Bibliografía para Economía 2023

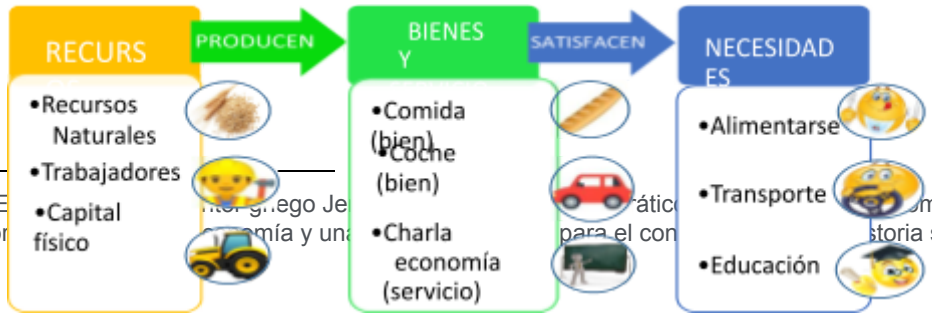
A lo largo de la historia, los hombres han reflexionado muchas veces sobre la economìa. Se han preguntado cuál es la mejor manera de producir, intercambiar y consumir. Como las sociedades cambian con el tiempo, también cambian las maneras de ver la economìa.

Importancia del estudio la Economía.
Actualmente la Economía es muy importante para cualquier persona, ya que todas las actividades que se realizan diariamente están relacionadas, directa o indirectamente con hechos económicos. Ejemplo, el satisfacer las necesidades básicas de comer, vestir, gastar, invertir y ahorrar.
Para comprender el concepto es necesario partir de su raíz etimológica, la cual se desprende del griego y quiere decir: oikos= casa, y nomos= administración, en latín significa "administración de la casa". El griego Jenofonte (430 al 355 a. C.) escribió su obra llamada [1]Oikonomikos, que viene a ser la primera contribución al estudio de la ciencia económica
La Economía como ciencia social analiza las conductas humanas, las decisiones que toman las personas en sociedad. Por eso, estamos hablando de una ciencia social.
¿Con qué recursos contamos para satisfacer las necesidades económicas que son ilimitadas? Si pudiéramos obtener bienes con solo desearlos, no existiría ningún problema económico, y la cantidad de bienes disponibles sería mucho mayor. Pero esto no es así, los recursos con que contamos no alcanzan para satisfacer todas nuestras necesidades.

LA ECONOMÍA es la ciencia que estudia el mejor modo de administrar unos recursos que son escasos para satisfacer la mayor cantidad posible de las necesidades de la sociedad.

Lamentablemente, **los recursos con los que cuenta cualquier familia son escasos para satisfacer todas sus necesidades**. Si vas al centro comercial, seguro que hay cientos de productos que deseas comprar. Te encantaría tener ese celular último modelo, o una gran cantidad de ropa de diferentes marcas. Seguro que tu familia estaría encantada de comprar una mejor TV o una nueva heladera. Si pudiéramos elegir, seguro que no nos importaría ir de vacaciones a muchos y lujosos destinos. **Pero los ingresos con los que contamos no es lo único que es escaso, también lo es el tiempo del que disponemos**. Ojalá tuviéramos muchísimo dinero y pudiéramos comprar lo que deseamos, el día sólo tiene 24 horas y muchas veces no podremos satisfacer dos necesidades a la vez.
Pero **en economía cuando hablamos de recursos nos referimos a todo aquello que nos permite producir bienes y servicios**. Si queremos producir pan, necesitaremos semillas para cultivar trigo y tierra donde hacerlo (todos estos son recursos naturales), también agricultores que lleven la producción (trabajadores) y tractores y herramientas (que llamamos capital físico). Finalmente obtendremos el pan, que será el bien que nos permitirá satisfacer la necesidad de alimentarnos.

LOS RECURSOS nos permiten producir bienes y servicios.
LOS BIENES Y SERVICIOS satisfacen necesidades. Los **bienes son tangibles,** como la comida o la ropa. **Los servicios son intangibles,** como una charla de economía.



[1] El E... griego Je... ático... mía doméstica y la agricultura. Es una de las pr... mía y una... para el con... storia social e intelectual de la Atenas clásica.

Todos estos recursos son escasos, ya que no hay cantidad suficiente para poder crear todos los bienes que deseamos y satisfacer las necesidades de todo el mundo…**hay necesidad de elegir**

Como nuestros recursos son escasos, también lo serán los productos que podamos crear a partir de ellos. Por lo tanto, tenemos que elegir qué bienes fabricar y qué necesidades vamos a satisfacer y cuáles dejaremos insatisfechas (por ejemplo, podemos usar la madera para hacer fuego, muebles o papel entre otros muchos usos). La sociedad administra estos recursos para producir los bienes y servicios que le permitan satisfacer el mayor número de necesidades posible.

En realidad, **si no hubiera escasez de recursos ni necesidad de elegir, la economía no existiría, ya que no habría nada que administrar**

En el año 2000, nadie en los colegios poseía un celular. Pero a partir de ese año, todo el mundo empezó a comprarse uno ¿por qué? ¿Es que de repente era necesario? En realidad "tener celular" no es una necesidad en sí misma. En ese momento el celular (que es un bien) empezó a cubrir mucho mejor una necesidad clave en el ser humano. La comunicación.

Y es que hace 20 años, cada vez que querías comunicarte con un amigo, tenías que llamar al teléfono fijo de sus padres y muchas veces pasar por la incómoda pregunta de ¿quién es ese o esa? Además, tus amigos no siempre estaban en casa y no todos tenían teléfono fijo, en ese caso, la comunicación era imposible. A veces arreglabas un encuentro con alguien y no aparecía. No saber qué pasaba te obligaba a largas esperas. A veces tu amigo estaba castigado, otras veces no le había dado tiempo a hacer los deberes y otras veces simplemente llegaba tarde. No te imaginas las discusiones que ha provocado la falta de comunicación. El celular era, claramente, un bien que permitía satisfacer una necesidad insatisfecha: la comunicación.

Acabamos de explicar que las sociedades utilizan una serie de recursos escasos para producir unos bienes económicos y satisfacer unas necesidades. ¿Y qué es exactamente una necesidad?

UNA NECESIDAD es la sensación de carencia de algo unido al deseo de satisfacerla

Anteriormente hemos dicho que **la economía se encarga de ayudar a tomar decisiones que permitan satisfacer un mayor número de necesidades**. Si las necesidades pudieran satisfacerse completamente (pudiéramos tener todo lo que quisiéramos) entonces no habría que tomar decisiones y no existiría la economía.

Estas son las características de las Necesidades

1. LAS NECESIDADES SON ILIMITADAS

El dicho "si más tienes más deseas" parece explicar perfectamente el comportamiento humano. El hombre una vez que satisface sus necesidades básicas siempre quiere aumentar su bienestar.

