



WISSEN
ESQUELA DE EMPRESAS

Microeconomía

ADMINISTRACIÓN

Innovación que
TRANSFORMA

FICHA
GENERAL

ADMINISTRACIÓN

Modalidad: Híbrida

Materia: Microeconomía

Docente: Carlos Peña

2024 - 2025

AUTOR / OBRA
MSc. Carlos Peña

REVISORES EXTERNOS
Econ. Evelyn Blandín

COLABORADORES
Diego Vintimilla

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN
Andrés Bernal



© Institutos Superior Tecnológico Wissen

Primera Edición, 2024

© Instituto Superior Tecnológico Wissen

Av. 10 de agosto y J. María Sánchez Cuenca –
Ecuador

(+593) 0987934934

investigacion@wissen.edu.ec

www.wissen.edu.ec

Año de publicación: 2024

La reproducción parcial o total de esta obra, en cualquier forma y por cualquier medio mecánico o electrónico, está permitida siempre y cuando sea autorizada por los editores y se cite correctamente la fuente.

DISTRIBUCIÓN GRATUITA
PROHIBIDA SU VENTA

INTRODUCCIÓN	2
Descripción de la Asignatura	2
Objetivo General de la Asignatura	2
Resultados de Aprendizaje	2
Contenidos de la Asignatura	3
1. Unidad 1: Introducción a la Economía	4
1.1 Economía y Comportamiento de los Agentes Económicos	4
1.1.1 Definición de economía y análisis económico	4
1.1.2 Recursos, necesidades y bienes:	4
1.1.3 Principios de la microeconomía	5
1.1.4 Problemas económicos: escasez, elección y factores productivos	10
1.1.5 Las grandes preguntas de la economía: ¿Qué, cómo y para quién producir?	11
1.1.6 Los modelos económicos	11
2. Unidad 2: La demanda, oferta y equilibrio del mercado competitivo	14
2.1 Demanda	14
2.2. Oferta	16
2.3 Elasticidades de la Demanda	18
2.4 Determinantes del equilibrio de mercado	23
3. Unidad 3: Producción, costos y oferta de la empresa	25
3.1 Producción	25
3.2 Costos	27
4. Unidad 4: La demandan del derecho y la oferta de la industria	29
4.1 Demanda del mercado	29
4.1.1 Mercado en competencia perfecta	30
4.4.2. Caracterización básica de otras estructuras de mercado:	31
5. Bibliografía	34

INTRODUCCIÓN

La presente guía es una herramienta educativa destinada a facilitar y profundizar el proceso de enseñanza-aprendizaje. Su objetivo principal es proporcionar a los estudiantes una estructura clara, sólida y organizada sobre la microeconomía, permitiendo la identificación adecuada de los conceptos generales, como comportamiento de los agentes económicos, equilibrio de mercado y optimización de recursos.

Además, ofrece un apoyo práctico que facilita a los estudiantes una comprensión integral sobre la participación de los agentes económicos en el mercado, el desempeño de sus funciones y su contribución al crecimiento económico significativo. De este modo, se asegura una correcta identificación de las fases económicas esenciales: producción, distribución y consumo.

Descripción de la Asignatura

La asignatura de Microeconomía se centra en el estudio del comportamiento de los agentes económicos (individuos, empresas y gobiernos) y su interacción en mercados específicos. Se busca proporcionar una visión general sobre su definición, problemas y principios.

Su objetivo principal es comprender cómo se toman decisiones de consumo, producción y asignación de recursos, así como analizar las implicaciones de estas decisiones en el bienestar y eficiencia económica.

Objetivo General de la Asignatura

El objetivo general de esta guía es brindar al estudiantado herramientas cognitivas y prácticas que promuevan una comprensión integral de la oferta y demanda del mercado, el comportamiento del consumidor y su relación con la administración.

Resultados de Aprendizaje

- **Resultados de aprendizaje de conocimiento:**
 - a. Comprender el funcionamiento de los mercados y los precios en el contexto empresarial.
 - b. Conocer el comportamiento de los productores, los consumidores y la oferta competitiva en el contexto empresarial.
 - c. Analizar la importancia de la información, los fallos del mercado y el papel del Estado en el contexto empresarial.

- **Resultados de aprendizaje de destrezas:**
 - a. Aplicar el diseño de la competitividad estratégica y estructura de mercado en el contexto empresarial.
 - b. Analizar los aspectos fundamentales de la coyuntura de la microeconomía en el contexto empresarial.
- **Resultados de aprendizaje de valores y actitudes:**
 - a. Demostrar una cultura de trabajo en equipo, resiliencia y proactividad en el contexto.

Contenidos de la Asignatura

1. Introducción a la Economía
2. La demanda, oferta y equilibrio de mercado
3. Producción, costos y oferta
4. Demanda de mercado y oferta de la industria.

Introducción a la Economía

1.1 Economía y Comportamiento de los Agentes Económicos

En este capítulo se verán algunos de los primeros conceptos de economía para ir introduciendo al alumno en los temas que se estudiarán más adelante en profundidad. Se empezará con un término bastante preciso de lo que es economía, de dónde viene la palabra y qué se entiende hoy por economía. Además, se verá el comportamiento de los agentes cuando se enfrentan a los problemas de escasez.

1.1.1 Definición de economía y análisis económico

Economía proviene del griego *oikonomos* “reparto, distribución, administración”, y conlleva el poder tomar decisiones sobre la producción, distribución y consumo tanto de los hogares como de las empresas que conforman la sociedad con necesidades ilimitadas, pero con recursos escasos; por este motivo las empresas no pueden producir todos los bienes que la sociedad demanda para satisfacer sus necesidades.

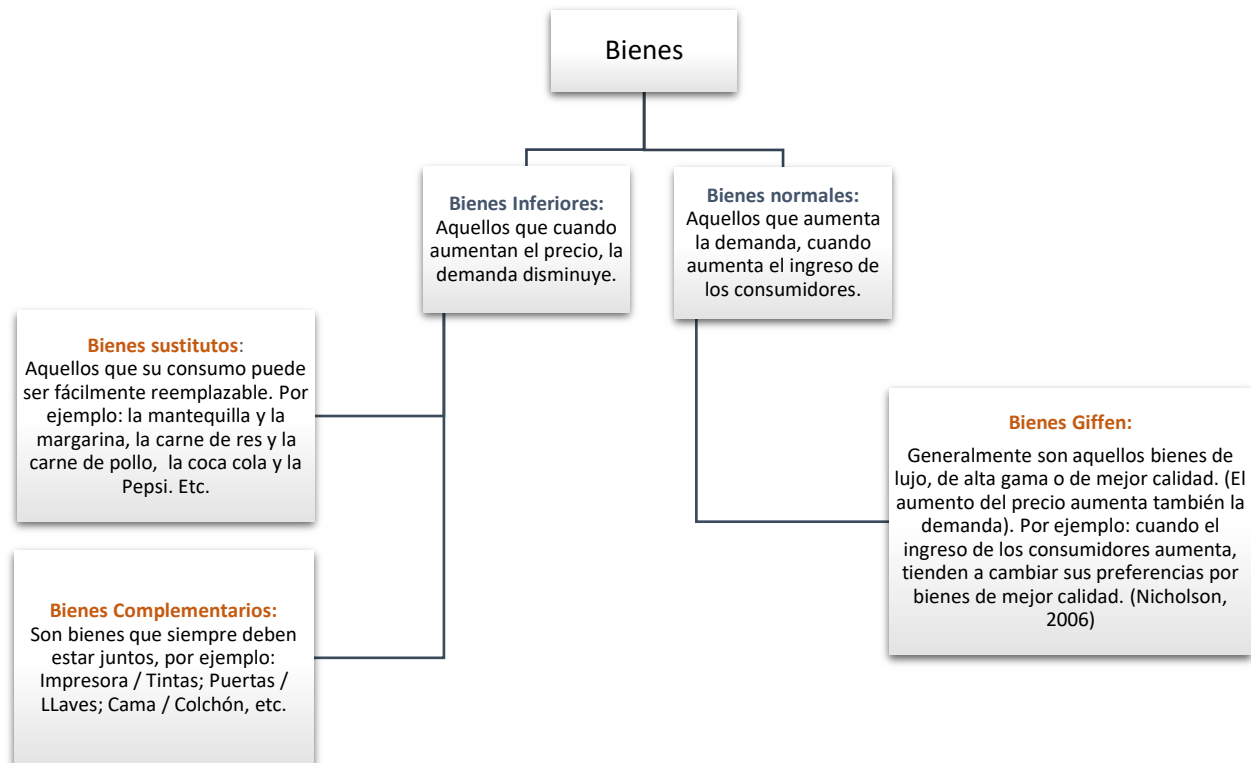
En este sentido la economía estudia cómo la sociedad administra de la manera más eficiente sus recursos escasos. Para realizar sus investigaciones y análisis de lo que sucede en el mundo, los economistas necesitan hacer distinciones con base en dos tipos de afirmaciones: las positivas y las normativas. Las afirmaciones positivas nos indican lo que es. Por ejemplo, que aún existe la pobreza en el mundo. Y las normativas tratan sobre lo que debería ser. Por ejemplo, no debería haber ningún niño desnutrido en la actualidad. Las primeras son objeto de estudio buscando comprobar si son verdaderas o falsas, pero lo normativo, al ser subjetivo, no puede ser puesto a prueba (Burneo y Larios, 2014).

