

**El enfoque post-keynesiano a la microeconomía: una visión
alternativa**

**The post-keynesian approach to microeconomics: an
alternative view**

Kevin Gamero¹

Evelyn Medina²

Andrés Escobar³

Resumen

En el presente documento, se exponen los diferentes enfoques de la teoría microeconómica. Se presenta de manera inicial la perspectiva neoclásica a nivel de firmas y consumidores. Posteriormente, se presentan las principales consideraciones del modelo post-keynesiano a nivel microeconómico, con particular énfasis en el comportamiento de los productores y sus decisiones en los mercados para alcanzar sus objetivos económicos.

Palabras claves: Neoclásico; Post-Keynesiano; maximización de beneficio; márgenes de ganancia; exceso de capacidad.

Abstract

This paper presents the different approaches of microeconomic theory. A neoclassical perspective is presented briefly on firm and consumer behavior. Next, the main insights of

¹ Semillero de Investigación Mercado Laboral. Universidad de Cartagena. E-mail: kgamerot@unicartagena.edu.co ² Semillero de Investigación Mercado Laboral. Universidad de Cartagena.

E-mail: emedinam1@unicartagena.edu.co

³ Doctor en economía. Grupo de Investigación Mercado Laboral de la Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de Cartagena. E-mail: aescobare@unicartagena.edu.co CÓDIGO JEL: E12

Fecha de recepción: Septiembre de 2016 / Fecha de aceptación en forma revisada: Noviembre de 2016

the post-keynesian approach at the microeconomic level is presented, with particular emphasis on firm behavior and their decisions in markets to achieve their economic goals.

Keywords: Neo-Classical; Post-Keynesian; maximization of profit; profit margins; overcapacity.

Clasificación JEL: D11, D21, D24, D41, D43.

Introducción

La ciencia económica ha presentado importantes avances en diversos campos tanto a nivel microeconómico como macroeconómico, lo cual ha repercutido de manera consistente en el diseño de políticas públicas.

Estos avances se han presentando en todas las escuelas de pensamiento económico, tanto en las denominadas corrientes heterodoxas como ortodoxas. Sin embargo, en la actualidad es evidente un predominio de la escuela neoclásica en todos los ámbitos, sobre todo con lo que respecta a la enseñanza de la ciencia económica. Durante el siglo XX, los importantes aportes y postulados de John Maynard Keynes, fueron posteriormente reinterpretados a lo que en la actualidad se conocen como “nuevo” y “post” keynesianismo.

El presente documento pretende mostrar de manera unificada los principales avances y características de la denominada escuela Post-Keynesiana con relación al análisis del comportamiento de los agentes a nivel microeconómico con la finalidad de enriquecer el análisis teórico entre las distintas escuelas de pensamiento económico. Para tal fin, se contrastan con los fundamentales de la corriente predominante para señalar y destacar las principales diferencias desde una perspectiva pluralista que reconozca la importancia y validez de las distintas escuelas de pensamiento, tanto ortodoxo como heterodoxo, hacia la comprensión de los fenómenos que enfrenta la sociedad actual.

En la primera sección se presentan las principales características de las teorías del consumidor de las escuelas ortodoxas y heterodoxas. En la segunda sección, el análisis se centra en el comportamiento del productor. En la última sección se abordan las principales conclusiones.

Teorías del comportamiento del consumidor: ¿una sola escuela?

El consumidor racional neoclásico

En la determinación de los precios y cantidad de mercado influye el comportamiento del consumidor. Se parte del análisis de la “relación de preferencias” que se ha convertido en una herramienta para estudiar las elecciones individuales: la función de utilidad; luego se tienen en cuenta la restricción presupuestaria y finalmente la elección del consumidor (Toro, 2004).

La base fundamental de esta teoría se basa en 4 condiciones o supuestos principales: la racionalidad de los consumidores, su capacidad de optimización y el nivel de saturación que

estos alcanzan. Sin dejar de mencionar que los bienes que estos consumen son bienes normales. De igual manera, los consumidores tienen la posibilidad de ordenar las preferencias (enfoque ordinal) y cuantificar su satisfacción (ley de utilidad marginal).

El comportamiento racional del consumidor neoclásico sostiene la capacidad de ordenar sus preferencias basadas en las siguientes propiedades (Nicholson, 2007):

Complejitud: el individuo está en capacidad de decidir sobre la deseabilidad de dos alternativas cualesquiera ya que posee con la información completa para ello.

Jerarquización o continuidad: que indica la existencia de un orden en cada una de las cestas de bienes en el mercado de acuerdo a las preferencias.

Transitividad: que garantiza la consistencia en las elecciones de un individuo y que cuenta con la información completa para determinar la preferencia por determinado bien

Insaciabilidad: la cual señala que el consumidor prefiere consumir más bienes que menos.