Siempre queremos un coche mejor, una casa más grande, más cantidad de ropa etc. Puedes pensar que los millonarios pueden satisfacer todas sus necesidades sin problemas, al fin y al cabo, les sobra el dinero

2. LAS NECESIDADES ECONÓMICAS SE SATISFACEN CON MEDIOS ESCASOS.

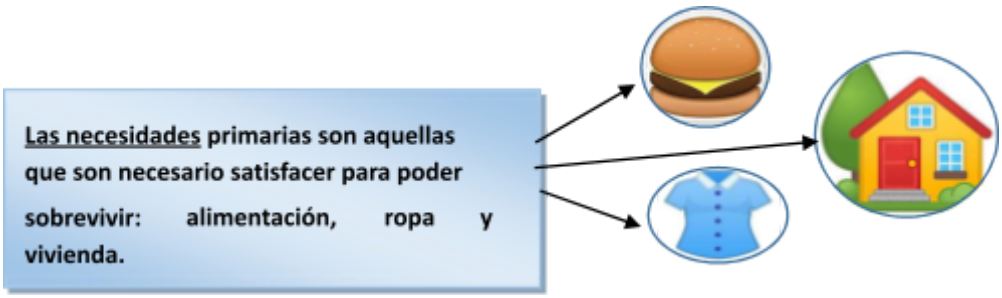
Muchas necesidades pueden ser cubiertas sin el uso de recursos escasos, como la necesidad de respirar. Esas necesidades no nos interesan a los economistas. Las necesidades económicas son aquellas que se satisfacen a través de bienes y servicios escasos (comida, ropa, coches, pc,etc) que han sido producidos con recursos escasos (recursos naturales, trabajadores y capital físico). **A los economistas solo les interesan las necesidades económicas, es decir aquellas que se satisfechas a través de medios escasos.**

3. LAS NECESIDADES SON INFLUIDAS POR FACTORES EXTERNOS.

En muchas ocasiones, **es la sociedad quien crea las necesidades**. Debe quedar claro que las necesidades no han sido siempre las mismas ni pueden ser satisfechas de la misma manera. **Las modas, la publicidad o el contexto** en el que vivimos determinan las necesidades que tenemos. *Por ejemplo, hace años estaba de **moda** que los hombres llevaran sombrero, pero esa necesidad ha ido desapareciendo con los años.El **contexto** también juega un papel muy importante, por ejemplo, en Ámsterdam hay cultura de ir en bicicleta a todos lados, mientras que otras ciudades como Lisboa con calzadas llenas de piedras y grandes cuestas hace casi imposible la circulación de estas. Mientras que la bici es una necesidad en la primera no lo es tanto en la segunda.*

4. LAS NECESIDADES NO SON FIJAS.

Además, las necesidades **no son algo fijo, sino que van variando** con el paso del tiempo. *Por ejemplo, internet ha pasado de ser un bien de lujo hace 20 años (solo unos pocos lo tenían) a ser un bien prácticamente de primera necesidad en cada casa. Algo parecido pasó con el teléfono móvil.*



Las necesidades secundarias son aquellas que me permiten aumentar mi bienestar al cubrirlas

Como hemos visto, los **recursos son escasos y por eso no podemos satisfacer todas nuestras necesidades.** Pero… ¿cuáles son los recursos con los que cuenta una sociedad y que le van a permitir producir bienes para así satisfacer sus necesidades?

LOS FACTORES PRODUCTIVOS (o de producción) son los recursos escasos que nos permiten producir bienes y servicios.

Aunque la diversidad de recursos es muy grande se suelen clasificar en cuatro grupos:

1. Los recursos naturales (tierra)

También conocido como el **factor tierra**, **son todos los recursos que salen de la naturaleza**. Es decir, la tierra que se cultiva o sobre la que construimos edificios, los minerales como el hierro y el cobre, o los recursos energéticos como el petróleo, que permiten desde calentar hogares y hacer que se muevan las máquinas y los coches.

LOS RECURSOS NATURALES son todos los recursos que salen de la naturaleza, Por lo tanto, no han sido producidos por el ser humano

Podemos distinguir dos tipos:

Renovables: Se pueden utilizar de manera reiterada en la producción siempre que se exploten de manera sostenible. *Por ejemplo, la energía eólica, los bosques o un banco de peces.*

No renovables: son aquellos que se agotan al emplearlos como el *carbón, el petróleo, los yacimientos minerales, etc*.

2. El trabajo y el capital humano.

Construir una página web no es tarea fácil para un principiante. Primero hay que buscar en internet información. Después saber qué plataforma usar, plantillas, entender las bases del código html y un largo etcétera, y luego llega el momento del diseño. Hasta el más mínimo detalle te puede llevar varias horas de solucionar debido a tus escasos conocimientos

Pero en esta vida, tener el número de teléfono de quien sabe es muy importante. Si llamas a un programador informático te puede solucionar el problema en 10 minutos. Y es que para conseguir producir cualquier bien se necesitan horas de trabajo. Pero la cantidad de horas no es lo único importante, casi siempre, lo más importante es la calidad. Cuando en un país hay personas que están muy cualificadas o tienen una experiencia que le permite producir más o mejor en menos tiempo, decimos que ese país posee capital humano. Si tú como

principiante te pones a diseñar una web podrás aportar trabajo, pero un programador aparte de trabajo (tiempo) aportará su experiencia y formación (calidad). Aportará capital humano.

Para producir cualquier bien es necesaria la existencia del ser humano. Con el paso de los años ha ido ganando en importancia el concepto de capital humano. **El capital humano es la cualificación de los individuos para producir bienes ya que la educación, formación profesional y la experiencia, incrementan el rendimiento en el trabajo**. No cabe duda que un agricultor con mucha experiencia y/o formación obtendrá más rendimiento de la tierra que un principiante.

Podemos decir que un trabajador aporta trabajo, mientras que si está muy cualificado aporta capital humano.

EL TRABAJO es el tiempo que el ser humano emplea para producir bienes y servicios. Cuando los trabajadores tienen formación y experiencia que les permite producir más y/o mejor el factor se convierte en **CAPITAL HUMANO**.

3.El capital físico.

Son bienes que se emplean para producir otros bienes. Nos referimos a las máquinas o herramientas necesarias para producir cualquier bien. **Una característica importante es que estos bienes no se destinan al consumo**, **es decir que no satisfacen necesidades de manera directa.** Por ejemplo, para cultivar cereales necesitaremos herramientas como arados o tractores; para fabricar un coche, acero o maquinaria; para pintar un cuadro, pinceles, pinturas, un caballete, etc. Pero todos estos bienes de capital (herramientas, máquinas etc.) no los compra ninguna familia para satisfacer sus necesidades ¿te imaginas comprando un tractor?

Que un país tenga una gran cantidad de capital físico es clave para poder producir muchos más bienes. Sin duda, la revolución industrial supuso un antes y un después en el desarrollo de las máquinas y en la mayor capacidad de producción.

