran en diferentes empresas que ofrecen productos, bienes o servicios y son responsables en la toma de decisiones empresariales, están obligados a conocimiento e identificación de las características de mercado para ubicar donde se encuentra la empresa y como esta compitiendo en el mercado.

Estructura de mercado de **competencia perfecta**. Las y los estudiantes en administración serán capaces de la identificación de las estructuras de mercado que operan en las diferentes empresas o en productos determinados, se conoce que la competencia perfecta abarca una estructura de mercado en la cuál existe bastante competencia entre ofertantes es decir entre empresas que están inmersas en obtener ganancias del mercado, porque el tamaño de mercado es grande, además existen muchos consumidores, y **los precios se dan en el mercado**, imagen usted en una economía donde existen diversos productores que están inmersos en el mercado con el objetivo de obtener ganancias.

Estructura de mercado de **competencia imperfecta**. Esta estructura contempla el monopolio, la competencia monopolística y oligopolio, su característica principal es que pueden **fijar su precio en el mercado** de mayor a menor grado, utilizan estrategias de precios, productos diferenciados, entre otras características, mas adelante vamos a conocer sus atributos en el mercado.

Competencia perfecta. Al existir una **variedad de empresas** en el mercado que compiten entre ellas mismas con productos idénticos o muy similares, es decir **existen muchas empresas participantes en el mercado**, y ofrecen mas beneficios posibles al consumidor con tal de que logren acaparar la venta de sus productos, sin embargo en este tipo de mercado los precios juegan un papel importante, describe Krugman, Wells (2006) “en un mercado perfectamente competitivo todos los participantes del mercado, tanto consumidores como

productores, son precio aceptante” (Krugman-Well, 2006, p. 207), de acuerdo a los autores deducimos que los precios marcan la pauta principal para la clasificación de este tipo de mercados, recuerde que vimos el tema de punto de equilibrio en el mercado, que es el punto donde se equilibran las fuerzas del mercado – oferta y demanda-, es decir no pueden influir la toma de decisiones de compra y de oferta en el precio de mercado, es por ello, que se da por sí solo en el mercado. Véase la siguiente gráfica ubicada en el tema 2 de punto de equilibrio, en ello observa la intersección de la curva de la demanda y curva de oferta, por lo tanto, en la estructura de mercado de competencia perfecta opera la libre compra y venta de los productos a los precios de mercado, es decir están dispuestos a realizar la transacción en el punto de equilibrio.

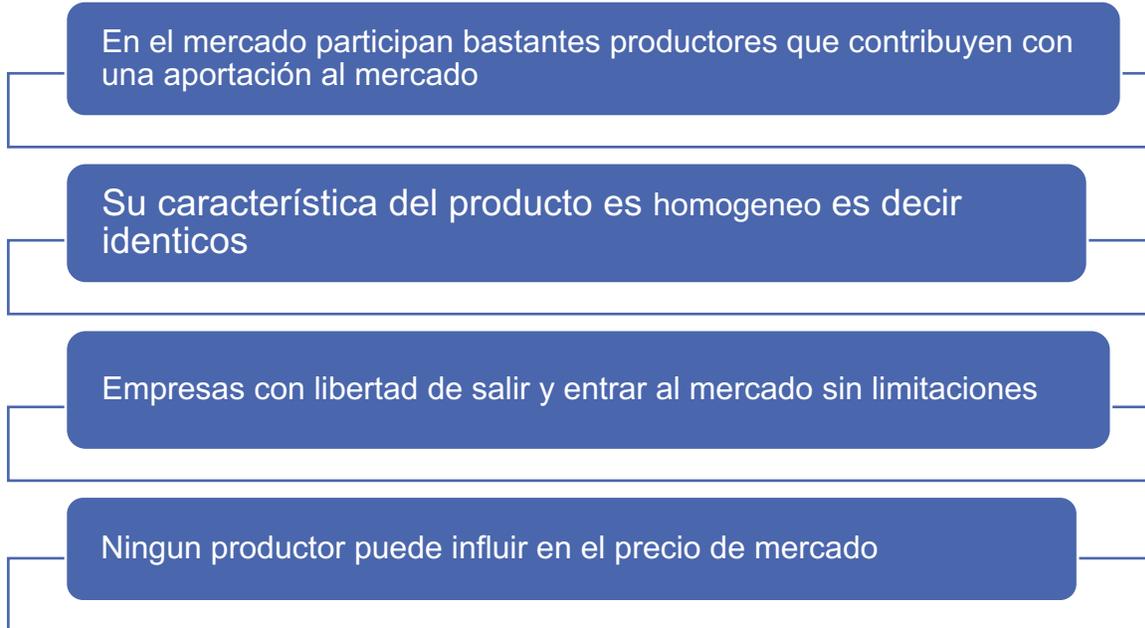


Nota. Gráfica de punto de equilibrio elaborada en este manual, tema 2.

Ahora bien, para que pueda darse estas condiciones en el mercado, debe existir muchos productores, fabricantes u ofertantes del producto en sí, de tal manera que ninguno de ellos posea una capacidad extraordinaria de producto a ofrecer en el mercado es decir que no domine el mercado, porque entonces ya no

cumpliría con su características, es decir si existen 20 productores que ofrecen un determinado producto lo mas conveniente es que el cada participante contase con una parte del mercado siendo en este caso el 5% (en promedio) pero habrá algún ofertante que presente el 7% u otros el 4% pero aun siguen siendo bastantes ofertantes en el mercado. De acuerdo a lo que comenta el autor Krugman-Well (2006) “**la cuota de mercado** de un productor es la porción del output total de la industria” (Krugman-Well, 2006, p. 208), entonces se da entender que todos los participantes del mercado participan activamente sin dominar el mercado, y además otra característica importante es la **homogeneidad** de los productos es decir son productos con características idénticas, ejemplos diferente empaque de azúcar blanca de diferentes marcas de diferentes marcas, algunos otros ejemplos como los productos de vegetales, frutas, etc, se le conoce también como **productos homogéneos**.

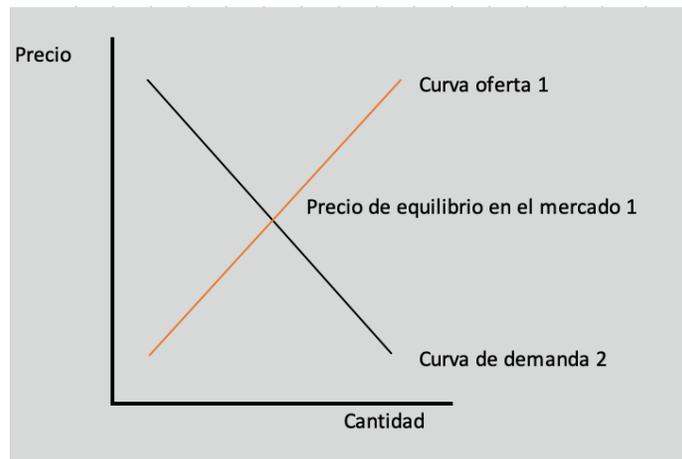
Otra de las características que se presentan en la competencia perfecta es que las empresas que se desenvuelven en el mercado libremente es decir que deciden en que momento ingresan al mercado a competir, y deciden ingresar porque observan las ganancias del mercado que obtienen de los demás participantes y deciden incursionar en el mercado a esto se le llama **entrada libre al mercado**, y además no tienen problemas gubernamentales para el ingreso o alguna limitación para entrar a competir en el mercado, ahora bien, si los empresarios al momento de incursionar en el mercado de competencia perfecta y si deciden abandonar el mercado, no presentaran problema alguna en salir del mercado.



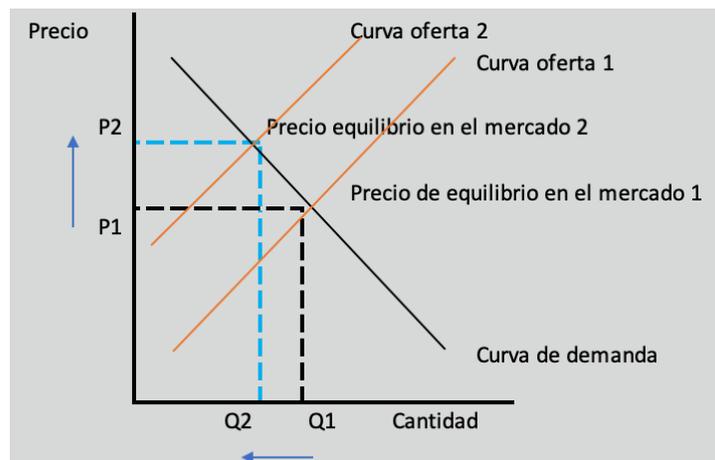
Monopolio.

En la estructura de mercado monopolista es lo contrapuesto a la competencia perfecta, es un extremo muy radical en cuanto al mercado, porque en este tipo de mercados existe solamente una empresa se ofrece al mercado un producto o varios **productos que son únicos en el mercado**, es decir no son sustitutos ni productos diferenciados, ese privilegio de poder controlar el mercado absoluto en cuanto a **fijación de precios** y productos únicos, permite a la empresa determinar sus **niveles de producción** y fijar los precios en el mercado. Los monopolios surgen por diversas razones, la primera de ellas es el control absoluto de un recurso, el contar con una concesión, permiso gubernamental, etc., hace que la empresa explote ese recurso que le permitirá mantenerse en el mercado como monopolista, sin embargo hoy en día en cada país existen leyes antimonopolistas, en este caso en México existe la Comisión Federal de Competencia (Cofece) que vigila los mercados en beneficio de los consumidores y no se atribuyan prácticas desleales en perjuicio del mercado y de los consumidores.

Como puede observarse en comparación con la competencia perfecta en su punto de equilibrio del proveedor (figura primera), si el productor de ese mercado desea restringir la producción observe que ocasionara un desplazamiento hacia la izquierda (figura segunda) y por ende afecta al punto de equilibrio 1, y se crea un nuevo punto de equilibrio 2, y por consecuencia los precios en el mercado se elevan debido a la menor producción en el mercado, entonces con el caso de productor monopolista funciona de esa misma manera si restringe su producción, provocaría un aumento de precios en el mercado, y aun así obtiene ganancias, observe las figuras.



Nota. Figuras elaboradas por docente en hoja calculo Excel.



