



Sheyla Paola García Aguilar

Economía de la empresa

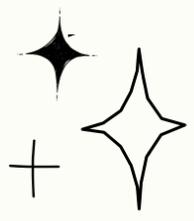
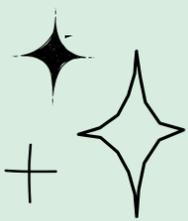
Parcial 4

Decisiones para la fijación de precio y nivel de
producción: competencia perfecta y
monopolio

Yaneth del Roció Espinoza Espinoza

Administración y estrategias de negocios

Cuatrimestre 5



DECISIONES PARA LA FIJACIÓN DE PRECIO Y NIVEL DE PRODUCCIÓN: COMPETENCIA PERFECTA Y MONOPOLIO.



FUNCIÓN DE COSTO DE LARGO PLAZO

En el largo plazo, todos los insumos en la función de producción de una empresa pueden cambiarse. Debido a que no hay insumos fijos, no hay costos fijos. En consecuencia, todos los costos de producción son variables en el largo plazo.

ECONOMIA DE ESCALA

Una de las medidas de costo requiere aún una explicación: el costo promedio de largo plazo. Esta variable es el indicador clave de un fenómeno llamado economías de escala. Si el costo promedio de largo plazo de una empresa disminuye al incrementarse la producción.



LA CURVA DE COSTO PROMEDIO DE LARGO PLAZO COMO LA ENVOLVENTE DEL COSTO PROMEDIO DEL CORTO PLAZO

Las líneas punteadas que pasan a través de los puntos indican las curvas de costo promedio de corto plazo que imaginamos que existen una vez que la empresa ha asegurado uno de los tamaños de planta representados por los puntos etiquetados.

CURVA DE APRENDIZAJE

La curva de aprendizaje es una línea que muestra la relación entre el costo de la mano de obra y las unidades adicionales de producción. Su pendiente negativa indica que este costo adicional por unidad declina al incrementarse el nivel de producción, debido a que los trabajadores mejoran con la práctica.



ECONOMIA DE ALCANCE

Este término se define como la reducción del costo unitario de una empresa mediante la producción de dos o más bienes o servicios de manera conjunta y no por separado.



ADMINISTRACIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTROS

Los esfuerzos de una empresa para mejorar eficiencias a través de cada eslabón de la cadena de abastecimiento de una empresa, desde el proveedor hasta el cliente



ESTIMACION DEL COSTO

La función de corto plazo ayuda a definir los costos marginales de corto plazo y, por lo tanto, ayuda al director a determinar el nivel de producción y los precios. En el largo plazo, la decisión que una empresa tiene que tomar implica construir el tamaño más eficiente de planta ayuda de dos formas.

CAMBIOS DE TASAS

Homogeneidad de la producción: Los problemas encontrados en la estimación del costo son similares a los considerados en la función de producción.

Sincronización de costos: En muchos casos, los costos y el servicio desempeñado para crear estos costos no ocurren al mismo tiempo.

Cambios en la contabilidad: Cuando se desarrolla un análisis de series de tiempo que utiliza datos contables, es muy importante que el investigador determine si han ocurrido cambios en los métodos contables, tales como métodos de depreciación y registro de los gastos de desarrollo.

Formas de las funciones de costo de corto plazo: El economista después de recabar y ajustar los datos, usará una de estas especificaciones para medir la relación entre costo y producción.



COMPETENCIA Y TIPOS DE MERCADO EN EL ANÁLISIS ECONÓMICO



La competencia perfecta y el monopolio se consideran los dos ambientes de mercado extremos en los que una empresa compite en términos de poder de mercado. Existen tantos vendedores ofreciendo el mismo producto, que una empresa individual virtualmente no cuenta con control sobre el precio de su producto.

1. Una empresa en estas condiciones no tiene poder de mercado y simplemente actúa como tomador de precios.
2. Dado que es el único vendedor en este tipo de mercado, la empresa contará con el poder para establecer el precio en el nivel que desee.
3. En términos de poder de mercado, la competencia monopolística y el oligopolio se encuentran entre los dos extremos de la competencia perfecta y el monopolio.



EL SIGNIFICADO DE COMPETENCIA



En este mercado, la competencia es tan intensa y las empresas se encuentran tan uniformemente divididas, que ningún vendedor o grupo de vendedores puede ejercer control alguno sobre el precio. Es decir, todos son tomadores de precios. Una segunda medida de la competencia en el análisis económico, es la habilidad de una empresa para obtener utilidad por arriba de lo normal o económica en el largo plazo.

TIPOS DE MERCADOS

Competencia perfecta: Los mercados de productos agrícolas (por ejemplo, maíz, trigo, café, carne de cerdo), instrumentos financieros (como acciones, bonos, mercados cambiarios), metales preciosos (oro, plata, platino) y la industria global del petróleo son buenos ejemplos de este tipo de mercado.

Monopolio: Las leyes de patentes en ocasiones brindan a las compañías monopolios temporales. La industria farmacéutica, definitivamente, puede generar beneficios económicos durante el tiempo en que sus productos se encuentran protegidos por patentes.

Competencia monopolística: Los pequeños negocios, particularmente los establecimientos al detalle y de servicio, proporcionan los mejores ejemplos de este tipo de mercado. Entre ellos se encuentran boutiques, tiendas de equipaje, zapaterías.

Oligopolio: El mercado de oligopolio por lo general se considera como el campo de juego de los grandes negocios.