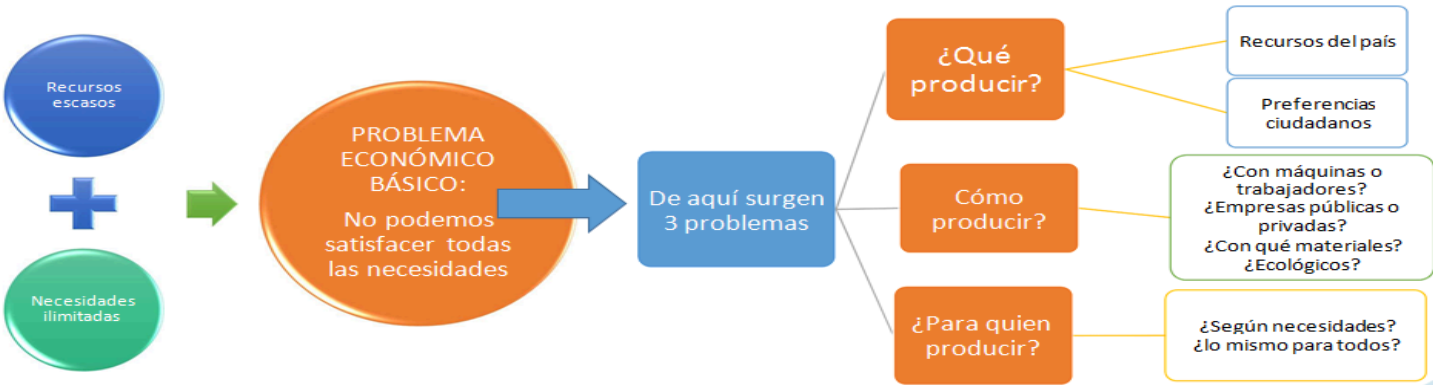
EL CAPITAL son aquellos bienes que sirven para producir otros bienes. Es un factor clave para el crecimiento de un país.

4. El empresario.

Para poder producir bienes no basta con disponer de recursos naturales, de trabajadores y de capital. **Se necesita a alguien que organice todos estos recursos para saber quién, cómo, cuándo y qué se debe hacer en cada momento**. *Imagina un equipo de fútbol sin entrenador, en el que nadie le dice a cada jugador donde debe jugar o cómo hacer las cosas. Sería un caos.* Esta labor recae sobre la figura del empresario, que debe intentar organizar de la mejor manera posible el resto de factores productivos.

EL EMPRESARIO es el encargado de organizar, dirigir y controlar el resto de factores productivos

EL SISTEMA ECONÓMICO de una sociedad es el conjunto de principios y normas con los que se organiza una sociedad y trata de resolver los 3 problemas económicos básicos. Es decir, la manera en la que responde a las 3 preguntas. Qué Producir, Cómo Producir y Para quién Producir?



LOS AGENTES ECONÓMICOS se encargan de decidir qué bienes producir, cómo producirlos y para quién hacerlo. Son las familias, las empresas y el Sector Público

Las Familias

Las familias cumplen dos funciones básicas en la sociedad: 1. Consumen bienes y servicios. 2. Son los poseedores de los factores productivos (trabajo, tierra y capital) que se los prestan a las empresas para que puedan llevar a cabo la producción.

A LAS FAMILIAS se les denomina también unidades básicas de consumo, porque su función principal es la de consumir, es decir, elegir los bienes y servicios con el objetivo de satisfacer la mejor manera posible sus necesidades, que son ilimitadas.

Las Empresas

Las empresas también cumplen dos funciones básicas en la sociedad: Por un lado, se encargan de producir bienes y servicios que todos deseamos, y por otro, les pagan unas rentas a las familias a cambio de sus factores productivos.

LAS EMPRESAS son agentes económicos cuya función más importante es **producir bienes y servicios** para que puedan ser consumidos por el resto de agentes económicos. Por esto a la empresa se la llama **unidad básica de producción.**

El Sector Público

Las familias y las empresas toman sus decisiones para conseguir sus propios objetivos, pero esto no siempre tiene que ser bueno para la sociedad. Por ejemplo, las empresas pueden contaminar el aire o ríos buscando sólo beneficios o pueden abusar de los trabajadores. Este es uno de los motivos por los que existe el Sector Público

El sector público es el conjunto de **organismos que toman decisiones colectivas en un país y regula la actividad económica. Normalmente busca aumentar el bienestar de la sociedad.**

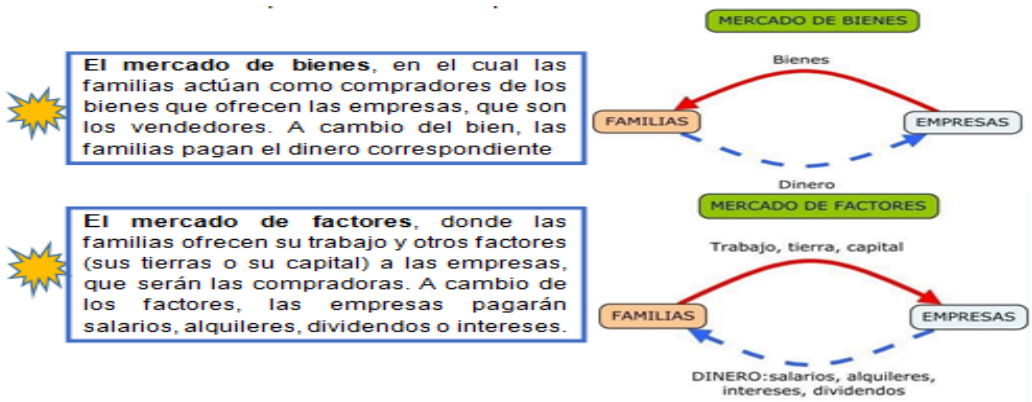
AGENTE ECONÓMICO	FUNCIÓN BÁSICA	OBJETIVOS
FAMILIA	Consumen bienes y servicios Prestan los factores productivos a las empresas	Satisfacer el mayor número de necesidades según sus ingresos y sus preferencias (principio de racionalidad de las familias)
EMPRESA	Producen bienes y servicios Pagan a las familias a cambio de los factores productivos	Conseguir el mayor beneficio posible vendiendo más productos o haciéndolo a mayor precio (Principio racionalidad de las empresas)
SECTOR PÚBLICO	Regulan toda la actividad económica	Aumentar el bienestar de los ciudadanos buscando más eficiencia, equidad y estabilidad.

EL FLUJO CIRCULAR DE LA RENTA es un modelo en que se muestran las relaciones entre los diferentes agentes económicos: Familias, empresas y Sector público.

¿Y por qué el flujo es circular?