Nota. Figuras elaboradas por docente en hoja calculo Excel.

Bajo esta premisa considere que un monopolista realice este tipo de restricciones a la producción generaría un alza de precios en el mercado, porque conoce que es el único ofertante, estas acciones se le conocen como lo describe Krugman-Well (2006) “poder de mercado” (Krugman-Well, 2006, p. 336) es decir demuestra la empresa la majestuosidad de sus decisiones en el mercado, y con ello garantizar ganancias extraordinarias con el menor esfuerzo posible.

Otras empresas al observar que en los mercados monopolistas los productores están obteniendo ganancias extraordinarias, se ven atraídos al ingreso de ese tipo de mercado con el objetivo de obtener beneficios, sin embargo, puede ser complicado el ingreso de nuevas empresas debido a ciertas regulaciones, reglamentaciones, concesiones, o algunas barreras etc., que protegen a la empresa establecida, mismas que se les conoce como barreras a la entrada.

“Hay cuatro tipos fundamentales de barreras a la entrada: control de recursos o de factores productivos escasos, economías de escala, superioridad tecnológica y barreras creadas por el gobierno” (Krugman-Wells, 2006, p.337)

De acuerdo con Krugman-Wells (2006), conocer los tipos de barreras a la entrada a este tipo de mercado de monopolio es una claro **control de los recursos naturales**, imagine usted que los grandes yacimientos de recursos naturales en el país sea concedido a una empresa para su propia explotación, no habrá la posibilidad para otras empresas de incursionar en este tipo de negocios, puesto que la concesión le permite al productos hacer uso y explotación del mismo, también se menciona que los recursos escasos origina una acapararían del mismo, tener el control sobre los recursos escasos permite que la empresa sea el único dueño de ese recurso. La siguiente barrera de **economía de escala** es porque la empresa tiene un alto grado de reducción de costos y puede maximizar su producción con tal de lograrlo por su capacidad productiva, es decir al elevar su producción sus costos tienden a disminuir, de tal manera que puede hacer en el mercado ajustes con esta estrategia con tal de eliminar alguna empresa que desea incursionar en el mercado monopolista, y tal vez alguna empresa nueva incursione sin embargo surge la

pregunta ¿será capaz de sostener esa desventaja? El autor Krugman-Wells (2006) lo denomina como “**monopolio natural**” (Krugman-Wells, 2006, 337). De acuerdo a los autores la fuerte economía de escala que posea la empresa monopolista y que no dificulte o no permita la entrada a nuevas empresas, es una situación dada por sí sola, y que ha sido sostenida por un largo tiempo, entonces indica que la empresa tiene un poder absoluto con esta barrera de entrada, entre ejemplos son servicios de agua potable, luz, algunas décadas atrás en la ciudad de Tijuana el servicio de gas, telefonía, pero a medida que va avanzando la economía van cambiando las regulaciones al monopolio de ciertos servicios. La tercera barrera a la entrada considerada por los autores la **superioridad tecnológica**, existen empresas que invierten en su departamento de desarrollo e innovación, en la cual en su afán de buscar nuevas oportunidades para sostener su monopolio en el mercado monopólico crean una fuerte superioridad tecnológica creando productos, hardware, software con características que no pueden sustituirse y que le permiten explotar la máximo su capacidad, a lo largo del tiempo, se ha observado a empresas que han explotado este recurso en un corto plazo, porque a largo plazo llega a desaparecer, depende del tipo de producto. Y por último una **barrera importante es la creada por la entidad gubernamental**, se conoce que el gobierno desea que su economía cada día este en crecimiento económico, y para ello se apoya en las empresas que son claves en el desarrollo del país, un empresario conoce que debe generar innovación en su organización de tal manera que le permita obtener ganancias del mercado, y el gobierno contribuye con aspectos legales en protección de las invenciones o innovaciones tecnológicas es por ello que la figura gubernamental otorga patentes, o derechos de propiedad, derechos de autor, etc., que le permitan explotar durante años esa innovación, con tal de favorecer a las empresas que incursionan e invierten en innovaciones. Para el rompimiento de monopolio natural, y que no incurra en abusos en contra de los consumidores, por lo regular el Estado juega una parte importante para brindar el servicio a la población, aunque en ocasiones las operaciones de la entidad que brinda los servicios, no sea del todo eficiente, pero de esa manera se puede evitar un golpe drástico a los bolsillos del consumidor. En el caso de México se cuenta con el Instituto Mexicano de la

Propiedad Industrial (IMPI), este organismo en México es importante debido a que protege la propiedad intelectual, su misión esta descrita “Acercar y proteger eficientemente la propiedad industrial y promover su respeto para impulsar el desarrollo y bienestar en México”⁸, observe como desea el aparato gubernamental que la economía propia del país de desarrolle, y por ello crea los mecanismos para brindar certidumbre a los empresarios.

A raíz de que los monopolios optan por decisiones propias para poder obtener mayores ganancias en el mercado a costa de la afectación negativa hacia los consumidores, tienden a reducir su nivel de producción con tal de que los precios se eleven en el mercado, y el consumidor pague mas por esos productos, entonces quien sale perdiendo en el mercado son los consumidores, además no solo es en precios, sino al contrario el monopolista puede minar la calidad del producto y aun mas afectar a los consumidores, es por ello que la entidad gubernamental lucha en contra de prácticas monopolistas, en el caso de México se cuenta con Comisión Federal de Competencia Económica (Cofece) que se encarga de vigilar prácticas que atenten en contra del consumidor, para desterrar mercados ineficientes, Cofece declara lo siguiente

Somos el órgano constitucional autónomo del Estado mexicano, que tiene su mandato establecido en el artículo 28 de nuestra constitución política. Tenemos la responsabilidad de vigilar, promover y garantizar la competencia y libre concurrencia en el país, para que los mercados funcionen eficientemente, en favor de los consumidores. (Cofece)⁹

⁸ Fuente: Web. IMPI. <https://www.gob.mx/impi/acciones-y-programas/conoce-el-imp-i-que-es-el-imp-i>

⁹ Fuente: Web COFECE. <https://www.cofece.mx/que-hacemos-en-la-cofece/>

Diversos autores mencionan sobre la ineficiencia de las empresas monopolistas que ocasionan al mercado, entonces el artículo 28 dice puntualmente que debe “garantizar la competencia” por ello en México en conjunto con los organismos involucrados buscan la forma de velar por intereses del consumidor.

Discriminación de precios en el mercado monopolista.

En el monopolio, la empresa puede decidir si impone un solo precio a todos los consumidores es decir que independientemente del nivel de compra de los clientes sea un mayor volumen o una menor cantidad, siempre acotara un solo precio; en cambio si la empresa monopolista realiza diferencias entre clientes, es decir brinda beneficios a clientes especiales otorgandoles precios altos y la otra contraparte puede ser que exista un grupo de consumidores que representan el mayor volumen de consumo y el precio sea bajo, pero en ambos casos ganaría, la cuestión en conocer la elasticidad que se tiene con respecto al producto y conocer la clasificación de ese producto.

Si la empresa monopolista decide realizar la discriminación de precios con el objetivo de obtener mas ganancias comparando si desea aplicar precio único, se debe conocer el comportamiento de la cantidad demandada es decir ante la variación del precio, identificar la sensibilidad ante el precio, es cuestión de que la empresa evalúe las utilidades que obtendría aplicando la discriminación de precios; las compañías recurren a estrategias tales como descuentos por volumen de compra, algunas otras empresas monopolistas brindan “ahorros por la compra temprana de los productos o servicios”, de tal manera que siguen garantizando los ingresos de la compañía.

CE4.1 Ejercicio propuesto y resuelto en el cuerpo del documento número 1.

Competencia: Los y las estudiantes en administración serán capaces de relacionar correctamente los enunciados de la estructura de mercado de competencia perfecta y monopolio.

Instrucciones: Anote en el parentesis si es un Monopolio o Competencia Perfecta en el recuadro de la oración.

| | |
|--|--|
| | Existen muchos vendedores y compradores |
| | Es el único ofertante en el mercado |
| | Tiene productos homogéneos |
| | Discrimina precios en el mercado |
| | La entidad gubernamental puede presentar barreras a la entrada del mercado |

Ejercicio resuelto.

| | |
|----------------------|--|
| Competencia perfecta | Existen muchos vendedores y compradores |
| Monopolio | Es el único ofertante en el mercado |
| Competencia Perfecta | Presenta productos homogéneos |
| Monopolio | Discrimina precios en el mercado |
| Monopolio | La entidad gubernamental puede presentar barreras a la entrada del mercado |

Competencia monopolística (competencia imperfecta).

Los y las estudiantes en administración a lo largo de este tema, han visto las diferentes estructuras de mercado, siendo competencia perfecta y monopolio, pero vamos a continuación a observar como en los mercados existen industrias que ofrecen a los consumidores **productos diferenciados**, pero son sustitutos cercanos, es decir son productos que emplean una amplia estrategia de marketing, invierten en **publicidad con alto impacto** con el objetivo de arrebatar los clientes

a su competencia. Existen grandes corporaciones, marcas que participan en la industria, pero al final todos van en busca de satisfacer esas necesidades de los clientes, como por ejemplo la industria automotriz, la industria alimentaria, la industria de las bebidas, industria hotelera, etc. Depende del enfoque del cual sea visto. En esta estructura de mercado participantes muchos productores, por ello se le conoce como competencia monopolística, además que es complicado llevar a cabo proceso de colusión por el número grande de productores u ofertantes.

El administrador esta obligado a identificar este tipo de mercado, y que empresas participan en ello, esto le permitirá canalizar estrategia necesaria de acuerdo a la estructura de mercado.

Como menciona Krugman-Wells (2006) “la competencia monopolística es una estructura de mercado en la cual hay muchas empresas competidoras en una industria, cada productor vende un producto diferenciado y hay libertad de entrada y salida de la industria en el largo plazo”

De acuerdo con Krugman-Wells (2006) en todo industria se requiere empresas que deben tener claramente definido a que tipo de estructura de mercado ingresaran a competir que le permita tomar decisiones acertadas sobre que tipo de estrategias utilizara acordes a esas estructura, habrá ocasiones en la necesidad de diferenciar sus productos de la competencia, aunque el fin es satisfacer la misma necesidad del consumidor pero con productos distintos, es por ello que emplearan los medios necesarios – tales como publicidad, marketing- para lograr el éxito en el mercado, pero algo importante que no se debe descartar con respecto al precio, puede ser posible fijar el precio hasta cierto nivel, pero no elevarlo puesto que sus competidores lo puede dejar fuera del mercado.

