

MICROECONOMIA

Un modelo economico es una abstraccion de la realidad que tiene por objeto expresar un aspecto de un fenomeno social complejo.

Las teorias tratan de explicar el fenomeno economico general, para lo cual se basa en ciertas leyes cientificas. Esas leyes (enunciados) requieren de ciertas condiciones denominados *postulados* para que cumplirse.

Hay tres clases de componentes en los modelos teoricos:

- a) los datos: son dados desde el exterior de la estructura analitica.
- b) las variables: las magnitudes se determinan dentro del esquema analitico.
- c) postulados
- d) conclusiones

Las necesidades

Las necesidades son desequilibrios psico-fisicos originados por carencias y cuya insatisfaccion causa malestar. Se clasifican asi:

Individuales

Primarias: su resolucion depende de la existencia misma, por ejemplo alimentos, bebidas, vestimenta, etc...

Culturales: estan relacionadas con el grado de desarrollo cultural por ejemplo educacion, ocio, confort, etc...

Colectivas: se presentan a la mayoria de los miembros de una sociedad, como por ejemplo educacion, seguridad, higiene y salud.

Los Bienes

Satisfacen necesidades. A esta propiedad se la denomina "*utilidad*".

- Libres: son sobreabundantes, y suministrados por la naturaleza, por ejemplo, el aire. Carecen de valor economico.
- Economicos: reconocen un determinado valor debido al trabajo humano para obtenerlos. Como la capacidad de trabajo es limitada, estos bienes son escasos en relacion a las necesidades que de ellos se tienen.

Segun su tangibilidad:

Materiales: poseen corporeidad: alimentos, ropa.

Inmateriales: prestacion de servicios

Segun sus funciones:

Directos: satisface necesidades en forma inmediata: proyeccion de una pelicula, un libro, lapicera, etc...

Indirecto: posibilitara la obtencion de un bien directo: maquinarias, herramientas, etc...

De consumo: harina, pan, etc...

Cabe aclarar que los bienes son relativos en cuanto a la funcion, ya que la harina es un bien de consumo para un ama de casa y un bien indirecto para el panadero.

Segun el criterio de durabilidad:

Perecedero: no puede ser conservado durante mucho tiempo sin que se alteren sus caracteristicas fisicas,: alimento

No Perecedero: sus cualidades no se ven afectadas por el paso del tiempo: vestimenta

Durable: cuando admite mas de un uso: vestimenta

No durable: se elimina con el primer uso: alimento.

Mercado de Libre Competencia

Este modelo reconoce los siguientes supuestos:

- 1) Homogeneidad: no existe diferencia en la calidad de los bienes presentados para su venta por cualquiera de los oferentes.
- 2) Atomizacion: No los demandantes ni los oferentes tienen fuerza suficiente para influir por si mismo en la determinacion del precio.
- 3) Libre Movilidad de Factores: nada impide que cualquier sujeto ingrese oser retire del mercado cuando lo crea conveniente.
- 4) Transparencia: No existen impedimentos para buscar informacion en cuanto a precio y cantidad con la cual tomar decisiones.

El demandante tendra en cuenta un conjunto de datos que influiran en su decision acerca de la adquisicion de una cantidad de un bien. Estos datos son: $P(x)$: el precio del bien, $P(y)$: precio de los demas bienes (complementarios y sustitos) G : gustos Y : ingreso

$Q(d): f(P_x, P_y, G, Y)$

La clausula "*ceteris paribus*" (Marschall) sostiene que la cantidad demandada de un bien, depende, exclusivamente de los valores que adopte su precio. (simplifica la ecuacion). Entonces,

Ley de la Demanda: la cantidad demandada de un bien se relaciona inversamente con el precio del mismo.

La cantidad del bien ofrecida por el vendedor dependera del precio del bien, y los costos de produccion. Si se toman los costos como constantes – cualquiera sea la cantidad vendida – la cantidad ofrecida del bien dependera solo del valor del precio. A medida que el precio aumenta, el productor deseara vender mayor cantidad del bien para realizar mayores beneficios. En cambio, cuando disminuye los precios, los beneficios bajan, y la cantidad ofrecida se reduce.

Ley de Oferta: relacion directa entre precio y cantidad ofrecida, manteniendose los costos constantes.