Un análisis económico es un proceso útil para la toma de decisiones económicas de los individuos, empresas y mercados, basado en el estudio del uso de los recursos escasos de la economía. El análisis económico trata de comprender el comportamiento de individuos, familias, empresas y gobiernos, que tratan de maximizar sus beneficios.

Es importante la evaluación del funcionamiento de los mercados basado en la eficiencia de la asignación de recursos y el equilibrio entre la oferta y la demanda de mercado, ya que con ello se realiza mejores predicciones de resultados, con el apoyo de modelos económicos basados en datos empíricos y estadísticas, que simplifican la realidad para medir el impacto de los cambios en condiciones, tecnologías, capital, políticas y otras innovaciones que se requiera medir sobre la economía en general (Mankiw, 2014).

1.1.2 Recursos, necesidades y bienes:

- **Recursos:** Son elementos que se utilizan para satisfacer necesidades y deseos humanos, que juegan un papel de vital importancia en la producción de bienes y servicios.
- **Necesidades:** Son los requerimientos y deseos básicos que las personas buscan satisfacer para lograr bienestar y calidad de vida. Estas necesidades impulsan el comportamiento económico y la toma de decisiones tanto a nivel individual y colectivo.
- **Bienes:** Existen diversos tipos de bienes según sus características intrínsecas:



1.1.3 Principios de la microeconomía

De acuerdo con Mankiw (2004), la microeconomía parte de diez principios fundamentales, mismos que de detallan a continuación:

- **Principio 1: Eficiencia y Equidad**

Las personas enfrentan disyuntivas; para la toma de decisiones se debe elegir al menos entre dos objetivos, por ejemplo: ahorrar y gastar, estudiar o destinar tiempo al ocio, disminuir la contaminación, pero aumentar costos, tener equidad o eficiencia, y muchas otras situaciones donde los recursos de la economía deben repartirse como un pastel.

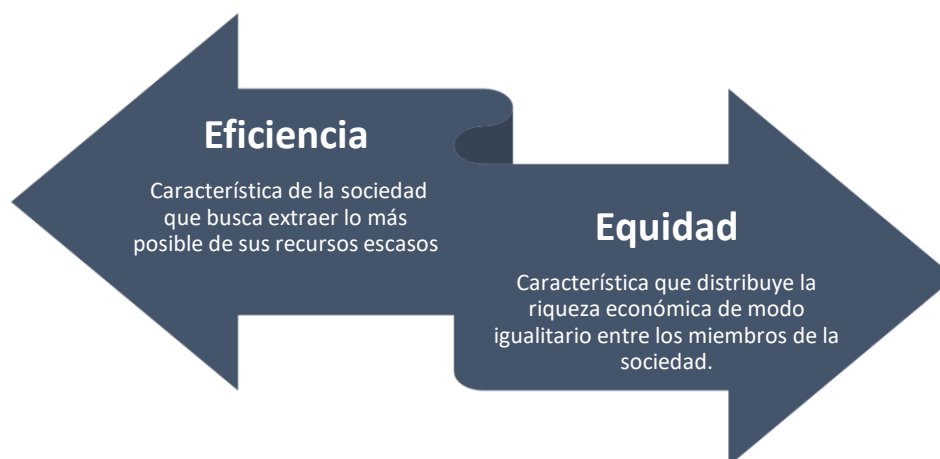
En el momento en que las políticas públicas se diseñan, estos dos objetivos entran en conflicto. Piense, por ejemplo, en las medidas destinadas a conseguir una distribución más equitativa del bienestar económico. Algunas de ellas, como la asistencia social o el seguro de desempleo, tratan de ayudar a los más necesitados.

Otras, como el impuesto sobre la renta que pagan las personas, están destinadas a hacer que los individuos que tienen mayor éxito económico contribuyan en mayor medida al financiamiento del gobierno. Aun cuando estas medidas aumentan la equidad entre la sociedad, también reducen su eficiencia. Cuando el gobierno redistribuye el ingreso de los ricos hacia los pobres, reduce también

la recompensa al trabajo duro y, como resultado, las personas tienden a trabajar menos y a producir menos bienes y servicios; en otras palabras, cuando el gobierno trata de repartir el pastel en porciones iguales, éste se hace más pequeño (Ver Figura 1):

Figura 1

Principios de Equidad y Eficiencia



Fuente: Elaboración Propia

- **Principio 2: Costos de Oportunidad**

El costo de una cosa es aquello a lo que se renuncia para obtenerla; debido a las disyuntivas es importante comparar los costos y beneficios de las acciones, pero algunas veces no es fácil identificar estos costos.

Este costo se denomina *Costo de Oportunidad*. Por ejemplo: cuando una de sus prioridades y cómo valora más su tiempo, en general se espera que el costo más alto es el de estudiar debido a que se deja de percibir una remuneración en ese tiempo. Por lo tanto, los costos son estudiar y el tiempo invertido y los beneficios son la remuneración que puede percibir en ese mismo tiempo.

- **Principio 3: Cambios y Costos Marginales**

Se espera que una persona racional sea quien toma decisiones óptimas, y busca la maximización de sus beneficios, en este sentido la diferencia entre elegir un punto óptimo y otro es una diferencia mínima o marginal. Por ejemplo, las salas de cine deben pensar cuánto cobrar a los usuarios.

Suponga que el valor de adquisición de la película es de 100 unidades monetarias y el cine tiene una sala con capacidad para 50 personas, por lo tanto, el costo promedio de la película por

persona es de 2 unidades monetarias, por lo que se espera que la sala de cine no venda entradas a menos de dos unidades monetarias, sin embargo, en realidad la sala de cine puede obtener mayores beneficios pensando en términos marginales.

Piense que la sala está ocupada por 40 personas y al momento de empezar la película dos personas quieren un boleto adicional y solo están dispuestas a pagar 1 unidad monetaria. ¿debería vender el boleto? Si, la sala tiene capacidad para más personas y el costo de que una persona más vea la película es marginal, ya que dependerá de los snacks y bebidas que consuman en la dulcería. La rentabilidad depende de continuar vendiendo los boletos sobre el valor marginal. Esta conducta se basa en el beneficio marginal que genera el consumo de una unidad adicional de ese bien. Una persona que toma decisiones racionales considera una acción si y solo el beneficio marginal es mayor al costo marginal.

- **Principio 4: Incentivos**

Las personas racionales responden a los incentivos debido a que toman sus decisiones comparando los costos y los beneficios. Un incentivo es aquello que induce a las personas a actuar. Por ejemplo, si se pone un impuesto a la gasolina y depende que tan alto sea este impuesto, las personas modifican su actuar dejando de usar vehículo a gasolina y utilizarán otros medios de transporte. Al analizar cualquier medida debemos considerar no sólo los efectos directos, sino también los indirectos que en ocasiones son menos obvios y repercuten sobre los incentivos, ya que, si la medida altera los incentivos, modificará también la conducta de los individuos.

Ilustración 1. Ejercicios de Refuerzo- Principios parte 1

Ejercicio de Refuerzo 1



1. Describa una disyuntiva que haya enfrentado recientemente.

Ejercicio de Refuerzo 2



2. Cite un ejemplo de alguna acción que tenga costos de oportunidad monetarios y no monetarios.

Ejercicio de Refuerzo 3



3. Describa algún incentivo que sus padres le hayan ofrecido con objeto de modificar su conducta.

- **Principio 5: El comercio puede mejorar el bienestar de todos**

El comercio permite a cada persona especializarse en las actividades que mejor realiza y disfrutar así de una mayor variedad de bienes y servicios, mejorando el bienestar de todos los participantes.

- **Principio 6: Economía de Mercado**

Los mercados normalmente son un buen mecanismo para organizar la actividad económica. Antiguamente se esperaba que el estado sea quien decida la cantidad de producción, sin embargo, estas decisiones con el tiempo han sido sustituidas por las de muchas empresas y hogares, que buscan donde trabajar, que hacer, que producir, y que comprar siempre en función de la maximización de sus beneficios.

- **Principio 7: El Gobierno**

El gobierno puede mejorar algunas veces los resultados del mercado; todos dependemos de la policía y el sistema de justicia que el gobierno proporciona, ya que estas instituciones hacen que los derechos sobre las cosas que producimos se respeten, y la mano invisible confía en nuestra capacidad de hacer respetar nuestros derechos de propiedad. Sin embargo, existen fallos de mercado es decir comportamientos que no corresponden a una economía donde todo lo que se produce, se vende, debido a externalidades como la capacidad que puede tener un solo actor económico o grupo pequeño de actores para influir en los precios o cantidades de producción.

- **Principio 8: Productividad**

El nivel de vida de un país depende de la capacidad que tenga para producir bienes y servicios. En los países donde los trabajadores son capaces de producir una gran cantidad de bienes y servicios por unidad de tiempo, la mayoría de las personas disfruta de un alto nivel de vida. Al mismo tiempo, en los países donde los trabajadores son menos productivos la mayoría de la población lleva una existencia más precaria. Asimismo, la tasa de crecimiento de la productividad de un país determina la tasa de crecimiento del ingreso promedio. La relación fundamental entre productividad y nivel de vida es simple, pero sus consecuencias son de gran trascendencia.