De ésta manera es posible demostrar de manera formal que los individuos están en la capacidad de ordenar todas las situaciones posibles de la menos deseable a la más deseable, para alcanzar el mayor nivel de utilidad posible (teniendo en consideración determinado nivel de presupuesto). En éste sentido, Jeremy Bentham (1848) sostenía que las situaciones deseables generan más utilidad que las menos deseables. Entonces, una función de utilidad contempla un conjunto de curvas de indiferencia, las cuales representan la combinación de bienes que puede consumir el agente y que le brindan el mismo nivel de utilidad. Por tanto, mayores niveles de utilidad son alcanzables con mayores curvas de indiferencia.

La forma de la curva de indiferencia indica la capacidad que tiene el consumidor racional para sustituir un bien por otro dentro de un mismo nivel de utilidad dado; esta relación se conoce como la Tasa Marginal de Sustitución (Pindyck, 2001). La función de utilidad permite conocer como se afecta la utilidad cuando cambian las cantidades consumidas de los bienes, lo que se conoce como Utilidad Marginal de Consumo, por lo tanto, el individuo conoce de manera precisa cual es el aporte de una cantidad adicional de alguno de los dos bienes a su utilidad (Toro, 2004).

Como se sabe, la economía se encarga de estudiar la distribución eficiente de recursos, los cuales no se encuentran disponibles en su mayoría. Por tanto, los agentes enfrentan restricciones (presupuestarias) que determinan la satisfacción de sus necesidades en términos de las cantidades de los bienes que consumen. En éste sentido, el consumidor racional tiene la capacidad de optimizar sus recursos para alcanzar el mayor nivel de utilidad posible. El análisis se centra en la representación de las preferencias de consumo a partir de funciones de utilidad y la disponibilidad de recursos (restricción presupuestaria) para que el consumidor decida de manera óptima sobre los bienes que mayor utilidad le aporten.

El consumidor Post-Keynesiano: ¿Una Alternativa?

El enfoque de elección del consumidor post-keynesiano se sustenta en siete principios fundamentales: racionalidad procedimental, saciedad, separación, subordinación, crecimiento, dependencia y herencia. Los cuales se basan en los trabajos de Nicholas Georgescu-Roegen o

Herbert Simon de la escuela del comportamiento, entre otros, e indican que los consumidores tienen asignados de manera previa una parte de su renta a cada categoría de bienes (Lavoie, 2004). Los principios básicos son:

Racionalidad procedimental (Herbert Simon). El consumidor se rige por reglas o hábitos no compensadores. La gran mayoría de las decisiones de los consumidores son espontáneas y se basan en rutinas o procedimientos que no atiende a más de uno o dos criterios dado que cuenta con información y conocimientos limitados para tomar las decisiones de manera racional al escoger métodos procedimentales de elección. Este tipo de racionalidad no es la racionalidad optimizadora que presupone la teoría neoclásica ya que en ningún caso sigue un procedimiento de optimización riguroso.

Saciedad (Georgescu-Roegen). Más allá de un umbral finito, la necesidad queda satisfecha, y consumir más unidades no aporta más satisfacción, o alcanza un umbral de saturación.

Separación (Lancaster). El consumidor divide los bienes y necesidades en diversas categorías. De acuerdo a esto, los consumidores asignan diferentes presupuestos a las diferentes partidas del gasto (alimentación, vestido, vivienda, entre otros). Únicamente el incremento del coste global de la partida del gasto podría tener un impacto sobre la asignación atribuida a las otras grandes partidas.

Subordinación (Georgescu-Roegen). Las necesidades están jerarquizadas y subordinadas unas a otras. Este se asocia con la pirámide de necesidades de Abraham Maslow (fisiológico, material, de lujo, social y moral), donde la distribución del presupuesto se realiza según una secuencia jerárquica: en primer lugar se cubren las necesidades esenciales y después, las partidas de gastos

según un orden bien definido. Por tanto, la distribución del presupuesto no consiste en maximizar una utilidad entre bienes disponibles.

Crecimiento (Georgescu-Roegen, Pasinetti). El tiempo y el aumento de ingresos permiten pasar de una necesidad a otra de forma escalonada. Es decir, que los consumidores presentan cambios positivos en distintos tipos de necesidades.

Dependencia (J.K. Galbraith). Las necesidades están influidas por la publicidad, las modas, la cultura y el entorno social. Este principio hace referencia al reconocimiento que se hace el agente con respecto al grupo social al que pertenece, o entorno social y no simplemente a gustos autónomos objetivos.

Herencia (Georgescu-Roegen). Las elecciones de hoy están condicionadas por las elecciones de ayer. De esta manera, las preferencias actuales del consumidor dependen de su historia pasada de consumo y por tanto hace que las preferencias de los agentes sean altamente dependientes a su historia vital y no de maximizar una utilidad objetiva e inmutable.

La teoría Post-Keynesiana pretende unificar los principales aportes de las corrientes económicas heterodoxas señalando los principales elementos integradores entre estas líneas de pensamiento económico. De ésta manera, el análisis del consumidor contiene elementos que permiten enriquecer su comprensión en función de diversos aportes de las ciencias sociales con relación a su comportamiento (Escobar, 2010; 2009; Prieto & Acosta, 2007).