Productos diferenciados.

En esta estructura de mercado cada empresa hace diferente su producto con tal de diferenciarse de su competencia, sin embargo, puede ser sustituible por la competencia, es decir si usted desea consumir unos tacos de asada de una

empresa tiene la opción de consumir una torta de asada de la competencia es decir son productos que satisfacen la necesidad de consumir alimento rápido

Diferencias con respecto a las estructuras de mercado de competencia monopolística versus con las siguientes estructuras.

La competencia monopolística presenta con respecto a las diferentes estructuras de mercado lo siguiente

- Cuando de precios se trata, tiene algún poder para fijar precios con respecto a la competencia perfecta versus competencia perfecta, es una característica importante.
- Las empresas se enfrentan a alguna competencia de las empresas versus monopolio puro
- Se garantiza que hay muchas empresas, existe libertad de entrada y salida y no es posible coludir versus oligopolio

Oligopolio (competencia imperfecta).

Para los y las estudiantes de administración es importante saber que en el mundo empresarial existen empresas que compiten entre sí y están dispuestas a colaborar o ponerse de acuerdo en los precios de mercado, aunque usted no lo crea, se da en el mercado del oligopolio esta acción en perjuicio del consumidor, esta penalizada, y se le conoce como colusión de mercado, y que además en todas las regiones de un país no importa si son grandes empresas, lo relevante es conocer el número de ofertantes en la región, aunque no descartemos que llegan grandes marcas oligopolistas a todo los rincones del mundo.

Los autores Krugman-Wells (2006) mencionan “un oligopolio es una industria en la que hay un reducido número de empresas. Cada una de las empresas de dicha industria se dice que es un oligopolista” (Krugman-Wells, 2006, 364).

De acuerdo con Krugman-Wells (2006) en los mercados donde operan empresas oligopolistas es porque son empresas que saben que no participan en una estructura de monopolio, pero tampoco en una estructura de mercado de competencia perfecta, por lo tanto los oligopolistas son un número reducido de empresas, en la literatura se menciona que si dos empresas se le denomina duopolio, de tal manera que estas empresas cuenta influencias sobre el precio en el mercado, los competidores se conocen entre sí, a lo largo del desarrollo del documento se conoce que una decisión del nivel de producción de una empresa influye en los diferentes niveles de precios, es decir una restricción en la producción general al final una alza de precios en el mercado.

La diferencia respecto al nivel de maximización en un oligopolio no aplica lo mismo que la competencia perfecta o monopolio, que se puede saber hasta que nivel lograr alcanzar excelentes beneficios y determinan su producción, en cambio con el oligopolio es distinto puesto que existe muchos competidores y se debe conocer las acciones inmediatas de la competencia, ante ello el oligopolio se apoya en la teoría de juegos, para responder a la competencia en el mercado.

En los mercados oligopolistas se da el caso de la existencia de dos empresas por lo que se denomina duopolio, ambas son competencia entre sí, y dominan el mercado, si una de las empresas responde con disminuciones al precio, la otra empresa se percata de estas acciones en el mercado por lo tanto la empresa responde, pero ambas compañías saben que ante ello se verán mermados sus ingresos, entonces no es conveniente para ninguna de las dos, y hace tentativo que ambas empresas logran entablar un acuerdo, pero bien se sabe que atenta en contra los intereses de los consumidores, ante este acto de logara acuerdos entre ambos se le denomina "colusión". Como lo describe el autor Krugman-Wells (2006) "los productores coluden cuando cooperan los unos con los otros para aumentar sus beneficios" (Krugman-Wells, 2006, p. 367).

Ahora bien, en el mercado oligopolista surgen los llamados "cártel", que es una agrupación de productores que se organizan y deciden sobre el nivel de la

producción en su conjunto, con el fin de garantizar sus ingresos altos en el mercado. Ante los comportamientos de las empresas en los mercados oligopolistas que buscan obtener el mayor beneficio posible sin embargo las empresas participantes pueden creer que se va respetar “los acuerdos” reales o no reales, pero si alguna empresa decide elevar producción para obtener mejores beneficios, o bajar la producción afectaría al a industria; ante diversas circunstancias el mercado oligopolista afronta escenarios distintos es por ello que se apoya en la teoría de juegos.

4.2 Equilibrio a corto y largo plazo en competencia perfecta e imperfecta.

En el mercado de competencia perfecta el equilibrio en el corto plazo se da por la intersección de las curvas de demanda y oferta, que se le denomina punto de equilibrio, en el cual a ese nivel de precios se demanda por los consumidores toda la producción de la empresa, por lo tanto, a ese nivel la empresa ofrece al mercado la producción porque maximiza sus ingresos.

“Un mercado competitivo esta en equilibrio de largo plazo, cuando las utilidades y las pérdidas económicas se han eliminado, y las empresas dejan de entrar y salir de la industria” (Parkin, 2018, p. 283). De acuerdo a Parkin (2018), en un largo plazo esta la oportunidad de ir adaptando los costos productivos de las empresas para hacer que el consumidor opte por los productos de acuerdo a los gustos y preferencias del consumidor. También lo menciona el autor Krugman-Wells (2006) “un mercado esta en su equilibrio a largo plazo cuando la cantidad ofertada es igual a la cantidad demandada, dado que ha transcurrido tiempo suficiente para que se produzca la entrada y salida de empresas de la industria” (Krugman-Wells, 2006, p. 223). De acuerdo con los autores se establece que el equilibrio tiene que ver con la entrada y salida de empresas como ellas deciden a través del tiempo permanecer en la industria.

En cambio, para una empresa que operan en la competencia imperfecta en el largo plazo y obtenga su equilibrio se dará porque ninguna empresa saldrá o entrara a la industria, el beneficio que requerirá debe igualar a cero. Como lo

menciona el autor Krugman-Wells (2006) “en el largo plazo, una industria monopolísticamente competitiva finaliza en el equilibrio con beneficio cero; cada empresa obtiene un beneficio igual a cero cuando produce la cantidad de bien que maximiza sus beneficios”, de acuerdo al autor es por ello importante conocer la temporalidad y saber en que tipo de competencia de mercado pertenece la empresa, de tal manera que le permita ingresos.

CE4.2 Ejercicio propuesto y resuelto en el cuerpo del documento número 2.

Competencia: Los y las estudiantes en administración serán capaces de relacionar correctamente los enunciados de la estructura de mercado de oligopolio y competencia monopolística.

Instrucciones: Anote en el parentesis si es un Oligopolio o Competencia Monopolística en el recuadro de la oración.

| | |
|--|--|
| | Existen pocos o un reducido número de ofertantes |
| | Existen muchas empresas competidoras en una industria, cada productor vende un producto diferenciado |
| | Puede incurrir en probable colusión del mercado |
| | Es imposible coludir en el mercado |
| | Para estrategias de mercado se apoya en la teoría de juegos |

Ejercicio resuelto.

| | |
|---------------------------|--|
| Oligopolio | Existen pocos o un reducido número de ofertantes |
| Competencia Monopolística | Existen muchas empresas competidoras en una industria, cada productor vende un producto diferenciado |
| Oligopolio | Puede incurrir en probable colusión del mercado |
| Competencia Monopolística | Es imposible coludir en el mercado por el número de participantes |
| Oligopolio | Para estrategias de mercado se apoya en la teoría de juegos |

4.3 Monopsonio y oligopsonio.

Monoposonio. Es un mercado en el cual solo existe un comprador absoluto, tan grande puede ser la demanda de productos, bienes o servicios requeridos, que se necesitan varias, o muchas empresas proveedoras abastecedoras; la influencia del monoposonio es tan grande que los proveedores brindan excelentes productos, bienes o servicios, que garantizan calidad, precio, tiempos de entrega con tal de garantizar la continuidad de compra, es por ello que el monoposonio tiene un poder total en el mercado.

Oligoposonio. En este tipo de estructura de mercado son pocas las empresas que demandan bienes, productos y servicios, es decir lo contrario al oligopolio, en este mercado los compradores se confirman con pocas empresas, entidades u organizaciones, en los cuales tienen ventajas sobre los ofertantes o las empresas productoras, porque su poder de mercado le permite exigir precios accesibles, tiempos de entrega, calidad, etc., como por ejemplo en los mercados de abastos o grandes cadenas de supermercados los proveedores están a la merced de los compradores.

CE4.3 Ejercicio propuesto y resuelto en el cuerpo del documento número 3.

Competencia: Los y las estudiantes en administración serán capaces de relacionar correctamente ejemplos de empresas con sus respectivas estructuras de mercado

Instrucciones: Anote en el recuadro si corresponde al mercado de competencia perfecta, monopolio, competencia monopolística, oligopolio, monoposonio, oligoposonio.

| | |
|--|---|
| | Lo referente a contratos de la industria militar |
| | Servicio de transportes ferroviarios |
| | Algunas empresas que operan en la industria de la música y controlen los derechos de autoría, |

| | |
|--|--|
| | Empresas de aerolíneas |
| | Producto de leche en el mercado, muchas marcas, en empaques diversos |
| | La industria restaurantera |

Ejercicio resuelto

| | |
|---------------------------|--|
| Monopsonio | Lo referente a contratos de la industria militar |
| Monopolio | Servicio de transportes ferroviarios |
| Oligopsonio | Algunas empresas que operan en la industria de la musica y cotrolen los derechos de autoría, |
| Oligopolio | Empresas de aerolíneas |
| Competencia Perfecta | Producto de leche en el mercado, muchas marcas, en empaques diversos |
| Competencia monopolística | La industria restaurantera |

CE4.4 Ejercicio propuesto para resolver por los estudiantes Tema IVUnidad IV. Incluye solución en anexo VII. Tema 4. Estructura de Mercado.

Realice el cuadro comparativo de las diferentes estructuras de mercado que se estudiaron en este tema.

| Estructura de Mercado | Características |
|----------------------------------|-----------------|
| Competencia perfecta | |
| Monopolio | |
| Competencia Monopolística | |
| Oligopolio | |
| Monopsonio | |
| Oligopsonio | |

CE 4.5. Cuestionario Evaluación Genially. Tema 4. Estructura de Mercado.

