

Caso Practico Primera Unidad **El Secreto de la Tiendita de Don** **Pepe**

Una obra teatral que enseña los principios fundamentales de la microeconomía a través de la historia de Don Pepe y su tienda de abarrotes, con la ayuda de su nieta Sofía, estudiante de economía.



Personajes Principales

Don Pepe

El dueño de una tienda de abarrotes. Un hombre de buenos principios y un gran corazón que heredó su negocio pero enfrenta dificultades económicas.

Sofía

Su nieta, una estudiante de economía que ayudará a Don Pepe a entender los principios microeconómicos para mejorar su negocio.

Clientes del pueblo

Representan a los consumidores y la demanda en el mercado local, siendo parte fundamental de la dinámica económica de la tienda.

Acto I: El Problema de la Escasez

Escena 1: La tienda vacía

La tienda de Don Pepe luce vacía. Hay muchos productos, pero pocos clientes.

Narrador: Don Pepe, un hombre de buenos principios y un gran corazón, había heredado una tienda de abarrotes. Con el tiempo, se dio cuenta de que su negocio no iba bien. Había mucho trabajo, pero poco dinero.





Concepto Clave: Escasez y Recursos Finitos

Sofía llega a la tienda y ve la situación. Le explica a Don Pepe que el problema principal de la economía es la **escasez**: los recursos son limitados (el dinero para comprar, el tiempo para trabajar) mientras que los deseos son ilimitados (la gente quiere comprar comida, ropa, y también irse de vacaciones).

- ❏ La escasez es el problema económico fundamental: recursos limitados frente a deseos ilimitados.

Concepto Clave: Costo de Oportunidad

Sofía le pregunta a su abuelo sobre su **costo de oportunidad**. "¿Qué estás dejando de hacer por estar aquí, si no ganas suficiente? Podrías estar en casa descansando o dedicándote a tu jardín".

El **costo de oportunidad** es el valor de la mejor alternativa a la que se renuncia al tomar una decisión.



Acto II: La Danza del Mercado

Escena 2: Análisis microeconómico

Sofía decide analizar el negocio de su abuelo con los principios de la microeconomía.

noics

[Learn](#) [Mentors](#) [Case studies](#) [Pricing](#)

Enroll now



Unlock your potential with data-driven economics

Gain practical skills and insights from leading economists

Explore courses

Conceptos Clave: Demanda y Oferta

1

Ley de la Demanda

Cuando el precio de un producto sube, la cantidad que la gente quiere comprar baja.

2

Ley de la Oferta

Cuando el precio sube, los productores (en este caso, Don Pepe) quieren vender más.

Sofía le explica que el precio de los productos se determina por la interacción entre la **demanda** y la **oferta**.



Equilibrium

Concepto Clave: Equilibrio de Mercado

Sofía y Don Pepe se dan cuenta de que no han encontrado el **equilibrio de mercado**. Es el punto ideal en el que la cantidad de productos que los clientes quieren comprar es igual a la cantidad que Don Pepe puede ofrecer, y no hay escasez ni excedentes.

Acto III: La Intervención y los Incentivos

Escena 3: Aplicando lo aprendido

Sofía y Don Pepe comienzan a aplicar lo aprendido.

01

Incentivos Económicos

Sofía le explica a Don Pepe que debe usar los **incentivos económicos** para que la gente compre. Un precio más bajo para los productos básicos, por ejemplo, podría animar a más personas a comprar en la tienda.

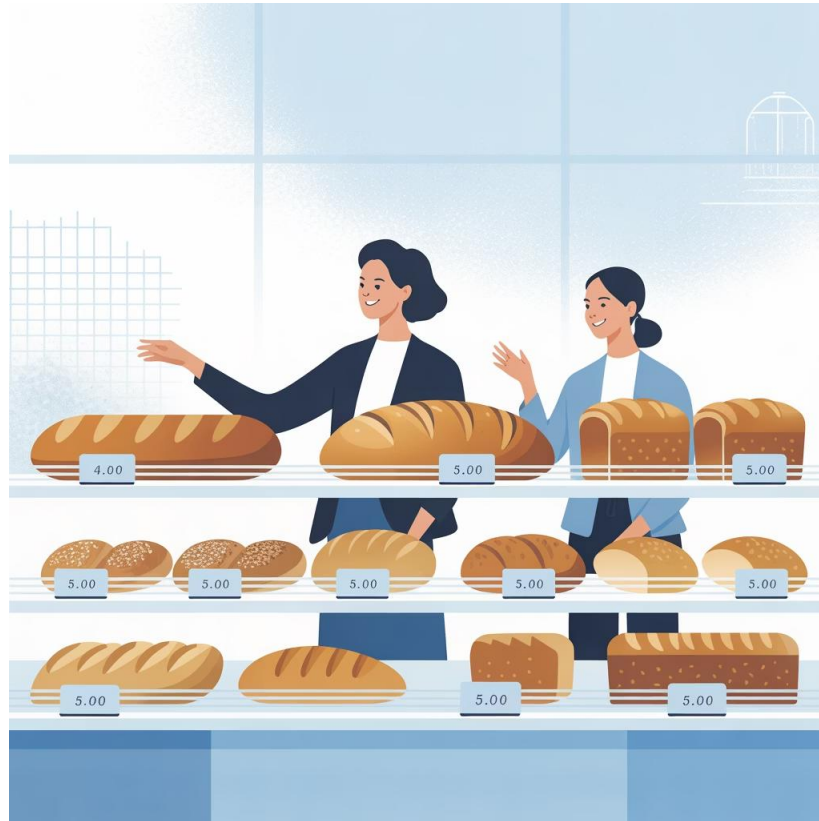
02

Intervención Gubernamental

El gobierno local introduce un nuevo **subsidio** a los productores de pan para que el precio se mantenga bajo. Esto reduce el costo para Don Pepe, quien aprovecha para ofrecer pan fresco a un precio muy accesible. Por otro lado, un nuevo impuesto sobre los dulces hace que Don Pepe pague un poco más, lo que, según Sofía, tiene como objetivo desincentivar su consumo.