El Comportamiento de las Empresas *¿Price Setters o Price Takers?*

La empresa neoclásica bajo competencia perfecta: *Price Takers*

Las empresas y el mercado se encuentran bajo condiciones de competencia perfecta, lo que implica que las empresas son pequeñas y no dominan ni determinan la economía, y cuentan con una función de producción que determina su tecnología donde sus factores de producción pueden sustituirse dependiendo del costo de los mismos. En esta situación, las empresas operan en plena capacidad utilizando al máximo los factores productivos. Los precios, son fijados por el mercado y éste determina el equilibrio (Frank, 2005).

En el mercado competitivo, cada empresa supone que el precio de mercado es independiente de su propio nivel de producción. Por tanto, la empresa solo debe preocuparse de la cantidad que desea producir. Cualquiera sea la cantidad que produzca, ésta podrá ser vendida en su totalidad a un único precio: el precio del mercado (Varian, 2003). Por consiguiente, la demanda que enfrentan las empresas es perfectamente elástica. Con este planteamiento suele ser conveniente suponer que las decisiones de las empresas son tomadas para alcanzar de forma racional determinado objetivo, que suele ser la maximización de beneficio (Nicholson, 2007).

Los mercados perfectamente competitivos establecen las siguientes condiciones: ***Número de demandantes y oferentes*** (Toro, 2004): Cuando el número de compradores o vendedores es muy reducido, estos tienen la posibilidad de influir en el precio de mercado, por lo tanto es indispensable suponer que ninguno de los agentes tiene esta potestad, con el fin de que el precio sea un resultado de la interacción de los agentes en el mercado.

Existencia de productos estandarizados (Frank, 2005): Los productos que venden las empresas son sustitutos perfectos de los demás. En este caso, la empresa puede vender tanto o tan poco como desee a un precio de mercado constante y su ingreso total será proporcional a lo que produzca.

Las empresas tienen una conducta precio-aceptante (Varian, 2003): Los precios son determinados por el mercado (oferta y demanda), y lo único que deben decidir las empresas son las cantidades a producir.

Movilidad de factores de producción (Frank, 2005): Los factores productivos son perfectamente móviles y que todas las empresas son capaces de contratar los factores de producción.

Información perfecta (Frank, 2005): Se refiere que tanto empresas como consumidores tiene conocimiento pleno del funcionamiento del mercado.

No existen barreras de entrada (Toro, 2004): El exceso de rentabilidad en el mercado atrae a los agentes racionales. En este sentido, en un nivel de rentabilidad superior al normal, atraerá nuevas inversiones y emprendimientos, teniendo en consideración que no existe ninguna limitación legal o física para que estas nuevas empresas ingresen al mercado.

El modelo de competencia perfecta, indica que el objetivo principal de las empresas es la maximización de beneficios, a través de la elección de factores como sus productos (Nicholson, 2007). Es decir, la empresa intenta que la diferencia entre sus ingresos totales y sus costos totales sea lo más grande posible. En este sentido, es probable que los beneficios dominen casi todas las decisiones de las empresas. Por tal motivo, las empresas deben maximizar beneficio (o

minimizar los costos) para sobrevivir en el mercado y asegurar su estadía en el largo plazo (Pindyck, 1995).

Existen diferentes costos que parten del principio del marginalismo (Varian, 2003): **Costos medios:** Se refiere al costo por unidad en que se incurre al producir y se sustenta en el principio marginal decreciente. Se distinguen aquellos variables como fijos, donde estos últimos disminuyen en la medida que aumenta el volumen de producción.

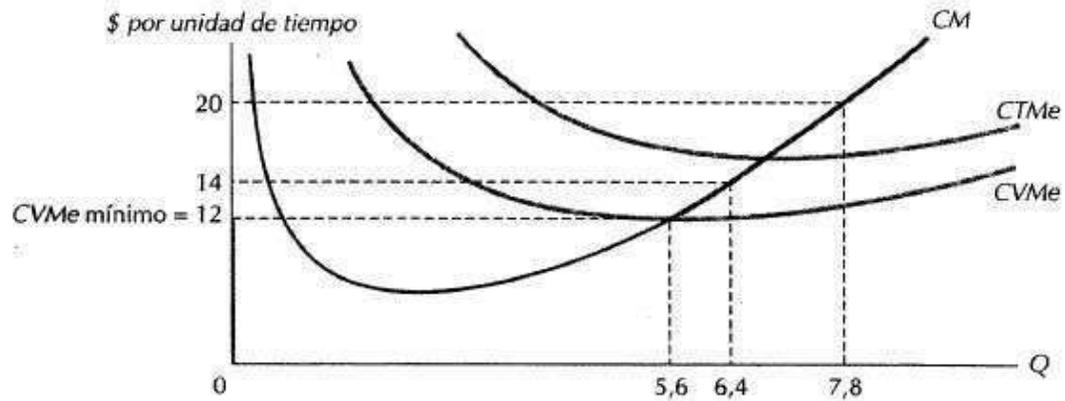
Costo marginal: Es creciente y se refiere a la variación que experimentan los costos cuando cambia la producción en una unidad adicional. En la medida que se incrementa la producción, el costo adicional de cada unidad adicional producida será mayor.

