

### ADMINISTRACIÓN PÚBLICA TERRITORIAL

### ECONOMÍA DE LO PÚBLICO I

HELMAN QUESADA MÉNDEZ - DOCENTE

#### SEDE BOGOTA



#### SEDE CALI



#### **PERFIL PROFESIONAL:**

Ejecutivo de primer o segundo nivel en grandes organizaciones públicas y privadas, acredita experticia en diferentes sectores económicos, posee liderazgo en alta gerencia, planeación estratégica, competitividad, mercadeo nacional e internacional, Consultoría, Sistemas de gestión de calidad, gerencia de proyectos y TIC's.

Con gestión en diferentes países de Europa, estados Unidos y América latina en donde lideró el posicionamiento de empresas, el lanzamiento de productos y marcas.

Docente en pre y posgrados en universidades como la del Valle, Cauca, Autónoma de Occidente, San Buenaventura, Javeriana, Libre, entre otras.

#### **ESTUDIOS FUNDAMENTALES:**

Doctor Business Administración (AIU), Magister en administración de negocios (ICESI – TULANE), Especialista en Mercadeo – Negocios Internacionales (ICESI), Economista (UAO), Tecnólogo Ing. Industrial (CCEP).

#### **FORMACION COMPLEMENTARIA:**

Formación en Docencia (UAO-UNILIBRE-SENA), Auditoria de calidad y Gestión de la calidad (SENA y CNCF), Cooperación Internacional (SENA), Cátedra CEINFI, (UAO, CONSULTEX), TIC's (IBM). Proyectos – Marco Lógico y PMI (UAO), Consultoría (UAO).

#### **PAISES EN DONDE HE ESTUDIADO Y LABORADO:**

Colombia, Ecuador, Venezuela, Estados Unidos, Tailandia, España y México.



## CONTACTOS

WEB= [helmanquesada.com](http://helmanquesada.com)

### DATOS DEL DOCENTE

TELEFONO: 3206917191

[helmanquesada@yahoo.com](mailto:helmanquesada@yahoo.com)

[Helman.quesada@esap.edu.co](mailto:Helman.quesada@esap.edu.co)

### COLCIENCIAS

[http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod\\_rh=0001491619](http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001491619)



### RECONOCIMIENTO A LOS DERECHOS DE AUTOR.



Aunque la redacción que se encuentra en las diapositivas del presente trabajo es desarrollo propio, quiero advertir que han sido fundamentadas en textos y páginas WEB que se encuentran citadas en la bibliografía y en cada diapositiva.

Los ejemplos son participaciones directas del docente en las gestiones que ha realizado en ejercicio de su trabajo y docencia.

**HELMAN QUESADA MÉNDEZ.**



Síntesis de estrategias didácticas		
Ámbito	Clasificación	Descripción
Referidas al profesor	De acuerdo con la función	De preparación del contexto o ambiente de aprendizaje; informar sobre los objetivos, métodos y sistemas de evaluación; centrar y mantener la atención; presentar la información; organizar los recursos; diseñar las relaciones de comunicación...
	Estrategias didácticas propiamente dichas	Enseñanza directa o explícita; enseñanza recíproca (debate profesor–alumno, guía del razonamiento) y la lección
	Estrategias expositivas	El resumen, la repetición, la focalización, la clarificación y las preguntas
Referidas al alumno	Enfoque cognitivo	Resolución de problemas, auto instrucción, autogestión del aprendizaje y pensamiento en voz alta
	Secuencia de aprendizaje	Para obtener y elaborar información (plan de trabajo, técnicas de lectura y acceso a trabajo, técnicas de lectura y acceso a información y herramientas cognitivas o de aprendizaje, estrategias de escucha), para fijar y retener información (memorizar, repetir y repasar) y para exponer o reproducir información (esquemas, presentación, conclusión)
Referidas al contenido	Por función que desempeñan	Actividades de introducción o motivación, de conocimientos previos, de desarrollo, de síntesis– resumen, de consolidación, de refuerzo y recuperación y de ampliación / proacción
	Por instrumentos	<a href="#">Esquemas conceptuales</a> , <a href="#">redes semánticas o conceptuales</a> y <a href="#">mapas cognitivos</a>
	<a href="#">Por categorías</a>	Procedimientos inductivos, deductivos, analíticos y sintéticos
Referidas al contexto	Modalidades	Tutoría entre compañeros, grupos cooperativos, trabajo en equipo y otras estrategias colaborativas
	Categorías	Actividades de regulación (seguimiento y control de la actividad) y de organización (tipos de agrupamientos)



## BIBLIOGRAFIA Y WEBGRAFIA PRINCIPAL

[ECONOMÍA DE LO PÚBLICO I](#) Yanod Márquez Aldana, programa de APT – ESAP

DICCIONARIO DE ECONOMÍA, SELDON Y PENNACE, EDICIONES ORBIS S.A.

ECONOMÍA PARA NO ECONOMISTAS, TANSINI, CLACSO



DESCUBRIENDO LA ECONOMÍA, MUÑOZ Ángel, ESAP

[BANCO DE LA REPÚBLICA](#)

[ECONOMIPEDIA](#)

[ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO](#)

[BANCO MUNDIAL](#)





## ECONOMÍA DE LO PÚBLICO I

### OBJETIVO GENERAL

Situar y orientar al estudiante en la conceptualización económica.



### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1.- Acompañar al estudiante en la construcción de criterios acerca de la economía de lo público.
- 2.- Acompañar al estudiante en la interpretación teórica de diferentes escuelas acerca de la economía de lo público





## CONTENIDO DEL PROGRAMA ECONOMÍA DE LO PÚBLICO I

ECONOMÍA DE LO PÚBLICO II	
<b>Unidad 1. Introducción y Conceptos Fundamentales de la Ciencia Económica.</b>	
1.1	Conceptualización
1.1.1	Principios fundamentales de la economía;
1.2	Alcance de la economía;
1.2.1	Microeconomía;
1.2.2	Macroeconomía;
1.3	Método de la economía;
1.3.1	Economía positiva;
1.3.2	Economía Normativa;
1.3.3	Falacias;
1.4	El papel del Estado en la economía.
<b>Unidad 3. Estructuras de mercado e implicaciones</b>	
3.1	Mercado perfecto
3.2	Mercados imperfectos
3.2.1	Monopolio y competencia monopólica
3.2.2	Oligopolio y competencia oligopólica
3.2.3	Monopsonio y oligopsonio
3.2.4	Mercado laboral
<b>Unidad 2. Los mercados, el bienestar y la economía del sector público.</b>	
2.1	El mercado y sus agentes
2.2	Teoría del consumidor
2.3	Teoría del productor
2.4	Determinantes de la Demanda y Oferta
2.5	Equilibrio
2.6	Elasticidad y sus aplicaciones
2.7	Intervención del estado en el mercado
2.7.1	Impuestos
2.7.2	Subsidios
2.7.3	Precios controlados
2.8	Fallos del mercado
2.8.1	Externalidades
2.8.2	Poder de mercado
2.8.3	Bienes públicos y recursos comunes
2.9	Ventaja Comparativa, Absoluta y Competitiva

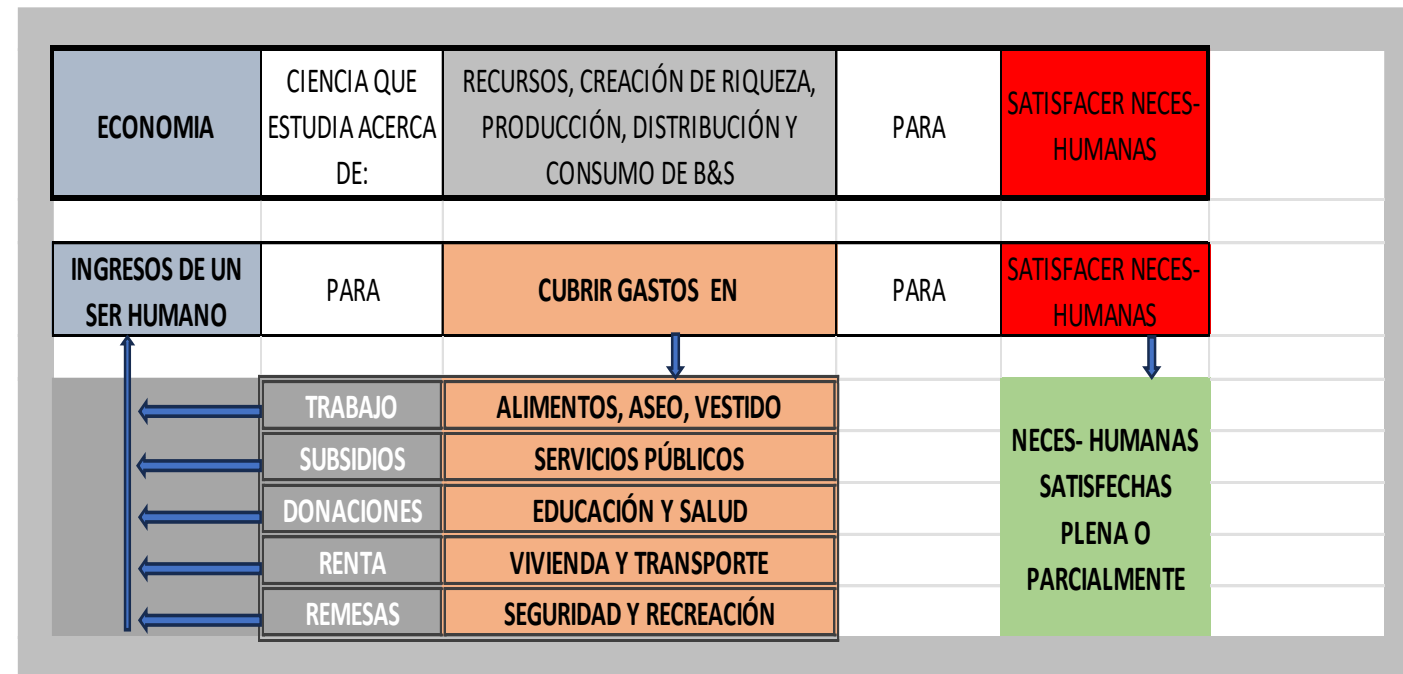




## UNIDAD 1 - CONCEPTUALIZACIÓN

Unidad 1. Introducción y Conceptos Fundamentales de la Ciencia Económica.	
1.1	Conceptualización
1.1.1	Principios fundamentales de la economía;
1.2	Alcance de la economía;
1.2.1	Microeconomía;
1.2.2	Macroeconomía;
1.3	Método de la economía;
1.3.1	Economía positiva;
1.3.2	Economía Normativa;
1.3.3	Falacias;
1.4	El papel del Estado en la economía.