Es circular porque la renta circula de unos agentes a otros. El dinero que las empresas obtienen de las familias cuando les venden bienes, lo utilizan para pagar los salarios, alquileres y dividendos para seguir produciendo. Ese dinero con el que las empresas pagan a los factores productivos va hacia las familias, que son los dueños de los factores. Las familias, de nuevo, utilizan este dinero para comprar bienes a las empresas que de nuevo lo usarán para pagar los factores productivos de las familias. **El dinero se mueve sin parar de manera circular.**

Los agentes económicos se relacionan en los mercados. Pero para entender estas relaciones tenemos que diferenciar dos tipos de mercados



La intervención del sector público en el flujo circular de la renta

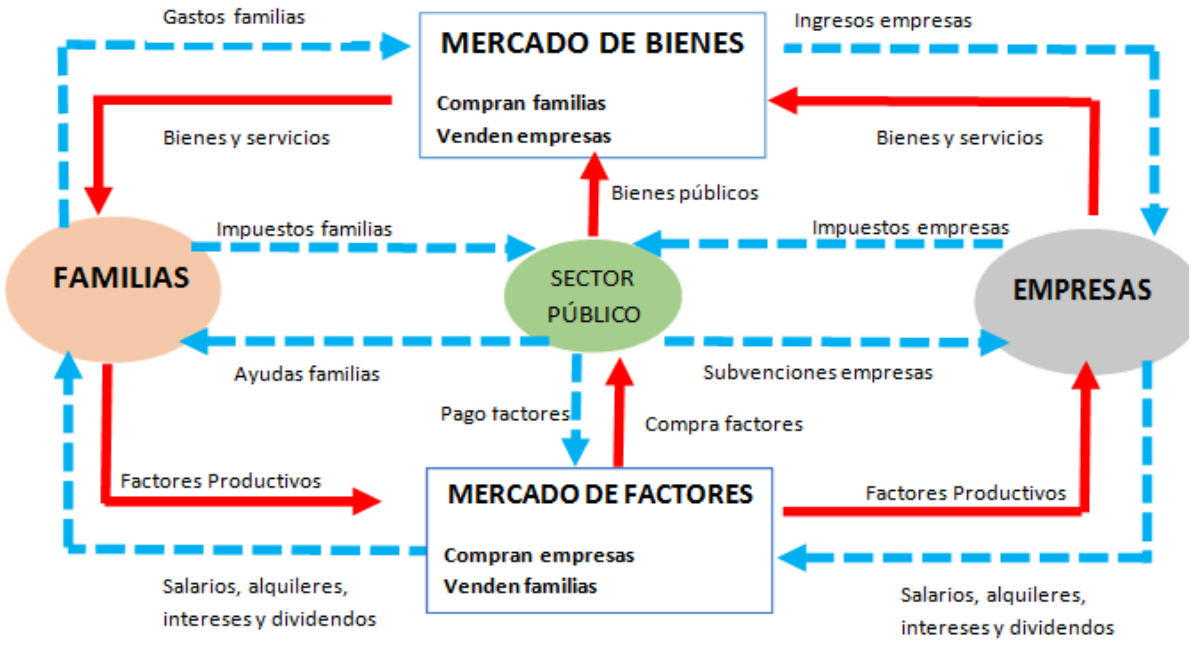
Si introducimos el sector público en el análisis del flujo circular de la renta observamos que

actúa en él de tres formas:

En primer lugar, el sector público actúa como empresa, ya que contrata factores de producción a las familias (por ejemplo, contrata trabajadores como policías, médicos o profesores) a cambio de los cuales les da unos salarios. Con estos factores, el sector Público, produce bienes y servicios (educación, sanidad etc.) Por lo tanto, no solo las empresas producen bienes, sino que también lo hace el Estado. De la misma manera, las familias podrán prestar sus factores productivos no sólo a las empresas sino también al Estado.

En segundo lugar, actúa también como familia, comprando bienes a las empresas, por ejemplo, los equipos de pc que usamos en clase, las mesas, las sillas etc. Por lo tanto, las empresas no sólo venden a las familias sino también al Estado.

En tercer lugar, desarrolla su función fiscal, ya que obtiene ingresos a través de los impuestos, para luego dar ayudas y subvenciones a familias y empresas.



EL MERCADO es un lugar físico o virtual en el que compradores y vendedores se intercambian un bien o servicios mediante un pago. Podemos hablar del mercado de la vivienda, el café, las verduras, la gasolina etc. porque en todos ellos se intercambia ese bien en concreto a cambio de un pago.

Mercado, en economía, es el ámbito donde se ponen en contacto la Oferta y la Demanda, es decir en donde se encuentran e interactúan los productores, que quieren vender, y las familias, que quieren comprar.

El Mercado es una institución que no fue inventada por nadie, surgió acompañando la evolución natural de la actividad comercial del hombre y, en cada época, ha adquirido la forma que el interés y la imaginación de las personas relacionadas con él le han dado en cada momento.

El Mercado puede tomar la forma de un lugar físico determinado, por ejemplo, el Mercado Central de Frutas y Verduras, o la Feria Artesanal de la Plaza Francia.

Puede tratarse de un conjunto de mecanismos u organizaciones que permiten a los que quieren vender vincularse con los que quieren comprar, por ejemplo, el mercado inmobiliario, ofrece sus productos a través de la publicidad en diarios u otros medios y los demandantes se comunican telefónica o personalmente.

Para entender como los precios varían en un mercado, los economistas utilizan el MODELO DE LA OFERTA Y LA DEMANDA

¿Qué es la demanda?

Demanda es un término que hace referencia a la actitud de los consumidores de concurrir al mercado para adquirir bienes.

Los factores que influyen en la demanda.

1- **EL Precio del bien en cuestión**

2- **El precio de otros bienes relacionados**. Podemos hablar de dos tipos de bienes que pueden influir en la demanda de otro producto, ya que tienen relación

   a- **Bienes sustitutivos**. Son aquellos bienes que me satisfacen la misma necesidad que el café. Por ejemplo, mucha gente puede decidir tomar té en lugar café. Es decir, **decimos que café y té son sustitutivos porque satisfacen la misma necesidad**

   b- **Bienes complementarios**. Son aquellos bienes que se consumen conjuntamente. Por ejemplo: los coches y la gasolina, el mate y la bombilla o la impresora y la tinta.

3- **La renta.** La cantidad de dinero que tenemos condiciona la cantidad de bienes que podemos comprar y, por tanto, la cantidad de producto que un consumidor demanda.

Sin embargo, no todo aumento de la renta implica un incremento de la cantidad demandada de todos los bienes, sino que dicho incremento dependerá del tipo del bien.

A) Bienes normales. En este tipo de bienes la **demanda aumenta cuando aumenta la renta** de los demandantes. La mayoría de los bienes y servicios entran en esta categoría, por ejemplo, la vivienda o los electrodomésticos. Si tengo más dinero, podré consumir más bienes, entre ellos el café.

B) Bienes inferiores. Son aquellos bienes que se d**emandan menos cuando aumenta la renta,** como los coches de segunda mano o los productos de marca blanca de los supermercados.

4- **Las preferencias del consumidor**. Los gustos, las preferencias y la moda influyen en los productos que los consumidores demandan.

5- **Las expectativas del precio y de la renta.** Si los consumidores consideran que el precio de un bien va a aumentar mucho esto también puede modificar la demanda hoy.

6- **Cambios en el número de consumidores.** Por último, el número total de consumidores de un país o sociedad en general es importante para la demanda. Si el país pasa de tener 40 millones a 47 es obvio que la demanda de café se incrementará a pesar de que los precios puedan ser los mismos.

. LOS CAMBIOS EN LA DEMANDA

La condición ceteris paribus

Aunque los precios de café sean más caros ahora que hace 15 años, en España toman más café ahora que en el año 2000. ¿Cómo puede ser que si el café es más caro se tome más café? ¿No va esto en contra de la ley de la demanda?