Se resalta que el precio que enfrenta la empresa perfectamente competitiva debe ser superior al valor mínimo del costo variable medio para no operar y no incurrir en pérdidas (Frank, 2005) y

en el largo plazo la empresa operará si el precio es igual al mínimo del costo total medio (Nicholson, 2007).

Grafico 1 - Curva de oferta a corto plazo de una empresa perfectamente competitiva

CURVA DE OFERTA A CORTO PLAZO DE UNA EMPRESA PERFECTAMENTE COMPETITIVA



Fuente: Frank (2005)

La Empresa Moderna Post-Keynesiana: *Price Setters*

Las empresas son conocidas como corporaciones, que dominan y determinan la evolución de la economía. Se considera que difícilmente existe alguna industria donde los precios no sean administrados por las empresas. Muchas industrias o sectores son hasta cierto punto imperfectos, o mercado monopolísticas. Se considera que la producción es un proceso fundamentalmente económico caracterizado por:

Factores de producción complementarios y no sustitutos: Contrario a lo que indica la corriente predominante respecto a la sustitución de factores de producción, los PostKeynesianos señalan que los factores de producción son más bien complementarios (García, 2005).

Rendimientos de los factores de producción en el tiempo son crecientes: El tiempo está asociado a rendimientos crecientes de productividad. En el corto y mediano plazo, aun cuando

no haya modificaciones en la tecnología usada en la empresa, el conocimiento y las habilidades que adquieren los trabajadores aumentan, y con esto también lo hace la productividad media de trabajo. Si a la complementariedad técnica de los factores de producción se agregan las mejoras de conocimiento y habilidades que vienen con el tiempo de operación de una empresa, el resultado son rendimientos crecientes (Sraffa, 1926; 1930).

El análisis de la producción parte de las características técnicas de la empresa: La empresa moderna realiza la producción en una o más unidades productivas o plantas. Hace referencia a aquella estructura física complementada por el equipo, fuerza de trabajo y personal administrativo necesario para generar un conjunto determinado de bienes y servicios.

La empresa se desenvuelve en una coyuntura de competencia imperfecta, donde las empresas son interdependientes entre sí, pues las decisiones de una tienen repercusiones en la otra. La planificación desempeña un papel sustancial y muchas decisiones se toman con miras a largo plazo como las decisiones sobre precios. En este marco, las empresas son fijadoras de precio, donde buscan el poder, la sobrevivencia en el mercado y su posterior crecimiento.

Según Robinson (1962, p. 38) “el mecanismo central de acumulación es el ardiente deseo de crecer y sobrevivir”. Esto, muestra la diferencia entre las empresas neoclásicas que solo buscan maximizar el beneficio en el corto plazo y sobrevivir en el largo plazo. En este enfoque, no existen des-economías de escala, no existen límites de tamaño óptimo para las empresas. Estas se encuentran constreñidas a lo que concierne la tasa de crecimiento y no al tamaño absoluto.

Se establece que la empresa en el mundo moderno se conoce como Megacorporación y tiene 4 características fundamentales: es una gran empresa, la administración se separa de la

propiedad de la misma, los costos marginales son aproximadamente constantes, y opera en algún mercado del tipo oligopólico (Eichner, 1976).

En éste sentido, la empresa moderna presenta los siguientes objetivos:

Acumulación de poder: Las empresas necesitan poder sobre el ambiente, ya sea económico, político o social. Poder es la habilidad que tiene un individuo o un grupo para alcanzar sus propósitos (Galbraith 1975, p. 108). Por ello, buscan alcanzar poder sobre sus materiales, sobre el cliente, el gobierno y la tecnología para ser puesto en uso. Las empresas sin importar su tamaño (mega corporaciones o pequeñas), pretenden tener el control de eventos futuros como lo son requerimientos financieros, la calificación de la mano de obra, los precios de la industria y la posibilidad de aumentar su participación en el mercado. Las empresas son vistas con la capacidad de ejercer un control sobre el medio ambiente a través del desarrollo del mercado, las cooperaciones entre firmas y las disuaciones de entrada (Davies y Lee, 1988, p. 21). En un mundo sin incertidumbre, la noción de poder se disuelve y pierde importancia. En un mundo de este tipo, las empresas siempre tendrán acceso a todo el capital financiero que ellos requieran proporcionarse por sus proyectos de inversión, se esperará que sean rentables. John Kenneth Galbraith, reconocido exponente de la importancia del poder en el campo de la economía. Ha argumentado que, el poder que las empresas intentan obtener no es limitada en el campo de los mercados: las empresas intentan escapar de las estructuras de mercado establecidas y actuar en aquellas estructuras mediante la presión de las autoridades públicas y la formación de normas sociales (Gallbraith, 1975).