Los estudiantes contestaran su cuestionario de evaluación Tema 4, ingresar al siguiente Link:

view.genially.com/66e5150d210207c31e3a2eaf/interactive-content-cuestionario-evaluacion-tema-4-lad



CE 4.6. Presentación Power Point Tema 4: Estructura de Mercado.

Herramientas Tecnológicas Tema 4. Estructura de Mercado.



UNIDAD 5

Tema 5: Teoría de juegos. Unidad 5

Cuadro Concentrador por Tema y Subtemas: Unidad 5

| | | | |
|---|-------------------------------|---|---------------------------|
| INSTITUTO TECNOLÓGICO DE TIJUANA SUBDIRECCIÓN ACADÉMICA DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS PROGRAMA EDUCATIVO LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN | | | |
| NOMBRE DE LA ASIGNATURA: ECONOMÍA EMPRESARIAL UNIDAD: V TEORIA DE JUEGOS PROFESORA: M.A. FABIOLA LOURDES TAPIA GONZÁLEZ CORREO ELECTRÓNICO: fabiolatapia@tectijuana.edu.mx | | | |
| PERIODO: AGOSTO-DICIEMBRE TOTAL, SEMANAS POR UNIDAD: 5 HORAS: 5 HORAS POR SEMANA = 20 HORAS FECHA: AGOSTO 2024 | | | |
| <p>Competencia específica unidad 5: Aplica la teoría de juegos para diseñar, formular y evaluar estrategias de negocios que generen ventaja competitiva en las empresas.</p> <p>Competencia genérica unidad 5: Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad). Habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas. Capacidad de análisis y síntesis. Habilidades básicas de manejo de la computadora. Solución de problemas prácticos. Capacidad crítica y autocrítica. Capacidad de comunicación con profesionistas de otras áreas.</p> | | | |
| LAD-1014 | Actividad de aprendizaje | Complementos educativos | Herramientas tecnológicas |
| 5.1 Principios de la teoría de juegos | Actividad aprendizaje 1 (AA1) | Ejercicios/casos prácticos (2 cantidades) No. 1 | |

| | | | |
|---|--|---|--|
| 5.2 Elementos esenciales de la teoría de juegos | | Resuelto a detalla en el cuerpo del documento | |
| 5.5 Teoría de juegos aplicada a las empresas. | | Estudio de caso No.2 (1 cantidad) Resuelto a detalle en el cuerpo del apunte Presentación (1 cantidad) Cuestionario evaluación (1 cantidad) Ejercicios/casos prácticos: (1 cantidad) propuestos para solucionar por el estudiante incluyendo la solución en un anexo). | |

En el presente tema de teoría de juegos, emana como un subtema de la estructura de mercado de oligopolio, en virtud que los mercados con estructuras de competencia perfecta y monopolio pueden identificar el punto de producción en el cual maximizan sus beneficios, en el caso particular del oligopolio por sus características de mercado en la cual existen pocas empresas que controlan el mercado con sus productos diferenciadores y que buscan siempre maximizar sus ganancias, además pueden recurrir a la colusión de mercado con tal lograr grandes beneficios en el mercado, pero como es sabido ante la ley es ilegal.

Las empresas oligopolistas están a la merced de lo que sus competidores realizan o las acciones que pretenden ejecutar, sin embargo, estar al acecho de las acciones que realizara su competencia puede ser desgastante. Por ello recurren a la teoría de juegos como herramienta para la toma decisiones.

Los y las estudiantes en administración deben comprender que la teoría de juegos es una herramienta que puede ser utilizada para la toma de decisiones a nivel empresarial; también puede ser utilizada en otras áreas desde estrategias o campañas políticas, en los campos de la ingeniería industrial, en la computación, entre otras, pero en el caso particular de las áreas de ciencias económico administrativas es utiliza en el mundo de los negocios, que sirven para analizar los mercados, determinar actuales y futuros comportamientos entre los competidores, utilizar estrategias de negociación, tiene grandes aplicaciones, que surgen preguntas como por ejemplo ¿en que momento es propicio elevar precios?, ¿qué estrategia de marketing utilizar? ¿en que momento es adecuado lanzar una publicidad? Etc.

“La teoría de juegos fue desarrollada en 1937 por John von Neumann” (Parkin, 2018, p.344). Es una herramienta que permite analizar la situación, valorar opciones de elección, decidir una estrategia y ejecutar, y a medida que se va afianzando la estrategia mejorarla, para que exista todo lo anterior debe haber participantes tomadores de decisiones, y función de ello formular una mejor respuesta ante ese escenario para decidir la estrategia. Existen muchos juegos estratégicos que el objetivo es salir ganador, pero todas las decisiones que conduzcan a ganar se ven involucrado por las acciones de los competidores. En un juego se ocupa lo siguiente

Un juego
Las reglas del juego
Jugadores
Estrategia
Resultados

CE5.1 Ejercicio propuesto y resuelto en el cuerpo del documento número 1.

Competencia: Los y las estudiantes en administración serán capaces de relacionar correctamente los enunciados de la teoría de juegos

Instrucciones: Anote en el parentesis si pertenece a la teoría de juegos, si es falso o verdadero

| | |
|--|--|
| | La teoría de juegos. Pertenece a la estructura de mercado de competencia perfecta |
| | La teoría de juegos, puede ser utilizada en la estructura de monopolio |
| | La competencia perfecta utiliza la teoría de juegos |
| | El mercado oligopolista utiliza la teoría de juegos |

Ejercicio resuelto

| | |
|------------------|--|
| Falso | La teoría de juegos. Pertenece a la estructura de mercado de competencia perfecta |
| Falso | La teoría de juegos, puede ser utilizada en la estructura de monopolio |
| Falso | La competencia perfecta utiliza la teoría de juegos |
| Verdadero | El mercado oligopolista utiliza la teoría de juegos |

En función que el mercado oligopolista y sus competidores están a la merced de las acciones de las pocas empresas y como deciden participar cooperativamente o no desean cooperar; los autores Krugman-Wells (2006), describe “las empresas tienen un comportamiento **no cooperativo** cuando no toman en cuenta los efectos que tienen sus decisiones sobre los beneficios de los otros productores” (Krugman-Wells, 2006, p. 368). De acuerdo con los autores entonces las empresas cuando se enfrentan a un escenario no cooperativo deben ser lo suficientemente hábiles para analizar todo el escenario y detectar oportunidades en el mercado, de tal manera que evalué diferentes estrategias en conjunto con las tácticas a emplear, y de esa manera siempre tener respuesta a todos los escenarios posibles. Trasladándolo al mercado oligopólico, cuando las empresas no desean cooperar, entonces es un rechazo total a la colusión, y cada empresa será consciente de las acciones que llevaron a cabo, aunque esto represente oportunidades de maximización de ganancias. Recordemos que la colusión no es legal, en México existe la Cofece que rechaza este tipo de prácticas que afecten a los consumidores.

Esto conduce a solo dos caminos las empresas oligopolistas ¿cooperaran con tal de beneficiarse todos, o no cooperaran y saldrían perdiendo todos? Un ejemplo claro es cuando las empresas deciden solamente competir con precio es delicado puesto que una guerra de precios conduce a una perdida significativa para todas las empresas oligopolistas, es mucho mas rentable competir con variables tales como calidad, descuentos, etc. A continuación, mencionamos los distintos juegos.

CE5.2 Ejercicio propuesto y resuelto en el cuerpo del documento número 2.

Instrucciones: Conteste las siguientes preguntas.

| | |
|---|--|
| ¿ Porque las empresas oligopolistas recurren a la teoría de juegos? | |
|---|--|

| | |
|---|--|
| ¿Por qué es necesario que conozcan las diversas estrategias de juegos cooperativos y no cooperativos? | |
|---|--|

Respuestas.

| | |
|---|---|
| ¿ Porque las empresas oligopolistas recurren a la teoría de juegos? | Para maximizar ganancias en el mercado |
| ¿Por qué es necesario que conozcan las diversas estrategias de juegos cooperativos y no cooperativos? | Para evitar que incurran en errores en el mercado, y saber si su competencia no colaborara. |

El dilema del prisionero.

En primera instancia este juego se trata de si los participantes van a cooperar no van a cooperar; es una gran responsabilidad aceptar dicho reto, porque la persona debe ser lo suficientemente inteligente en conocer al oponente, este juego ilustra claramente como la estrategia se vuelca a una condición del mercado oligopolista.

De acuerdo con Parkin (2018) se trata de una actividad donde están dos participantes denominados “prisioneros” el objetivo es que uno de ellos se declare culpable del delito que cometieron, sin embargo ¿como los pueden hacer confesar?

Reglas:

- Confesar delito ambos: 3 años
- Confiesa una persona: 1 año y la otra persona No confiesa: 10 años

Bajo este incentivo y riesgo, deben analizar, valorizar y decidir los participantes por separado. ¿qué acciones tomarían en beneficio de ambos, o en un beneficio individual?

El prisionero 1, determina la decisión no solo se trata de manera individual sino al contrario debe considerar la decisión del prisionero 2. Entonces surgen las

Estrategias:

- Ambos confiesan
- Niegan el robo

Resultados:

- Ambos prisioneros confiesan robo: Cada uno 3 años
- Ambos niegan el delito: No comprueban nada, sentencia delito menor
- Prisionero 1 confiesa: 1 año, prisionero 2 niega: 10 años
- Prisionero 2 confiesa: 1 años, prisionero 1 niega: 10 años

CE5.3 Ejercicio propuesto y resuelto en el cuerpo del documento número 3.