Existe una unica situacion en la que ambos intereses (compradores y vendedores) se concilian. para esto, se traza la curva de oferta y demanda en un mismo eje, obteniendo el nivel de precios. Las cantidades ofrecidas y demandadas se igualan en Q.

Elasticidades

Cuando aumenta el precio de un bien caen las cantidades demandadas; esta reaccion se mide mediante la *elasticidad*. Se pregunta cual es la variacion porcentual de las cantidades demandadas frente a una determinada variacion porcentual del precio.

DQ/Q

----- = E_{pd}

DP/P

Si el el precio aumenta las cantidades demandadas caen, o sea, que si el denominador es positivo (aumento de precio), el numerador debe ser negativo (reduccion de cantidades). Entonces "la elasticidad-precio de la demanda toma siempre valores negativos"

1- Cuando la elasticidad-precio de la demanda es mayor que uno, se trata de una demanda *elastica*.

2- Si la elasticidad vale 1, se trata de una demanda con *elasticidad unitaria*.

3- Cuando el valor de la elasticidad es menor a 1, es *inelastica*. (al aumentar de precio no sube una gran caida de la demanda, ej. medicamentos)

4- Si las cantidades no varian al modificarse el precio, entonces la elasticidad toma valor 0 y es *rigida*.

5- Si frente a un pequeño cambio del precio las cantidades tienen una gran variacion, es demanda *infinitamente elastica*.

La elasticidad-precio de la oferta, es el mismo concepto solo que ahora nos referimos a la reaccion de las cantidades ofrecidas cuando se modifica el precio. El signo de elasticidad sera positivo, si aumenta el precio del bien, los oferentes encontraran atractivo llevar mas mercaderia al mercado.

Elasticidad ingreso

Indica la variacion porcentual en la cantidad demandada frente a una variacion porcentual en el ingreso de los consumidores.

La economia de la empresa

La empresa es una "unidad productiva" o "unidad de produccion".

El comportamiento comun, es organizar los *factores de produccion* que son los recursos naturales, el trabajo humano, el capital industrial y monetario.

La actividad que se lleva a cabo en la unidad de produccion es redactar un plan de accion referido a un tiempo futuro que de cumplirse, alcanzara su objetivo: la maximizacion de utilidades.

Cada factor productivo tiene su correspondiente precio de mercado, con distintas leyes:

Trabajo – Salario

Recursos Naturales – Renta

Capital Monetario – Interes

Capital Industrial – Ganancia o Beneficio.

Producto: total, medio y marginal

La producción es la actividad por la cual el hombre, transforma las reservas y fuerzas que le brinda la naturaleza, haciéndolas aptas para satisfacer sus necesidades.

Las corrientes actuales indican que todo trabajo es productivo en la medida que se agrega utilidad a un bien. El concepto de producción también abarca a la comercialización y al transporte, ya que aumentan la utilidad de los bienes a través del tiempo (comercio) y espacio (transporte).

Los países socialistas, solo ven como única fuente de riqueza al trabajo productivo sin incluir transportes y servicios.

Durante el proceso productivo existe la posibilidad de modificar la existencia original de algunos factores de producción, (*factores variables*), y los que no son susceptibles de dichos cambios (*factores fijos*).

Cuando en economía se hace referencia a *corto plazo* significa que existe algún elemento que debe ser considerado como fijo; mientras que en *largo plazo* todos los elementos son susceptibles de cambios.

El *Producto Total* es el conjunto de unidades que se obtiene mediante la actividad productiva. A medida que aumenta la eficiencia, se obtendrán niveles de producción cada vez mayores.

Si relacionamos a cada combinación posible de insumos con el nivel máximo de producción posible, estamos en presencia de una categoría fundamental: la *función de producción*.

Tomando en cuenta solo dos factores productivos, recursos naturales y trabajo, siendo el primero fijo y el segundo variable, definiremos al:

Producto Medio: rendimiento promedio por unidad de factor variable. $PT/\text{unidades de factor variable}$.

Producto Marginal: variación del producto total a consecuencia de la incorporación de una nueva unidad de factor variable.

$PT_1 - PT_0$

----- =

Z

Pt: Producto Total Z= Cantidad física de Factor Variable

Ley de rendimientos decrecientes (Turgot en 1768)

Sostiene que dado un factor fijo y otro variable, la producción no se comporta en forma homogénea a medida que se incorporan más unidades. Existen tres instancias:

La primera, Rendimientos Crecientes: a medida que aumenta la utilización del factor variable (trabajo), el producto total crece más que proporcionalmente. (al aumento del trabajo)

La segunda, Rendimientos Constantes: en donde cada aumento de la utilización del factor variable se ve acompañada por un crecimiento proporcional (en el producto total.)