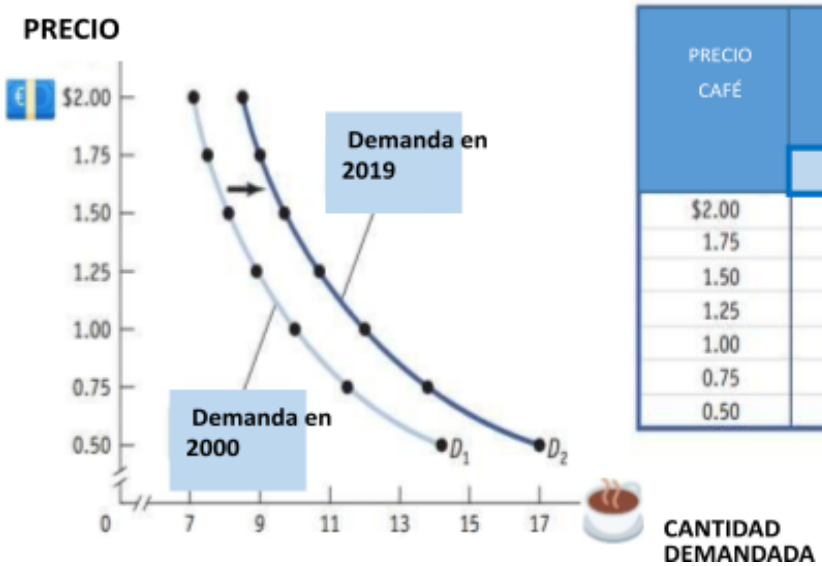
La clave aquí radica en que **la curva de demanda nos muestra la cantidad demandada de un producto a cada precio diferente**, pero teniendo en cuenta que el resto de factores que influyen en la demanda no varían. Estos factores hemos visto que son el precio de otros bienes, la renta, las expectativas, los gustos y la población total

Ceteris paribus significa "todo lo demás permanece igual". Es decir, mientras los factores diferentes al precio no varíen, la tabla y curva de demanda no cambiará

En economía ceteris paribus es una cláusula que condiciona a la demanda indicando que mientras los factores diferentes al precio no varíen, la tabla y curva de demanda no cambia (todo permanece igual mientras la relación sea solo precio y cantidad demandada).
Cuando se rompe la condición ceteris paribus, porque cambia uno de los factores diferentes al precio, se produce un cambio en la demanda, y por lo tanto tendremos una nueva curva y tabla de demanda.

Una de las cosas que cambiaron es que la población pasó de 40 a millones en el año 2000 a 47 millones en el 2019. Otra, que las preferencias por el café al surgir nuevas cafeterías más sofisticadas también aumentaron. Población y preferencias son dos factores que hemos visto que pueden aumentar la demanda de un producto.

Debido a estos cambios en factores diferentes al precio, **la cláusula ceteris paribus** **se rompe**. Ahora a un precio de $1, la gente pasa de querer comprar 10 millones a 12. Y a un precio de 1,25 pasan de querer comprar 8,9 a 10,7 millones. **Es decir, para cualquier precio, la gente ahora quiere comprar más café.**



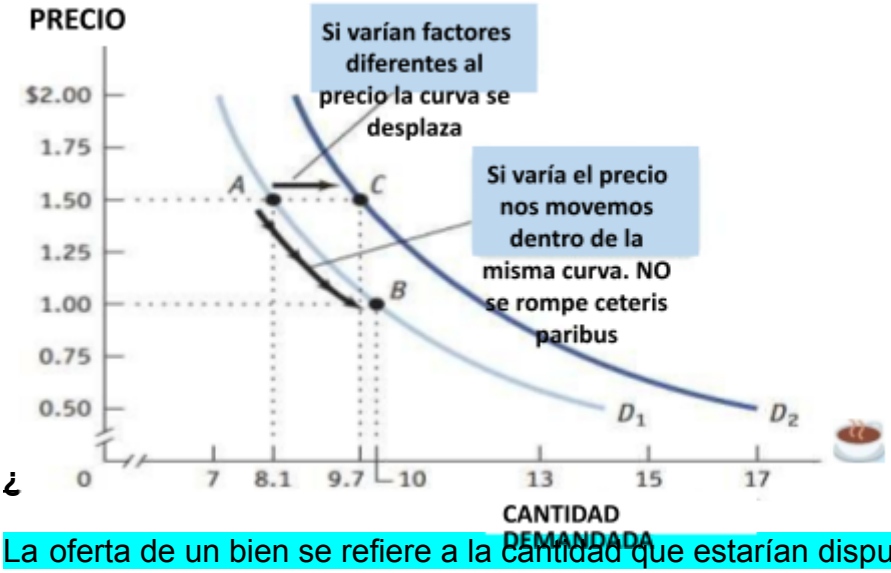
PRECIO CAFÉ	CANTIDAD DEMANDADA (millones de tazas)	
	2000	2019
$2.00	7.1	8.5
1.75	7.5	9.0
1.50	8.1	9.7
1.25	8.9	10.7
1.00	10.0	12.0
0.75	11.5	13.8
0.50	14.2	17.0

Movimientos y desplazamientos de la curva

Lo primero, tenemos que diferenciar lo que es un **CAMBIO** en la demanda (entendido como un **DESPLAZAMIENTO DE LA CURVA** como el que acabamos de ver) y un movimiento dentro de la curva.

Los MOVIMIENTOS DENTRO DE LA CURVA se provocan únicamente porque el precio del café varía. De manera que, si nos encontramos en el año 2000 y el precio baja de 1,50 , entonces la cantidad demandada sube de 8,1 millones a 10 millones (porque es más barato). **Pero nos seguimos encontrando en la misma curva de demanda D1.** Es decir, **NO ha habido ningún cambio en la demanda (es la misma tabla y curva)** ya que pasamos del punto A al B de la gráfica de abajo**. La curva de demanda es la misma, porque no se rompe la cláusula ceteris paribus** (todo lo demás sigue igual) pero al bajar el precio aumenta la cantidad demandada.

Los CAMBIOS (DESPLAZAMIENTOS) EN LA CURVA DE DEMANDA se provocan porque algún factor diferente al precio del café se modifica, **lo que rompe la condición ceteris paribus**. Esto provoca que la curva de **demanda se DESPLACE** y ahora la gente quiere comprar más café (o menos) para cada uno de los precios. **Por lo tanto, ahora tenemos una nueva tabla y curva de demanda D2**. En nuestro ejemplo, pasamos del punto A al C y **CAMBIAMOS (NOS DESPLAZAMOS) de la curva D1 a la curva D2. Ahora hay más gente dispuesta a tomar café a cada precio**



¿

La oferta de un bien se refiere a la cantidad que estarían dispuestas a vender a los consumidores, en un momento determinado y a un cierto precio, el conjunto de las empresas productoras de dicho bien.

