



Universidad Autónoma del Estado de México
Facultad de Arquitectura y Diseño
Licenciatura en Diseño Industrial



CONCEPTOS BÁSICOS DE ECONOMÍA PARTE II

(Material audiovisual, Sólo visión proyectables) Elaboró: LIN. SUSANA ESPINOSA PINEDA

Índice de contenido

MAPA CURRICULAR.....	3
IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE.....	4
GUIÓN EXPLICATIVO.....	5
CONTENIDO TEMÁTICO DEL MATERIAL.....	6
OBJETIVO.....	7
DESARROLLO DEL MATERIAL.....	8
BIBLIOGRAFÍA.....	38

Universidad Autónoma del Estado de México
LICENCIATURA EN DISEÑO INDUSTRIAL

Mapa curricular

SEMESTRE	COMPETENCIA	ASIGNATURA	BÁSICO		ESPECIALIZACIÓN						INTEGRAL PROFESIONAL		
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
PRIMERO	DESARROLLO DEL LENGUAJE	INGLES A	MÉTODOS CUALITATIVOS		APLICACIÓN Y DISEÑO DE PRODUCTOS	DESARROLLO DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	DESARROLLO DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	DESARROLLO DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	DESARROLLO DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN				
		INGLES B	MÉTODOS CUANTITATIVOS										
	COMUNICACIÓN Y LENGUAJE	COMUNICACIÓN	INSTRUMENTACIÓN										
		COMUNICACIÓN	INSTRUMENTACIÓN										
SEGUNDO	DESARROLLO DEL LENGUAJE	INGLES C	INSTRUMENTACIÓN		DESARROLLO DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	DESARROLLO DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	DESARROLLO DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	DESARROLLO DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	DESARROLLO DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN				
		INGLES D	INSTRUMENTACIÓN										
	COMUNICACIÓN Y LENGUAJE	COMUNICACIÓN	INSTRUMENTACIÓN										
		COMUNICACIÓN	INSTRUMENTACIÓN										
TERCERO	DESARROLLO DEL LENGUAJE	INGLES E	INSTRUMENTACIÓN		DESARROLLO DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	DESARROLLO DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	DESARROLLO DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	DESARROLLO DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	DESARROLLO DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN				
		INGLES F	INSTRUMENTACIÓN										
	COMUNICACIÓN Y LENGUAJE	COMUNICACIÓN	INSTRUMENTACIÓN										
		COMUNICACIÓN	INSTRUMENTACIÓN										
CUARTO	DESARROLLO DEL LENGUAJE	INGLES G	INSTRUMENTACIÓN		DESARROLLO DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	DESARROLLO DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	DESARROLLO DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	DESARROLLO DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	DESARROLLO DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN				
		INGLES H	INSTRUMENTACIÓN										
	COMUNICACIÓN Y LENGUAJE	COMUNICACIÓN	INSTRUMENTACIÓN										
		COMUNICACIÓN	INSTRUMENTACIÓN										
QUINTO	DESARROLLO DEL LENGUAJE	INGLES I	INSTRUMENTACIÓN		DESARROLLO DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	DESARROLLO DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	DESARROLLO DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	DESARROLLO DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	DESARROLLO DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN				
		INGLES J	INSTRUMENTACIÓN										
	COMUNICACIÓN Y LENGUAJE	COMUNICACIÓN	INSTRUMENTACIÓN										
		COMUNICACIÓN	INSTRUMENTACIÓN										
SEXTO	DESARROLLO DEL LENGUAJE	INGLES K	INSTRUMENTACIÓN		DESARROLLO DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	DESARROLLO DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	DESARROLLO DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	DESARROLLO DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	DESARROLLO DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN				
		INGLES L	INSTRUMENTACIÓN										
	COMUNICACIÓN Y LENGUAJE	COMUNICACIÓN	INSTRUMENTACIÓN										
		COMUNICACIÓN	INSTRUMENTACIÓN										

Identificación de la Unidad de aprendizaje

Nombre de la unidad de aprendizaje:

ECONOMÍA

Espacio académico :

Facultad de Arquitectura y Diseño

Programa educativo:

Licenciatura en Diseño Industrial

Área de docencia:

Tecnología

Programas académicos en los que se imparte:

Lic. en Diseño Industrial

Unidad de Aprendizaje Obligatoria del Núcleo Sustantivo 5° Semestre

Guión explicativo para utilizar el material.