- **Principio 9: Inflación**

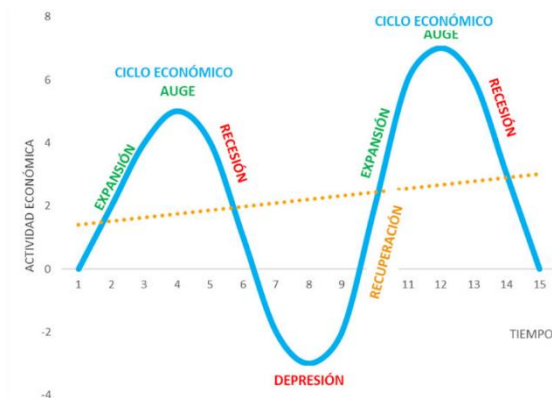
Cuando el gobierno imprime demasiado dinero los precios se incrementan, Debido en que una alta tasa de inflación impone varios costos a la sociedad, mantener la inflación a un nivel bajo es uno de los objetivos de los diseñadores de las políticas económicas de los diferentes países del mundo. ¿Qué provoca la inflación? En la mayoría de los casos en que la inflación es alta y se mantiene alta por un tiempo, el culpable es un aumento en la cantidad de dinero en circulación. Cuando un gobierno emite grandes cantidades de dinero, el valor de éste disminuye.

- **Principio 10: Ciclo económico**

La sociedad enfrenta a corto plazo una disyuntiva entre inflación y desempleo, las cuales fluctúan generando un ciclo económico. Debido a que estos instrumentos de política económica son muy poderosos en potencia, la manera en que los diseñadores de las políticas económicas deben

usarlos para controlar la economía, si acaso deben usarlos, es tema de incontables debates, ya que entra en juego el costo de oportunidad de la sociedad para aplicar una u otra política (Fortuño, 2017) (Ver Figura 2).

Figura 2
El ciclo económico



Nota. El siguiente gráfico fue adaptado de Treza (2019). *Finanzas Corporativas*.

<https://anatreza.com/ciclo-economico-definicion-fases/>

Ejercicio 1

Actividad Práctica

- Investigar “*La riqueza de las naciones*” de Adam Smith (1776), con especial énfasis en su teoría de la “mano invisible” del mercado.
- Material Complementario: https://www.youtube.com/watch?v=GgmPc1_Zy9A



1.1.4 Problemas económicos: escasez, elección y factores productivos

Los problemas económicos surgen debido a la disponibilidad de recursos existentes en la economía, los cuales deben satisfacer las necesidades ilimitadas de las personas. Esta escasez obliga a tomar decisiones sobre la asignación de recursos de manera eficiente y equitativa.

Escasez: Cuando lo que se demanda es superior a lo que se oferta. Los recursos como el tiempo, dinero, materias primas, alimentos y energía son finitos, pero las necesidades humanas no lo son. Esto obliga a las personas, empresas y gobiernos a tomar decisiones sobre cómo asignar los recursos de manera eficiente para cubrir esas necesidades

Elección: Los consumidores se comportan racionalmente buscando maximizar sus beneficios, con combinaciones de bienes y servicios que satisfagan sus preferencias. Esta combinación de bienes o servicios deben ser: completas, transitivas, relevadas y sujetas a una restricción de presupuesto.

- **Preferencias Completas:** Todas las decisiones tienen la misma probabilidad de ser elegidas.
- **Preferencias Transitivas:** Las elecciones son consistentes, por ejemplo, si A es más preferido que B y B es más preferido que C, es lógico que A es más preferido que C.
- **Preferencias Continuas:** Las decisiones son suficientemente cercanas, si “A” es más preferido que “B”, es lógico que cualquier situación parecida a “A” sea preferente.
- **Restricción de Presupuesto:** Las personas pueden elegir las combinaciones de bienes o servicios que satisfagan su consumo, siempre y cuando se encuentren dentro de su nivel de ingresos o restricción de presupuesto (Nicholson, 2006)

Factores Productivos: Según Espinosa y Mendieta (2017), las principales teorías de crecimiento económicos se clasifican de la siguiente manera:

- **Tierra:** Son los recursos naturales utilizados para la producción y que no se pueden crear artificialmente.
- **Trabajo:** Es el esfuerzo humano tanto físico como intelectual, aplicado en la producción.
- **Capital:** Se refiere a la maquinaria, herramientas, edificios, tecnología y otros equipos para la producción.

Por otro lado, también se establecen factores secundarios que influyen directamente en el crecimiento económico:

- **Tecnología:** lo que impulsa a la creación de innovaciones en la producción, mejora de la eficiencia y optimización.
- **Inversión:** Se refiere a la asignación de recursos como dinero, tiempo y esfuerzo para adquirir o mejorar bienes de capital, infraestructura, tecnología y otros activos que contribuyen a la producción.
- **Depreciación:** Es el desgaste y la pérdida de valor de los activos de capital, a lo largo del tiempo debido al uso, deterioro u obsolescencia a través del tiempo.

1.1.5 Las grandes preguntas de la economía: ¿Qué, cómo y para quién producir?



Las preguntas más sustanciales dentro de la economía son:

Qué producir: Dado que los recursos son limitados, se debe decidir qué bienes y servicios se van a producir. Esto implica elegir entre diferentes opciones para satisfacer las necesidades y deseos de la sociedad.

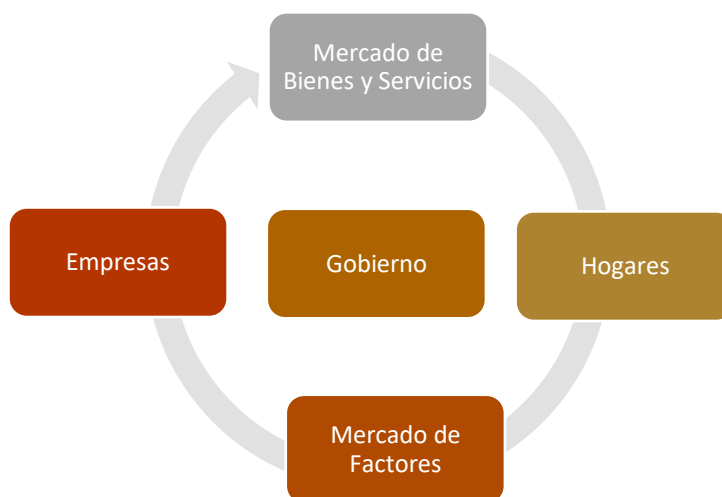
Cómo producir: Una vez que se ha decidido qué producir, se debe determinar cómo se llevará a cabo la producción. Esto incluye decidir qué métodos, tecnologías y recursos se utilizarán en el proceso de producción para ser lo más eficientes posible.

Para quién producir: Este problema se refiere a cómo se distribuirán los bienes y servicios producidos entre los diferentes miembros de la sociedad. La distribución puede depender de diversos factores como el ingreso, el poder adquisitivo, los gustos y preferencias de los consumidores y las políticas económicas (León, 2016).

1.1.6 Los modelos económicos

Los modelos económicos son representaciones simplificadas de la realidad que los economistas utilizan para entender, analizar y predecir el comportamiento económico. Estos modelos ayudan a visualizar y comprender las relaciones entre diferentes variables económicas y los efectos de las políticas y cambios en la economía.

Flujo Circular de la Renta: El modelo del flujo circular de la renta ilustra cómo el dinero, los bienes y servicios se mueven entre los distintos sectores de la economía. Es un modelo fundamental para entender la interdependencia entre los hogares, las empresas, el gobierno y el sector exterior, cuando se tiene una economía abierta.

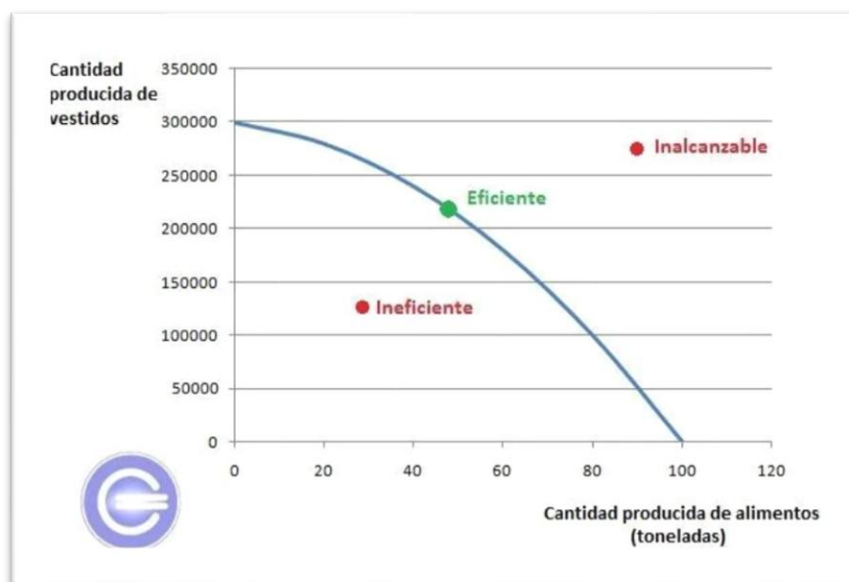


- **Gobierno:** Se comporta como Empresa, Familia y como agente regulador.
- **Mercado de Bienes y Servicios:** Las empresas producen bienes y servicios que los hogares compran. Estos bienes y servicios se mueven desde las empresas hacia los hogares.
- **Hogares:** Proporcionan herramientas al mercado de factores como tierra, trabajo y capital, a las empresas y gastan sus ingresos en bienes y servicios.
- **Mercado de Factores:** Los hogares proporcionan factores de producción (trabajo, tierra y capital) a las empresas y reciben ingresos (salarios, rentas e intereses). A cambio, los hogares gastan esos ingresos en la compra de bienes y servicios producidos por las empresas.
- **Empresas:** Producen bienes y servicios y pagan salarios y otros ingresos a los hogares (UNIR, 2022).