Subsidios e Impuestos en Acción

Subsidios



El subsidio al pan permite a Don Pepe ofrecer pan fresco a precios accesibles, atrayendo más clientes.

Impuestos



El impuesto sobre dulces aumenta los costos, desincentivando su consumo según la política gubernamental.



Acto IV: El Éxito y la Lección Final

Escena 4: La transformación

Narrador: Gracias a los consejos de Sofía, Don Pepe ajusta sus precios, ofrece promociones y gestiona su inventario de manera más inteligente.

La tienda de Don Pepe se llena de gente.

La Lección Final

Concepto final: El negocio prospera. Don Pepe se da cuenta de que la microeconomía no es un tema abstracto, sino una herramienta práctica que le ayudó a entender las decisiones de sus clientes y a tomar mejores decisiones para su negocio.

- ❏ El conocimiento de cómo los agentes económicos toman decisiones ante la escasez de recursos y cómo interactúan en los mercados fue la clave para su éxito.



Caso Practico Segunda Unidad ***La Aventura de la Chef Renata***

Recipe: 
"Harmony"



Personajes

Renata

Una chef talentosa que quiere abrir su propio restaurante.

Don Carlos

Un mentor sabio, dueño de un exitoso negocio de comida.

Clientes

Representan a los consumidores.

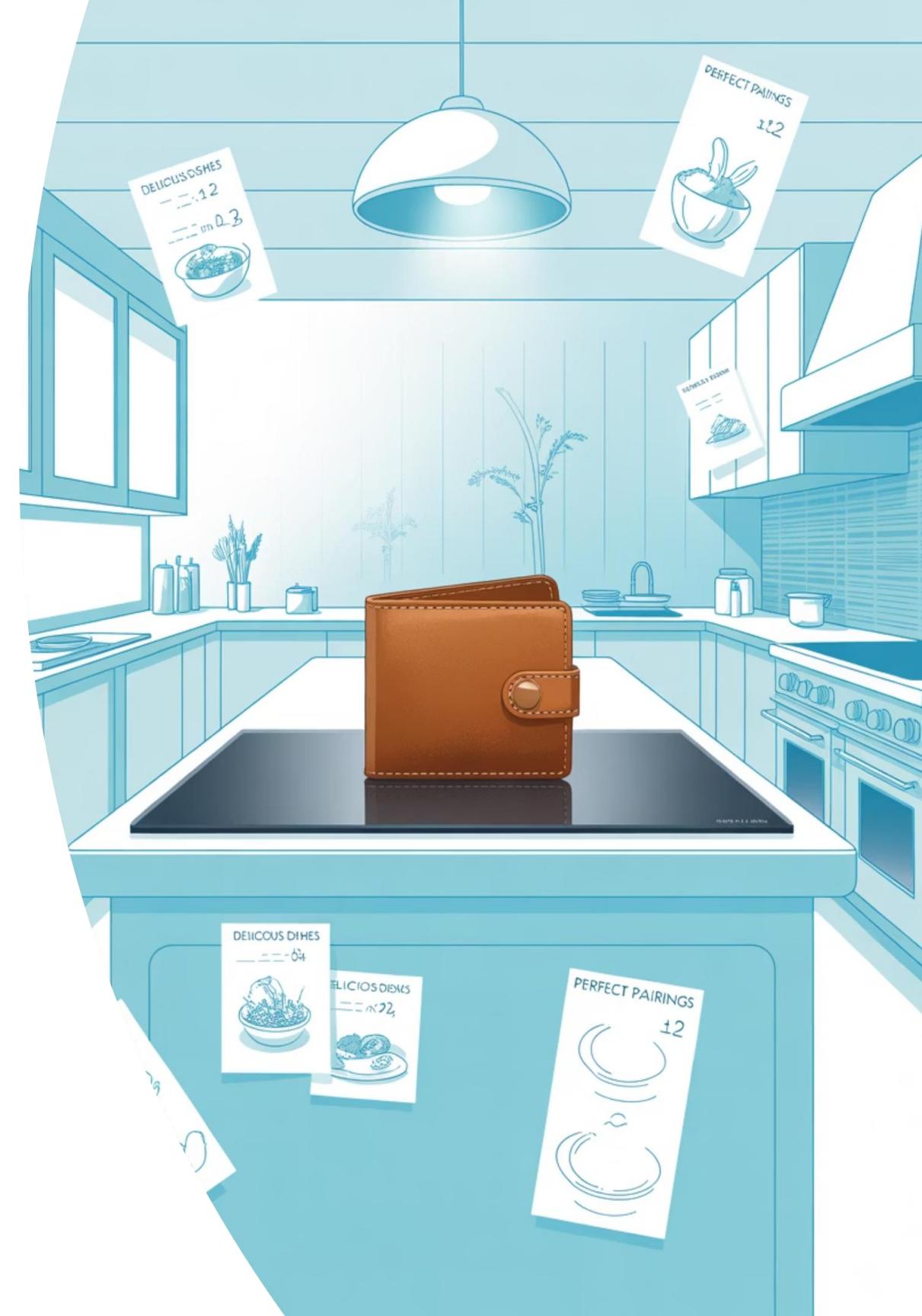
Proveedores

Representan a los mercados de factores de producción.

Acto I: El Problema de la Elección

Escena 1: La cocina de Renata está llena de ideas, pero su cartera está casi vacía.

Narrador: Renata soñaba con abrir su propio restaurante de alta cocina, pero su presupuesto era limitado. Se enfrentaba al dilema fundamental de la **Teoría del Consumidor**: ¿cómo maximizar su satisfacción con recursos limitados?