Instrucciones: Enuncie lo necesario para que pueda llevarse a cabo la teoría de juegos. Coloque verdadero o falso en la respectiva oración

| Un juego | |
|----------|----------------------|
| | Varios equipos |
| | Jugadores |
| | Reglas del juego |
| | Resultados negativos |
| | Estrategia |
| | Resultados |

Resultados

| | |
|-----------|----------------------|
| Verdadero | Un juego |
| Falso | Varios equipos |
| Verdadero | Jugadores |
| Verdadero | Reglas del juego |
| Falso | Resultados negativos |
| Verdadero | Estrategia |
| Verdaero | Resultados |

“**Elaboración de Matriz de recompensas** para el juego, que es una tabla que muestra las recompensas para cada acción posible de cada jugador, tomando en cuenta cada acción posible de cada uno de los demás jugadores” (Parkin, 2018, p.344) de acuerdo al autor se utiliza esta matriz para plasmar los resultados descritos anteriormente, y llevaran a conducir a que cada uno considere la mejor alternativa de decisión considerando la mejor del decisión del oponente, de tal manera que ambos salgan beneficiados, a esto se le denomina “**equilibrio de nash**” se dice entonces que surgen las estrategias dominantes, lo enuncia Krugman-Wells (2006) “se denomina estrategia dominante a la mejor decisión que puede tomar un individuo, cualquiera que se a la decisión adoptada por el otro jugador” (Krugman-Wells, 2006, p. 373)

“El equilibrio de Nash, también conocido como el equilibrio no cooperativo, es el resultado del juego cuando cada jugador elige la acción que maximiza su pago, tomando como dadas las decisiones de los otros jugadores, e ignorando los efectos que su decisión pueda tener los pagos de los demás”

Las empresas oligopolistas están obligados a entender la estrategia de juego puesto que en el mercado se enfrenta con acciones no cooperativas por parte de sus competidores, entre ellos por mencionar aumentan la producción sin que se de cuenta la competencia, aumentan precios, alguno de ellos recurre a la colusión, etc.

¿Cómo pueden hacer las empresas oligopolistas maximizar sus beneficios sin llegar a ningún acuerdo?

Los autores Krugman-Wells (2006) indican “Hay colusión tácita cuando las empresas reducen su producción y suben el precio con el objetivo de aumentar los beneficios de sus competidores, aunque no se hayan comprometido formalmente hacerlo” (Krugman-Wells, 2006, p.376). De acuerdo al autor sería ideal que las empresas oligopolistas llevaran a cabo la colusión tácita puesto para que obtengan los mayores beneficios, pero las empresas entran en un escenario de mucho cuidado con todo el tipo de acciones a ejecutar puesto que puede ocasionar que desate otro tipo de decisiones que ejecutan las empresas competidoras, y eso conduce a responder de diferente manera, puesto que se fractura la colusión, el beneficio de ello se conduce por los incentivos del mercado.

Para el mercado oligopolista, le queda claro que no es conveniente entrar en una guerra de precios, sino al contrario impulsar la diferenciación de productos, competir con publicidad innovadora, calidad, servicio, etc.

CE5.4 Ejercicio propuesto para resolver por los estudiantes Tema V

Unidad V. Incluye solución en anexo VIII. Tema 5. Teoría de juegos

Seleccione la respuesta correcta, colocando verdadero o falso

| Equilibrio de Nash pertenece a la teoría de juegos | |
|--|---|
| | El dilema del prisionero pertenece a la teoría de juegos |
| | La estructura de mercado oligopolista utiliza la teoría de juegos |
| | Las reglas, resultados, estrategias son algunos elementos de la teoría de juegos |
| | La competencia perfecta puede utilizar la teoría de juegos para analizar alza de precios de mercado |

CE 5.5. Cuestionario Evaluación Genially. Tema 5. Teoría de juegos.

Los estudiantes contestaran su cuestionario de evaluación Tema 5, ingresar al siguiente Link:

<https://view.genially.com/66e51ee52c4e59a88ceda120/interactive-content-cuestionario-evaluacion-tema-5>

**Tecnológico Nacional de México
Instituto Tecnológico de Tijuana
Departamento de Ciencias Económico Administrativas**

**Licenciatura en Administración
Asignatura: Economía Empresarial**

Profesora. Fabiola Lourdes Tapia González

**Tema 5: Teoría de juegos
Cuestionario de Evaluación Unidad 5**

[Empezar](#)

 genially

CE 5.6. Presentación Power Point Tema 5: Teoría de juegos.
Herramientas Tecnológicas Tema 5. Teoría de juegos



EDUCACIÓN
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA



TECNOLÓGICO
NACIONAL DE MÉXICO.



**Manual de Apuntes de Economía Empresarial
Complemento Educativo Herramienta Tecnológica**

Institución: **Instituto Tecnológico de Tijuana TecNM**
Programa: **Licenciatura en Administración**
Clave del programa educativo: LADM-2010-234
Asignatura: Economía Empresarial
Clave de la asignatura: **LAD-1014**

Docente: Fabiola Lourdes Tapia González
fabiolatapia@tectijuana.edu.mx

Tijuana, Baja California, 31 de agosto del año 2024

ANEXOS

| SEP SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA | | LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN LADM-2010-234 | | TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO Secretaría Académica, de Investigación e Innovación Dirección de Docencia e Innovación Educativa | | | | |
|--|---|--|---|---|---|---|--|-------------------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| Teoría General de la Administración LAC-1035 2-2-4 | Función Administrativa I LAF-1019 3-2-5 | Función Administrativa II LAD-1020 2-3-5 | Gestión Estratégica del Capital Humano I LAD-1023 2-3-5 | Gestión Estratégica del Capital Humano II LAD-1024 2-3-5 | Gestión de la Retribución LAM-1022 2-4-6 | Plan de Negocios LAB-1029 1-4-5 | Consultoría Empresarial LAC-1005 2-2-4 | |
| Informática para la Administración LAV-1025 0-5-5 | Estadística para la Administración I LAD-1016 2-3-5 | Estadística para la Administración II LAD-1017 2-3-5 | Procesos Estructurales LAD-1031 2-3-5 | Derecho Fiscal AEC-1070 2-2-4 | Producción LAF-1032 3-2-5 | Procesos de Dirección LAC-1030 2-2-4 | Formulación y Evaluación de Proyectos LAD-1018 2-3-5 | Residencia Profesional 10 |
| Taller de Ética ACA-0907 0-4-4 | Derecho Laboral y Seguridad Social LAF-1010 3-2-5 | Derecho Empresarial LAD-1009 2-3-5 | Métodos Cuantitativos para la Administración LAD-1028 2-3-5 | Mezcla de Mercadotecnia AEC-1080 2-2-4 | Taller de Investigación I ACA-0909 0-4-4 | Taller de Investigación II ACA-0910 0-4-4 | Desarrollo Organizacional LAD-1011 2-3-5 | |
| Fundamentos de Investigación ACC-0906 2-2-4 | Comunicación Corporativa LAC-1004 2-2-4 | Comportamiento Organizacional LAD-1003 2-3-5 | Fundamentos de Mercadotecnia LAF-1021 3-2-5 | Macroeconomía AEC-1077 2-2-4 | Sistemas de Información de Mercadotecnia LAD-1033 2-3-5 | Administración de la Calidad LAD-1001 2-3-5 | | Especialidad 25 |
| Matemáticas Aplicadas a la Administración LAD-1027 2-3-5 | Taller de Desarrollo Humano LAC-1034 2-2-4 | Dinámica Social LAC-1013 2-2-4 | Economía Empresarial LAD-1014 2-3-5 | Administración Financiera I AED-1068 2-3-5 | Innovación y Emprendedurismo LAA-1026 0-4-4 | Economía Internacional LAC-1015 2-2-4 | | |
| Contabilidad General LAD-1006 2-3-5 | Costos de Manufactura LAD-1008 2-3-5 | Contabilidad Gerencial LAD-1007 2-3-5 | Matemáticas Financieras AEC-1079 2-2-4 | Desarrollo Sustentable ACD-0908 2-3-5 | Administración Financiera II LAD-1002 2-3-5 | Diagnóstico y Evaluación Empresarial LAD-1012 2-3-5 | | |
| Actividades Complementarias | | | | | | Servicio Social | | |
| 5 | | | | | | 10 | | |
| 27 | 28 | 29 | 29 | 27 | 29 | 27 | 14 | |
| | | | | | | | Estructura Genérica | 210 |
| | | | | | | | Especialidad | 25 |
| | | | | | | | Residencia Profesional | 10 |
| | | | | | | | Servicio Social | 10 |
| | | | | | | | Actividades Complementarias | 5 |
| | | | | | | | Total de Créditos | 260 |

Anexo II. Programa de asignatura Economía empresarial.



TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO
Secretaría Académica, de Investigación e Innovación
Dirección de Docencia e Innovación Educativa

1. Datos Generales de la asignatura

| | |
|---------------------------------|--|
| Nombre de la asignatura: | Economía Empresarial. |
| Clave de la asignatura: | LAD-1014 |
| SATCA¹: | 2 -3 - 5 |
| Carrera: | Licenciatura en Administración. |

2. Presentación

Caracterización de la asignatura

Esta asignatura aporta al perfil de Licenciatura en Administración, la capacidad para analizar y explicar los fenómenos propios de la actividad microeconómica, tales como:

- Identifica las escuelas del pensamiento económico y su contribución a la administración moderna.
- Aplica los conocimientos de la Teoría del Consumidor y Teoría del Productor en la toma de decisiones de la empresa.
- Implementa las leyes de la oferta y la demanda a la práctica cotidiana de la empresa por medio de la investigación de campo y las herramientas estadísticas para la determinación de precio y cantidad.
- Identifica las estructuras del mercado en su entorno su funcionamiento y el diseño de estrategias según la teoría de Juegos y la Organización Industrial.

Para integrar esta asignatura se ha dispuesto realizar un análisis de la teoría microeconómica: la ley de la oferta y demanda, de la teoría del consumidor y del productor, la organización industrial, la teoría de juegos, para conocer como encuadrar a las organizaciones según su estructura de mercado y aplicar las herramientas estadísticas de aplicación econométrica en el tratamiento de la información que sea útil para la toma de decisiones de la empresa.

Intención didáctica

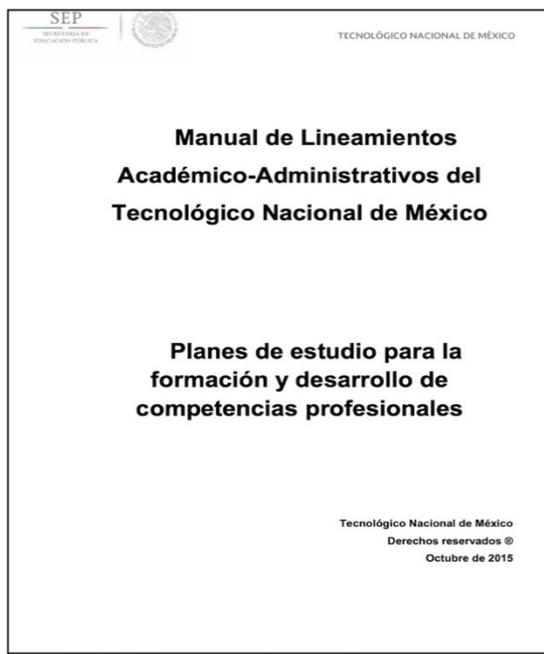
Se abordan los conceptos básicos para esta asignatura con la intención de tener una secuencia lógica de aprendizaje, por ello se alude que los fundamentos de la teoría económica sean afrontados al principio del curso.