Frontera de posibilidades de producción: Son las combinaciones máximas posibles de bienes que una economía puede producir utilizando sus recursos de manera eficiente. El modelo muestra la eficiencia y las oportunidades de producción y las compensaciones en la economía (Ver Figura 3).

Figura 3

Frontera de Posibilidades de Producción



Nota. El siguiente gráfico fue adaptado de Cabello (2024).

Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/frontera-posibilidades-produccion.html>

Curva de Posibilidades de producción o Frontera de posibilidades de producción (FPP): Es una curva que representa todas las combinaciones posibles de los bienes que se pueden producir con los recursos y la tecnología disponibles. Cualquier punto en la curva representa una combinación eficiente de producción, mientras que los puntos dentro de la curva representan producción ineficiente, y los puntos fuera de la curva son inalcanzables con los recursos actuales.

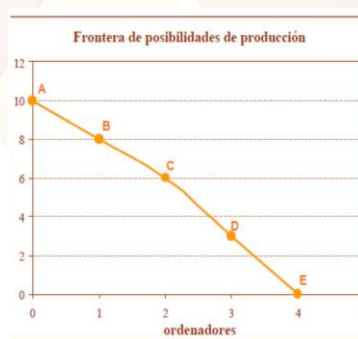
- **Eficiencia:** Los puntos en la curva muestran combinaciones eficientes. La economía está utilizando todos sus recursos de manera óptima.
- **Ineficiencia:** Los puntos dentro de la curva muestran producción ineficiente. La economía no está utilizando todos sus recursos.
- **Inalcanzable:** Los puntos fuera de la curva son inalcanzables con los recursos y tecnología actuales.
- **Trade-offs:** La pendiente de la FPP muestra el costo de oportunidad de producir más de un bien en términos de cuánto del otro bien debe ser sacrificada. Esto refleja la ley de los rendimientos decrecientes (De-Pablo, 1971).

Ejercicio 2

Actividad Práctica

- Aplicar el ejercicio de FPP en Excel.
- Acceder al siguiente vínculo:

https://ocw.uca.es/pluginfile.php/5016/mod_resource/content/2/Ejemplo%20pr%C3%A1ctico%203.pdf



La demanda, oferta y equilibrio del mercado competitivo.

2.1 Demanda

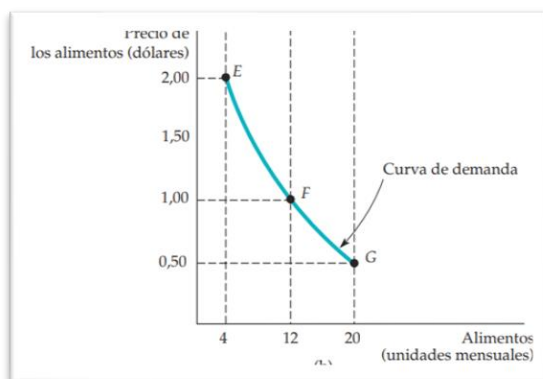
Se refiere a la cantidad de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos y son capaces de comprar a diferentes precios durante un período de tiempo específico. La demanda es fundamental para entender cómo se determinan los precios y cómo se distribuyen los recursos en una economía de mercado. La demanda depende de varios factores como: precios, ingresos, tipo de bien, y gustos y preferencias de los consumidores, por ello la función de demandada de un bien en economía se puede representar algebraicamente como:

$$Q_d = f(P, I, P_s, P_c, T)$$

- Q_d = Cantidad demandada
- P = Precio del Bien
- I = Ingreso de los consumidores
- P_s = Precio de bienes sustitutos
- P_c = Precio de bienes complementarios
- T = Gustos y preferencias de los consumidores

La curva de demanda es la representación gráfica de la función de demanda, ilustrando la cantidad de un bien que los consumidores están dispuestos a adquirir a distintos niveles de precio. Generalmente, la curva de demanda presenta una pendiente negativa, lo cual refleja que, conforme disminuye el precio del bien, aumenta la cantidad demandada, y viceversa. Este comportamiento se conoce como la “Ley de la Demanda” (Pindyck y Rubinfeld, 2009) (ver Gráfico 1).

Gráfico 1
Curva de la demanda



Nota. El siguiente gráfico fue adaptado de Pindyck y Rubinfeld (2009). *Microeconomía*.

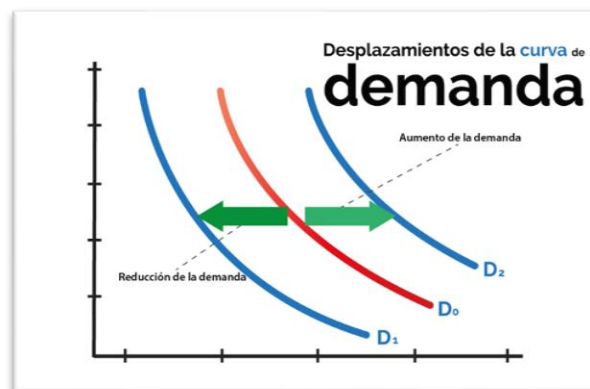
https://sqa.unemi.edu.ec/media/archivomateria/2023/07/10/archivomaterial_2023710105420.pdf

Características: La Figura 1 ilustra los ejes transversales que configura la demanda del mercado:

- Eje Vertical: Representa el precio del bien.
- Eje Horizontal: Representa la cantidad demandada del bien.
- Pendiente Negativa: Refleja el efecto sustitución y el efecto ingreso; a precios más bajos, los consumidores tienden a comprar una mayor cantidad del bien.

Desplazamientos: Los desplazamientos de la curva de demanda ocurren cuando hay un cambio en alguno de los factores y representan un cambio en la demanda total (Ver Figura 2).

Figura 2
Desplazamiento de la Curva de la Demanda



Nota. El siguiente gráfico fue adaptado de Universidad Militar de Nueva Granada (2024). UNMG.
http://virtual.umng.edu.co/distancia/ecosistema/ovas/riep/microeconomia/unidad_1/medios/documentacion/p5h2.php

En efecto, estos cambios que provocan desplazamientos pueden deberse a diversas razones, entre las cuales se destacan las siguientes:

Cambio en el Ingreso de los Consumidores:

- Si el Ingreso aumenta y el precio del bien se mantiene, la cantidad demandada también aumentará (desplazamiento hacia la derecha).
- Si el ingreso disminuye y el precio del bien se mantiene, la cantidad demandada disminuirá. (desplazamiento hacia la izquierda).

Cambio en los Precios de Bienes Relacionados:

- **Bienes Sustitutos:**
 - Si el precio de un bien sustituto aumenta, la demanda del bien principal aumenta (desplazamiento hacia la derecha), ya que los consumidores prefieren seguir comprando el mismo bien y no uno más costoso.

- Si el precio de un bien sustituto disminuye, la demanda del bien en cuestión disminuye. (desplazamiento hacia la izquierda), ya que la gente prefiere comprar el bien sustituto a un mejor precio.
- **Complementarios:** Si el precio de un bien complementario aumenta, la demanda del bien en cuestión también aumenta (Graue, 2014).

Cambio en los gustos y preferencias de los consumidores:

- Si el cambio en los gustos y preferencias es positivo, esto genera un aumento en la cantidad demanda. (Desplazamiento hacia la derecha) (Graue, 2014).
- Si el cambio en los gustos y preferencias es negativo, esto genera una reducción en la cantidad demanda. (Desplazamiento hacia la izquierda) (Graue, 2014).

Expectativas de Precios Futuras:

- Si los consumidores esperan que el precio de un bien aumente en el futuro, la demanda actual puede aumentar (desplazamiento hacia la derecha) (Graue, 2014).

Número de Compradores:

- Un aumento en el número de compradores en el mercado desplazará la curva de demanda hacia la derecha (Graue, 2014).

2.2. Oferta

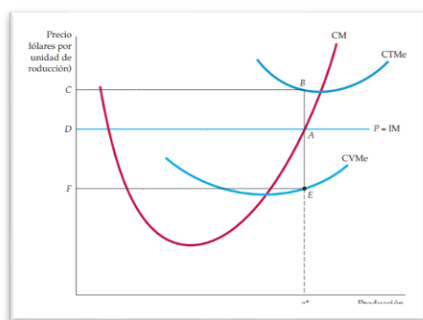
La oferta se define como la cantidad de un bien o servicio que los productores están dispuestos a vender en el mercado a distintos precios durante un período determinado. La función de oferta es una expresión matemática que representa la relación entre la cantidad ofrecida de un bien y su precio. Diversos factores pueden influir en la oferta, tales como el precio del bien, los costos de producción, el avance tecnológico y las expectativas del mercado (Ver Gráfico 2).

$$Q_s = f(P, C, T, E)$$

- Q_s = Cantidad ofrecida del bien.
- P = Precio del bien.
- C = Costos de producción (incluyendo costos de insumos, salarios, etc.).
- T = Tecnología disponible para la producción.
- E = Expectativas del productor sobre los precios futuros.