## EL SISTEMA ECONÓMICO





## UNIDAD 1 - CONCEPTUALIZACIÓN

### ALCANCE DE LA ECONOMÍA

• La economía es una ciencia social que estudia cómo las personas utilizan recursos limitados para producir, distribuir y consumir bienes y servicios. Sus alcances y métodos se pueden describir de la siguiente manera:

• **Alcance:** La economía estudia el comportamiento de las personas ante la escasez de recursos, y cómo se relacionan las variables económicas.

### LA CIENCIA ECONÓMICA

La **ciencia económica** (del griego οἶκος, *oîkos*, «casa»; y νομός *nomós*, «regla», «ley» o «prescripción»; es decir, «administración de la casa») es la ciencia social que estudia las leyes que rigen la producción, distribución y consumo de bienes y servicios, así como los modelos y sistemas económicos en los que se llevan a cabo las diversas actividades económicas humanas.

La economía como ciencia generalmente se divide en dos grandes ramas, por un lado, la microeconomía que estudia el comportamiento de los agentes económicos individuales y, por otro la macroeconomía que estudia todas las interacciones entre agentes individuales como un conjunto global.



UNIDAD 1 –  
CONCEPTUALIZACIÓN

CONCEPTOS DE:

OFERTA –

DEMANDA –

PIB –

PNB

<b>OFERTA INTERNA</b>	CANTIDAD DE BIENES Y SERVICIOS QUE SE PONEN EN VENTA (PRODUCCIÓN + IMPORTACIONES - EXPORTACIONES)
<b>DEMANDA INTERNA</b>	CANTIDAD DE BIENES Y SERVICIOS QUE SE DESEAN ADQUIRIR
<b>PIB PERCÁPITA</b>	<b>PIB / NUMERO DE HABITANTES</b>
314,5 / 51,5	\$ 6.106,80 \$ 24.427.184

	INSUMOS	OBJETO DEL NEGOCIO	UBICACIÓN DEL NEGOCIO:	NACIONALIDAD DE LOS PROPIETARIOS	CLAVE DEL CONOCIMIENTO	
EJEMPLO DE GENERACIÓN DE PIB	TELA	PRODUCCIÓN DE CAMISAS	CALI	COLOMBIANOS	VARIABLE DETERMINANTE PARA QUE SUME EN EL PIB: LA UBICACIÓN DEL NEGOCIO	
	MANO DE OBRA HILO Y DEMAS					
	SERVICIOS					
	ETIQUETAS					
	MAQUINAS					
	MESAS					
				PRECIO DE VENTA	\$ 33.000	
			COSTOS Y GASTOS DE INSUMOS IMPO	\$ 15.000	EXCEDENTE =	\$ 18.000
					SUMA AL PIB Y AL PNB DE COLOMBIA	

	INSUMOS	OBJETO DEL NEGOCIO	UBICACIÓN DEL NEGOCIO:	NACIONALIDAD-PROPIETARIOS	CLAVE DEL CONOCIMIENTO	
EJEMPLO DE GENERACIÓN DE PNB	TELA	PRODUCCION DE CAMISAS	CALI	ESTADOUNIDENSES	VARIABLE DETERMINANTE PARA QUE SUME EN EL PNB: LA NACIONALIDAD DE LOS PROPIETARIOS	
	MANO DE OBRA					
	HILO Y DEMAS					
	SERVICIOS					
	ETIQUETAS					
	MAQUINAS					
	MESAS					
				PRECIO DE VENTA	\$ 33.000	
			COSTOS Y GASTOS DE INSUMOS IMF	\$ 15.000	EXCEDENTE =	\$ 18.000



## UNIDAD 1 - CONCEPTUALIZACIÓN

**MICROECONOMÍA** : La microeconomía estudia cómo las personas y las empresas toman decisiones para repartir recursos limitados, como dinero y tiempo. Se enfoca en las acciones individuales y cómo estas afectan los precios y la cantidad de bienes y servicios disponibles.

La microeconomía es la rama de la teoría económica que estudia el comportamiento de los agentes económicos, es decir, de los inversores, las empresas, los consumidores y los trabajadores.

Algunos ejemplos de la microeconomía son:

- Producción de una empresa.
- Gasto de una empresa.
- Salario de un trabajador.
- Gustos del consumidor.
- Cuantía de una inversión personal.
- Deuda de una empresa.
- Consumo de un hogar.
- Preferencias de un consumidor.
- Ahorro personal.
- Aversión personal al riesgo

### VARIABLE MICROECONÓMICA



Es una variable económica que refleja un fenómeno microeconómico.





Representa una cualidad o característica de un determinado agente económico.



Un ejemplo serían los beneficios de una determinada empresa.

