

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA  
DE COAHUILA**



# **OFERTA Y LA TEORÍA DE LA PRODUCCIÓN**



**UNIDAD III**

# Introducción Unidad III

## **INTRODUCCIÓN A LA UNIDAD**

Las empresas difieren entre sí de muchas maneras, existen desde las pequeñas tiendas que venden productos básicos, hasta gigantes multinacionales que venden productos altamente especializados, pero sin importar tamaño o tipo de producción todas se enfrentan a las interrogantes económicas: ¿qué producir?, ¿cómo producir? y ¿para quién producir? Por lo tanto, deben tener elementos para tomar decisiones acertadas en un mundo competitivo, considerando las características de la competencia perfecta que incluyen muchos vendedores de un producto similar, cero restricciones para entrar a la industria y cero ventajas de las empresas ya establecidas con respecto a las nuevas, además de que tanto los vendedores como los compradores están bien informados de los precios.

Con base en las características mencionadas, los elementos que le permiten a la empresa tomar las mejores decisiones ante los problemas económicos y lograr el buen funcionamiento de la empresa, incluyen el análisis de sus niveles de producción en el corto y el largo plazo así como el de sus costos.

Empero el análisis encuentra un enfoque distinto dependiendo de la estructura de mercado de la cual se trate, por ejemplo un mercado competitivo representa una estructura que permite la existencia de muchas empresas del mismo sector con características similares compitiendo entre sí, sin ninguna ventaja en particular. Para ilustrar este tipo de estructura imagina un mercado de frutas y verduras en donde muchos vendedores venden productos similares, por ejemplo el jitomate, en este caso no existe una clara diferenciación del producto y por lo tanto el precio debe ser similar en cada expendio, dado que si alguno de los vendedores decide subir el precio, dejará de vender y si otro lo baja, reducirá su margen de ganancias.

# Introducción Unidad III

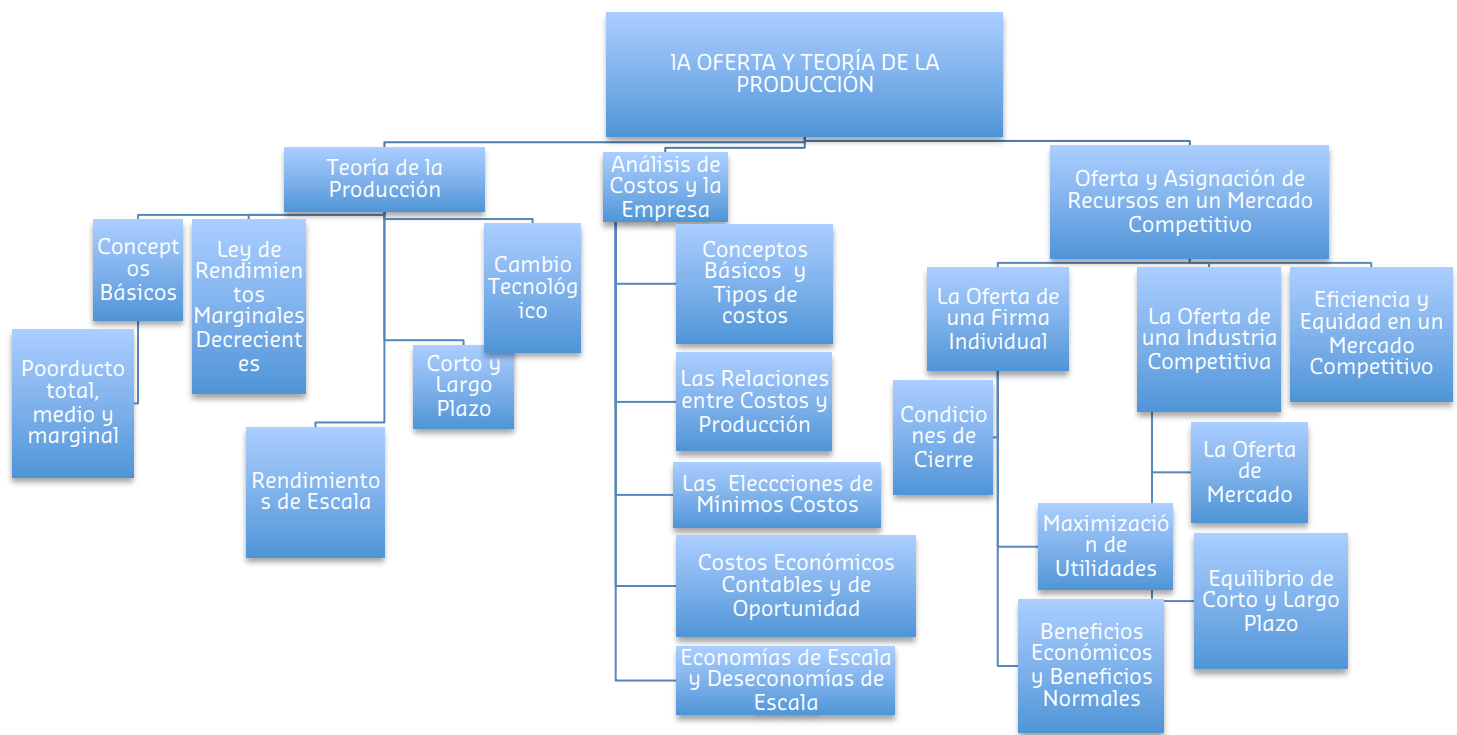
Como las empresas bajo esta estructura no pueden influir en el precio, este podría ser el mercado de mayor conveniencia para el consumidor; sin embargo, el productor tiene que tratar de maximizar su utilidad, por lo cual es necesario conocer los conceptos de los elementos que intervienen para lograr la eficiencia y la equidad. En esta unidad se determina bajo qué condiciones y en qué punto logra maximizar su utilidad el productor y se logran también los equilibrios de mercado, considerando el análisis de los conceptos básicos de la teoría de la producción y la construcción de los costos, con lo cual se enriquece la información necesaria para la formulación de una estrategia de desarrollo de la empresa.