Gráfico 2

Curva de la oferta



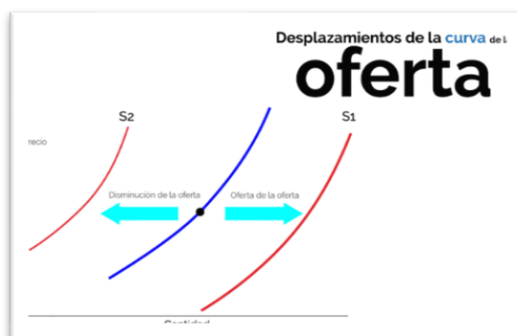
Nota. El siguiente gráfico fue adaptado de Pindyck y Rubinfeld (2009). *Microeconomía*.
https://sqa.unemi.edu.ec/media/archivomateria/2023/07/10/archivomaterial_2023710105420.pdf

Características

- Pendiente Positiva: Refleja que los precios más altos inducen a los productores a aumentar la cantidad ofrecida y viceversa.
- Eje Vertical: Representa el precio del bien.
- Eje Horizontal: Representa la cantidad ofrecida del bien

Desplazamientos: Los desplazamientos de la curva de oferta ocurren cuando hay un cambio en factores distintos al precio del bien, que afecta la oferta. Estos desplazamientos representan un cambio en la oferta total de bienes a cada nivel de precios (Ver Figura 3).

Figura 3
 Desplazamiento de la Curva de la Oferta



Nota. El siguiente gráfico fue adaptado de Universidad Militar de Nueva Granada (2024). *UNMG*.
http://virtual.umng.edu.co/distancia/ecosistema/ovas/riep/microeconomia/unidad_1/medios/documentacion/p5h2.php

Los principales factores que pueden desplazar la curva de oferta son:

Cambio en los Costos de Producción:

- Aumento en los Costos: Un aumento en los costos de producción (por ejemplo, precios más altos para las materias primas o salarios) desplazará la curva de oferta hacia la izquierda (reducción de la oferta).
- Disminución en los Costos: Una disminución en los costos de producción desplazará la curva de oferta hacia la derecha (aumento de la oferta).

Cambio en la Tecnología:

- Avances Tecnológicos: Mejoras en la tecnología pueden hacer la producción más eficiente, desplazando la curva de oferta hacia la derecha (aumento de la oferta).

Expectativas sobre los Precios Futuros:

- Expectativas de Precios Altos: Si los productores esperan que los precios futuros suban, pueden reducir la oferta actual y esperar para vender más tarde, desplazando la curva de oferta hacia la izquierda.
- Expectativas de Precios Bajos: Si los productores esperan que los precios futuros bajen, pueden aumentar la oferta actual para vender más antes de que los precios disminuyan, desplazando la curva de oferta hacia la derecha.

Número de Productores:

- Aumento en el Número de Productores: Un aumento en el número de productores en el mercado desplazará la curva de oferta hacia la derecha (aumento de la oferta).
- Reducción en el Número de Productores: Una disminución en el número de productores desplazará la curva de oferta hacia la izquierda (reducción de la oferta).

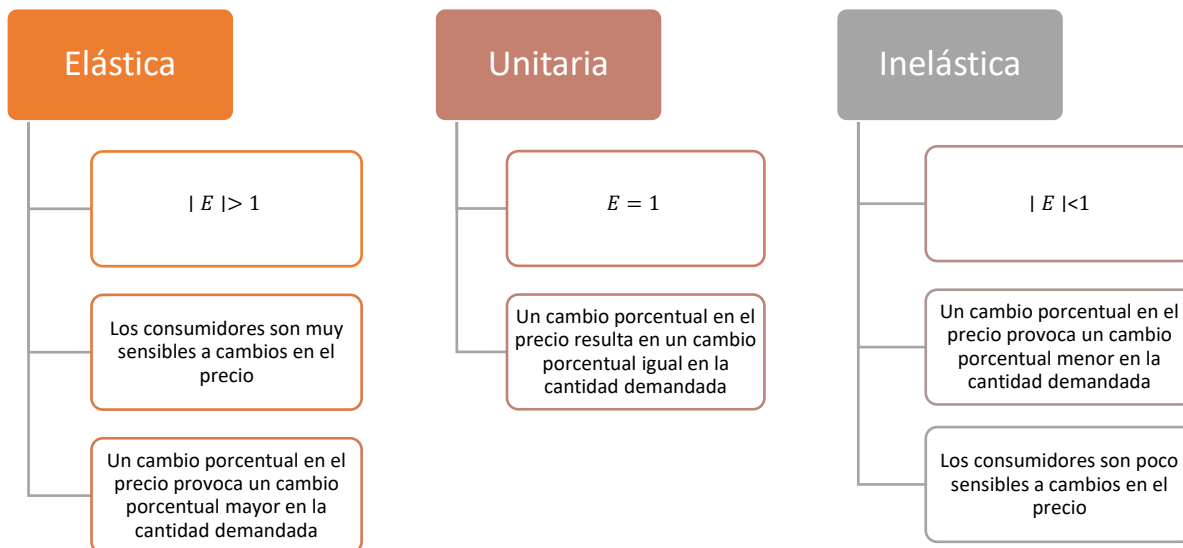
2.3 Elasticidades de la Demanda

La elasticidad mide cómo la cantidad demandada de un bien cambia en respuesta a variaciones en su precio, en el ingreso de los consumidores, o en el precio de otros bienes. La elasticidad ayuda a entender la sensibilidad de los consumidores ante cambios (Universidad de Córdoba, 2023).

Elasticidad Precio de la Demanda: Mide la sensibilidad de la cantidad demandada de un bien respecto a un cambio en su precio. Se calcula como:

$$E = \frac{\% \text{ de cambio en la cantidad demandada}}{\% \text{ de cambio en el Precio}}$$

$$E = \frac{\frac{Q_2 - Q_1}{Q_1}}{\frac{P_2 - P_1}{P_1}} = \frac{\frac{\Delta Q}{Q}}{\frac{\Delta P}{P}} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} * \frac{P}{Q}$$



Ejemplo Práctico



Ejemplo con Bienes de Lujo

• Fuente: Infobae (2016)

Su demanda es mucho más elástica. Si el precio de un coche de lujo aumenta, la cantidad demandada puede disminuir significativamente.



Ejemplo con Bienes de Primera Necesidad

• Fuente: BID (2020)

Su demanda es mucho más inelástica. Un aumento en el precio de medicamentos esenciales probablemente no reduzca la cantidad demandada en gran medida.

Elasticidad Precio de la Oferta: Mide la sensibilidad de la cantidad ofrecida de un bien respecto a un cambio en su precio. Se calcula como:

$$E_p = \frac{\% \text{ de cambio en la cantidad ofrecida}}{\% \text{ de cambio en el Precio}}$$

$$E_p = \frac{\frac{Q_2 - Q_1}{Q_1}}{\frac{P_2 - P_1}{P_1}} = \frac{\frac{\Delta Q}{Q}}{\frac{\Delta P}{P}} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} * \frac{P}{Q}$$

Elasticidad de la Oferta Elástica

$$|E| > 1$$

Los productores son muy sensibles a cambios en el precio

Un cambio porcentual en el precio provoca un cambio porcentual mayor en la cantidad ofrecida

Elasticidad de la Oferta Unitaria

$$E = 1$$

Un cambio porcentual en el precio resulta en un cambio porcentual igual en la cantidad ofrecida

Elasticidad de la Oferta Inelástica

$$|E| < 1$$

Un cambio porcentual en el precio provoca un cambio porcentual menor en la cantidad ofrecida

Los productores son poco sensibles a cambios en el precio

Ejemplo Práctico



Ejemplo con Productos Agrícolas

• Fuente: ARCFZ (2022)

Oferta Inelástica

Pueden tener una oferta más inelástica a corto plazo debido a las limitaciones en la capacidad de producción y tiempo de crecimiento.



Ejemplo con Manufactura de Tecnología

• Fuente: MLATAM (2020)

Oferta Elástica

Si las empresas pueden ajustar rápidamente la producción en respuesta a cambios en el precio

Elasticidad Ingreso de la Demanda: Mide cómo cambia la cantidad demandada de un bien en respuesta a un cambio en el ingreso del consumidor. Se calcula como:

$$E_y = \frac{(Q_2 - Q_1) * Y_1}{(Y_2 - Y_1) * Q_1}$$

- Donde E_y es la Elasticidad Ingreso de la Demanda
- Y_1 : Ingresos en el periodo 1
- Y_2 : Ingresos en el periodo 2
- Q_1 : Cantidades demandadas en el periodo 1
- Q_2 : Cantidades demandadas en el periodo 2

$$E > 0$$

Bienes Normales: La demanda aumenta cuando el ingreso aumenta.

La elasticidad ingreso es positiva

$$E > 1$$

Bienes de Lujo: A menudo tienen una elasticidad Ingreso Mayor a uno (Elástica).