En el primer tema el estudiante recibe una visión general de la economía enfocada al aspecto doméstico mediante el desarrollo histórico, abarcando desde la satisfacción de necesidades, la producción, la relación con el estado y la sociedad.

En el segundo se relaciona con los temas relevantes que explican los postulados de ley de la oferta y la demanda mediante la representación teórica, matemática y gráfica del punto de equilibrio de los consumidores y los productores, simulando situaciones hipotéticas. Así también se hace hincapié en la relación directa que tienen los precios, el ingreso, productos sustitutos y complementarios, con la adquisición y enajenación de bienes y/o servicios. Se propone aplicar procesos aritméticos,

¹ Sistema de Asignación y Transferencia de Créditos Académicos

Anexo III. Instrumentación didáctica para la formación y desarrollo de competencias profesionales. Carrera: Licenciatura en Administración. Asignatura: Economía Empresarial.



SEP SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO

CAPÍTULO 23. ANEXOS

ANEXO I. INSTRUMENTACIÓN DIDÁCTICA PARA LA FORMACIÓN Y DESARROLLO DE COMPETENCIAS PROFESIONALES

Encabezado de las páginas
Tecnológico Nacional de México
Subdirección Académica o su equivalente en los Institutos Tecnológicos Descentralizados
Instrumentación Didáctica para la Formación y Desarrollo de Competencias Profesionales
Periodo _____

Nombre de la asignatura: _____
Plan de estudios: _____
Clave de asignatura: _____
Horas teoría – horas prácticas – créditos: _____

1. Caracterización de la asignatura

_____ (1)

MANUAL DE LINEAMIENTOS ACADÉMICO-ADMINISTRATIVOS DEL TECNIM **170**

ANEXOS
RESPUESTAS A EJERCICIOS
COMPLEMENTOS EDUCACIONALES

Anexo IV. Respuesta al Tema 1. Para respuestas al caso/ejercicio Tema 1

Tabla 30. Anexo Respuesta Complemento Educacional Tema 1

Anexo Respuesta Complemento Educacional Tema 1

| | |
|---|--|
| Nombre del estudiante: | |
| Colocar en el lado derecho la respuesta en orden prioritario: ¿Qué producir? ¿Para quién producir? ¿Cómo producir? | |
| Colocar respuesta | Fundamentar porque decide responder de esa manera y justificar para dar respuesta a la empresa. |
| 1. ¿Para quién producir? | Debido a que la empresa cuenta con clientes, es necesario solicitar la relación de la cartera de clientes, para solicitar datos del comportamiento del mercado, y poder ofrecer a la cartera segmentada. |
| 2. ¿Qué producir? | Después de identificar ese segmento, la siguiente pregunta ¿Qué podemos producir, o bien ofertar servicio? |
| 3. ¿Cómo producir? | ¿Qué recursos utilizaremos, y como lo realizaremos? |

Nota 1. Es importante que el estudiante identifique que los estudios de mercado presentan otro abordaje, pero en este caso esta la empresa actual en el mercado.

Nota 2. La respuesta esta colocada en orden prioritario, el estudiante debe considerar todas las alternativas del mercado.

Nota 3. En caso de requerir información se puede facilitar en clase el web site de la empresa para mayor información.

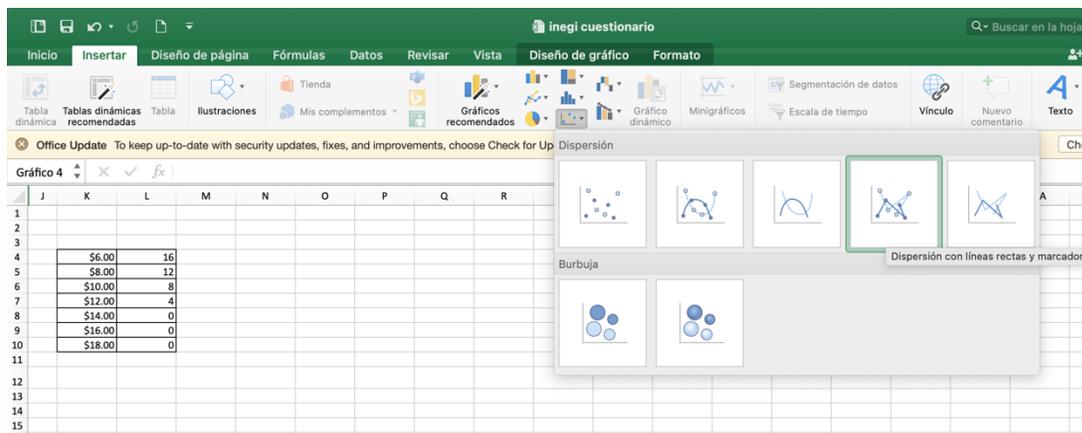
Anexo V. Respuesta al Tema 2. Para respuestas al caso/ejercicio Tema 2

Paso 1. Pedir el histórico de datos de venta a la empresa. Pasar a cuadro Excel

Realice paso por paso hasta obtener la ecuación de demanda.

| Producto | Precio | Cantidad demanda |
|---------------------------------|---------|------------------|
| Boquilla para riego de aspersor | \$6.00 | 16 |
| | \$8.00 | 12 |
| | \$10.00 | 8 |
| | \$12.00 | 4 |
| | \$14.00 | 0 |
| | \$16.00 | 0 |
| | \$18.00 | 0 |

Paso 2. Seleccionar la tabla de datos, insertar gráfico de Dispersión con líneas.



Paso 3: Visualice que los datos se acomodan distintos en los Ejes, es decir las cantidades quedan el eje Y, y los precios en el eje X, de acuerdo con la ley de la demanda en el eje Y (vertical) son datos del precio y en el eje X (horizontal) son datos de las cantidades. **Se necesita modificar.**

Seleccionar el origen de datos

Detalles del rango

Intervalo de datos del gráfico:

El intervalo de datos del gráfico es demasiado complejo para que se presente en pantalla. Si selecciona un nuevo intervalo de datos, reemplazará todas las series en la ficha de series.

Entradas de la leyenda (seri

Cantidad

Nombre: =Hoja4!\$R\$4

Valores de X: =Hoja4!\$R\$5:\$R\$11

Valores de Y: =Hoja4!\$Q\$5:\$Q\$11

Cambiar fila/columna

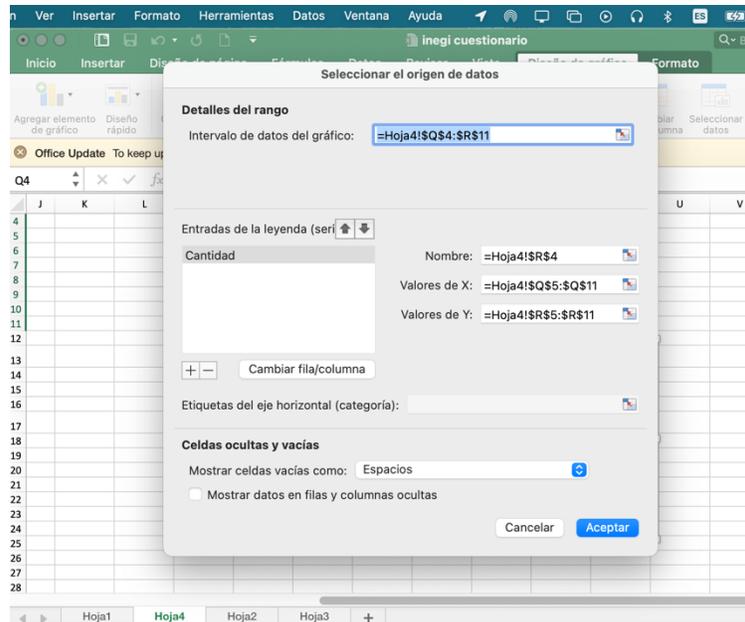
Etiquetas del eje horizontal (categoría):