- Como parte del desarrollo profesional de los Licenciados en Diseño Industrial es necesario el estudio de la economía para entender el comportamiento del diseñador en un contexto de globalización económica. Aunado a esto, la actividad del Diseño Industrial en México, ha tenido que sortear retos y obstáculos derivados de los cambios ocurridos en nuestro país. Cambios en lo político, en lo social y en lo económico. Cuestiones como nuestra integración al GATT (Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio) y al Tratado de Libre Comercio con América del Norte y con otras regiones económicas del mundo, han determinado la Evolución y Orientación del Diseño Industrial en nuestro país, por lo que, siendo esta una profesión ligada al desarrollo tecnológico, es imprescindible la generación de los conocimientos necesarios para el excelente desempeño laboral de los estudiantes.
- Este material contiene proyectables sólo visión que mejoran la comprensión de dicha disciplina como parte de las actividades diarias de un profesionista y no sólo eso, les permite también aplicar los conocimientos a su vida diaria.

Contenido temático del material

- Este material presenta el desarrollo de los conceptos básicos parte II para identificar lo que es la Economía, los agentes económicos que intervienen, y su interrelación con los mercados.
- El contenido de la unidad de aprendizaje de Economía del plan de estudios 04 de la Licenciatura en Diseño Industrial determina en su Unidad I lo que son los Conceptos de la Economía parte II, los precios y los mercados que la integran, la demanda y la oferta.

Objetivo

- Analizar e identificar lo que es la Economía, sus variables, los precios y los mercados, la demanda y la oferta.

Desarrollo del Material Didáctico

CONCEPTOS BÁSICOS DE
ECONOMÍA
PARTE II

Precios y Mercados

- Un **mercado** es un conjunto de mecanismos mediante los cuales los compradores y los vendedores de un bien o servicio están en contacto para comerciarlo.
- Espacio real o virtual en que se realizan transacciones económicas: operaciones de compra venta entre oferentes y demandantes que determinan un precio y una cantidad transada (vendida y comprada)

Ejemplos de mercados:

- ❖ Bolsa de Valores de NY
- ❖ Mercados centrales de frutas
- ❖ Mercados de servicios de jugadores
- ❖ Mercado de autos
- ❖ Profesores
- ❖ Mercado libre.com



Organización de los Mercados:

- Muy organizados
 - con espacio físico determinado como el del oro en Londres, acciones en la bolsa de Bs As, el del trigo en Nueva York.
- Sin espacio físico determinado
 - mercado libre
- Con la ayuda de un rematador
 - Como el de las obras de arte en Bavastro, la venta de ganado en feria o en videoconferencia.
- Menos organizados
 - pizzerías, ferias vecinales, peluquerías...



Mercados Competitivos

Aquel mercado donde ningún oferente ni demandante posee un poder mayor al resto que le permita influir sobre el precio al cual se transa. Todos los agentes en el mercado toman el precio como dado, son tomadores de precio o precio aceptantes.

Ejemplos: golosinas, lechugas, frutillas

Mercados No Competitivos

Aquel mercado donde uno o más agentes, sean oferentes o demandantes, tienen poder como para determinar las cantidades que se venden (o compran) y por lo tanto influyen en la fijación del precio. En general se dan estas condiciones cuando los oferentes o los demandantes son pocos.

Ejemplos: petróleo, medicamentos, cerveza en Uruguay, hardware, software.