En la tercer etapa, Rendimientos Decrecientes: el incremento del rendimiento físico es menor que proporcional al aumento del factor variable.

Costos

Para llevar la actividad específica, la unidad productiva adquiere en el mercado bienes y factores productivos. Los bienes se dividen en:

- Factores Productivos
- Materias Primas y Productos Semielaborados.

A la suma total, se la denomina *Costos de Producción*.

Costos de producción = Valor de los insumos + salarios + beneficios + rentas + intereses.

La ganancia que integra el costo de producción corresponde al beneficio normal de plaza que se denomina "*Costo de Oportunidad*".

Hay diferentes categorías de Costos:

Costo Total:

Costos Fijos: no dependen de la cantidad de producción obtenida: edificios, maquinarias, instalaciones..

Costos Variables: dependen de la cantidad producida. Si aumenta la producción, crece el gasto: materias primas, mano de obra etc...

$\text{COSTO TOTAL} = \text{Costo Fijo} + \text{Costo variable}$.

Costo Medio: el costo por unidad producida.

$\text{Cme} = \text{Costo Total} / \text{Q (cantidad producida)}$

Costo Medio Fijo (CMeF): $\text{Costo Fijo Total} / \text{Q}$

Costo Medio Variable (CMeV): $\text{Costo Variable Total} / \text{Q}$

(Ver libro páginas 32–33–34–35, gráficos)

Ingreso: total, medio, marginal

El ingreso es lo percibido por la unidad productiva en concepto de ventas.

El Ingreso Total (IT) se calcula: $Q * P$ donde Q es cantidad vendidas y P el precio unitario.

El Ingreso Medio (IMe): IT/Q

El Ingreso Marginal (IMG) : variacion del IT debido a la venta de una unidad adicional. $IT - P(0)$ donde P(0) es el precio por unidad vendida en el nivel anterior.

El ingreso total crece inicialmente ya que para pequeñas reducciones de precios, se incrementa mas que proporcionalmente la venta de unidades, luego alcanza un maximo, a partir del cual comienza a descender, dado que para poder vender la unidad adicional es muy importante la reduccion en el precio que habria que realizar.

Tipos de Competencia.

Monopolio: Existe un unico vendedor. En caso de ser un unico comprador se denomina *Monopsonio*. Rompe el principio de atomizacion, ya que al ser la unica oferta global la influencia de la unidad productiva en el precio es esencial.

Oligopolio: El poder de decision de precios y cantidades recae sobre un grupo reducido de grandes empresas. La oferta puede provenir de esas empresas o tambien puede ser que convivan PYMES que representan una proporcion pequena y ademas estan subordinadas al comportamiento impuesto por las lideres. No habra transparencia ni homogeneidad, porque la informacion completa solo sera patrimonio de las grandes empresas y cada una diferenciara su producto a traves de marcas, calidad, propaganda.

Competencia Monopolica: Muchas empresas oferentes, lo cual hace imposible el acuerdo de precios. (como por ejemplo oligopolio). Cada empresa guarda exclusividad sobre el producto que vende, es el unico oferente del bien aunque dicho producto puede ser sustituido por otro de similares características.

Se llama *producto diferenciado* al que reconoce alguna particularidad y que lo distingue de los cuales que ofrece cualquier otro productor, distinciones por las cuales los clientes estarian dispuestos a pagar un precio mas elevado que por sus cualidades.

Maximizacion de Beneficios.

Libre Competencia a Corto Plazo

Para la empresa, el precio es un dato una vez que este se haya fijado en el mercado. La empresa, solo aporta una minima porcion de bs a la oferta total del mercado, por lo que la demanda total se le aparece como infinitamente elastica.

Si para la unidad productiva que estamos analizando el precio es un dato, ocurre que el ingreso medio sera igual a este precio,, ya que el ingreso por unidad es constante. Lo mismo ocurre con el IMG, ya que cada unidad adicional que vende, el ingreso total aumentara en un valor igual al precio.

$$P = IMe = IMG$$

Que cantidad de bienes le conviene producir a la empresa?