Crecimiento: Las empresas para ser potentes, deben ser grandes; para ser grandes, las empresas deben crecer. Como primera aproximación, se debería decir que si las empresas intentan maximizar algo, también intentan maximizar la velocidad de su crecimiento. La irresistible necesidad de sobrevivir, requiere de la mayor tasa de crecimiento posible de la corporación tal como se mide en las ventas. Entonces, el propósito afirmativo primario de la tecno estructura es el crecimiento de las empresas (Gallbraith, 1972; 1975). En este sentido, las empresas buscan maximizar su tasa de crecimiento (medido por las ventas) para poder así sobrevivir y crecer (Robinson, 1962), además de conservar y aumentar su participación en el mercado (Kaldor, 1978; Galbraith, 1975; Eichner, 1987). La noción de crecimiento maximizador de las empresas proporciona algunos elementos de la teoría de precios; en un mundo incierto y de negocios, la conducta descrita puede ser solo una aproximación.

Para alcanzar los logros, las empresas establecerán objetivos sabiendo que esos objetivos no siempre serán alcanzados. Cuando las empresas establecen precios, las empresas utilizan como un indicador el beneficio. Es decir, que son las tasas de rendimiento objetivo.

Estructura administrativa: La gran corporación posee una estructura administrativa que le permite coordinar actividades que tienen lugar en ella con el fin de alcanzar metas en el corto, mediano y largo plazo.

Separación entre administradores y propietarios: Implica que la toma de decisiones reside en los administradores y no en los propietarios y que, después del reparto de utilidades, las ganancias son utilizadas para el logro de los objetivos de largo plazo de la corporación y no para necesidades de los dueños o accionistas.

Entorno económico de incertidumbre total: La gran corporación se desenvuelve en un entorno económico de incertidumbre total donde la competencia es un proceso complejo que no se reduce a la libre interacción de oferta y demanda, o de ajustes de precios y cantidades sino que tiene lugar a través de diferentes estructuras empresariales e industriales, estrategias tecnologías y organizacionales.

Competencia entre empresas: La empresa no compite solo por precios sino por formas de inversión, publicidad, investigación, desarrollo, adquisiciones y fusiones, modificando su estructura, la estructura de la industria y hasta la estructura de la demanda convirtiéndolo en un agente de cambio y dinámico de la industria. La corporación, por su gran tamaño e importancia en el mercado, fija los precios. Los niveles de producción y empleo están determinados por fluctuaciones de la demanda.

Además se reconoce que las empresas modernas pueden enfrentar restricciones de crecimiento. De esta manera, el rol de las ganancias no distribuidas reviste particular importancia, debido a que el sistema financiero, basa sus decisiones en información histórica acerca de estas ganancias realizadas. Las ganancias no distribuidas se constituyen como la principal fuente de financiamiento de la organización. En el largo plazo, la empresa maximizadora de ganancias puede comportarse de manera similar que la empresa PostKeynesiana, pero la diferencia fundamental son las decisiones y comportamientos de corto plazo.

De igual manera, la frontera financiera de la empresa tiene en cuenta las posibilidades de financiación de la empresa, tanto interna como externa. La inversión de las empresas puede

realizarse con recursos propios (auto inversión), o puede ser financiada mediante endeudamiento externo (préstamos bancarios, emisión de obligaciones y acciones), la cual formaliza la relación entre los fondos totales disponibles para financiar la expansión y las ganancias de la empresa (Sylos Labini, 1971). Las ganancias no distribuidas dependen de las ganancias realizadas, del capital propio invertido y del capital financiado externamente. Del mismo modo, con relación a la forma de las curvas de costo en el corto plazo se definen los siguientes hechos estilizados que se consideran como la teoría moderna de costos o microeconomía moderna Post-Keynesiana (Koutsoyiannis, 1975):

- a. Los costos promedio de corto plazo son decrecientes.
- b. Los costos variables promedio (o costos directos) son generalmente constantes (costo marginal).
- c. Las empresas producen en niveles de reserva de capacidad: las empresas no producen en niveles donde el costo marginal (y también el costo variable promedio) sea creciente, por tanto evitará encontrarse en aquella región. Por ello, prefieren operar en niveles de producción donde los costos marginales son constantes y donde los costos unitarios son decrecientes. Esto quiere decir, que operan por debajo de la capacidad plena, por ende, las empresas operan con reservas de capacidad (Eichner, 1976).
- d. La suma de las capacidades prácticas constituyen lo que se denomina como plena capacidad de una empresa.