Mercado en Competencia Perfecta

Mercado donde las relaciones entre agentes económicos son tales que:

- Los bienes que se ofrecen son todos homogéneos.
- Hay muchos compradores y muchos vendedores y todos ellos son agentes de pequeña dimensión económica, por tanto ninguno puede influir en el mercado.

Competencia Perfecta

- ❖ ¿Cómo se comportan los compradores y los vendedores en competencia perfecta?
- ❖ ¿Cómo se determina el precio de mercado?
- ❖ ¿Qué cantidades se transan en el mercado?

Los Consumidores y la Demanda

- Los consumidores **demandan** bienes o servicios para satisfacer sus necesidades o gustos. ¿Cuántos bienes o servicios demandan? Depende de muchos factores, siendo claves el precio del bien en el mercado y el ingreso de que dispone.
- La cantidad demandada de un bien es la cantidad que cada consumidor quiere y puede comprar de ese bien a cada precio.

Ejemplo

Cantidad demandada=Q

9

8

6

4

2

0

Precio=P

0

1

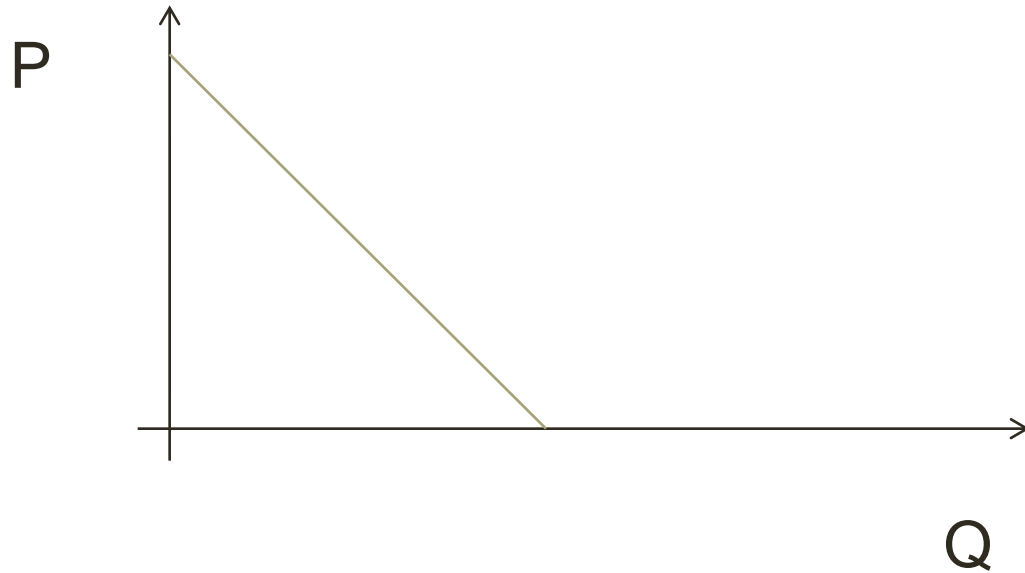
1.5

2

2.5

3

Demanda Individual



La Demanda del Mercado

- Es la agregación de las demandas de todos los consumidores de un bien o servicio que participan en el mercado.
- Muestra cómo varía la cantidad total demandada de un bien cuando varía su precio, mientras se mantienen constantes todos los demás factores que afectan la cantidad demandada por los consumidores.

Cantidad Demandada Juan=Q1	Cantidad Demandada Ana=Q2	Precio P	Cantidad Dem. Total
9	6	0	15
8	5	1	13
6	3	1.5	9
4	1	2	5
2	0	2.5	2
0		3	0

Variables determinantes de la Demanda de Mercado

Función de la Demanda:

Es la relación entre la cantidad demandada de un bien y su precio, y en donde se mantienen constantes los demás factores que pueden afectar a la cantidad demandada.