La demanda aumenta más que proporcionalmente con el Ingreso.

$$E < 0$$

Bienes Inferiores: La demanda disminuye cuando el ingreso aumenta.

La elasticidad Ingreso es negativa

Ejemplo Práctico



Ejemplo con Bienes de Lujo

- Fuente: Deimos (2015)
Viajes internacionales y automóviles de lujo



Ejemplo con Bienes Inferiores

- Fuente: OMC (2006)
Comidas rápidas o productos de marcas genéricas.

Elasticidad Cruzada de la Demanda: Mide la sensibilidad de la cantidad demandada de un bien respecto a un cambio en el precio de otro bien. Se calcula como:

$$E_{xy} = \frac{\frac{Q_{x2} - Q_{x1}}{Q_{x1}}}{\frac{P_{y2} - P_{y1}}{P_{y1}}}$$

$$E_{xy} > 0$$

Bienes Sustitutos:

Un aumento en el precio del bien Y aumenta la demanda del bien X.

$$E_{xy} = 0$$

Bienes Independientes:

Los bienes no están relacionados y el cambio en el precio de uno no afecta la demanda del otro.

$$E_{xy} < 0$$

Bienes Complementarios

Un aumento en el precio del bien Y disminuye la demanda del bien X.

Ejemplo Práctico



Ejemplo con Bienes Sustitutos

• Fuente: Rosciano Paganelli (2024)

Un aumento en el precio del café puede llevar a un aumento en la demanda de té.



Ejemplo con Bienes Complementarios

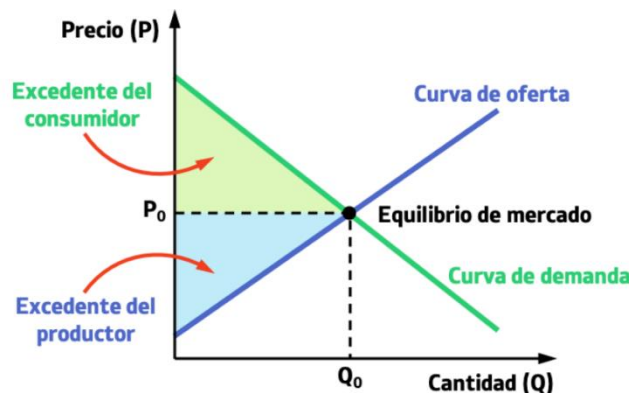
• Fuente: ACIS (2022)

Impresoras y tinta. Un aumento en el precio de las impresoras puede reducir la demanda de tinta.

2.4 Determinantes del equilibrio de mercado

El equilibrio es cuando la cantidad demandada es igual a la cantidad ofrecida, y el precio del bien es tal que el mercado, no tiene ni escasez ni excedente. Sin embargo, analizaremos algunos determinantes de este equilibrio (Cantero, 2011) (Ver Figura 4).

Figura 4
Excedentes del Consumidor y Productor



Nota. El siguiente gráfico fue adaptado de Juárez (2016).

FinanzasTico. <https://www.finanzastico.com/excedente-del-consumidor/>

Excedente del Consumidor: Es la diferencia entre lo que los consumidores están dispuestos a pagar por un bien y lo que realmente pagan. Es una medida del bienestar del consumidor y representa el valor adicional que obtienen al pagar un precio menor que el que estaban dispuestos a pagar. El excedente del consumidor, es el área bajo la curva de la demanda y por encima del precio de mercado.

$$\text{Excedente del Consumidor} = \frac{b * h}{2}$$

Excedente del Productor: Es la diferencia entre el precio al que los productores están dispuestos a vender un bien y el precio que realmente reciben. Es una medida del bienestar del productor y representa el beneficio adicional que obtienen al vender a un precio mayor al mínimo que aceptarían. El excedente del productor, es el área bajo el precio de mercado y por encima de la curva de oferta

$$\text{Excedente del Productor} = \frac{b * h}{2}$$

Impuestos: Un impuesto sobre un bien es una carga adicional que el gobierno impone sobre los compradores o vendedores. Los impuestos pueden reducir el equilibrio de mercado y alterar la cantidad demandada y ofrecida.

- **Impacto del Impuesto Positivo en el precio de Mercado:** El precio que los consumidores pagan aumenta, mientras que el precio que los productores reciben disminuye. Esto provoca una caída en la cantidad demandada y ofrecida.
- **Impacto en el Bienestar del Consumidor y Productor:** Los excedentes de ambos disminuyen debido al aumento del precio pagado por los consumidores y la disminución del precio recibido por los productores.
- **Impacto en el Ingreso del Gobierno:** El gobierno recibe el ingreso del impuesto, que se representa como el área entre los precios de compra y venta ajustados por el impuesto.

Subsidios: Un subsidio es una ayuda financiera proporcionada por el gobierno a productores o consumidores para incentivar la producción o el consumo de un bien. Los subsidios tienden a reducir el precio para los consumidores y aumentar el precio recibido por los productores.

- **Impacto de una Reducción en el Precio en el Mercado:** El precio que los consumidores pagan disminuye y el precio que los productores reciben aumenta. Esto lleva a un aumento en la cantidad demandada y ofrecida.
- **Impacto en el Excedente del Consumidor y del Productor:** Ambos aumentan debido al menor precio pagado por los consumidores y el mayor precio recibido por los productores.
- **Impacto en el Costo para el Gobierno:** El costo del subsidio se representa como el área entre el precio de mercado y el precio ajustado por el subsidio.

Precios Tope: Un precio tope es un límite máximo impuesto por el gobierno sobre el precio de un bien para proteger a los consumidores de precios demasiado altos. Se establece por debajo del precio de equilibrio del mercado.

- **Impacto de Escasez:** Si el precio tope es inferior al precio de equilibrio, la cantidad demandada supera la cantidad ofrecida, lo que provoca una escasez.
- **Impacto en el Excedente del Consumidor:** Puede aumentar para algunos consumidores que pueden comprar el bien a un precio más bajo.
- **Impacto en el Excedente del Productor:** Disminuye debido al precio más bajo que reciben, lo que puede llevar a una reducción en la oferta.

Precios Mínimos: Son precios límite impuestos por el gobierno sobre un bien para proteger a los productores de precios demasiado bajos. Se establece por encima del precio de equilibrio del mercado.

- **Impacto en el Excedente:** Si el precio mínimo es superior al precio de equilibrio, la cantidad ofrecida supera la cantidad demandada, lo que provoca un excedente.
- **Impacto en el Excedente del Productor:** Puede aumentar para los productores que pueden vender a un precio más alto.
- **Impacto en el Excedente del Consumidor:** Disminuye debido al precio más alto que los consumidores tienen que pagar.

3.1 Producción

La producción se refiere al proceso mediante el cual las empresas convierten insumos (recursos como trabajo, capital, tierra, y tecnología) en bienes o servicios finales. Cada uno de estos elementos juega un papel crucial en cómo una empresa opera y toma decisiones, y cómo estas decisiones afectan al mercado en general.

Producción a Corto Plazo: Al menos uno de los factores de producción es fijo, lo que significa que no puede ser ajustado. Generalmente, el capital (maquinaria, instalaciones) es considerado fijo en el corto plazo, mientras que el trabajo y otros insumos pueden ser variables.

Función de Producción $Q = f(L, K)$

Q = Cantidad Producida

L = Trabajo

K = Capital

Ley de los Rendimientos Marginales Decrecientes: A medida que se añade más de un insumo variable (por ejemplo, trabajadores) manteniendo constante el insumo fijo (por ejemplo, maquinaria), el incremento en la producción comenzará a disminuir eventualmente.



Ejemplo - Rendimiento de Escala

- Una fábrica de camisetas con una línea de producción fija puede contratar más trabajadores para aumentar la producción. Sin embargo, debido a la capacidad limitada de las máquinas, agregar más trabajadores puede llevar a menores aumentos en la producción.

Fuente: EL PAÍS (2016)

Producción a Largo Plazo: Todos los factores de producción son variables, lo que significa que las empresas pueden ajustar la cantidad de capital, trabajo y otros insumos. No hay factores fijos en el largo plazo.

Ley de los Rendimientos de Escala: A diferencia del corto plazo, el largo plazo permite a la empresa experimentar con diferentes tamaños y métodos de producción para ver cómo cambian los rendimientos

- **Rendimiento de Escala Crecientes:** Aunque proporcionales en los insumos generan aumentos más que proporcionales en la producción.
- **Rendimiento de Escala Constantes:** Aumentos proporcionales en los insumos generan aumentos proporcionales en la producción.
- **Rendimientos de Escala Decrecientes:** Aumentos proporcionales en los insumos generan aumentos menos que proporcionales en la producción.



Ejemplo - Rendimiento de Escala

- La misma fábrica de camisetas puede invertir en nuevas máquinas y ampliar sus instalaciones en el largo plazo, lo que le permite ajustar la producción a una escala más eficiente.

Fuente: EL PAIS (2016)

Maximización de Beneficios: Es un proceso mediante el cual, una empresa ajusta su nivel de producción y precios para obtener un mayor beneficio. El beneficio es la diferencia entre los ingresos totales y los costos totales.