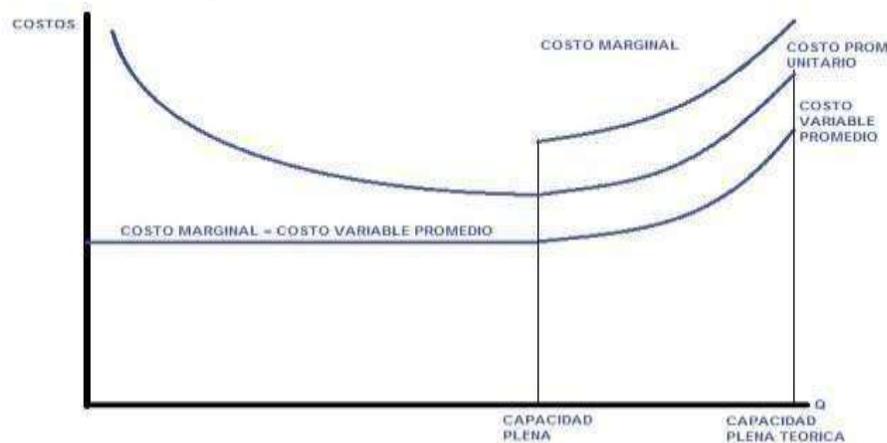
Con relación a la sustitución de factores de producción, se señala que las empresas generalmente operan bajo tecnologías del tipo Leontief. Por este motivo, en el corto plazo no se

considera la posibilidad de sustitución de factores (la cual puede ocurrir en el largo plazo) y se consideran coeficientes técnicos fijos a menos que la empresa opere por debajo de la capacidad práctica, los cuales son ratios estándares de combinaciones de factores (plantas, maquinas, ingenieros, entre otros).

En contraposición de la corriente predominante, se considera que las empresas operan por debajo de la capacidad plena de operación, o lo que se denomina que operan con exceso de capacidad. En éste sentido, se diferencia entre capacidad teórica (que indica la máxima producción posible sin mantenimientos, por ejemplo), capacidad práctica (indica el nivel máximo de producción si se considera mantenimientos, por ejemplo), y capacidad plena (indica la totalidad de las capacidades prácticas disponibles).

Por tanto, los costos marginales son constantes hasta el punto de capacidad plena anteriormente descrita. Si la producción se encuentra entre la capacidad práctica y la capacidad plena, se presentan costos marginales crecientes.

Gráfico2. Costo Marginal, Costo Promedio Unitario; Costo Variable Promedio



Fuente: El autor

En éste sentido el exceso de capacidad es la estructura tecnológica y productiva que tiene la empresa y, el uso o nivel de la capacidad productiva es el grado en que se utiliza dicha capacidad productiva. Esta puede presentarse por:

Competencia imperfecta y oportunidades en el mercado. Se puede presentar el exceso de capacidad en competencia imperfecta porque las empresas aprovechan la oportunidad de cualquier ajuste del mercado para incrementar la producción sin afectar los costos significativamente. Además, es una forma de defensa frente a nuevos competidores que pueden hacer perder participación en el mercado. (Robinson, 1969; Kaldor, 1985).

Estrategia defensiva frente a competidores. Es una forma de defensa frente a nuevos competidores ya que permite que aumente la capacidad de producción para ajustarla a los cambios de la demanda y no permitir que nuevos competidores aumenten la producción con el fin de no perder participación en el mercado (Sylos Labini, 1971).

Incertidumbre total del futuro sobre las ventas y la demanda del mercado. El futuro es incierto, por tanto, las empresas se mantienen en exceso de capacidad para no ser afectados por los cambios en la demanda y variar el exceso de capacidad en la medida que cambia la demanda (Steindl, 1952, Pasinetti, 1981).

La teoría Post-Keynesiana define la determinación de precios en base a costos (*cost-plus pricing*) y se distinguen, el precio *mark-up*, el precio *full-cost* y el precio *target-return* (Okun, 1981):

Precio Mark-Up. Asume un margen de ganancia bruto sobre los costos unitarios directos o sobre los costos variables promedio:

$$P = (1 + m) * CVP$$

Donde la participación de las ganancias es $m = (1 + \mu)$ el cual se conoce como grado de monopolio (a la Kalecki).

Precio Full-Cost. Asume un margen de ganancia neto sobre los costos unitarios ($CU = CVP + CFP$) o la suma de los costos directos y los costos overhead.

Donde los costos unitarios se basan en un $P = (1 + \mu) * CU$ nivel de producción estándar o normal. Por ello, se le denomina Normal Cost Pricing (Bhaduri, 1986)

Precio Target-Return. El cual puede ser considerado una especificación del precio full-cost, con la finalidad de que los márgenes adicionados produzcan el nivel deseado de tasa de ganancia de la inversión, asumiendo un volumen estándar de producción (o tasa de utilización de capacidad promedio de largo plazo) (Lanzilotti, 1958; Shipley, 1981).

$$P = (1 + rv) * CU$$

En este sentido, se afirma que los precios en el corto plazo se determinan sobre los costos y no por oferta y demanda del mercado. Este es un procedimiento prevalente en las empresas y

adecuado en un mundo con incertidumbre, además se encuentra de acuerdo con la información que los empresarios tienen en un ambiente complejo y desconocido.