Se tomara en cuenta el ingreso marginal y el costo marginal. Si el ingreso marginal es mayor que el costo marginal, al empresario le convendra aumentar este para que el saldo positivo de esa diferencia se adicione a su ingreso total. La diferencia entre el ingreso marginal y el costo marginal, dara lugar al beneficio marginal; si esa diferencia es negativa, representara una perdida.

Así se llega a un nivel de producción tal que verifique que $IMg=CMg$. Si se sigue aumentando la producción, el beneficio marginal se convertirá en negativo.

Si se detiene su producción antes de llegar a dicha igualdad, estará dejando de ganar. Por tal motivo, el nivel de producción óptimo está determinado por la igualdad entre el ingreso y el costo marginal.

El beneficio total de una unidad productiva es igual al beneficio que obtiene por unidad vendida (beneficio medio BMe) multiplicado por las unidades vendidas:

$$BT = BMe * Q$$

La condición de maximización a corto plazo indica: $P=IMe=IMg=CMg$

Libre Competencia a Largo Plazo

En el largo plazo todas las variables pueden ajustarse. Como en los mercados de libre competencia, hay un principio de movilidad de factores que significa que el que quiera ingresar al mercado, no encontrará trabas para ello. El ingreso de nuevos oferentes, determinará una baja del precio. Este bajará hasta el nivel en el cual se asegura el logro del beneficio normal del sistema. Si continúa descendiendo, entonces algunos empresarios, decidirán trasladarse a otra industria menos saturada. La condición de maximización a largo plazo implica:

$$P=IMg=IMe=CMg=CMe$$

Monopolio

El monopolio puede actuar directamente sobre los precios de acuerdo con su estrategia de maximización de beneficios.

Dado que la empresa monopolica deberá optar por disminuir el precio si desea aumentar el número de unidades vendidas del bien, la demanda de mercado es la curva de ingreso medio del monopolio, ya que el gasto de los consumidores es igual al ingreso del único oferente.

Si el ingreso medio es decreciente, el ingreso marginal también lo es.

A los efectos de maximizar sus ganancias, la cantidad óptima de producción será aquella en que se iguale su costo marginal con su ingreso marginal.

Oligopolio

Es cuando un grupo de empresas operan con una gran influencia sobre el precio.

Cuando se fija un precio de común acuerdo, este tiende a mantenerse por largo tiempo. La ganancia extraordinaria surgirá, como consecuencia de la diferencia entre el precio acordado, y el costo medio en el nivel de producción en donde $IMg=CMg$.

Un aumento de precios en una empresa, dará lugar a una reducción en la cantidad vendida, ya que las otras podrán robarle la clientela a precios menores.

En cambio si disminuye el precio, las otras empresas también bajarán los suyos. En consecuencia, una reducción en los precios no irá acompañada por un aumento en la cantidad vendida.

No todas las empresas oligopólicas reconocen el mismo margen de ganancias, ya que entre ellas existe un

diferencias debido a sus distintas estructuras de costo, por lo tanto, el precio acordado y el CMe sera distinta.

Competencia Monopolica

Esta demanda es mucho mas elastica que la del monopolio, y sifijan un precio muy por encima de sus competidoras, le hara perder clientela. Pero tambien es mucho mas rigida que la de una empresa en competencia perfecta, dada la diferenciacion del producto y las preferencias de los consumidores.

Existen tres caminos para maximizar los beneficios:

Ajuste de precios: la existencia de beneficios extraordinarios es probable que genere el ingreso de nuevas empresas competidoras, lo que generara una disminucion de los precios a largo plazo. $IMg=CMg$ determinara el nivel optimo de produccion.

Ajuste por calidad: Si el precio no puede cambiar, se intentara atraer mas clientela mediante mejores en la calidad del producto. Para ello incurrira en una elevacion de sus costos, los que determinaran una disminucion en sus beneficios unitarios. Por lo tanto, solo llevara a cabo esta estrategia en la medida que pueda compensar la reduccion del beneficio con un aumento mas que proporcional en la cantidad de unidades vendidas.

Ajuste por costos: Se vuelve a considerar el precio como inmodificable y se trata de atraer mayor demanda mediante campañas publicitarias. Estas, elevaran el costo medio, y en caso que se incremente la cantidad de unidades vendidas, el beneficios total aumentara. De no verificarse ese aumento en las ventas, el beneficio total se reducira con respecto a la situacion original.