$$Q_{xD} = f (P_x , Y , G , P_Y , e , N)$$

Q_{xD} = Cantidad demandada

P_x = Precio del Bien

Y = Ingreso

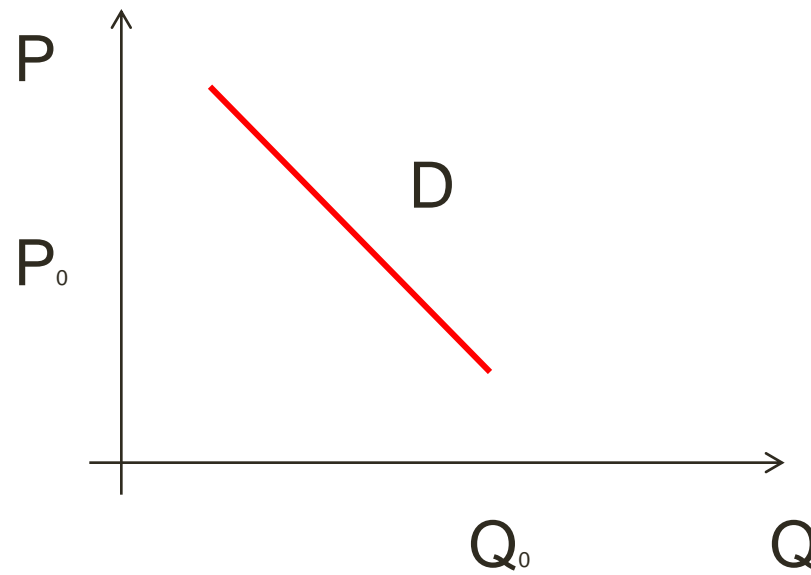
G = Gustos

P_Y = Precio de otros bienes relacionados

E = Expectativas

N = Número de Demandantes

La demanda del mercado



Cambios en la demanda de un bien

- * Ley de la demanda: a medida que aumenta el precio de un bien la cantidad demandada del mismo disminuye, si se mantienen constantes los demás determinantes de la demanda.
- * $Q_x D = f(P_x)$ relación negativa
- * Cambios en el precio producen movimientos a lo largo de la curva de demanda denominados **cambios en la demanda**.

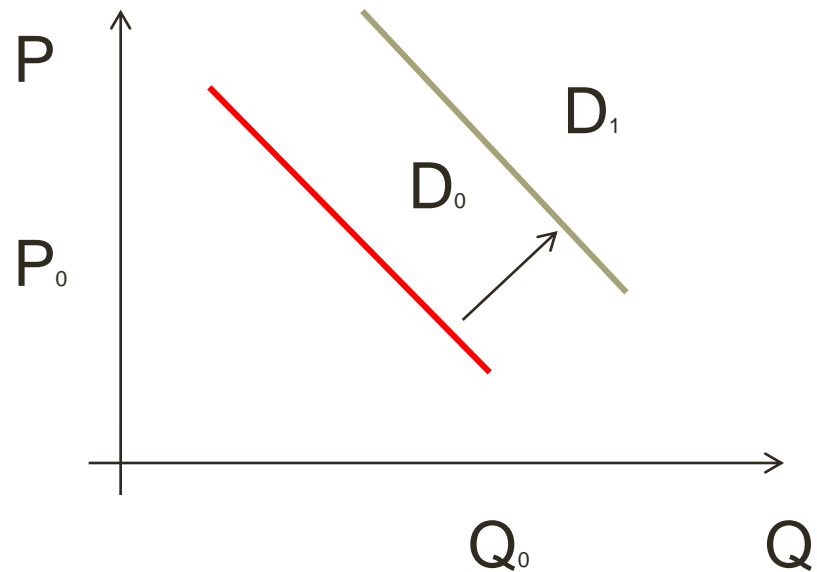
Factores que desplazan la curva de la demanda

Cuando hay algún cambio en:

- ◆ el ingreso o renta disponible (me aumentan el sueldo o me bajan los impuestos)
- ◆ los precios de otros bienes relacionados
- ◆ los gustos o preferencias de los consumidores
- ◆ las expectativas sobre el cantidades disponibles del bien en el futuro
- ◆ el número de consumidores