**MACROECONOMÍA:** La **macroeconomía** es la parte de la teoría que se encarga de estudiar los indicadores globales de la **economía** mediante el análisis de las variables agregadas, como el monto total de **bienes y servicios** producidos, el total de los **ingresos**, el nivel de **empleo**, de recursos productivos, la balanza de pagos, el **tipo de cambio** y el comportamiento general de los **precios**.<sup>1</sup>

**Ejemplos de variables en macroeconomía:**

• 	Producto interior bruto (PIB).
•	Desempleo.
•	Deuda privada.
•	Déficit público.
•	Salario.
•	Inversión.
•	Tasa de desempleo.
•	Inflación.
•	Balanza de pagos.
• 	Deuda pública.
•	Devaluación
•	Tasa de interés.
•	Ahorros.
•	Consumo

## VARIABLE MACROECONÓMICA



Es una variable económica que refleja un fenómeno macroeconómico.



Representa una cualidad o característica de un conjunto de agentes económicos.



Un ejemplo sería el producto interior bruto (PIB) de un país.



## EL MÉTODO EN LA ECONOMÍA

La **metodología económica** es el estudio de los métodos, especialmente el científico, relacionados con la economía, incluyendo los principios que subyacen al razonamiento económico.<sup>1</sup> La filosofía de la economía también aborda la metodología en la intersección de ambas disciplinas.

Los métodos más utilizados para el análisis económico parecen ser tanto el inductivo como el deductivo. En muchos casos las teorías han sido elaboradas partiendo de la observación de la realidad. En otras ocasiones el empleo del método deductivo ha permitido encontrar respuestas a los interrogantes planteados.



## UNIDAD 1 - CONCEPTUALIZACIÓN

CONCEPTOS DE: COSTOS, GASTOS, PRECIOS, CANASTA FAMILIAR, TASA DE CAMBIO, TASA REPRESENTATIVA

COSTOS	RELACION <b>DIRECTA</b> CON EL PRODUCTO QUE SE ESTÁ HACIENDO
GASTOS	RELACION <b>INDIRECTA</b> CON EL PRODUCTO QUE SE ESTÁ HACIENDO
<b>PRECIOS</b>	<b>EL DINERO QUE DEBE DAR EL CONSUMIDOR POR EL PRODUCTO</b>
	<b>El precio incluye: COSTOS + GASTOS + UTILIDAD</b>
CANASTA FAMILIAR:	1. Educación 2. Vestuario 3. Servicios públicos 4. Transporte 5. Vivienda 6. Salud 7. Diversión y entretenimiento 8. Cultura 9. Comunicaciones (planes de datos, voz e internet individual u hogar)



TRM / TASA DE CAMBIO CANTIDAD DE UNIDADES DE UNA MONEDA PARA ADQUIRIR UNA UNIDAD DE OTRA MONEDA



## UNIDAD 1 - CONCEPTUALIZACIÓN

CONCEPTOS DE: VALOR DE CAMBIO, VALOR DE USO, IMPORTACIONES, EXPORTACIONES, BALANZA COMERCIAL

UNIDAD 1 -  
CONCEPTUALIZACIÓN



<b>VALOR DE CAMBIO</b>	Dinero que se entrega por una unidad de un bien o servicio
	Se calcula teniendo en cuenta costos, gastos, utilidad deseada y situación de la oferta y demanda
<b>VALOR DE USO</b>	El valor de uso es la aptitud que posee un bien o servicio para satisfacer una necesidad. Está determinado por sus condiciones naturales.



BALANZA COMERCIAL =	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES	RESULTADO	BALANZA COMERCIAL
	100	80	20	POSITIVA
	80	100	-20	NEGATIVA



## CONCEPTOS DE: DEVALUACIÓN REVALUACIÓN DEPRECIACIÓN Y APRECIACIÓN

DEPRECIACIÓN			2/09/2023	RECIBO	2/09/2023	RECIBO	LA DEPRECIACIÓN O DEVALUACIÓN FAVORECE AL EXPORTADOR
		BRENT	US\$	TRM	\$\$\$		
EXPORTACIÓN	100 BARRILES	88,94	\$ 8.894	4063,36	\$ 36.139.524		
					2/09/2024		
EXPORTACIÓN	100 BARRILES	88,94	\$ 8.894	5063,36	\$ 45.033.524		

SUBIÓ LA COTIZACIÓN DEL DÓLAR

DEPRECIACIÓN			2/09/2023	PAGAR	2/09/2023	PAGAR	LA DEPRECIACIÓN O DEVALUACIÓN PERJUDICA AL IMPORTADOR
		BRENT	US\$	TRM	\$\$\$		
IMPORTACIÓN	100 BARRILES	88,94	\$ 8.894	4063,36	\$ 36.139.524		
					2/09/2024		
IMPORTACIÓN	100 BARRILES	88,94	\$ 8.894	5063,36	\$ 45.033.524		

SUBIÓ LA COTIZACIÓN DEL DÓLAR

## CONCEPTOS DE: DEVALUACIÓN REVALUACIÓN DEPRECIACIÓN Y APRECIACIÓN

APRECIACIÓN			2/09/2023	RECIBO	2/09/2023	RECIBO	LA APRECIACIÓN O REVALUACIÓN PERJUDICA AL EXPORTADOR
		BRENT	US\$	TRM	\$\$\$		
EXPORTACIÓN	100	BARRILES	88,94	\$ 8.894	4063,36	\$ 36.139.524	
							BAJÓ LA COTIZACIÓN DEL DÓLAR
					2/09/2024		
EXPORTACIÓN	100	BARRILES	88,94	\$ 8.894	3063,36	\$ 27.245.524	
							BAJÓ LA COTIZACIÓN DEL DÓLAR
APRECIACIÓN			2/09/2023	PAGAR	2/09/2023	PAGAR	LA APRECIACIÓN O REVALUACIÓN FAVORECE AL IMPORTADOR
		BRENT	US\$	TRM	\$\$\$		
IMPORTACIÓN	100	BARRILES	88,94	\$ 8.894	4063,36	\$ 36.139.524	
							BAJÓ LA COTIZACIÓN DEL DÓLAR
					2/09/2024		
IMPORTACIÓN	100	BARRILES	88,94	\$ 8.894	3063,36	\$ 27.245.524	
							BAJÓ LA COTIZACIÓN DEL DÓLAR