Preferencias y Curvas de Indiferencia

Concepto clave: Preferencias y Curvas de Indiferencia

Don Carlos, su mentor, le explica que debe pensar en lo que los clientes quieren. "Cada cliente tiene sus propias **preferencias**. No todos valoran lo mismo. Puedes representarlo con algo llamado **curvas de indiferencia**, que muestran las diferentes combinaciones de platillos que dan el mismo nivel de satisfacción a un cliente".





Restricción Presupuesta

Concepto clave: Restricción Presupuesta

Don Carlos saca una servilleta y dibuja una línea. "Esto es tu **restricción presupuesta**. Muestra todas las combinaciones de platillos que tus clientes pueden comprar con sus ingresos y los precios que fijas". Le explica que el objetivo es encontrar la combinación de platillos que dé la mayor satisfacción posible a los clientes, sin salirse de esa línea.

Acto II: La Elección Óptima

Escena 2: Renata estudia las preferencias de sus clientes y los precios del mercado.

Concepto clave: Elección Óptima y Maximización de la Utilidad

Renata se da cuenta de que para tener éxito, necesita ofrecer la "elección óptima". Es el punto donde la curva de indiferencia más alta de sus clientes toca la línea de su restricción presupuestal. "Es el punto ideal", le dice Don Carlos, "donde la gente está más satisfecha con lo que ofreces al precio que puedes dar".



Relación Marginal de Sustitución

Concepto clave: Relación Marginal de Sustitución (RMS)

Don Carlos le presenta el concepto de **RMS**. "La RMS es la tasa a la que un cliente está dispuesto a cambiar un platillo por otro sin perder satisfacción". Le dice a Renata que su elección óptima ocurre cuando la RMS de sus clientes es igual a la relación de precios de sus platillos.



An illustration of a modern, brightly lit restaurant interior. In the foreground, a woman with short dark hair is seen from the side, looking at a bowl of ramen on a table. The bowl is filled with orange noodles, green seaweed, and a slice of white cheese. A small white sign with the price '\$45' in orange text is placed next to the bowl. In the background, other customers are seated at tables, and a server is visible near the counter. The overall color palette is dominated by light blues and whites, with some orange accents from the food and price tags.

Acto III: La Curva de Demanda y los Insumos

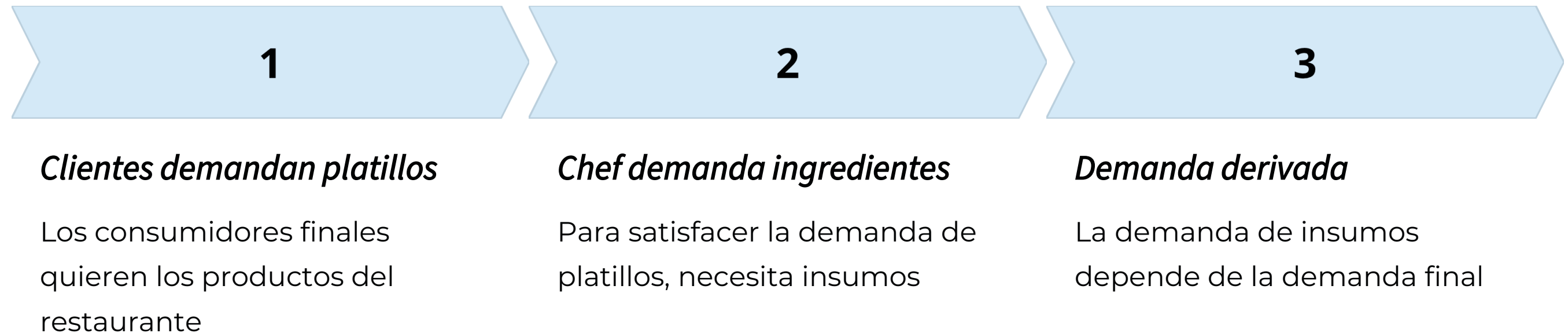
Escena 3: Renata debe tomar decisiones sobre sus ingredientes y trabajadores.

Concepto clave: *Derivación de la Curva de Demanda*

Renata cambia el precio de su platillo estrella para ver cómo reaccionan los clientes. Al hacerlo, se da cuenta de que está construyendo una **curva de demanda**. Se observa que al bajar el precio, más personas quieren el platillo.

Demanda Derivada de Insumos

Concepto clave: Demanda Derivada de Insumos



La chef necesita ingredientes y ayudantes, que en economía se llaman "insumos". Don Carlos le explica que la demanda de estos insumos es una **demanda derivada**. "Tus clientes demandan tus platillos finales, y por eso tú demandas ingredientes y trabajadores para producirlos. Si la demanda de tus platillos sube, tu demanda de insumos también lo hará".

Acto IV: El Éxito y la Lección Final

Escena 4: El restaurante de Renata es un éxito.

Narrador: Con el tiempo, Renata no solo aprende a cocinar, sino a entender la ciencia detrás de las decisiones de sus clientes y de su propio negocio.



La Lección de la Teoría del Consumidor

01

Optimizar el menú

Entender las preferencias de los clientes para crear la oferta perfecta

02

Fijar precios

Encontrar el equilibrio entre satisfacción del cliente y rentabilidad

03

Contratar personal

Gestionar eficientemente los recursos humanos según la demanda

Se da cuenta de que la **Teoría del Consumidor** le dio las herramientas para optimizar su menú, fijar precios y contratar personal de manera eficiente.

Conclusión: *El Equilibrio Perfecto*

Su restaurante prospera porque ella no solo cocina lo que le gusta, sino lo que sus clientes quieren y pueden pagar, logrando el equilibrio perfecto entre su pasión y las realidades del mercado.

La aventura de Renata nos enseña que **la teoría económica puede ser una herramienta práctica y poderosa** para tomar decisiones inteligentes en cualquier negocio, combinando la creatividad con el análisis científico del comportamiento del consumidor.