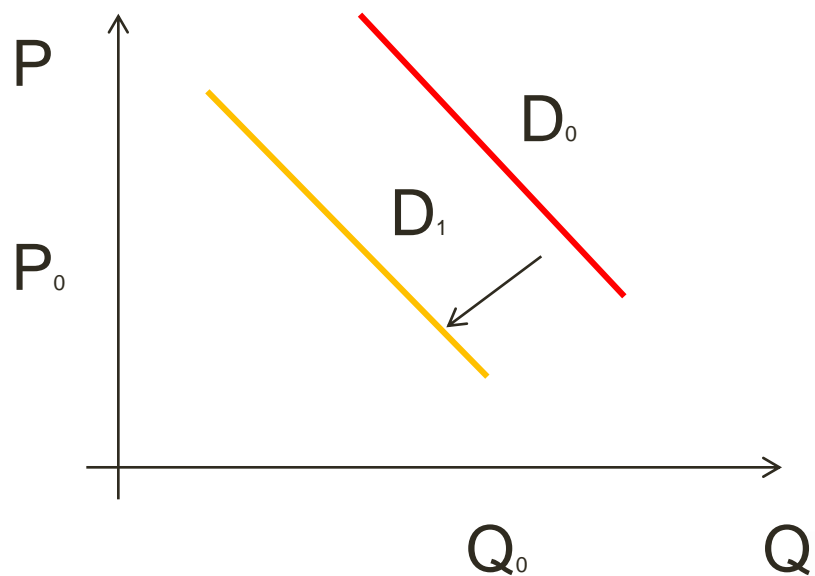
Aumento de la Demanda

Fenómenos que elevan la cantidad demandada a cada precio (migraciones, modas, expectativas mayor precio, cambios en hábitos de consumo, aumento de precios de bienes complementarios...)



Disminución de la Demanda

Fenómenos que reducen la cantidad demandada a cada precio (emigraciones, expectativas de baja en el precio, cambios en los precios de los bienes relacionados...)



Productores y Oferta

Los productores **ofertan** bienes o servicios en el mercado y obtienen un valor monetario por ellos (directa o indirectamente a través de distribuidores o vendedores minoristas) ¿Cuántos bienes o servicios ofertan? Depende de muchos factores, uno muy relevante el **precio del bien en el mercado**, dados los recursos de que dispone y el precio de los mismos.

La **cantidad ofrecida** de un bien o servicio es la cantidad que cada productor quiere y puede ofrecer a cada precio, dados los recursos de que dispone.

Ejemplo

Cantidad ofertada=Q

0

4

6

8

12

Precio=P

0

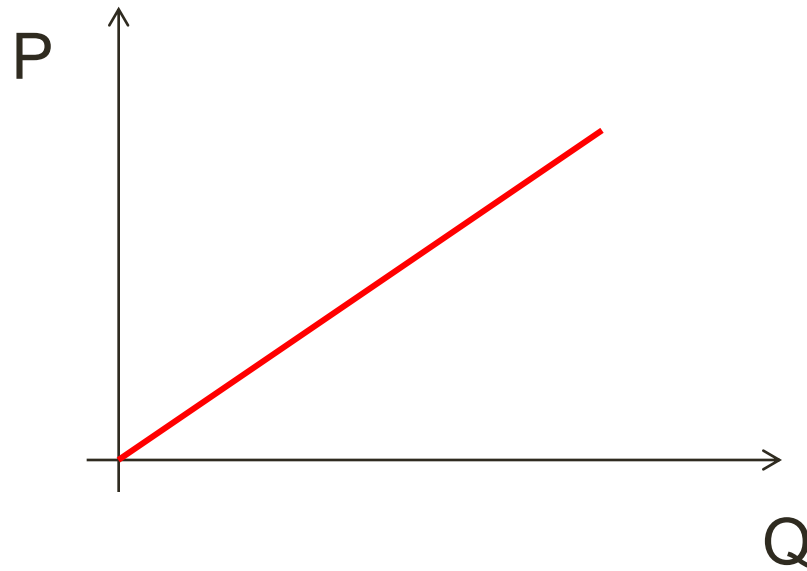
1

1.5

2

2.5

Oferta de Ritter, S.A.