Los factores que influyen en la oferta

1- **EL Precio del bien en cuestión**
2- **El precio de otros bienes sustitutivos en la producción.** Un bien es sustitutivo en la producción cuando el productor puede producir uno u otro bien con los factores productivos que tiene.
3- **Los precios de los factores productivos**. Si disminuyen por ejemplo los precios de las semillas de café, producir café será más barato (menos costos), eso hará que los agricultores puedan ganar más dinero, a pesar de que vendan lo mismo al mismo precio, y habrá más agricultores dispuestos a producir café

4- **La tecnología.** La tecnología también es muy importante para poder disminuir los costos. Si hay un gran avance que permita recoger los granos de café más rápido de la tierra (una máquina, por ejemplo) eso permitirá a las empresas disminuir sus costos y por lo tanto ganar más dinero.
5- **Las expectativas empresariales.** Al igual que los demandantes compran más si tienen expectativas de que van a ganar más dinero, lo mismo ocurre con las empresas. Si consideran que van a poder vender más productos o que van a poder ganar más dinero, aumentarán su oferta.
6- **Cambio en el número de productores.** Si por algún motivo aumenta el número de productores en un mercado lógicamente la cantidad ofertada para cada precio va a ser mayor.

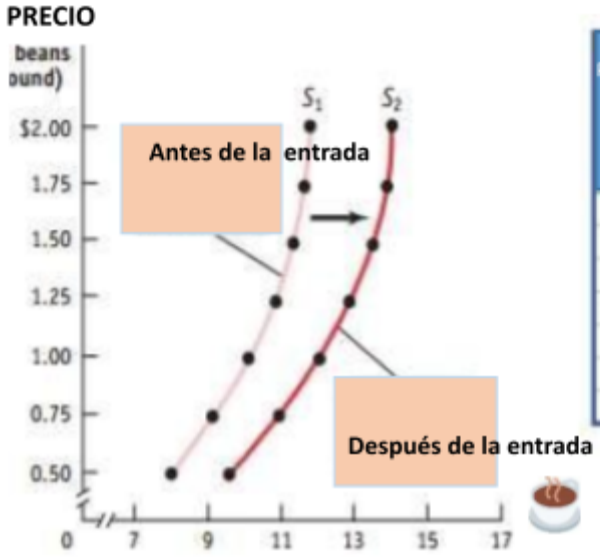
La condición ceteris paribus

Al igual que con la demanda debemos aplicar la cláusula ceteris paribus. Debe quedar claro que la curva de oferta nos muestra la cantidad ofertada de un producto a cada precio diferente, pero teniendo en cuenta que el resto de factores no varían (el precio de los sustitutivos en producción, el precio de los factores productivos, la tecnología, las expectativas y el número de productores).

La cláusula ceteris paribus significa "todo lo demás permanece igual". Mientras los factores diferentes al precio no varíen, la tabla y curva de oferta no cambiará

Hemos visto que, para un precio de $1 los agricultores desearían producir granos de café equivalentes a 10 millones de tazas. Esto es así porque otros agricultores prefieren cultivar papas o tomates, por ejemplo, es decir para ese precio de $1 los agricultores solo encuentran rentable producir 10 millones **¿Si el precio se mantiene en $1, siempre se producirán 10 millones? ¿Es esto inamovible?**

Es inamovible si se mantiene la condición ceteris paribus, es decir, los factores que influyen en la oferta (y demanda) permanecen igual. Pero si se rompe la condición y alguno de estos factores varía, también lo hará la tabla y la curva de oferta.
Imagina que de repente algunos ganaderos que tenían sus tierras para pastar vacas deciden que ahora van a dedicarlas a la agricultura y en concreto a producir café. Automáticamente tenemos más agricultores, es decir, más gente dispuesta a vender café (mayor oferta). **Esto supondría un aumento de productores que aumentan la oferta del café.** Ahora, como hay más productores al precio de $1 se desean producir 12 millones y al precio de 1,25 se desean producir 12,8 millones. **Es decir, para cualquier precio, las empresas desean ofrecer más café.**



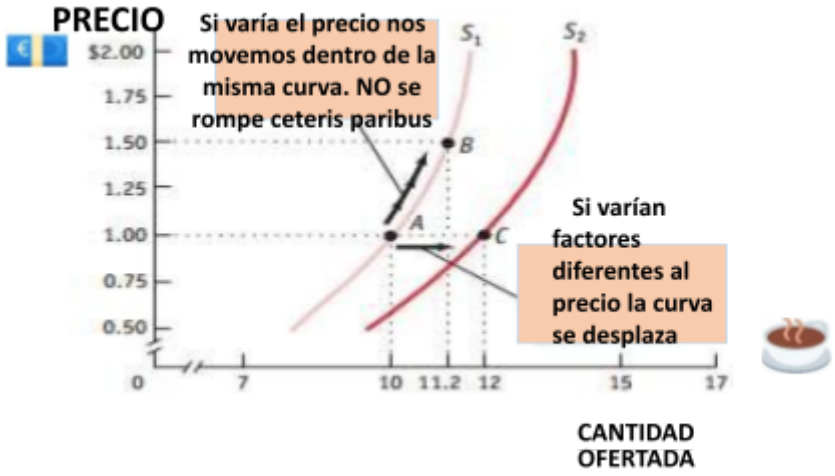
PRECIO CAFÉ	CANTIDAD OFERTADA (millones de tazas)	
	Antes	Después
$2.00	11.6	13.9
1.75	11.5	13.8
1.50	11.2	13.4
1.25	10.7	12.8
1.00	10.0	12.0
0.75	9.1	10.9
0.50	8.0	9.6

Movimientos y desplazamientos de la curva

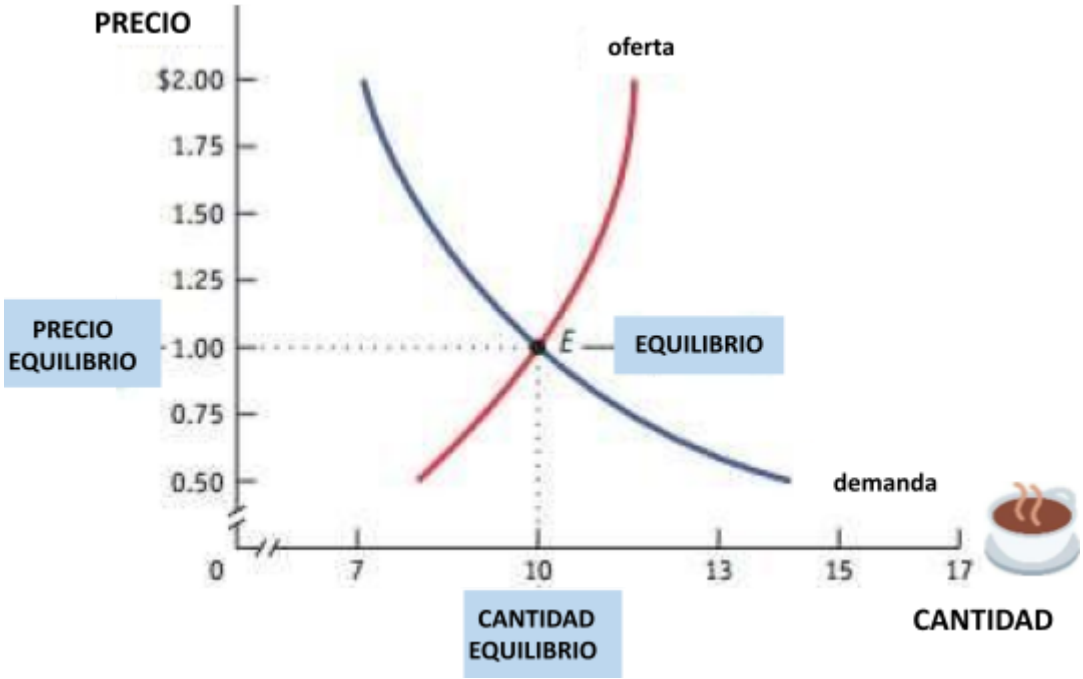
Lo primero, tenemos que diferenciar lo que es un **CAMBIO** en la oferta (entendido como un **DESPLAZAMIENTO DE LA CURVA** como el que acabamos de ver) y un movimiento dentro de la curva.