Caso Practico Tercera Unidad ***La Pastelería Mágica***

Una historia sobre cómo transformar un sueño en un negocio exitoso a través de la comprensión de la Teoría de la Producción y los Costos.

Personajes de Nuestra Historia

Leo

Un joven pastelero talentoso, pero desorganizado.

Señora Elena

La dueña de una pastelería exitosa, su mentora.

Clientes

Consumidores de pasteles.

Trabajadores

Empleados de la pastelería.

Acto I: El Sueño de un Pastelero

Escena 1: El Problema de Leo

Leo está en su pequeña cocina. El olor a pasteles es delicioso, pero los números de su cuaderno son rojos.

Leo era el mejor pastelero de la ciudad, pero su negocio, "Dulces Sueños", no era rentable. La Señora Elena, una empresaria experimentada, se da cuenta de que el problema no es la calidad de los pasteles, sino la falta de comprensión sobre la **Teoría de la Producción y los Costos**.

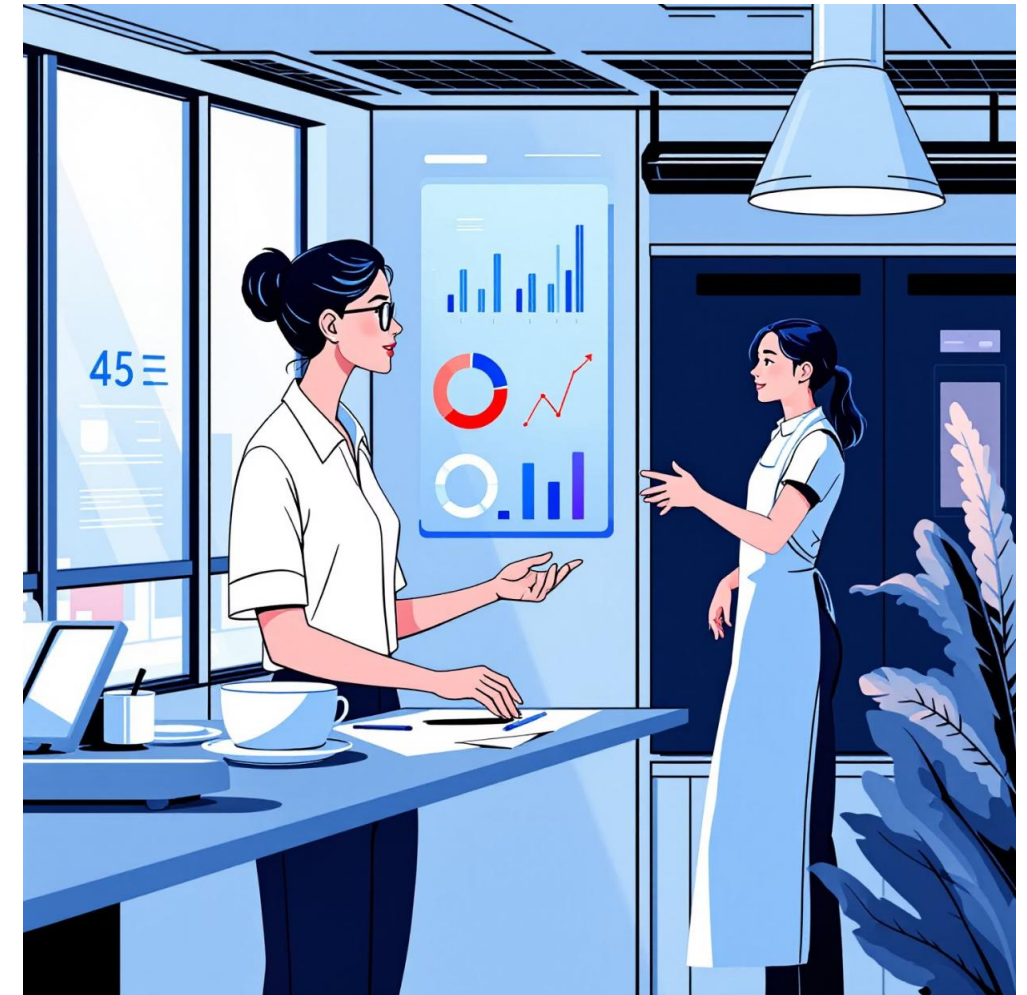


Concepto Clave: *Maximización del Beneficio*

La Señora Elena le explica a Leo que el objetivo de una empresa no es solo vender, sino **maximizar el beneficio**. Le enseña la fórmula del beneficio:

$$\text{Beneficio}(\Pi) = \text{Ingresos Totales (IT)} - \text{Costos Totales (CT)}$$

Le dice que para ganar más, debe analizar sus costos, no solo vender más pasteles.



Acto II: El Análisis de la Producción

Escena 2: Registrando los Costos

Leo, con la ayuda de la Señora Elena, comienza a registrar sus costos.

Concepto clave: Factores de Producción

La Señora Elena le dice a Leo que debe pensar en sus **factores de producción**: el trabajo de sus empleados, el capital (los hornos, batidoras) y la tierra (el espacio de su cocina).