Celdas ocultas y vacías

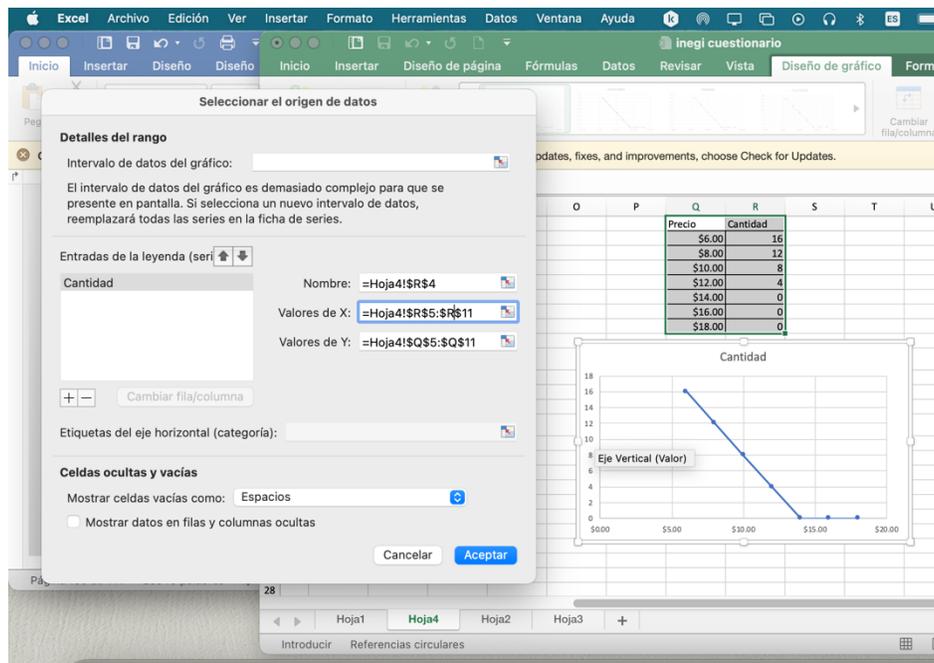
Mostrar celdas vacías como: Espacios

Mostrar datos en filas y columnas ocultas

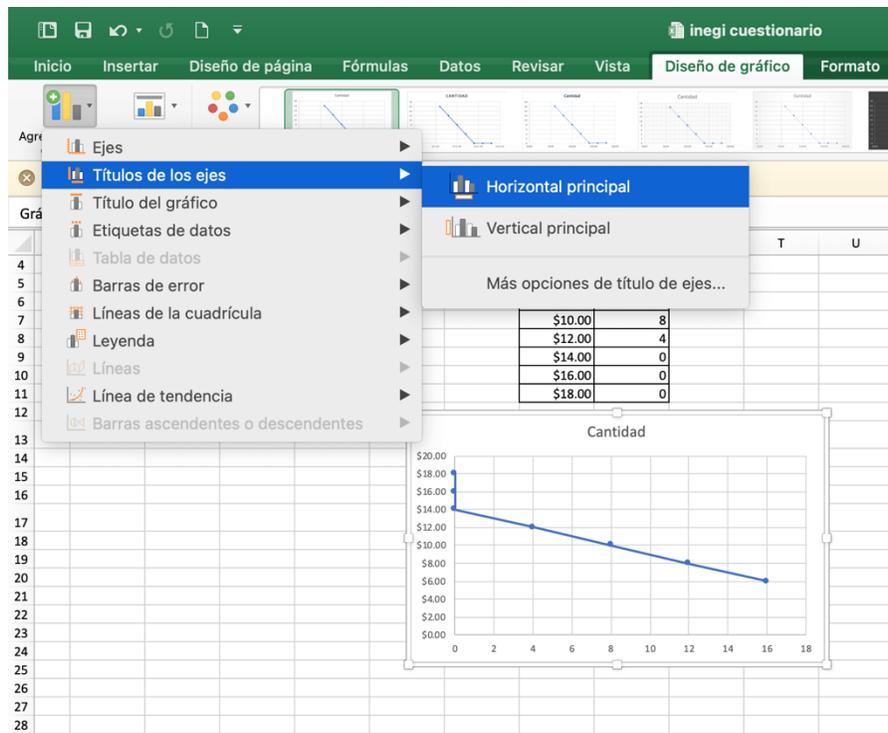
Paso 4: Seleccionar datos, en el recuadro modificar la letra de la celda



Paso 5: Verificar el cambio efectuado, en el eje X (cantidades) eje Y (precios).



Paso 6: Colocar los títulos de los valores, pulse “Agregar elemento de gráfico”, agregar títulos a los ejes, eje x (cantidades) eje y (precios).



Paso 7: Crear la línea de tendencia, “Agregar elemento de gráfico”, y pulsar Formato de línea de tendencia lineal.

Office Update To keep up-to-date with security updates, fixes, and improvements, choose Check for Updates.

| Precio | Cantidad |
|---------|----------|
| \$6.00 | 16 |
| \$8.00 | 12 |
| \$10.00 | 8 |
| \$12.00 | 4 |
| \$14.00 | 0 |
| \$16.00 | 0 |

Más opciones de línea de tendencia...

Paso 8: Crear la ecuación de la demanda, seleccione “Presentar ecuación en el gráfico”

Office Update To keep up-to-date with security updates, fixes, and improvements, choose Check for Updates.

| Precio | Cantidad |
|---------|----------|
| \$6.00 | 16 |
| \$8.00 | 12 |
| \$10.00 | 8 |
| \$12.00 | 4 |
| \$14.00 | 0 |
| \$16.00 | 0 |
| \$18.00 | 0 |

$y = -0.5x + 14$

Formato de línea de tendencia

- Exponencial
- Lineal
- Logarítmica
- Polinómica Grado:
- Potencial
- Media móvil Período:

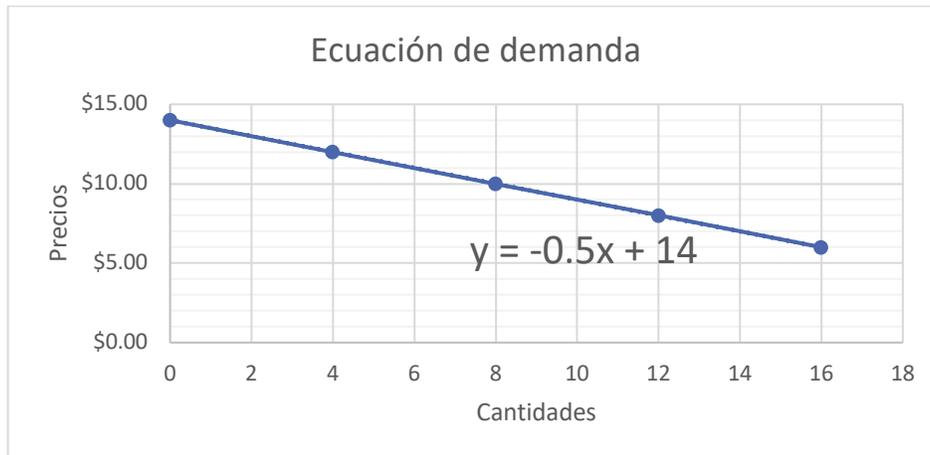
Nombre de la línea de tendencia

- Automático Lineal (Series1)
- Personalizado

Extrapolar

- En el futuro períodos
- En el pasado períodos
- Señalar intersección
- Presentar ecuación en el gráfico
- Presentar el valor R cuadrado en el gráf...

Paso 9: Cerciorarse de plasmar la ecuación de la demanda, el resultado debe mostrarse de la siguiente manera:



| |
|-------------------------------------|
| 1) $Y = -0.5x + 14$ |
| 2) $Y - 14 = -0.5 X$ |
| 3) $Y / -0.5 - 14 / -0.5 = X$ |
| 4) $Y / -0.5 + 28 = X$ |
| 5) $28 (Y / -0.5) + 28 (28) = 28 X$ |
| 6) $28 y / -0.5 + 784 = 28 X$ |
| 7) $-56 Y + 784 = 28 X$ |
| 8) $-56 Y / 28 + 784 / 28$ |
| 9) $-2 Y + 28 = X$ |
| 10) $X = 28 - 2Y$ |

Despeje valores comprobación

$$X = 28 - 2Y$$

| | |
|---------|----|
| \$6.00 | 16 |
| \$8.00 | 12 |
| \$10.00 | 8 |

$$X = 28 - 2(6) = 16$$

$$X = 28 - 2(8) = 12$$

$$X = 28 - 2(10) = 8$$

| | |
|---------|----------|
| \$12.00 | 4 |
| \$14.00 | 0 |
| \$16.00 | 0 |
| \$18.00 | 0 |
| Y | X |
| Precio | Cantidad |

$$X=28-2(12) = 4$$

$$X=28-2(14) = 0$$

$$X=28-2(16) = 0$$

$$X=28-2(18) = 0$$

Anexo VI. Respuesta al Tema 3. Para respuestas al caso/ejercicio Tema 3

| COSTO VARIABLE TOTAL | | | | |
|----------------------------------|--|-------|---------|-----------------|
| No. | Concepto | U. | Costo | Costo Variable |
| 1 | Bolsa propileno con capacidad de 5 galones | Pieza | \$16.66 | \$16.66 |
| 2 | Esqueje Plántula | Pieza | \$10.00 | \$10.00 |
| 3 | Tierra compostada | Pieza | \$16.66 | \$16.66 |
| 4 | Agua de riego | Litro | \$11.11 | \$11.11 |
| Costo variable por unidad | | | | \$ 54.43 |

| COSTO FIJO TOTAL | | |
|-------------------------|---------------------------|----------------------|
| No. | Concepto | Costo Fijo |
| 1 | Mano de obra | \$80,000.00 |
| 2 | Renta de espacio | \$16,000.00 |
| 3 | Renta Herramienta | \$50.00 |
| 4 | Servicios Administrativos | \$20,000 |
| Costo total fijo | | \$ 116,050.00 |

| | (Q) | (CFT) | (CV) | (CVT) | (CT) |
|-------------------------|------------|------------------|-------------------|----------------------------|------------------|
| TRABAJADORES DIARIOS | PRODUCCIÓN | COSTO FIJO | COSTO VARIABLE | COSTO VARIABLE TOTAL | COSTO TOTAL |
| 0 | 0 | \$ 116,050.00 | \$ 54.43 | \$ - | \$ 116,050.00 |
| 1 | 1400 | \$ 116,050.00 | \$ 54.43 | \$ 76,202.00 | \$ 192,252.00 |
| 2 | 3000 | \$ 116,050.00 | \$ 54.43 | \$ 163,290.00 | \$ 279,340.00 |
| 3 | 4600 | \$ 116,050.00 | \$ 54.43 | \$ 250,378.00 | \$ 366,428.00 |
| 4 | 6000 | \$ 116,050.00 | \$ 54.43 | \$ 326,580.00 | \$ 442,630.00 |
| 5 | 7000 | \$ 116,050.00 | \$ 54.43 | \$ 381,010.00 | \$ 497,060.00 |

| (CM) | (CFP) | (CVP) | (CTP) |
|----------------|------------------------|----------------------------|-------------------------|
| COSTO MARGINAL | COSTO FIJO PROMEDIO | COSTO VARIABLE PROMEDIO | COSTO PROMEDIO TOTAL |
| - | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 15240.40 | 82.89 | 54.43 | 137.32 |
| 8708.80 | 38.68 | 54.43 | 93.11 |
| 5805.87 | 25.23 | 54.43 | 79.66 |
| 5080.13 | 19.34 | 54.43 | 73.77 |
| 3628.67 | 16.58 | 54.43 | 71.01 |

| | (Q) | (CFT) | (CV) | (CVT) | (CT) | (CM) | (CFP) | (CVP) | (CTP) |
|----------------------|------------|---------------|----------------|----------------------|---------------|----------------|---------------------|-------------------------|----------------------|
| TRABAJADORES DIARIOS | PRODUCCIÓN | COSTO FIJO | COSTO VARIABLE | COSTO VARIABLE TOTAL | COSTO TOTAL | COSTO MARGINAL | COSTO FIJO PROMEDIO | COSTO VARIABLE PROMEDIO | COSTO PROMEDIO TOTAL |
| 0 | 0 | \$ 116,050.00 | \$ 54.43 | \$ - | \$ 116,050.00 | - | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 1 | 1400 | \$ 116,050.00 | \$ 54.43 | \$ 76,202.00 | \$ 192,252.00 | 15240.40 | 82.89 | 54.43 | 137.32 |
| 2 | 3000 | \$ 116,050.00 | \$ 54.43 | \$ 163,290.00 | \$ 279,340.00 | 8708.80 | 38.68 | 54.43 | 93.11 |
| 3 | 4600 | \$ 116,050.00 | \$ 54.43 | \$ 250,378.00 | \$ 366,428.00 | 5805.87 | 25.23 | 54.43 | 79.66 |
| 4 | 6000 | \$ 116,050.00 | \$ 54.43 | \$ 326,580.00 | \$ 442,630.00 | 5080.13 | 19.34 | 54.43 | 73.77 |
| 5 | 7000 | \$ 116,050.00 | \$ 54.43 | \$ 381,010.00 | \$ 497,060.00 | 3628.67 | 16.58 | 54.43 | 71.01 |