Productores y Oferta

Cantidad Ofertada Ritter=Q1	Cantidad Ofertada M&M=Q2	Precio P	Cantidad Ofertada Total
0	0	0	
4	1	1	5
6	4	1.5	10
8	7	2	15
12	10	2.5	22

La Oferta del Mercado

Es la agregación de las ofertas de todos los productores de un bien o servicio en el mercado.

La cantidad total ofertada de un bien o servicio varía cuando varía su precio, mientras se mantienen constantes todos los demás factores que afectan a la cantidad que quieren/pueden ofertar los productores.

Variables que determinan la Oferta de un bien

Función de la Oferta:

Es la relación entre la cantidad ofertada de un bien y su precio, y en donde se mantienen constantes los demás factores que pueden afectar a la cantidad ofertada.

$$Q_x OF = f (P_L , P_K , P_T , T , e , N , Cl)$$

$Q_x OF$ = cantidad ofertada

P_L , P_K , P_T = precios de los factores productivos

T = tecnología

e = expectativas

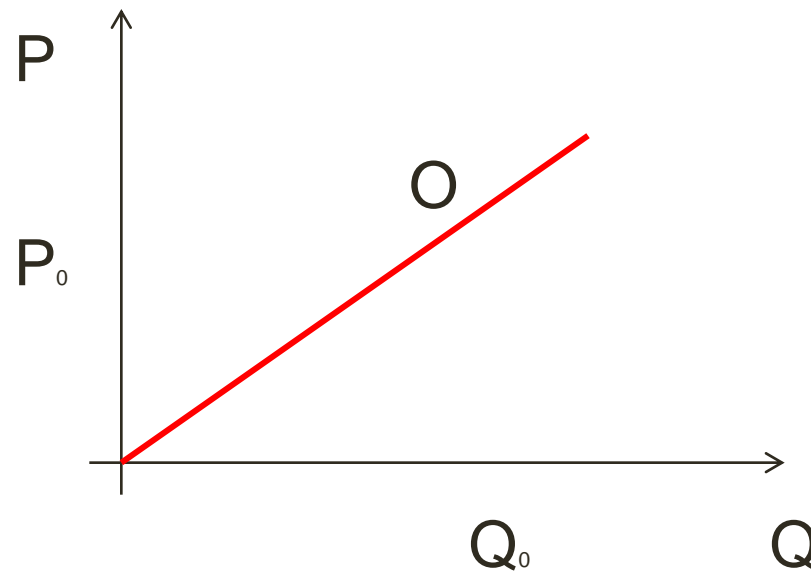
N = número de productores

Cl = condiciones de producción (clima)

Cambios en la oferta de un bien

- * Ley de la oferta: a medida que aumenta el precio de un bien la cantidad ofertada del mismo aumenta, si se mantienen constantes los demás determinantes de la oferta.
- * $Q_x OF = f(P_x)$ relación positiva
- * Cambios en el precio producen movimientos a lo largo de la curva de oferta denominado **cambios en la oferta**.