Concepto Clave:

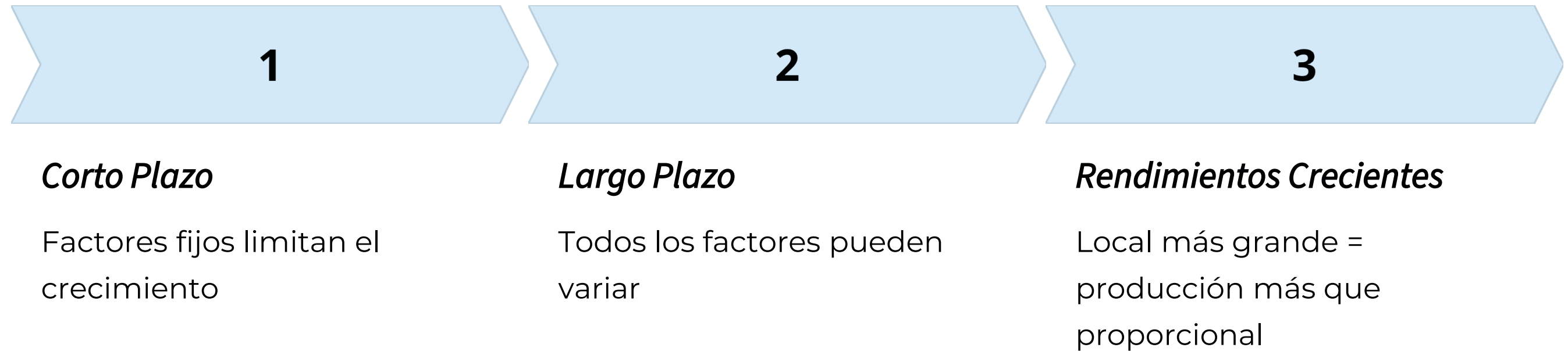
Rendimientos Decrecientes

Leo contrata a un nuevo ayudante, y la producción aumenta mucho. Pero al contratar un tercero, el aumento en la producción es menor.

La Señora Elena explica la **Ley de Rendimientos Decrecientes**: cuando se añade un factor variable (el trabajador) a un factor fijo (la cocina), el producto marginal eventualmente disminuirá. Le dice que esto sucede porque el espacio de la cocina es limitado.



Concepto Clave: *Rendimientos a Escala*



La Señora Elena le habla del **largo plazo**, donde todos los factores pueden variar. Le explica que si alquila un local más grande, con más hornos y personal, puede lograr **rendimientos a escala crecientes**. Esto significa que, al aumentar sus insumos, la producción aumentará más que proporcionalmente.



Acto III: El Manejo de los Costos

Escena 3: Entendiendo los Costos

Leo ahora entiende la importancia de los costos y los usa para tomar decisiones.

Concepto Clave: Costos Fijos y Variables

Costos Fijos (CF)

- Alquiler de la cocina
- Seguro
- No cambian sin importar cuántos pasteles hornee

Costos Variables (CV)

- Harina
- Azúcar
- Mano de obra
- Varían con la cantidad de pasteles producidos

Leo aprende a clasificar sus gastos.

Concepto Clave: *Costo Marginal*

01

Definición

El **costo marginal** (CMg) es el costo de producir un pastel extra.

02

Regla de Oro

Producir hasta que el ingreso marginal sea igual al costo marginal.

03

Maximización

La clave para maximizar el beneficio.

La Señora Elena le enseña que la clave para maximizar su beneficio es producir hasta el punto en el que el ingreso adicional que obtiene por vender un pastel (ingreso marginal) sea igual a su costo marginal.



Acto IV: El Éxito y la Lección Final

Escena 4: La Transformación

La pastelería "Dulces Sueños" ahora es un negocio próspero y organizado.

Leo, aplicando lo aprendido, ajusta sus precios y su producción. Se da cuenta de que su curva de oferta está directamente relacionada con su curva de costo marginal. Si el precio de un pastel sube, él puede y quiere producir más. Si el precio baja mucho y ni siquiera puede cubrir sus costos variables, es mejor cerrar temporalmente.

Conclusión: De Artista a Empresario



Antes

Solo un artista de la repostería



Después

Un empresario exitoso



Herramientas

Optimización de factores de producción



Análisis

Comprensión profunda de costos

Leo ya no es solo un artista de la repostería, sino un empresario. Entiende que el éxito de una empresa se basa en la optimización de sus factores de producción y el análisis de sus costos. Aprendió que la teoría de la producción y los costos es una herramienta fundamental para tomar decisiones inteligentes y transformar un sueño en un negocio exitoso.

Caso Practico Cuarta Unidad ***El Rey del Mercado***

Una historia épica sobre las estructuras de mercado y el poder económico, donde un empresario ambicioso aprende las reglas que gobiernan diferentes tipos de mercados.



Los Personajes de Nuestra Historia

El Rey

Un empresario ambicioso que quiere dominar el mercado.

El Sabio Asesor

Un consultor de negocios con profundo conocimiento en microeconomía.