## **OBJETIVO DE LA UNIDAD**

- Conocer los conceptos básicos de rendimiento en el corto y largo plazo para analizar sus cambios y efectos, además de conocer cómo lograr la combinación de factores productivos que maximicen las utilidades de las organizaciones; analizar los costos, sus características, así como relaciones entre los mismos y el nivel de producción, de tal manera que las organizaciones puedan obtener beneficios máximos.
- Comprender el funcionamiento de la empresa en un mercado competitivo, la determinación de la oferta, la eficiencia y equidad en dicha estructura de mercado, así como la maximización de utilidades y el concepto de condición de cierre.

# Introducción Unidad III

## MAPA DE TEMAS



# Introducción Unidad III

## EVALUACIÓN DE LA UNIDAD

EVALUACIÓN	PORCENTAJE
Actividad: Producción	3%
Actividad: Costos	3%
Actividad: Economía de Escalas	3%
Actividad: Maximización	3%
<b>EVALUACIÓN DE LA UNIDAD</b>	<b>8%</b>

## ACTIVIDADES DE LA UNIDAD

TEMA	SUBTEMA	ACTIVIDAD
<b>Teoría de la Producción y Análisis de Costos de la Empresa</b>	Producto Total, Medio y Marginal	Producción
<b>Teoría de la Producción y Análisis de Costos de la Empresa</b>	Conceptos Básicos y Tipos de Costos	Costos
<b>Teoría de la Producción y Análisis de Costos de la Empresa</b>	Economías de Escala y Deseconomías de Escala	Economía de Escala
<b>Oferta y Asignación de Recursos en un Mercado Competitivo</b>	La Oferta de una Firma Individual	Maximización

# Introducción Unidad III

## EJERCICIOS DE LA UNIDAD

TEMA	SUBTEMA	EJERCICIO
<b>Teoría de la Producción y Análisis de Costos de la Empresa</b>	Ley de Rendimientos Marginales Decrecientes	Rendimientos
<b>Oferta y Asignación de Recursos en un Mercado Competitivo</b>	Oferta de Mercado	Oferta de Mercado
<b>Oferta y Asignación de Recursos en un Mercado Competitivo</b>	Eficiencia y Equidad en un Mercado Competitivo	Eficiencia y Equidad