La Oferta del mercado

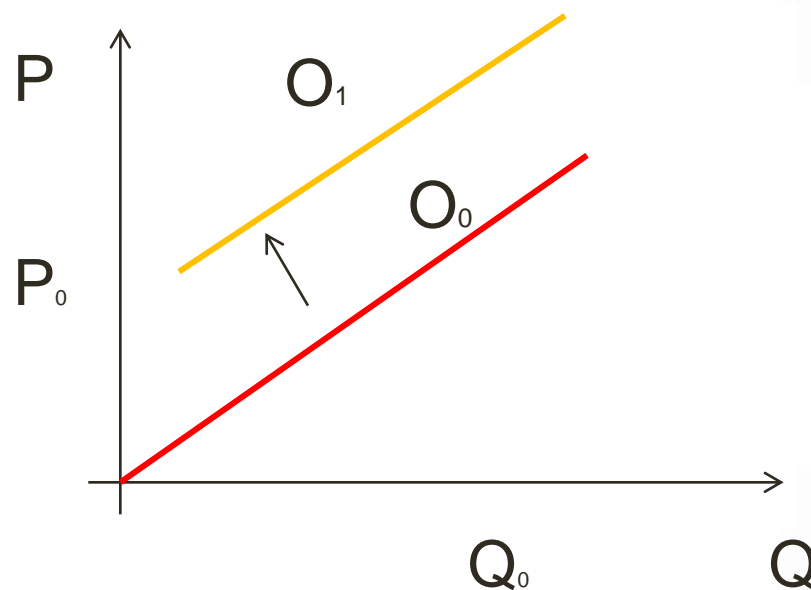


Factores que desplazan la curva de la Oferta

- ❖ El precio de los factores productivos.
- ❖ La tecnología.
- ❖ Las expectativas de actividad en el mercado a futuro.
- ❖ El número de productores (vendedores).
- ❖ Condiciones de producción (clima).

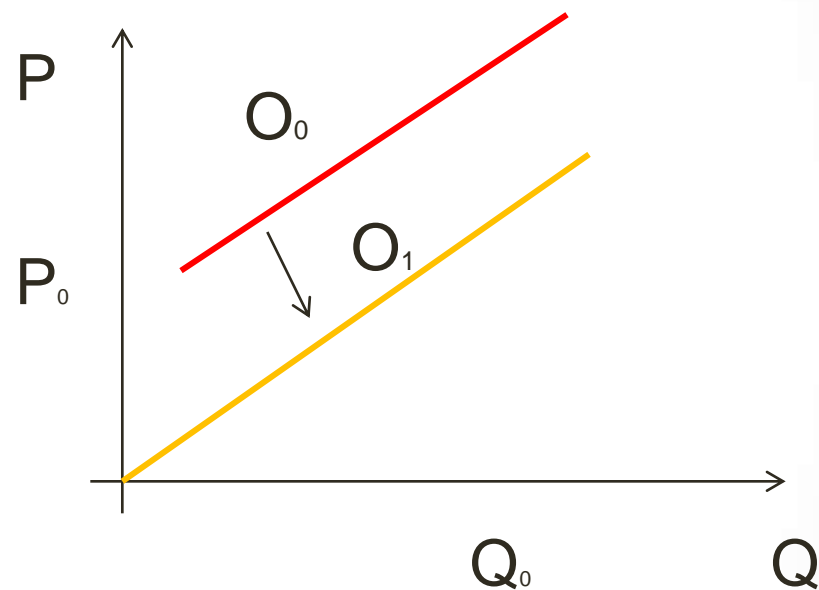
Caída de la Oferta

Fenómenos que reducen la cantidad ofertada a cada precio (ejemplos: aumento de precio de factores productivos, expectativas de caída de la actividad, clima perjudicial a la producción para productos agrícolas...)



Aumento de la Oferta

Fenómenos que aumentan la cantidad ofertada a cada precio (ejemplos: mayor número de empresas en el mercado, baja en el precio de los factores, expectativas de crecimiento del mercado, tecnología más eficiente...)



Bibliografía

Libros:

Méndez J. Fundamentos de Economía, Ed. Mc Graw Hill, México 2002

Méndez J. Fundamentos de Economía, Ed. Mc Graw Hill, México 2002

Gómez M. C. y Hernández S- Introducción a la Economía. Un enfoque aplicado. Ed. Mc. Graw Hill, México 1997.

Samuelson Paul. Economía. Mc. Graw Hill,

Fisher Stanley, et. all. Economía. Mc. Graw Hill,

Porter Michael. Estrategia Competitiva. Técnicas para el análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia. Ed CECSA