## CONCEPTOS SOBRE INGRESO Y SALIDA DE REMESAS

INGRESO DE REMESAS		2/09/2023	RECIBO		LA DEVALUACIÓN FAVORECE A LA FAMILIA QUE RECIBE EL DINERO
	US\$	TRM	\$\$\$		
RECIBE	100	4063,36	\$	406.336	
↓					
	US\$	2/09/2024			
RECIBE	100	5063,36	\$	506.336	
↓					
SUBIÓ LA COTIZACIÓN DEL DÓLAR					

SALIDA DE REMESAS		2/09/2023	RECIBO		LA DEVALUACIÓN PERJUDICA A LA FAMILIA QUE ENVÍA EL DINERO
	US\$	TRM	\$\$\$		
ENVÍA	100	4063,36	\$	406.336	
↓					
	US\$	2/09/2024			
ENVÍA	100	5063,36	\$	506.336	
↓					
SUBIÓ LA COTIZACIÓN DEL DÓLAR					

INGRESO DE REMESAS		2/09/2023	PAGAR		LA REVALUACIÓN PERJUDICA A LA FAMILIA QUE RECIBE EL DINERO
		TRM	\$\$\$		
RECIBE	100	4063,36	\$	406.336	
↓					
		2/09/2024			
RECIBE	100	2063,36	\$	206.336	
↓					
BAJÓ LA COTIZACIÓN DEL DÓLAR					

SALIDA DE REMESAS		2/09/2023	PAGAR		LA REVALUACIÓN FAVORECE A LA FAMILIA QUE ENVÍA EL DINERO
		TRM	\$\$\$		
ENVÍA	100	4063,36	\$	406.336	
↓					
		2/09/2024			
ENVÍA	100	2063,36	\$	206.336	
↓					
BAJÓ LA COTIZACIÓN DEL DÓLAR					



## CONCEPTO ACERCA DEL DESARROLLO HUMANO

El desarrollo humano, según el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, es aquel que sitúa el desarrollo de los individuos en el centro del desarrollo, de manera que se goce de más oportunidades y un alto nivel de vida. El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo atiende a dos importantes indicadores: uno de desarrollo, el índice de desarrollo humano, y otro de pobreza, el índice de pobreza multidimensional.

el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) define hoy al desarrollo humano como "el proceso de expansión de las capacidades de las personas que amplían sus opciones y oportunidades". Tal definición asocia el desarrollo directamente con el progreso de la vida y el bienestar humano, con el humano, según el PNUD, integra aspectos tales como el desarrollo social, el desarrollo económico (incluyendo el desarrollo local y rural) y el desarrollo sostenible.

El IDH se calcula en función de tres indicadores: La esperanza de vida al nacer: mide la cantidad de años que se espera que viva una persona al nacer. El nivel de educación: se mide utilizando dos indicadores: la tasa de alfabetización de adultos y la tasa bruta de matriculación combinada en educación primaria, secundaria y terciaria. El ingreso per cápita: se mide en términos de paridad del poder adquisitivo (PPA), que tiene en cuenta las diferencias en el costo de vida entre los países.

## CONCEPTO ACERCA DEL CRECIMIENTO ECONÓMICO

El crecimiento económico es el aumento de renta o valor de bienes y servicios finales producidos por una economía (generalmente de un país o una región) en determinado periodo (generalmente en un año). A grandes rasgos, el crecimiento económico se refiere al incremento de ciertos indicadores, como la producción de bienes y servicios, el mayor consumo de energía, el ahorro, la inversión, una balanza comercial favorable, el aumento del consumo per cápita, etc. La mejora de estos indicadores debería llevar teóricamente a un alza en los estándares de vida de la población.

## ADOPCIÓN TECNOLÓGICA

Este concepto se refiere al proceso de aceptación, integración y uso de nuevas tecnologías en diferentes entornos. A través de la incorporación de sistemas informáticos, de software y la conectividad se busca mejorar la calidad de vida, la productividad y procesos que construyen mejores condiciones entre cada actor de la sociedad.

## SOFISTICACIÓN EN LOS NEGOCIOS

Por sofisticación entendemos la posibilidad que tienen las firmas como agentes económicos para administrar las capacidades productivas presentes en el territorio con el fin de combinarlas o agregarlas para poder generar nuevos productos con un mayor valor agregado.

## INNOVACIÓN

Innovación es un proceso que introduce novedades y que se refiere a modificar elementos ya existentes con el fin de mejorarlos, aunque también es posible en la implementación de elementos totalmente nuevos. En el sentido estricto, por otro lado, se dice que de las ideas solo pueden resultar innovadoras luego de que ellas se implementen como nuevos productos, servicios, o procedimientos que realmente encuentren una aplicación exitosa, imponiéndose en el mercado a través de la difusión.