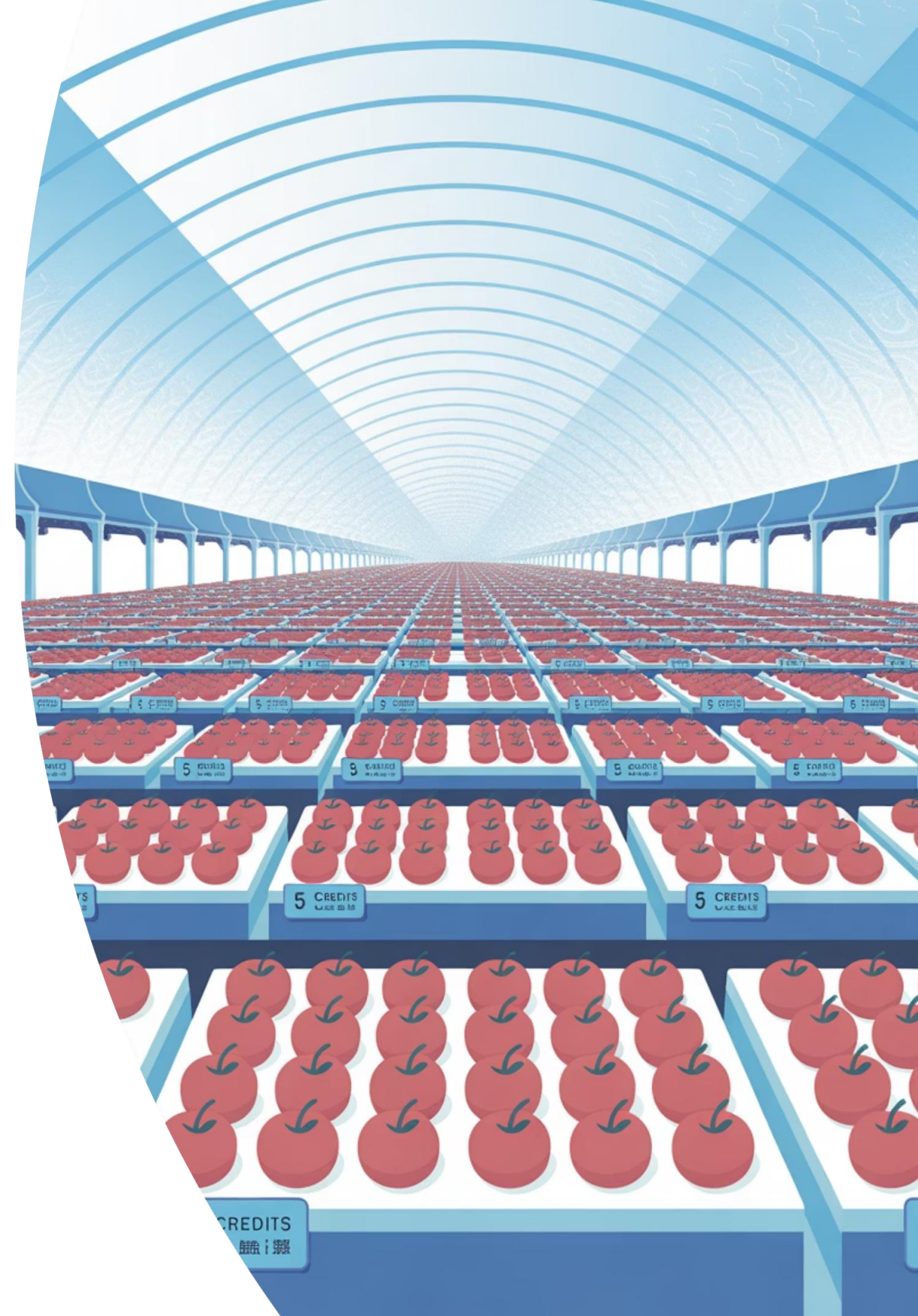
Competidores del mercado

Representan las diferentes estructuras de mercado.

Acto I: El Reino de la Competencia Perfecta

El Rey llega a un mercado lleno de vendedores que ofrecen el mismo producto, manzanas idénticas, a un precio uniforme.

Narrador: El Rey, deseoso de expandir su riqueza, se encuentra en un vasto reino donde no puede influir en el precio.



Concepto clave: Competencia Perfecta

El Sabio Asesor le explica que este es un mercado de **competencia perfecta**. Hay muchos vendedores y compradores, los productos son homogéneos (idénticos) y cualquiera puede entrar o salir fácilmente.

Le dice que aquí, el Rey es un "tomador de precios". La única forma de tener éxito es producir hasta que el precio sea igual al costo marginal.

Acto II: El Monopolio y el Poder

El Rey se mueve a otro reino donde él es el único proveedor de un elixir mágico.

Narrador: El Rey se encuentra con la oportunidad de tener un monopolio. Se le da el control exclusivo sobre un recurso clave para crear un elixir.



Concepto clave: Monopolio

El Sabio Asesor le explica que en un **monopolio**, hay un solo vendedor de un bien sin sustitutos cercanos. El Rey tiene "**poder de mercado**" y puede controlar el precio.

- ❏ Pero el Asesor le advierte: el Rey no puede cobrar un precio infinitamente alto. Su estrategia para maximizar el beneficio es producir la cantidad donde el ingreso marginal es igual al costo marginal.

Acto III: La Competencia con Estrategia

El Rey entra a un mercado lleno de vendedores de ropa de marca y un mercado con solo unas pocas compañías de tecnología.

Narrador: El Rey aprende que no todos los mercados son tan extremos.



Concepto clave: Competencia Monopolística

Primero, el Sabio Asesor le muestra la **competencia monopolística**. Aquí hay muchos vendedores, como en el primer reino, pero cada uno ofrece un producto "diferenciado".

"Puedes vender ropa de marca", le dice, "tu producto es similar a otros, pero la marca, el diseño y la publicidad te dan un **poder de mercado limitado**".

Concepto clave: Oligopolio

Luego, van al reino de la tecnología. El Asesor le explica que este es un **oligopolio**. Hay solo unas pocas empresas grandes.

"Las decisiones de una afectan a las demás", le dice. "Cada movimiento, ya sea de precio o producción, debe ser estratégico y considerar la reacción de los competidores".

El Asesor le dice que la **Teoría de Juegos** y el **Dilema del Prisionero** son herramientas clave para navegar en este reino.

Acto IV: La Conclusión del Viaje

El Rey vuelve a su castillo, más sabio y listo para gobernar.

Narrador: El Rey se da cuenta de que no hay un solo camino hacia el éxito. Cada mercado tiene sus propias reglas.



La Sabiduría del Mercado

El Sabio Asesor le dice que el éxito no se trata de dominar, sino de comprender. Le enseña que la clave es usar el **análisis marginal** en cada estructura de mercado.

01

Competencia Perfecta

Ser tomador de precios

03

Competencia Monopolística

Diferenciar productos

02

Monopolio

Ejercer poder de mercado

04

Oligopolio

Pensar estratégicamente



Conclusión

No importa si es un vasto mercado de competencia perfecta, un monopolio, o un oligopolio

Entender las reglas y la dinámica de cada estructura es esencial para tomar decisiones y prosperar en el mundo de los negocios.

Caso Practico Quinta Unidad ***El Misterio de la Ciudad de Cristal***

Una historia de microeconomía donde el Detective Marco resuelve los misterios económicos de una ciudad perfecta que enfrenta problemas reales del mercado.