Particular atención en esta línea de pensamiento se refiere a los determinantes de la tasa de ganancia, por tanto, establece que ésta se encuentra principalmente relacionada a las decisiones de inversión (Eichner, 1976; Kaldor, 1985, Lee, 1985), al grado de concentración de mercados o grado de monopolio *a la Kalecki* (Dutt, 1987), y a la concentración de poder en la economía y lucha de clases entre capitalistas y asalariados (Kalecki, 1971; Dutt, 1987).

A manera de conclusiones

En la teoría neoclásica se considera que los consumidores siempre eligen la mejor cesta de bienes que pueden adquirir, lo cual depende de las preferencias dadas por las curvas de indiferencias y la restricción presupuestaria presente. A diferencia del consumidor postkeynesiano, el cual su consumo no está dado por la maximización de la utilidad y una renta, sino que está dado por una serie principios que van desde una racionalidad procedimental hasta las relaciones de dependencia y herencia, sin dejar a un lado que el ingreso disponible es necesario pero no determinante. Se imprime particular énfasis en que los consumidores no cuentan con toda la información necesaria para poder tomar una decisión de compra que le reporte la utilidad esperada.

Las empresas en la realidad, según la teoría Post-Keynesiana, no todas son pequeñas, además tienen la capacidad de determina los precios, necesitan adquirir poder y tener un constante crecimiento para mantener e incrementar su participación en el mercado. Lo anterior

indica la constante presencia de mercados de competencia imperfecta donde las empresas son precio-oferentes a diferencia de ser precio-aceptantes.

Al mismo tiempo, las empresas operan con determinados niveles de exceso de capacidad. Todo esto, con el fin de ajustar los niveles de la producción a las fluctuaciones de la demanda y a las entradas y salidas de empresas del mercado para que ellas puedan mantener su participación del mercado, incrementarla y sobrevivir al largo plazo.

Referencias bibliográficas

- Acosta, J. G. (2016). Lo que el dinero no puede comprar: los límites morales al mercado. *Revista Internacional de Cooperación y Desarrollo* 3(2), 151-153.
- Anturi Santos, R. (2015). El análisis técnico y fundamental en un contexto de globalización: Bancolombia. *Aglala*, 6(1), 1-37. doi:10.22519/22157360.753
- Arango-Buelvas, L., & Pérez-Fuentes, D. (2014). El papel del Estado en el desarrollo de la agroindustria colombiana. *Panorama Económico*, 22, 129-140. Recuperado de <http://revistas.unicartagena.edu.co/index.php/panoramaeconomico/article/view/1365>
- Ayllon, B. (2014). La Gobernanza de la Cooperación y el rol de las Organizaciones de la Sociedad Civil en la Cooperación Sur-Sur. *Revista Internacional de Cooperación y Desarrollo* 1(2), 57-90. DOI: <http://dx.doi.org/10.21500/23825014.2243>
- Bentham, J. (1848). *Introduction to the principles of morals and legislation*. London: Hafner.
- Bhaduri, A. (1986). *Macro-Economics: The dynamics of commodity production*. Armonk: ME Sharpe.
- Blanco, I., Hernandez, D. (2016). Mediciones y revisiones alternativas del desarrollo. *Revista Internacional de Cooperación y Desarrollo* 3(1), 1-3. DOI: <http://dx.doi.org/10.21500/23825014.2549>
- Buelvas-Meza, C., & Mejía-Alfaro, G. (2014). El papel de la contabilidad de gestión en el sistema de información contable y su incidencia en la rentabilidad de las empresas. *Revista Panorama*

- Económico, 22, 91-108. Recuperado de <http://revistas.unicartagena.edu.co/index.php/panoramaeconomico/article/view/1370> Davidson, P. (1972). *Money and the real world*. London: Macmillan.
- Davies, J. E. & Lee, F. S. (1988). A post-Keynesian appraisal of the contestability criterion. *Journal of Post Keynesian Economics*, 11 (1), 3-24.
- Dutt, A. (1987). Competition, monopoly power and the uniform rate of profit. *Review of Radical Political Economy*, 19 (4), 55-72
- Eichner, A S. (1976). *The megacorp and oligopoly: micro-foundations of macro dynamics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Eichner, A. S. (1987). *The Macrodynamics of Advanced Market Economies*, Armonk: M.E. Sharpe
- Escobar, A. (2012). *Essays on Colombia's economic development*. Milano: Universita Cattolica del Sacro Cuore. Milano: Universita Cattolica del Sacro Cuore. Recuperado de: http://tesionline.unicatt.it/bitstream/10280/1491/2/01frontespizio_tesiphd_Escobar.pdf
- Escobar-Espinoza, A. (2010). Desarrollo económico y la escuela estructuralista. *Panorama Económico*, 18, 13-45. Recuperado en: <http://revistas.unicartagena.edu.co/index.php/panoramaeconomico/article/view/389>
- Escobar-Espinoza, A. (2009). El despertar de un tigre andino: ¿Puede el crecimiento reciente de Colombia crear suficiente empleo? *Panorama Económico*, 17, 154-191. Recuperado de: <http://revistas.unicartagena.edu.co/index.php/panoramaeconomico/article/view/371>
- Escobar, A. (2009). *The Awakening of an Andean Tiger: Can Colombia's recent growth create jobs?*. Working Paper 8, IDRC Globalization, Growth and Poverty Working Paper Series. Ottawa: International Development Research Centre. Recuperado de: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.558.2110&rep=rep1&type=pdf>
- Frank, R. H. (2005). *Microeconomía y conducta* (5ta ed.). Madrid: McGraw-Hill.