## CONCEPTOS SOBRE ECONOMÍA POSITIVA, ECONOMÍA NORMATIVA Y FALACIAS

**Economía positiva:** La economía positiva o descriptiva busca entonces explicar cómo funciona la economía basándose en la realidad, es decir, de forma empirista. Por lo tanto, intenta describir lo que fue, lo que es y lo que será, investigando las consecuencias de distintos fenómenos económicos.

**Economía normativa:** La economía normativa identifica qué objetivos son deseables para después aplicar el conocimiento de la economía positiva para lograrlos. La elección de objetivos depende de las consideraciones éticas y políticas del economista, por lo que se suele considerar que no es una economía puramente científica.

**Falacias:** Cuando una persona utiliza argumentos falaces lo hace de forma tramposa e intencionada, con el fin de engañar o persuadir a una persona o grupo. Este tipo de argumento se utiliza mucho en política y en sectores como el comercio, en los que se busca embaucar al receptor. En política es el poder y la ambición, e incluso las propias reglas del juego, las que provocan la utilización de las falacias.



## EL PAPEL DEL ESTADO EN LA ECONOMÍA

El Estado o sector público se encarga de regular la actividad económica, además de proporcionar factores productivos a las empresas, se encarga de cobrar impuestos a los otros agentes con el fin de brindar nuevos servicios a los demás.




## IMPULSOS PARA EL CRECIMIENTO ECONÓMICO Y EL DESARROLLO HUMANO

**SUBSIDIOS:** A las empresas, a los cultivadores, a emprendedores por generación de empleo, por mantener producción, favoreciendo e impulsando el consumo: publicidad que incentive.

**CONTRATACIÓN de bienes y servicios para la administración pública:** Favoreciendo a grupos específicos de población: empresas locales, mujeres, jóvenes, etc.

**EL EMPLEO en la administración pública:** Contratación de personal para las labores propias del ejercicio público

**LA INICIATIVA innovadora desde la administración pública:** Invertir, incentivar, liderar proyectos de riesgo con resultados a mediano y largo plazo, involucrando grandes empresas.



**EL ENTORNO para la iniciativa innovadora desde la administración pública:** Los aspectos que deben considerarse para promover la adopción tecnológica: Crear regulaciones que protejan los datos, garanticen la accesibilidad y la ciberseguridad. Generar competencias y habilidades digitales en la población. Buscar la mejora de los servicios públicos prioritarios como la educación, salud, seguridad pública y cuidado del medio ambiente. Incentivar la creación y uso de servicios digitales en sectores estratégicos como la inclusión financiera o el comercio





**UNIDAD 2 Los mercados, el  
bienestar y la economía del sector  
público.-**



<b>Unidad 2. Los mercados, el bienestar y la economía del sector público.</b>	
<b>2.1</b>	<b>El mercado y sus agentes</b>
<b>2.2</b>	<b>Teoría del consumidor</b>
<b>2.3</b>	<b>Teoría del productor</b>
<b>2.4</b>	<b>Determinantes de la Demanda y Oferta</b>
<b>2.5</b>	<b>Equilibrio</b>
<b>2.6</b>	<b>Elasticidad y sus aplicaciones</b>
<b>2.7</b>	<b>Intervención del estado en el mercado</b>
<b>2.7.1</b>	<b>Impuestos</b>
<b>2.7.2</b>	<b>Subsidios</b>
<b>2.7.3</b>	<b>Precios controlados</b>
<b>2.8</b>	<b>Fallos del mercado</b>
<b>2.8.1</b>	<b>Externalidades</b>
<b>2.8.2</b>	<b>Poder de mercado</b>
<b>2.8.3</b>	<b>Bienes públicos y recursos comunes</b>
<b>2.9</b>	<b>Ventaja Comparativa, Absoluta y Competitiva</b>

**2.1 El mercado y sus agentes**; Se trata de aquellos sujetos físicos o jurídicos que participan de alguna actividad económica. Los agentes económicos pueden ser muchos y muy variados, pero los principales son los hogares, las empresas, el Estado como ente económico y los bancos centrales.

**2.2 Teoría del consumidor** La teoría del consumidor es la perspectiva microeconómica destinada a conocer el comportamiento de los consumidores en su decisión de satisfacer sus preferencias y necesidades.

**2.3 Teoría del productor**; La teoría de la producción es el marco teórico que analiza la manera más eficiente de combinar los factores productivos para lograr la producción de bienes y servicios.

**2.4 Determinantes de la demanda y oferta**; **DEMANDA**: Diariamente se perciben los cambios en los precios de los bienes y servicios que son necesarios para el subsistir del ser humano. Por ejemplo, hace unos meses atrás el precio de la gasolina era distinto al que se debe de pagar hoy en día. La economía se basa en las decisiones que los agentes económicos (productores y consumidores) realicen con tal de enfrentar la escasez de los recursos. Estas decisiones se basan en los costos y beneficios, los cuales concurren en el mercado.

**OFERTA**: El objetivo de todo productor es de maximizar sus ganancias, de esta premisa se desprende una serie de conclusiones expuestas a continuación. La **OFERTA**: Muestra las distintas cantidades de un bien que el oferente está dispuesto a ofrecer por unidad de tiempo a los distintos precios alternativos.