Condición de Maximización de Beneficios en el Corto Plazo: Para maximizar los beneficios en el corto plazo, la empresa debe producir hasta el punto donde el costo marginal (CM) es igual al ingreso marginal (IM). Esto se expresa como:

$$Cmg = Img$$

Condición de Maximización de Beneficios en el Largo Plazo: Las empresas tienen la capacidad de ajustar todos los factores de producción y elegir la escala de operación óptima.

La maximización de beneficios se logra cuando el costo total medio (CMT) se iguala al ingreso total medio (IMT), y el costo marginal es igual al ingreso marginal. Esto se expresa como:

$$C_{med} = I_{med}$$

Las empresas pueden ajustar su tamaño y métodos de producción para alcanzar el punto más eficiente en términos de costos y producción (Pindyck y Rubinfeld, 2009).

3.2 Costos

Los costos son los gastos que incurre una empresa para producir bienes o servicios. Los costos se dividen en varios tipos, que ayudan a las empresas a tomar decisiones sobre producción y precios (Pindyck y Rubinfeld, 2009).

Tipos de Costos:

- **Costos Fijos:** Costos que no cambian con el nivel de producción. Ejemplos incluyen alquiler, salarios de personal administrativo, y seguros. Son constantes en el corto plazo.
- **Costos Variables:** Costos que cambian con el nivel de producción. Ejemplos incluyen materias primas, salarios de trabajadores de producción, y energía.
- **Costos Totales (CT):** La suma de los costos fijos y variables.
- **Costos Medios o Costos Promedio:**
 - **Costo Medio Total (CMT):** El costo total dividido por la cantidad producida.
 - **Costo Medio Fijo (CMF):** El costo fijo dividido por la cantidad producida.
 - **Costo Medio Variable (CMV):** El costo variable dividido por la cantidad producida.
 - **Costos Marginales (CM):** El costo adicional de producir una unidad adicional de output.

$$\left(\frac{\partial CT}{\partial Q}\right)$$

- **Costos a Corto Plazo:** Incluyen costos fijos y variables, con el costo marginal (CM) desempeñando un papel clave en la maximización de beneficios. La empresa ajusta su producción hasta que el ingreso marginal (IM) iguale el costo marginal (CM).

$$C_{mg} = I_{mg}$$

- **Costos a Largo Plazo:** Todos los factores de producción son variables, permitiendo a la empresa ajustar la escala de producción. La maximización de beneficios ocurre cuando el costo medio total a largo plazo (C_{med}) se iguala al ingreso medio total (I_{med}), con la empresa operando en la parte más eficiente de la curva de costos.

$$C_{med} = I_{med}$$



Ejemplo - Rendimiento de Escala

- En una panadería, los costos fijos pueden incluir el alquiler del local, mientras que los costos variables incluyen el costo de la harina y el azúcar. El costo marginal sería el costo adicional de hornear una barra de pan más.

Fuente: FADA (2020).

Curva de Costos Medios a Largo Plazo:

- Economías de Escala:** Cuando el costo medio disminuye a medida que aumenta la producción. Esto suele ocurrir debido a la mayor eficiencia y especialización.
- Eficiencia Óptima:** En el largo plazo, las empresas buscan operar en la parte más baja de la curva de costos medios a largo plazo, donde los costos son mínimos para el nivel de producción deseado.
- Desventajas de Escala:** Cuando el costo medio comienza a aumentar a medida que la producción sigue aumentando. Esto puede ser debido a la complejidad y los costos de gestión adicionales.

La demanda del derecho y la oferta de la industria

4.1 Demanda del mercado

La demanda del mercado se refiere a la cantidad total de un bien o servicio que todos los consumidores en el mercado están dispuestos y pueden comprar a diferentes precios en un período determinado. Es la suma de las demandas individuales de todos los consumidores del mercado.

Determinantes:

- **Precio del Bien:** A medida que el precio del bien disminuye, la cantidad demandada generalmente aumenta, y viceversa, según la ley de la demanda.
- **Ingresos de los Consumidores:** Un aumento en los ingresos generalmente aumenta la demanda de bienes normales y disminuye la demanda de bienes inferiores.
- **Expectativas:** Expectativas sobre futuros precios o condiciones económicas pueden afectar la demanda actual.
- **Número de Compradores:** Un aumento en el número de compradores en el mercado incrementa la demanda total.

Curva de Demanda del Mercado: Es una representación gráfica de la relación entre el precio del bien y la cantidad total demandada en el mercado. Generalmente, tiene una pendiente negativa, indicando que, a precios más bajos, la cantidad demandada aumenta.

La Oferta de la Industria es la cantidad total de un bien o servicio que todas las empresas en la industria están dispuestas a vender a diferentes precios en un período determinado. Es la suma de las ofertas individuales de todas las empresas en la industria.

Determinantes:

- **Precio del Bien:** A medida que el precio del bien aumenta, la cantidad ofrecida generalmente aumenta, ya que las empresas están dispuestas a producir más al precio más alto.
- **Costos de Producción:** Un aumento en los costos de producción (materias primas, salarios, etc.) puede reducir la oferta, mientras que una disminución en los costos puede aumentarla.
- **Tecnología:** Avances tecnológicos que hacen la producción más eficiente pueden aumentar la oferta.
- **Número de Vendedores:** Un aumento en el número de empresas en la industria aumenta la oferta total.
- **Expectativas:** Las expectativas sobre futuros precios pueden influir en la oferta actual. Si se espera que los precios aumenten, las empresas pueden retener su oferta para vender a precios más altos en el futuro.
- **Regulación y Políticas:** Impuestos, subsidios y otras políticas gubernamentales pueden afectar directamente a la oferta.

Curva de Oferta de la Industria: Muestra la relación entre el precio del bien y la cantidad total ofrecida por todas las empresas en la industria. Generalmente, tiene una pendiente positiva, indicando que, a precios más altos, la cantidad ofrecida aumenta (Pindyck y Rubinfeld, 2009).

4.1.1 Mercado en competencia perfecta

Es un modelo teórico en economía que proporciona una base para entender cómo funcionan los mercados bajo ciertas condiciones ideales.

1. **Homogeneidad del Producto:** Los bienes ofrecidos por todos los productores son idénticos y perfectos sustitutos entre sí. No hay diferenciación del producto, lo que significa que los consumidores no tienen preferencia por el producto de un productor sobre el de otro.
2. **Numerosos Compradores y Vendedores:** Hay un gran número de compradores y vendedores en el mercado. Ningún individuo o empresa tiene suficiente poder para influir en el precio del mercado. Todos son "tomadores de precios".
3. **Información Perfecta:** Todos los participantes del mercado tienen acceso completo y perfecto a toda la información relevante sobre precios, calidad del producto, y condiciones del mercado. No hay asimetría de información.
4. **Libre Entrada y Salida del Mercado:** Las empresas pueden entrar o salir del mercado sin barreras significativas. No hay costos de entrada o salida que limiten la competencia.
5. **Movilidad de los Factores de Producción:** Los recursos (como trabajo y capital) pueden moverse libremente entre diferentes usos y mercados.
6. **Ninguna Externalidad:** No hay efectos externos no compensados (ni positivos ni negativos) de la producción o el consumo de bienes. (Mankiw, 2014)

En un mercado de competencia perfecta, las empresas buscan maximizar sus beneficios ajustando la cantidad de producción. La maximización de beneficios se logra cuando la diferencia entre ingresos y costos es máxima.

- **Condición de Maximización en el Corto Plazo:** En competencia perfecta, una empresa maximiza sus beneficios produciendo la cantidad de output donde:

$$I_{mg} = C_{mg}$$

- **Beneficios:** Los beneficios se calculan como la diferencia entre los ingresos totales y los costos totales. Si los ingresos totales (IT) superan los costos totales (CT), la empresa obtiene beneficios económicos.

$$B = CT - IT$$

- **Condición de Maximización en el Largo Plazo:** Las empresas en competencia perfecta ajustan su producción y costos para alcanzar un equilibrio donde el **costo medio (CM)** es igual al **precio del mercado**. En equilibrio, el costo medio total (CMT) se iguala al ingreso medio total (IMT), que también es igual al precio del mercado.

$$P = C_{med}$$

- **Curvas Relevantes:**
 - **Curva de Costo Medio Total (CMT):** Muestra el costo promedio por unidad de producción en el largo plazo.
 - **Curva de Ingreso Medio Total (IMT):** En competencia perfecta, la curva de ingreso medio es igual al precio y, por lo tanto, es horizontal.
- **Beneficios en el Largo Plazo:** En equilibrio de largo plazo, las empresas no obtienen beneficios económicos positivos, ya que los beneficios se han ajustado a cero debido a la entrada o salida de empresas en el mercado. En equilibrio, el precio es igual al costo medio total:

$$B = (P - C_{med}) * Q = 0$$

Las empresas cubren todos sus costos, incluyendo el costo de oportunidad del capital y el trabajo, sin obtener beneficios adicionales.

4.4.2. Caracterización básica de otras estructuras de mercado:

Monopolio: Es una estructura de mercado en la que existe un único vendedor o productor que domina la oferta de un bien o servicio. El monopolista tiene el control total sobre el suministro del producto, lo que le permite fijar el precio y la cantidad ofrecida.