Los MOVIMIENTOS DENTRO DE LA CURVA se provocan únicamente porque el precio del café varía. De manera que antes de la entrada de nuevos agricultores, si el precio sube de 1 a 1,50, entonces la cantidad ofertada sube de 10 millones a 11,2 (porque ahora algunos agricultores ven que, si dejan de cultivar por ejemplo papas y se dedican a cultivar aún más café, ganarán más dinero). **Pero nos seguimos encontrando en la misma curva de oferta S1** (Los agricultores dispuestos a vender son los mismos)**.** Es decir, **NO ha habido ningún cambio en la oferta** (es la misma tabla y curva) ya que pasamos del punto A al B

Los CAMBIOS EN LA CURVA DE OFERTA se provocan porque algún factor diferente al precio del café se modifica, lo que hace que la curva de **OFERTA se DESPLACE** y ahora la gente quiere ofrecer más café (o menos) para cada uno de los precios y por tanto **tenemos una nueva tabla y curva de oferta S2**. Ahora pasamos del punto A al C y CAMBIAMOS de la curva S1 a la curva S2. (Ahora con la entrada de nuevos agricultores hay más gente para producir café a cada precio)



EN EL PUNTO DE EQUILIBRIO (E) los deseos de los oferentes coinciden con los demandantes. La cantidad que unos están dispuestos a producir (cantidad ofertada) a un determinado precio coincide con la que otros están dispuestos a consumir (cantidad demandada). Decimos que el mercado "se vacía", porque la intención de compra y venta (demanda y oferta) son iguales en el precio de equilibrio**.**
Está claro que los consumidores querrán comprar el café al precio más bajo posible y, los agricultores, venderlo lo más caro que puedan. Existe, sin embargo, un punto de equilibrio donde ambas partes se ponen de acuerdo para intercambiarse una cantidad determinada de bienes a un precio determinado y que convence a todos



CETERIS PARIBUS quiere decir que todo lo demás sigue igual. Es decir, mientras que no varíen ninguno de los demás factores distintos al precio que influyen en la demanda (precios de otros bienes, renta, gustos, expectativas o tamaño de la población) **o en la oferta** (precios de otros bienes, tecnología, precio de los factores productivos, expectativas empresariales y cantidad de oferentes) **el precio ($1) y cantidad de equilibrio (10 millones) serán los mismos**

LAS ESTRUCTURAS DEL MERCADO

En este tema veremos que hay distintos tipos de mercado que por lo tanto van a tener características distintas En los mercados competitivos, las empresas no tienen fuerza para influir en los precios del mercado. **Sin embargo, en algunos mercados, como el de la gasolina hay pocos vendedores, y pueden influir en el precio**. Por ejemplo, si Repsol decide aumentar el precio de la gasolina, no va a perder muchos clientes. En general, podemos decir que cuanto más mayor es el número de vendedores, más competitivo será el mercado. Sin embargo, esta no va a ser la única característica que diferencia un mercado de otro. Vamos a verlo.

Los elementos condicionantes de los mercados

1. **Número de empresas del mercado.** Vamos a diferenciar los mercados que tienen

muchos vendedores (competencia perfecta y competencia monopolística), los que tienen pocas empresas (oligopolio) y una sola empresa (monopolio). **Si un mercado tiene muchas empresas pequeñas** en la que ninguna domina el mercado, decimos que este mercado está **atomizado.**

2. **La diferenciación de los bienes producidos**. **Cuando los bienes producidos por las empresas son idénticos decimos que son homogéneos**. Por ejemplo, es complicado diferenciar los tomates de una frutería a los de otra.

Por el contrario, cuando es posible diferenciar los productos de una empresa con los de otro, decimos que los bienes son diferenciados. Por ejemplo, podemos diferenciar sin problema un coche Mercedes, un BMW, un Renault o un Fiat. E incluso dentro de cada marca hay varios modelos. El mercado de coches es por lo tanto un mercado de bienes diferenciados.

3. **Existencia de barreras de entrada al mercado.** En algunos mercados es muy difícil que nuevas empresas entren al mercado debido a que los nuevos competidores no tienen la tecnología necesaria (por ejemplo, es complicado entrar a competir con móviles tan desarrollados como Samsung Galaxy o Iphone). En otros, se necesitan licencias legales para entrar a competir (por ejemplo, en Argentina es necesario una licencia para tener un taxi).

Si por el contrario **las empresas pueden entrar a producir libremente en el mercado** (cualquiera puede por ejemplo abrir una panadería o una tienda de ropa), **diremos que hay libertad de entrada de empresas.**

4. **Existencia de información perfecta.** Decimos que **en un mercado hay información perfecta cuando conocemos exactamente todas las condiciones del mercado**. Es decir, conocemos todos los productos y precios que hay en el mercado en todo momento. Como veremos, esta característica es realmente difícil de cumplir.

Por lo tanto, en la mayoría de los casos, no conoceremos todos los productos y precios, por lo que habrá **información imperfecta**.

Teniendo en cuenta estas condiciones vamos a diferenciar 4 tipos de mercado: Competencia perfecta, monopolio. Oligopolio y competencia monopolística.

COMPETENCIA PERFECTA: Estructura de mercado en la que todas las empresas son precio-aceptantes y por lo tanto ninguna de ellas podrá influir en el precio. Como veremos, esto lleva a un uso EFICIENTE de los recursos.

Este es el mercado que hemos estudiado en el tema 4, dónde veíamos que llegábamos al equilibrio de mercado, **y la oferta y la demanda eran las que nos llevaban al precio de mercado que las empresas y consumidores tenían que aceptar**.

Para que se pueda llegar a esta situación se tienen que cumplir **4 supuestos:**

1. **Existen gran cantidad de oferentes y compradores.**

Muchas empresas compiten en el mercado y por lo tanto se enfrentan a un número importante de competidores directos. Esto pasa con muchos productos agrícolas como las papas, el trigo, el maíz o los tomates

2. Homogeneidad del producto

En competencia perfecta los productos son idénticos o presentan unas características muy similares. En nuestros ejemplos, no hay manera de diferenciar los tomates, el trigo, las papas o el maíz de un agricultor u otro. En este caso, *los productos son sustitutivos perfectos*, y ninguna empresa puede cobrar un precio superior al de otras sin perder ganancia (si los productos son exactos es imposible que alguien lo venda más caro porque se lo compraremos a otro).