**2.5 Equilibrio:** El equilibrio de mercado es una situación que se da cuando a los precios que éste ofrece, aquellas personas que compran o consumen un bien o servicio, pueden adquirir las cantidades que deseen. A la vez que los que ofrecen ese bien o servicio, pueden vender todas sus existencias.

**2.6 Elasticidad y sus aplicaciones:** La elasticidad es la sensibilidad de variación que presenta una variable a los cambios experimentados por otra.

## 2.7 INTERVENCIÓN DEL ESTADO EN EL MERCADO

**2.7.1 IMPUESTOS:** Los impuestos son un pago sin contra prestación, pero generalmente esperamos algún beneficio indirecto. En la mayoría de los países modernos, los ciudadanos pagan impuestos al gobierno con el fin de financiar sus actividades, programas de ayuda y otros servicios.

**2.7.2 SUBSIDIO:** El subsidio es una ayuda extraordinaria por parte de la Administración Pública para estimular la demanda de un bien o proteger a un colectivo.

**2.7.3 DUMPING:** El dumping es, en general, una situación de discriminación internacional de precios: el precio de un producto, cuando se vende en el país importador, es inferior al precio a que se vende ese producto en el mercado del país exportador.

**2.7.4 SALVAGUARDIA:** Son medidas de emergencia para proteger la industria nacional que se ve amenazada ante el creciente aumento absoluto o relativo de las importaciones. Estas medidas consisten en la restricción temporal de las importaciones que afectan con daño o causar daño grave al sector nacional los cuales no están preparados para competir con los productos importados. Las medidas de salvaguardas a diferencia de las medidas antidumping y las medidas compensatorias no requieren una determinación de práctica desleal.

## 2.8 FALLOS DEL MERCADO

EXTERNALIDADES
BALANZA COMERCIAL
POSESIÓN DEL CONOCIMIENTO, TIC EN EL MUNDO
RELACIONAMIENTO INTERNACIONAL
EL PODER DEL MERCADO
VENTAJA COMPETITIVA
VENTAJAS COMPARATIVAS Y ABSOLUTAS
EL PODER DE SUS HABITANTES (ECONÓMICO, IGUALDAD, JUSTICIA)
BIENES PÚBLICOS Y RECURSOS COMUNES
EL ESTADO COMO COMPRADOR (DINAMIZADOR)
ESTAN BIEN ADMINISTRADOS
INEPTIDUD E INEFICIENCIA

## 2.9 VENTAJAS Y ECONOMÍA DE ESCALA

<u>VENTAJA ABSOLUTA</u>	<p>La ventaja absoluta es un concepto desarrollado por Adam Smith (1723-1790) en su obra La riqueza de las naciones (1776), para poder explicar los flujos de comercio de bienes entre países. <u>La ventaja absoluta es la cualidad que tiene un país para producir cierto producto usando menor insumo que algún otro productor</u>, es decir, que la ventaja absoluta está presente cuando algo o alguien es el mejor desarrollando dicha actividad o fabricando cierto bien a un costo menor al que lo producen los demás.</p>
<u>VENTAJA COMPARATIVA</u>	<p>El modelo de la ventaja comparativa es uno de los conceptos básicos que fundamenta la teoría del comercio internacional y demuestra que los países tienden a especializarse en la producción y exportación de aquellos bienes que fabrican con un <u>coste relativamente más bajo respecto al resto del mundo</u>, en los que son comparativamente más eficientes que los demás y que tenderán a importar los bienes en los que son más ineficaces y que por tanto producen con unos costes comparativamente más altos que el resto del mundo.</p>
<u>VENTAJA COMPETITIVA</u>	<p>La ventaja competitiva es la capacidad de una empresa de sobreponerse a otra u otras de la misma industria o sector mediante técnicas no necesariamente definidas. Cada empresa puede innovar a su manera. Sin embargo, estas ventajas competitivas no siempre se pueden mantener por mucho tiempo debido a que los mercados cambian constantemente y las empresas tienen que estar alerta a estos cambios para no "pasar de moda" con las ventajas competitivas que desarrollen.</p>



## 2.9 VENTAJAS Y ECONOMÍA DE ESCALA

### ECONOMÍA DE ESCALA

En microeconomía, se entiende por economía de escala la capacidad que posee una empresa en producir mayor cantidad de productos a un menor coste de producción, debido a que a medida que la producción en una empresa crece, sus costos se reducen.

EJEMPLO DE ECONOMÍA DE ESCALA							
	SALARIO DEL GERENTE	PRODUCCIÓN DE CAMISAS	COSTO FIJO POR CAMISA	OTROS COSTOS Y GASTOS	COSTO TOTAL	PRECIO EN EL MERCADO	UTILIDAD
1	5.000.000	1.000	5.000	30.000	35.000	50.000	15.000
1	5.000.000	2.000	2.500	30.000	32.500	50.000	17.500



Unidad 3. Estructuras de mercado e implicaciones	
3.1	Mercado perfecto
3.2	Mercados imperfectos
3.2.1	Monopolio y competencia monopólica
3.2.2	Oligopolio y competencia oligopólica
3.2.3	Monopsonio y oligopsonio
3.2.4	Mercado laboral

