

AC 21 54

Hola, buenas noches, bienvenidos en este domingo 14 de noviembre, al tiempo del curso de acceso a la universidad para mayores de 25 años, el CAE. En este día, tres espacios ocuparán nuestro programa. Empezaremos con introducción a la economía.

La relación entre los agentes económicos, que es la oferta y que es la demanda, nos acompaña la profesora Esther Méndez. Continuaremos nuestro programa con nociones jurídicas básicas. ¿Cómo es el derecho? Continuando al programa anterior, ¿qué es el derecho?, veremos este apartado en nociones jurídicas básicas.

Por último, introducción a la administración y dirección de empresas, veremos cuestiones básicas de esta materia. Y ahora sí, comenzamos con introducción a la economía. Esta noche, en introducción a la economía, vamos a hablar del mercado, la oferta y la demanda.

Constituye el primer capítulo del bloque B, que trata sobre las relaciones entre los agentes económicos. Nos acompaña la profesora Esther Méndez. Buenas noches.

Hola, buenas noches. Bien, en el programa anterior estudiamos el concepto de la ciencia económica y cuáles eran las unidades económicas básicas. Recordemos cuáles eran y qué función cumple en la economía.

¿Podemos empezar hablando de qué manera se relacionan los agentes económicos en un país? Sí. Bueno, ya vimos en el programa anterior que las unidades económicas básicas son las familias, cuya función principal es consumir bienes y servicios, las empresas, cuya función principal es producir bienes y servicios, y el sector público, que cumple muchas otras funciones, además de la de producir bienes y servicios. Entonces, precisamente la actividad económica surge cuando estos agentes económicos se relacionan entre sí y el lugar, que no tiene por qué ser un lugar físico donde se relacionan, es lo que se conoce con el nombre de mercado.

El mercado es la institución básica donde las familias, las empresas, el sector público se relacionan, unos acuden a comprar bienes y servicios, otros acuden a comprar factores productivos y empiezan a generar, en ese momento, renta y la actividad económica. Son por tanto los demandantes y los oferentes las fuerzas motrices de los mercados, pero ¿cómo se determina la demanda y la oferta en los mercados? Empecemos, si te parece bien, por la demanda. ¿Cómo se define el concepto de demanda en economía? Efectivamente, el mercado, al final, está definido por tres elementos básicos, lo que es la demanda o los demandantes, que estarían formados por estas familias consumidoras que compran bienes y servicios, los oferentes, que estarían formados por las empresas que producen y ponen a la venta en el mercado los bienes y servicios y, después, el elemento precio, que sería el factor que posibilita que se intercambien los bienes y servicios por dinero o los factores productivos por la retribución de los factores productivos.

La demanda, por tanto, es uno de los elementos fundamentales del mercado y, en economía, la

demanda tiene una definición muy taxativa y se refiere al número de unidades de un bien o de un servicio que las economías domésticas desean adquirir a los distintos precios de éste. Es importante, por tanto, que el alumno comprenda, por un lado, que la demanda se refiere a los deseos de compra o a los deseos de consumir bienes y servicios para satisfacer una necesidad. No tiene por qué ser un consumo real o un consumo efectivo, sino que son los deseos y esos deseos de consumir bienes y servicios se establecen para cada uno de los precios que hay en el mercado.

Es decir, normalmente, pensemos que cuanto mayor es el precio de un bien, menor es la cantidad demandada que nosotros deseamos tener de ese bien o, al revés, cuanto más pequeño es el precio de un bien, mayor es la cantidad demandada que nosotros queremos tener de ese bien. Y a esta relación entre precio y cantidad es lo que, en economía, se conoce con el nombre de la ley de la demanda. En general, pensemos que la ley de la demanda funciona para casi todos los bienes.

No hace falta nada más que darnos una vuelta por nuestra realidad y ver cómo, efectivamente, la ley de la demanda funciona. Cuando llega la época de rebajas, es decir, cuando los grandes almacenes bajan el precio de los bienes que ofertan, aumenta mucho el número de compras que realizan los consumidores, es decir, que a menor precio mayor cantidad demandada. La rebaja es uno de los casos más claros que tenemos, en el que se ve claramente que la ley de la demanda funciona.