- **Características:**
 - **Único Vendedor:** Solo una empresa ofrece el bien o servicio en cuestión.
 - **Barreras de Entrada Altas:** Existen barreras significativas que impiden la entrada de nuevos competidores, como patentes, control de recursos clave, o regulaciones gubernamentales.
 - **Poder de Mercado:** El monopolista tiene control sobre el precio porque es el único proveedor del producto.
 - **Precio y Cantidad:** El monopolista elige la cantidad de producción donde el ingreso marginal (IM) es igual al costo marginal (CM). Luego, fija el precio en la curva de demanda para esa cantidad.
- **Eficiencia:** Un monopolio tiende a producir menos y cobrar precios más altos en comparación con la competencia perfecta, lo que puede resultar en una pérdida de bienestar para los consumidores.

Monoposonio: Es una estructura de mercado en la que hay un único comprador de un bien o servicio, lo que le otorga poder sobre el precio y las condiciones de compra. Es el inverso del monopolio, donde el control se ejerce sobre la demanda en lugar de la oferta.

- **Características:**

- **Único Comprador:** Solo un comprador adquiere el bien o servicio en cuestión.
- **Poder de Mercado en la Compra:** El comprador tiene influencia sobre el precio que paga a los vendedores. Puede bajar los precios pagados a los proveedores, ya que no hay otros compradores en el mercado.
- **Determinación del Precio y Cantidad:** El monopsonista decide cuánto comprar y, en consecuencia, influye en el precio que paga, afectando así el equilibrio del mercado. En este diagrama, la curva de oferta (S) y la curva de demanda (D) muestran cómo el monopsonista decide el precio (C) y la cantidad de compra. El monopsonista fija el precio pagado a los proveedores en función de la cantidad que decide comprar.
- **Eficiencia:** Un monopsonio puede llevar a precios más bajos para los vendedores y una menor cantidad comprada, lo que puede resultar en una menor producción y precios más bajos para los proveedores.

Competencia Monopolística: Es una estructura de mercado en la que existen muchas empresas que venden productos similares pero diferenciados. Cada empresa tiene cierto poder de mercado debido a la diferenciación de su producto.

- **Características:**

- **Productos Diferenciados:** Las empresas venden productos que son similares, pero no idénticos. Esto les da a las empresas cierto grado de poder para fijar precios.
 - **Numerosos Vendedores:** Hay muchas empresas en el mercado, pero cada una ofrece un producto ligeramente diferente.
 - **Libre Entrada y Salida:** Las empresas pueden entrar y salir del mercado relativamente fácilmente.
 - **Poder de Mercado Limitado:** Aunque las empresas tienen algo de poder de mercado debido a la diferenciación, la competencia mantiene sus precios relativamente en línea con el costo marginal a largo plazo. En el diagrama, el precio se fija en el punto donde el ingreso marginal (IM) se iguala al costo marginal (CM) a corto plazo. A largo plazo, las empresas entran y salen del mercado hasta que los precios se igualan al costo medio total (CMT), lo que significa que los beneficios económicos se reducen a cero.
- **Eficiencia:** La competencia monopolística puede resultar en una menor eficiencia en comparación con la competencia perfecta debido a la sobreproducción y la falta de eficiencia en la asignación de recursos.

Oligopolio: Es una estructura de mercado en la que un pequeño número de empresas dominan la industria. Cada empresa tiene un impacto significativo en el mercado, y las decisiones de una empresa afectan a las demás.

- **Características:**

- **Pocos Vendedores:** El mercado está dominado por un número reducido de grandes empresas.
- **Interdependencia:** Las empresas son interdependientes y sus decisiones sobre precios y producción afectan y son afectadas por las decisiones de las otras empresas en el oligopolio.
- **Productos Homogéneos o Diferenciados:** Los productos pueden ser homogéneos (como acero) o diferenciados (como automóviles).
- **Barreras de Entrada:** Existen barreras de entrada que impiden la entrada de nuevos competidores, aunque estas barreras pueden ser menos significativas que en un monopolio.
- **Colusión y Competencia:** Las empresas pueden llegar a acuerdos para fijar precios o dividir el mercado (colusión), o pueden competir agresivamente, lo que puede llevar a guerras de precios.

Los oligopolios pueden resultar en precios más altos y menor producción comparado con la competencia perfecta. La competencia puede ser menos intensa que en un mercado perfectamente competitivo, pero más que en un monopolio (OBS, 2023).

5. Bibliografía

- ACIS. (2022). Obtenido de <https://acis.org.co/portal/content/epson-destaca-6-ventajas-en-el-uso-de-tintas-originales>
- ARCFZ. (19 de 09 de 2022). Obtenido de <https://www.gob.ec/arcfz/tramites/solicitud-apertura-fitosanitaria-mercados-internacionales-productos-agricolas-ecuatorianos-no-cuentan-requisitos-fitosanitarios>
- BID. (23 de Noviembre de 2020). Obtenido de <https://blogs.iadb.org/salud/es/gestion-precios-medicamentos/>
- Burneo, K., & Larios, F. (2014). Principios de Economía. Colombia: Editorial ECOE Ediciones. Recuperado el 2024
- Cabello, A. (24 de Junio de 2024). Economipedia. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/frontera-posibilidades-produccion.html>
- Cantero, J. (2021). Economía Visual. (M. H. España, Ed.) Obtenido de <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448181042.pdf>
- De Pablo, J. C. (20 de 12 de 1971). Revista Económica La Plata. Obtenido de <https://revistas.unlp.edu.ar/Economica/article/view/8922/7763>
- Deimos. (19 de Octubre de 2015). Obtenido de DEIMOS ESTADÍSTICA: <https://deimosestadistica.com/lujo-novedades-del-sector-debes-conocer/>
- EL PAÍS. (2016). Obtenido de https://elpais.com/elpais/2016/02/03/album/1454497972_834430.html
- Espinosa, A., & Mendieta Muñoz, R. (2017). Fundamentos Avanzados para la Política Económica. Cuenca: Universidad de Cuenca.
- Extra. (2023). Obtenido de <https://www.extra.ec/noticia/actualidad/ecuador-mercado-automotriz-llega-numeros-record-primeros-cinco-meses-2023-87817.html>
- FADA. (2020). Obtenido de <https://agroempresario.com/publicacion/4891/como-se-conforma-el-precio-del-pan/>
- Fortuño, M. (13 de Marzo de 2017). ElBlogSalmón. Obtenido de <https://www.elblogsalmon.com/economia/por-que-hay-ciclos-economicos>
- Graue Russek, A. L. (2014). Introducción a la Economía. Pearson. Obtenido de <https://ulatina.metabiblioteca.org/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=1426>
- Infobae. (26 de Marzo de 2016). Infobae. Obtenido de <https://www.infobae.com/2016/03/27/1799692-los-10-autos-lujo-mas-caros-del-mercado/>
- Juárez, M. (2016). FinanzasTico. Recuperado de <https://www.finanzastico.com/excedente-del-consumidor/>

- León, M. (2016). Economía del Buen Vivir: ¿qué producir? ¿Para quién producir? Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/305558143_Economia_del_Buen_Vivir_que_producir_para_quien_producir
- Mankiw, G. (2014). Principios de Economía (Vol. Edición Sexta). Cengage Learning.
- MLATAM. (29 de 09 de 2020). Manufactura LATAM. Obtenido de <https://www.manufactura-latam.com/es/noticias/sector-automotriz-una-de-las-industrias-manufactureras-mas-automatizadas-del-mundo>
- Nicholson, W. (2006). Teoría Microeconómica. Principios Básicos y Ampliaciones. España: Thompson. Obtenido de https://www.google.com.ec/books/edition/Teor%C3%ADa_microecon%C3%B3mica_Principios_b%C3%A1sicos_y_ampliaciones/Nicholson_William_2006?hl=es&gbpv=1&dq=teoria+microeconomica&printsec=frontcover
- OBS. (2023). Business School. Obtenido de <https://www.obsbusiness.school/blog/principales-tipos-de-estructura-de-mercado>
- OMC. (Septiembre de 2006). Organización Mundial del Comercio. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/trips_s/factsheet_pharm03_s.htm#:~:text=En%20los%20diccionarios%20se%20tiende,de%20f%C3%A1brica%20o%20de%20comercio.
- Pindyck, R., & Rubinfeld, D. (2009). Microeconomía (7ma ed.). Madrid - España: Pearson. Obtenido de https://sga.unemi.edu.ec/media/archivomateria/2023/07/10/archivomaterial_2023710105420.pdf
- Rosciano Paganelli, J. G. (2024). Mejor con Salud. Obtenido de <https://mejorconsalud.as.com/8-sustitutos-del-cafe-probar/>
- Trenza, A. (08 de Octubre de 2019). Finanzas Corporativas. Obtenido de <https://anatrencia.com/ciclo-economico-definicion-fases/>
- UNIR. (01 de 07 de 2022). UNIR. Obtenido de <https://www.unir.net/empresa/revista/flujo-circular-renta/>
- Universidad de Cordova. (2023). UCO. Obtenido de https://www.uco.es/~dh1lavif/INT_ECONOMIA/ELASTICIDAD_DEMANDA.pdf
- Universidad Militar Nueva Granada. (2024). UNMG. Obtenido de http://virtual.umng.edu.co/distancia/ecosistema/ovas/riep/microeconomia/unidad_1/medios/documentacion/p5h2.php