### 3.1 MERCADO PERFECTO

- El mercado perfecto funciona cuando las fuerzas de la oferta y la demanda operan de manera libre, dándose las condiciones de la competencia en forma completa. Así, oferentes y demandantes se caracterizan por ser precio-aceptantes.
- Es decir, un mercado perfecto es aquel donde existen muchos compradores y vendedores. Esto permitirá que ningún competidor tenga poder para establecer el precio de mercado.
- El mercado perfecto, además, solo puede funcionar cuando todos los que compran y venden poseen una información completa sobre la oferta, la demanda y las condiciones cómo se mueve el mercado.
- Asimismo, los bienes que se venden en un mercado perfecto, aunque sean ofrecidos por diferentes vendedores, tienen que ser iguales o idénticos. A su vez, debe existir libertad para que cualquier oferente o demandante pueda ingresar al mercado sin ninguna dificultad.
- Estas condiciones de competencia perfecta solo pueden existir en condiciones teóricas, pero nunca se presentan en la realidad. Por lo tanto, no se da una condición de mercado perfecto.

### 3.1 MERCADOS IMPERFECTOS

- El mercado imperfecto es un mercado en el cual no se cumplen las condiciones de competencia perfecta. Esto implica que tanto los oferentes como los demandantes individuales podrían tener influencia para controlar la producción y establecer los precios en el mercado.
- Es decir, un mercado imperfecto es aquel donde no se cumplen los supuestos de la competencia perfecta, como un gran número de compradores y vendedores que son precio-aceptantes (no pueden influir en el precio).
- Además, otros supuestos que no están presentes en los mercados imperfectos son, por ejemplo, que los agentes cuentan con toda información que necesitan (información perfecta), o la inexistencia de barreras a la entrada o salida del mercado, entre otros. Todas estas condiciones sí se cumplen en competencia perfecta.



### 3.2.1 y 3.2.2 MERCADOS IMPERFECTOS POR EL LADO DE LA OFERTA

#### •**Monopolio**

•Para empezar, el mercado de monopolio se produce cuando la producción de un bien o servicio se encuentra concentrada en una sola empresa. Esta empresa tendrá mucho poder de mercado y podrá tener el control sobre la fijación del precio, el nivel y calidad de la producción.

#### •**Oligopolio**

•Similarmente, el oligopolio es un tipo de mercado imperfecto que se encuentra dominado por un número pequeño de empresas que producen y ofrecen un producto. Esto permite que puedan influir mucho en el precio, puesto que en este mercado existen muchos demandantes o consumidores. En el oligopolio los vendedores pueden actuar en colusión.



### 3.2.3 MERCADOS IMPERFECTOS POR EL LADO DE LA DEMANDA

- Monopsonio en el mercado imperfecto
- Por otro lado, el mercado de monopsonio se compone por un solo comprador y muchos oferentes. Esto provoca que la empresa demandante adquiera el control sobre el precio y el nivel de producción del mercado.
- Oligopsonio en el mercado imperfecto
- Finalmente, el oligopsonio es otro mercado imperfecto donde encontramos un grupo reducido de empresas compradoras. Estas empresas asumen el control de los precios y el nivel de producción de un determinado mercado.
- En conclusión, se puede afirmar que el funcionamiento del mercado imperfecto puede darse cuando la oferta o la demanda no operan de manera eficiente. Por tanto, existen pocos oferentes o demandantes que llegan a poseer el control de los mercados. Este control se da especialmente cuando la oferta de bienes y servicios es altamente diferenciada. Igualmente, cuando hay inexistencia de productos sustitutos. La ausencia de suficiente competencia en la demanda o en la oferta permite que se tenga mucho poder de mercado y se llegue a tener el control del precio y de la calidad del producto.

### 3.2.4 EL MERCADO LABORAL

•El mercado laboral es el lugar donde se encuentran la oferta y la demanda de trabajo. La oferta está compuesta por todos los trabajadores que buscan empleo, mientras que la demanda está formada por las empresas que necesitan contratar empleados.

**Puntos clave:** **A)** Es crucial para el crecimiento económico y la cohesión social. **B)** Los salarios influyen en la oferta y demanda de trabajo. **C)** La actividad económica afecta directamente la demanda de empleo.

#### **Mercado laboral: Explicación sencilla**

Este mercado es crucial para la sociedad. Si no funciona bien, puede afectar negativamente el crecimiento económico y el empleo en un país. El desempleo tiene costos económicos porque significa una pérdida de producción. También tiene costos sociales porque afecta la distribución de la renta y la cohesión social.

•Por lo tanto, el crecimiento, la optimización de los recursos y la cohesión social dependen en gran medida del buen funcionamiento del mercado de trabajo.

•El salario es el precio del trabajo. Cuando los salarios son bajos, las empresas demandan más trabajo. Cuando los salarios son altos, más personas quieren trabajar.

•La demanda de empleo está vinculada a la actividad económica. Solo un crecimiento sostenido de la producción puede garantizar suficiente empleo para todos los que buscan trabajo.

•En otras palabras, la demanda de trabajo depende de la demanda de bienes y servicios. Las empresas contratan más trabajadores cuando quieren producir más. Si no hay producción, no habrá demanda de trabajo.

•El desempleo es un desequilibrio entre la cantidad de trabajo ofrecida y la cantidad de trabajo demandada, a los salarios actuales. Estrictamente, se refiere a las personas dispuestas a trabajar que no encuentran empleo.



## **ECONOMÍA DE LO PÚBLICO I**



**Gracias por su participación.**

**HELMAN QUESADA MÉNDEZ**