- Galbraith, J K., & Williams A D. (1972). Economics Peace and Laughter. The New American Library/signet.
- Gil-Osorio, I. (2012). El rol de las universidades públicas frente a la Responsabilidad Social Universitaria. *Panorama Económico*, 20, 235-250. Recuperado de <http://revistas.unicartagena.edu.co/index.php/panoramaeconomico/article/view/346>
- Kaldor, N. (1978). Further essays on economic theory. Holmes & Meier
- Kaldor, N. (1985), Economics without equilibrium. Armonk: ME Sharpe
- Kalecki, M (1971). Selected Essays in the Dynamics of the Capitalist Economy. Cambridge: Cambridge University Press
- Lanzilotti, R. F (1958). Pricing objectives in large companies, *American Economic Review*, 48(5): 921-940
- Lavoie, M. (1992). Foundation of Post-Keynesian economic analysis. Edward Elgar Publishing.
- Lavoie, M. (2004). La economía Post Keynesiana: un antídoto del pensamiento único. Traducción al castellano: Barceló
- Lavoie, M. (2005). ¿Las teorías heterodoxas tienen algo en común? Un punto de vista Postkeynesiano. *Lecturas económicas*, julio-diciembre, revisión técnica por: Alexander Tobón Arias, Universidad de Antioquia.
- Lee, F. (1985). Full cost prices, classical price theory, and long period method analysis: a critical evaluation. *Metroeconomica*, 37(2): 199-219.
- Mayorca-Capatáz, E., & Padilla-Castilla, A. (2014). Medioambiente, naturaleza y ecología: un problema racional. *Revista Panorama Económico*, 22, 141-150. Recuperado de <http://revistas.unicartagena.edu.co/index.php/panoramaeconomico/article/view/1366>
- Nicholson, W. (2007). Teoría microeconómica principios básicos y ampliaciones (Novena ed.). Cengage Learning Editores, S.A.

- Okun, A. M. (1981). *Prices and quantities*. Washington: The Brookings Institution.
- Padilla-Castilla, A., & Mayorca-Capataz, E. (2013). Un enfoque historiográfico de la dirección organizacional conlleva a una mejor comprensión del quehacer y gestión social de la empresa. *Revista Panorama Económico*, 21, 215-229. Recuperado de <http://revistas.unicartagena.edu.co/index.php/panoramaeconomico/article/view/821>
- Pasinetti, L. (1981). *Structural Change and Economic Growth*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Pindyck, R. (1995). *Microeconomía* (Tercera ed.). Prentice Hall.
- Pindyck, R. (2001). *Microeconomía* (Quinta ed.). Prentice Hall
- Puche-Villadiego, R. (2012). Modelo de Responsabilidad Social Empresarial para el mejoramiento de comunidades asentadas en un entorno empresarial: Caso mujeres cabeza de familia. *Panorama Económico*, 20, 131-146. Recuperado de <http://revistas.unicartagena.edu.co/index.php/panoramaeconomico/article/view/341>
- Robinson, J. (1956). *The accumulation of capital*. London: Macmillan.
- Robinson, J. (1962). *Essays in the theory of economic growth*, London: MacMillan
- Robinson, J. (1969). A further note. *Review of Economic Studies*, 36: 260-262.
- Steindl, J. (1952). *Maturity and Stagnation in American Capitalism*. Oxford: Basil Blackwell.
- Shipley, D. D. (1981). Pricing objectives in British Manufacturing Industries. *Journal of Industrial Economics*, 29 (4): 429-443.
- Sylos Labini, P. (1971). La theorie des prix en regime d'oligopole et la theorie du developpement. *Revue d'Economie Politique*, 81(2): 224-272
- Toro, G. D. (2004). *Notas de Clase Microeconomía I*. Ediciones Unitecnologica.
- Tinoco-Cantillo, U., Arango-Buelvas, L., & Benavides, O. (2012). Evolución, aproximación al concepto y teorías de Responsabilidad Social Empresarial. *Panorama Económico*, 20, 189-220.

Recuperado

de

<http://revistas.unicartagena.edu.co/index.php/panoramaeconomico/article/view/344>

Vargas, S. (2007). La nueva microeconomía dinámica. *Investigación económica*, 66 (262): 171-204.

UNAM.

Varian, H. R. (2003). *Microeconomía Intermedia* (Quinta ed.). Barcelona: Antoni Bosch.

Weintraub, S. (1958). *An approach to the theory of income distribution*. Philadelphia: Clifton