Los Personajes de Nuestra Historia

El Detective Marco

Un analista económico
experto en resolver misterios
del mercado

El Alcalde

Líder de la Ciudad de Cristal
que busca soluciones

La Fábrica de Humo

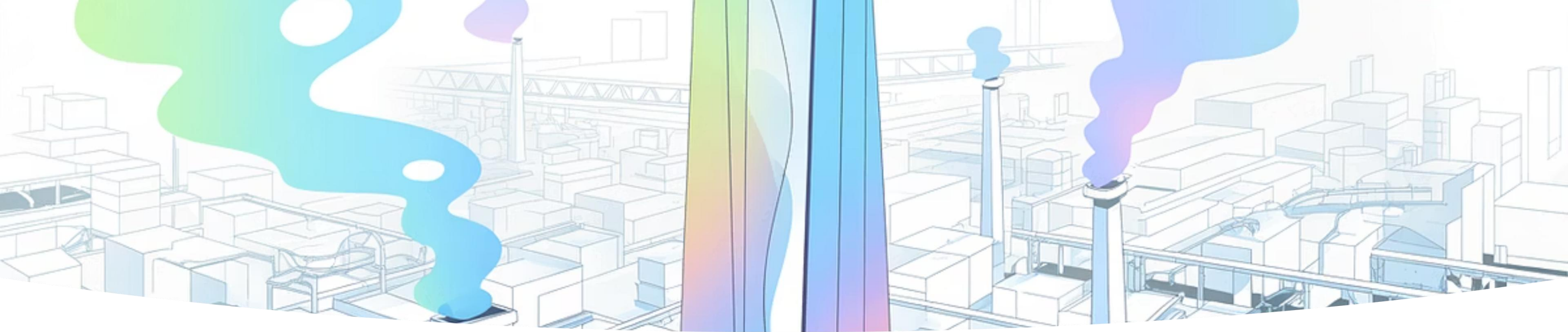
Una empresa que contamina
el aire de la ciudad

El Jardín Comunitario

Representa el bien público que todos disfrutan

La Vendedora de Autos

Simboliza la información asimétrica en los
mercados



Acto I: El Misterio del Aire Sucio

Escena 1: La Llegada del Detective

El Detective Marco llega a la Ciudad de Cristal, famosa por su belleza, pero ahora envuelta en una neblina de humo gris.

El Alcalde de la Ciudad de Cristal llama al Detective Marco para resolver un problema. La fábrica de la ciudad está produciendo mucho, pero el aire se ha vuelto insoportable.

Concepto Clave: *Externalidades Negativas*

Marco explica que esto es una **externalidad negativa**. La fábrica no está pagando por el costo de la contaminación que genera.

El mercado no refleja los costos totales para la sociedad, lo que lleva a la sobreproducción de bienes contaminantes.



Concepto Clave: *Soluciones de Política Pública*

El Alcalde pregunta qué hacer. Marco propone soluciones como:

01	02	03
<i>Impuesto Pigouviano</i>	<i>Regulaciones Directas</i>	<i>Permisos Transferibles</i>
Para que la fábrica pague por su contaminación	Establecer límites claros de emisiones	Sistema de permisos de emisiones comercializables

Esto internalizará el costo, haciendo que la empresa produzca menos y el mercado sea más eficiente.

Acto II: El Caso del Jardín Vencido

Escena 2: El Jardín Abandonado

Marco se encuentra con un hermoso jardín comunitario, pero la gente no quiere pagar para mantenerlo.

El Detective Marco ve un problema similar en el Jardín de la Paz. Todos lo disfrutan, pero nadie contribuye a su mantenimiento.



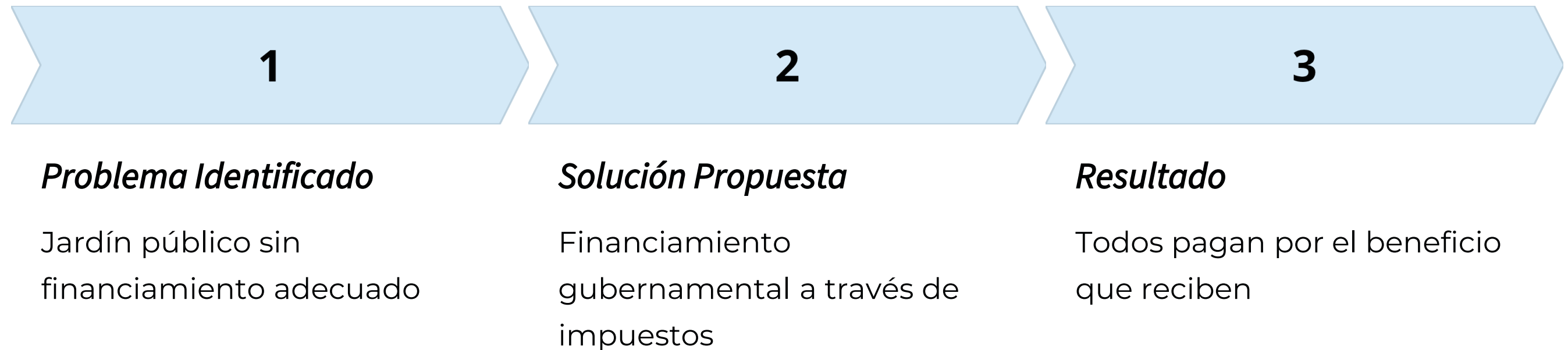
Concepto Clave: *Bienes Públicos y el Problema del Polizón*

Marco diagnostica que el jardín es un **bien público** porque:

- **No es excluible:** Nadie puede evitar que otros lo usen
- **No es rival:** El disfrute de uno no reduce la disponibilidad para otros

Esto crea un **problema del polizón**: la gente se beneficia sin contribuir, lo que lleva a un suministro insuficiente del bien.