Anexo VII. Respuesta al Tema 4. Para respuestas al ejercicio Tema 4

Respuesta

| Estructura de Mercado | Características |
|----------------------------------|---|
| Competencia perfecta | Muchos vendedores y compradores, precio de mercado es libre (punto equilibrio entre oferta y demanda), productos homogéneos |
| Monopolio | Único productor, fijación de precios en el mercado, productos sin sustitutos cercanos |
| Competencia Monopolística | Muchos competidores, cierto poder para fijar precios, productos diferenciados, utilizan bastante publicidad |
| Oligopolio | Pocas empresas, tendencia a colusión en el mercado, restringen la producción |
| Monopsonio | Único comprador, determinación precios, políticas estrictas de tiempos de entrega, plazos, y forma de pago en beneficio del comprador, poder total. |
| Oligopsonio | Se caracteriza por un grupo pequeño de compradores que tienen capacidad enorme de compra para influir en los precios. |

Anexo VIII. Respuesta al Tema 5. Teoría de juegos

Respuesta

| Verdadero | Equilibrio de Nash pertenece a la teoría de juegos |
|------------------|---|
| Verdadero | El dilema del prisionero pertenece a la teoría de juegos |
| Verdadero | La estructura de mercado oligopolista utiliza la teoría de juegos |
| Verdadero | Las reglas, resultados, estrategias son algunos elementos de la teoría de juegos |
| Falso | La competencia perfecta puede utilizar la teoría de juegos para analizar alza de precios de mercado |

Anexo IX. Instrumentación didáctica.

Anexo X. Carta de reconocimiento de derechos de autor hacia el TecNM

Referencias Bibliográficas.

Libros impresos.

- Nicholson, W., Snyder, C. (2010). *Microeconomía intermedia y su aplicación*. Undécima ed. México: Cengage Learning.
- Nordhaus, S. (2006). *Economía*. Decimoctava ed. México: Mc Graw Hill
- Parkin, M. (2018). *Economía*. Decimoprimera ed. México: Pearson
- Parkin, M., Loría, E. (2015). *Microeconomía Versión para Latinoamérica*. Decimoprimera ed. México: Pearson.
- Pindyck, R., Rubinfeld. (2018). *Microeconomía*. Novena ed. España: Pearson
- Samuelson, P., Nordhaus, W., Dieck, L., Salazar, J. (1998). *Macroeconomía con Aplicaciones a México*. 15 ed. México: Mc Graw Hill
- Samuelson, P., Nordhaus, W., Salazar, Rodríguez. (2005). *Microeconomía con aplicaciones a Latinoamérica*. Decimoséptima ed. México: Mc Graw Hill

Documentos electrónicos.

- Bajoit, Guy. (2014). Relaciones de clases y modos de producción: teoría y análisis. *Cultura y representaciones sociales*, 9(17), 9-53. Recuperado en 23 de febrero de 2024, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-81102014000200001&lng=es&tlng=es.

Plataformas electrónicas.

- Genially. Recuperado en 10 de febrero de 2024, en <https://view.genial.ly/65ce2f99e9e68e0014c18e11/interactive-content-cuestionario-evaluacion-tema-2>

Documentos soporte estructura

Manual de publicaciones de la American Psychological Association / traducción Oriol Francisco Remolina Gallego. – Cuarta edición. – Ciudad de México : Editorial El Manual Moderno, 2021

TecNM. (2022). Instituto Tecnológico de Tijuana. *Guía Normas APA 7ª edición para el Instituto Tecnológico de Tijuana*. Recuperado en 20 de septiembre de 2023, en <https://www.tijuana.tecnm.mx/wp-content/uploads/2021/05/Guia-APA-del-ITT-FINAL.pdf>

TecNM. (2023). Dirección de Cooperación y Difusión del TecNM. *Manual de Identidad Gráfica del Tecnológico Nacional de México*. Recuperado en 20 de febrero de 2024, de https://www.tecnm.mx/normateca/Direcci%C3%B3n%20de%20Cooperaci%C3%B3n%20y%20Difusi%C3%B3n/Manual_de_Identidad_Grafica_TecNM_2022.pdf

TecNM. (2015). Manual de Lineamientos Académico-Administrativos del Tecnológico Nacional de México. *Anexo I. Instrumentación para la Formación y Desarrollo de Competencias Profesionales* (pág. 170-183). Recuperado en 3 de octubre de 2023, de <https://www.tecnm.mx/?vista=Normateca>

TecNM. ITT. Malla reticular programa Licenciatura en Administración. Recuperado en 30 de octubre 2023, de <https://www.tijuana.tecnm.mx/la-plan-reticular/>

Fotografías

Adaptado [Foto envase] [https://es.made-in-](https://es.made-in-china.com/co_shanghaijima/product_12oz-Standard-355ml-Sleek-Slim-Blank-Aluminum-Cans-Rexam-Beverage-Can-Company_eoruugiyy.html)

[china.com/co_shanghaijima/product_12oz-Standard-355ml-Sleek-Slim-Blank-Aluminum-Cans-Rexam-Beverage-Can-Company_eoruugiyy.html](https://es.made-in-china.com/co_shanghaijima/product_12oz-Standard-355ml-Sleek-Slim-Blank-Aluminum-Cans-Rexam-Beverage-Can-Company_eoruugiyy.html)

Adaptado [Fotog. A] <https://civideportes.com.co/blog/caracteristicas-de-una-pista-de-atletismo-medidas/>

Adaptado [Fotog. B]

<https://www.marca.com/primeraplana/2022/08/21/62fa6a7046163fbd7e8b45bb.html>

Adaptado [Imagen azúcar] Link

https://st2.depositphotos.com/1757115/9015/i/450/depositphotos_90158794-stock-photo-various-types-of-sugar-brown.jpg

Adaptado [Producto para aspersor] <https://www.hunterindustries.com/es/irrigation-product/boquillas/boquillas-ajustables-pro>

Aptado [Imagen punto equilibrio] https://www.inapide.ac.cr/pluginfile.php/15752/mod_resource/content/3/final/index.html

Adpatado [Imagen] Link https://www.researchgate.net/figure/Figura-1-El-flujo-circular-de-la-economia-Fuente-Reyes-2010_fig5_337548099

Adaptado [Imagen población] <https://www.populationpyramid.net/es/europa-oriental/2020/>

Adaptado de *Pirámide de Maslow* [Imagen], Recuperado el 3 de octubre del 2023, de Link <https://docentesaldia.com/2022/03/13/la-piramide-de-maslow-jerarquia-de-las-necesidades-humanas/>

Tapia, F. (2020). *Empresa Vivero* [Fotografía]. Banco de imágenes. Derechos empresa.

Sitios Dominio Público

Comisión Federal de Competencia Económica (Cofece). Recuperado el 30 de junio de 2024, de <https://www.cofece.mx/que-hacemos-en-la-cofece/>

Consejo Nacional para la Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL). Recuperado el 30 de julio 2024, de <https://www.gob.mx/conasami/prensa/comunicado-de-prensa-conjunto-231858>)

Comisión Nacional de Salarios Mínimos (CONASAMI). Recuperado el 30 de julio 2024, de <https://www.gob.mx/conasami/prensa/comunicado-de-prensa-conjunto-231858>)

Gobierno de México. Secretaría de Bienestar. (2024). Recuperado el 10 de febrero de 2024, de <https://www.gob.mx/bienestar/articulos/sabes-que-es-la-economia-social?idiom=es>

Gobierno de México. Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. INEGI. Recuperado <https://www.inegi.org.mx/rnm/index.php/catalog/685/data-dictionary/F13>

Instituto Mexicano de la Propiedad Intelectual (IMPI). Recuperado el 30 de junio de 2024, de <https://www.gob.mx/imp/acciones-y-programas/conoce-el-imp-que-es-el-imp>

Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación. Planeación Agrícola Nacional. (2017-2030). Recuperado el 10 de enero 2024, de

https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/255627/Planeaci_n_Agr_cola_Nacional_2017-2030-_parte_uno.pdf

Real Academia. Recuperado el 30 de julio 2024, de
<https://dle.rae.es/producci%C3%B3n>

Electrónico

Francisco Coll Morales, (2020, marzo 4). Doctrina económica.

<https://economipedia.com/definiciones/doctrina-economica.html#:~:text=Una%20doctrina%20econ%C3%B3mica%20es%20un,dentro%20de%20una%20escuela%20econ%C3%B3mica.>

Economía Macau: PIB desce quase 68% entre Abril e Junho. (2020, Agosto 24).

Observatorio de la Política China. <https://politica-china.org/opch/areas/autonomias/noticias-autonomias>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (México).

Índice de precios al consumidor de la canasta de consumo mínimo: documento metodológico / Instituto Nacional de Estadística y Geografía.-- México : INEGI, c2020. Recuperado el 30 de julio de 2024, de
http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825196929.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (México).

Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH). 2022 Nueva serie. Fuente: <https://www.inegi.org.mx/programas/enigh/nc/2022/>. Recuperado 30 de junio de 2024.