3. Existen gran cantidad de oferentes y compradores.

Muchas empresas compiten en el mercado y por lo tanto se enfrentan a un número importante de competidores directos. Esto pasa con muchos productos agrícolas como las papas, el trigo, el maíz o los tomates. **Que haya muchas empresas implica que cada empresa vende una proporción muy pequeña de la producción total del mercado**.

4. Información perfecta.

Todos los participantes del mercado, compradores y vendedores, tienen pleno conocimiento del mercado, disponiendo de información suficiente sobre las características de precio y calidad de los productos.

LOS MERCADOS NO COMPETITIVOS son aquellos que NO cumplen todas las condiciones necesarias que vimos en competencia perfecta

La competencia imperfecta es mucho más habitual en el mundo en el que vivimos. **Debido a unos motivos que estudiaremos a continuación, la característica fundamental de los mercados de competencia imperfecta es que las empresas productoras tienen cierta capacidad para influir en el precio de mercado.**

¿Por qué las empresas ahora sí pueden variar el precio del mercado?

Su capacidad para decidir se debe a que ahora las empresas ya no venden una cantidad pequeña en el mercado como en competencia perfecta (recuerda los 10000 productores de tomates). Es decir, **ahora tenemos un número menor de empresas en el mercado por lo que cualquier variación en su oferta es importante**. Ahora como hay pocas empresas, estas pueden crear abundancia si deciden producir más o escasez si deciden producir menos y por tanto influir en precios (los precios suben con escasez y bajan con abundancia).

¿Y cuáles son los motivos que llevan a que haya menos empresas y que haya imperfección de los mercados?

De manera general podemos decir que hay dos factores que impiden que entren empresas en un mercado: **las barreras de entrada y las diferencias en costos.**

1. LAS BARRERAS DE ENTRADA

Uno de los motivos que limitan el número de empresas en un mercado suele ser las barreras de entrada de nuevos competidores. Obviamente. **Cuanto mayor sean las barreras, menos rivales tendrán las empresas y por tanto más podrán influir en el precio, ya que no habrá tanta competencia.**

Los principales motivos que limitan la entrada de competidores son: Restricciones legales, diferenciación de producto, costos elevados para entrar a competir.

a) **Restricciones legales**. En ocasiones son los propios gobiernos los que restringen la

entrada de competidores. Por ejemplo, para abrir una gasolinera hay que pasar por un proceso largo, cargado de autorizaciones, certificados, licencias y permisos. Esto hace sin duda que muchos se lo piensen antes de abrir este negocio.

b) **La diferenciación y la publicidad**. Las grandes empresas utilizan la publicidad para crear fidelidad de los clientes. Así, hay más marcas de refresco de cola en el mercado, pero la mayoría compramos coca cola (algunos pepsi) a pesar de ser más caro que las otras marcas. Cuando las empresas son capaces de hacernos fieles y que sigamos comprando su marca, sin duda que están ganando capacidad para influir en el precio y con ello creando mercados imperfectos.

c) **Los elevados costes para iniciar la empresa.** En algunos sectores como el de los trenes, las eléctricas o las telecomunicaciones, los costes para empezar a producir son muy elevados. Imagina la cantidad de dinero que se necesita para poner a funcionar todos los trenes, o para montar todas las redes de telecomunicaciones o el tendido eléctrico. Cuando los costes que tienen que afrontar las nuevas empresas son demasiado grandes, es normal que muchas se lo piensen dos veces antes de entrar en el mercado. Esto hace que haya unas pocas grandes empresas que por supuesto tendrán capacidad para influir en el precio

2. LAS DIFERENCIAS EN LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN.

En ocasiones hemos visto que cuando las empresas se hacían más grandes, podían especializarse y dividir mejor el trabajo, comprar más y mejores máquinas y los costos empezaban a ser decrecientes.

Cuando esto ocurre, es complicado competir con empresas grandes, ya que, al producir a gran escala, pueden ofrecer productos mucho más baratos. Es el caso de Zara, que al disponer de miles de tiendas por todo el mundo puede ofrecer productos de calidad mucho más baratos que tiendas más pequeñas

MONOPOLIO

•Una única empresa produce el total de lo que se vende en dicho mercado, es decir, posee una cuota de mercado del 100% y tiene una capacidad alta para influir en el precio.

OLIGOPOLIO

•Hay unas pocas empresas que se reparten todo el mercado y en dónde veremos como en ocasiones llegan a guerras de precios y en otras cooperan para obtener más beneficios

COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA

•Hay muchas empresas en el mercado que nos ofrecen productos diferentes. Como veremos, cuánto más diferentes consigan ser, más podrán influir en el precio y ganar más beneficios

Controles de Precios

Precios Máximos

Vamos a analizar dos situaciones en las que se limita la libertad del mercado y se interfiere con los mecanismos de determinación de precios: los PRECIOS MÁXIMOS y los PRECIOS MÍNIMOS.

El Precio Máximo es un precio por encima del cual no está permitido comercializar una mercadería. Razón por la que la autoridad de aplicación lo impone en forma obligatoria y establece penalidades para los que no respeten el precio fijado.

En Argentina se ha recurrido muchas veces a los precios máximos, sobre todo en períodos inflacionarios, aplicado a los bienes de primera necesidad. La finalidad de esta medida es proteger al consumidor del alza de precios. Sin embargo esto ha contribuido al desabastecimiento de los productos, generando un exceso de demanda y la creación del mercado negro. Si el precio máximo está por encima del punto de equilibrio no habría problemas, pero si está por debajo provocaría escasez y exceso de demanda.

Precios Mínimos

En este caso el gobierno fija un precio determinado para el producto, que suele ser superior al que prevalece en el mercado. En este caso para que la disposición sea efectiva la autoridad de aplicación debe comprometerse, además, a comprar toda la cantidad que sea necesaria para mantener o sostener este precio en el mercado, eliminando todo exceso de oferta.

Este tipo de medida se utiliza para proteger al productor, ya que le garantiza un precio mínimo y de esta manera evita que la renta de los agricultores se reduzca drásticamente.

Este instrumento de política económica se ha aplicado varias veces en nuestro país en el sector agrícola para garantizar un precio futuro al productor en el período de la siembra. Su objetivo es alentar a los pequeños agricultores que temen enfrentar un cambio pronunciado de precios en el momento de cosechar y vender. Cuando es tiempo de sembrar, el agricultor no sabe con certeza cuál va a ser el precio del cereal en el momento de cosechar y vender. Si en el transcurso de este lapso de tiempo el precio desciende por debajo de cierto nivel es posible que el agricultor no cubra sus costos y pierda parte de su capital. Esta pérdida puede ser afrontada por grandes empresarios, e incluso evitada, dado que cuentan con suficiente lugar (silos) donde almacenar los granos a la espera de que el precio vuelva a subir. Pero puede llevar a la ruina a un pequeño agricultor. Si el precio mínimo está por debajo del punto de equilibrio no habría problemas, pero si está por encima habría exceso de oferta e ineficiencia económica.