Concepto Clave: *Intervención del Gobierno*



Marco le dice al Alcalde que la única solución es que el gobierno financie el jardín a través de impuestos, asegurando que todos paguen por el beneficio que reciben.

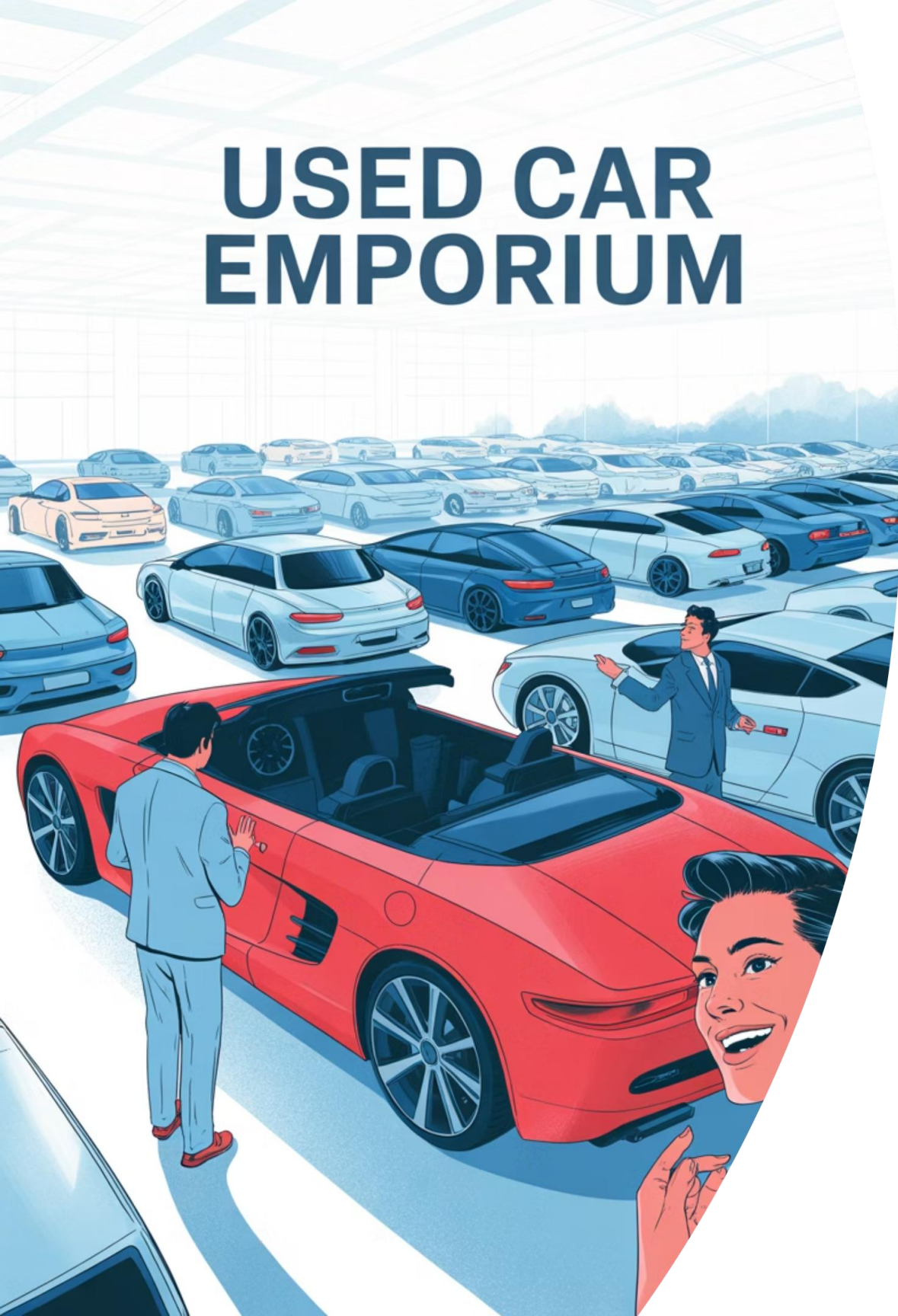
USED CAR EMPORIUM

Acto III: El Misterio del Auto Usado

Escena 3: El Mercado Paralizado

Marco visita un mercado de autos usados, donde los precios son bajos, pero nadie compra.

El último caso del Detective es un mercado paralizado. Los vendedores tienen autos, pero los compradores dudan.



Concepto Clave: *Información Asimétrica y Selección Adversa*

El Problema

Marco explica que el problema es la **información asimétrica**: los vendedores saben la calidad real de los autos, pero los compradores no pueden distinguirlos.

Con el tiempo, los autos de buena calidad salen del mercado, dejando solo los de mala calidad y causando el colapso del mercado.

La Consecuencia

Esto lleva a la **selección adversa**, donde los compradores temen adquirir un auto de baja calidad ("un limón").

Acto IV: La Lección Final

Escena 4: La Despedida del Detective

El Detective Marco se despide del Alcalde, quien ahora entiende los problemas de su ciudad.

Marco le dice al Alcalde que los mercados no siempre son perfectos. Las fallas de mercado como las externalidades, los bienes públicos y la información asimétrica requieren de una intervención inteligente para lograr resultados óptimos.



Conclusión: Una Ciudad Económicamente Eficiente



Lección Aprendida

La microeconomía no es solo teoría, sino una herramienta para resolver problemas reales



Transformación

La Ciudad de Cristal está en camino de ser no solo bella, sino también económicamente eficiente



Gobierno Preparado

Un gobierno que sabe cómo corregir las fallas del mercado

El Alcalde agradece a Marco, quien le ha enseñado que la microeconomía no es solo teoría, sino una herramienta para resolver problemas reales. Ahora, la Ciudad de Cristal está en camino de ser no solo bella, sino también económicamente eficiente, con un gobierno que sabe cómo corregir las fallas del mercado.