Pero ¿cuál es la justificación que se esconde detrás de este comportamiento? Es decir, ¿por qué cuando sube el precio baja la cantidad demandada y viceversa? Pues quizás podríamos, desde el punto de vista económico, encontrar una justificación puramente psicológica. Es decir, pensemos que el precio es como una especie de barrera que nos disuade a la hora de adquirir los bienes y los servicios. Si nos los dieran gratis, a lo mejor cogeríamos muchísimas unidades, pero en el momento en el que ya tenemos que dar algo a cambio de esos bienes, ahí hay algo que nos disuade de adquirir muchos bienes, porque hay que dar mucho más a cambio.

Así que el precio de un bien es una variable fundamental a la hora de desear más unidades o menos de un determinado bien o servicio. ¿Pero no tiene entonces nada que ver con nuestros gustos o con nuestro nivel de riqueza? Pues sí, efectivamente, la cantidad demandada o la demanda de un bien depende de muchos otros factores. El precio es una de las variables fundamentales.

Efectivamente, ya lo hemos visto cuando nosotros vamos a comprar, observamos que muchas veces miramos la etiqueta para ver qué es lo que vale y en función de qué es lo que ponga la etiqueta adquirimos un bien u otro o adquirimos un servicio u otro. Pero existen otros muchos factores u elementos que condicionan o que influyen en la demanda de los bienes. Por ejemplo, uno de los primeros factores es cuál sea nuestro nivel de renta o nuestro nivel de ingresos.

Generalmente, cuanto mayor es la renta de los consumidores, mayor es la cantidad

demandada de los bienes que consumen. Es decir, que la renta es un factor también que influye en la demanda de los bienes. Pero no sólo la renta, también cuáles sean nuestros gustos o nuestro esquema de preferencias.

Nosotros sólo compraremos aquellos bienes que nos gusten, que nos agraden, que realmente pensemos que satisfacen una necesidad con independencia de cuál sea el precio y de cuál sea nuestra renta. Si no nos gusta, no lo compraremos. Pero la variable gustos es una variable que es muy difícil de estudiar en economía porque fundamentalmente es una variable psicológica y en la formación del gusto intervienen muchos elementos que no tienen nada que ver con la economía, como interviene desde la propia genética, el entorno social o el entorno familiar en el que hemos crecido, etcétera.

Por ejemplo, a los españoles nos gusta mucho el aceite de oliva y ese gusto seguramente tiene algo que ver con el hecho de haber nacido en un país donde hay muchos olivos. Pero en cualquier caso, la variable gustos es una variable determinante, es una variable fundamental pero muy difícil de explicar y que también no es una variable muy estable en el sentido que el gusto o las preferencias se pueden modificar a veces por la publicidad o por la moda. Otro factor que afecta a la demanda de los bienes es el precio de los bienes relacionados.

Es decir, cuando nosotros vamos a consumir o a demandar un bien, no sólo tenemos en cuenta cuál es el precio del bien que estamos estudiando, del bien en cuestión, sino que también tenemos en cuenta cuál es el precio de otros bienes que tienen algo que ver con el bien que estamos estudiando. Por ejemplo, si nos remitimos al ejemplo del aceite y que estamos intentando estudiar qué relación existe entre el precio del aceite y la cantidad demandada del aceite, nos damos cuenta que existen bienes que tienen mucho que ver con el aceite. Por ejemplo, la mantequilla o la margarina o la ensalada, porque yo compro aceite para echar en la ensalada, o no sé, muchos otros bienes que se nos pueden ocurrir en este momento.

Y cada uno de estos bienes guarda un tipo de relación con el aceite. Por ejemplo, la mantequilla, la margarina y el aceite tienen una relación de sustitución. Es decir, son bienes que sin ser el mismo, porque no es lo mismo la mantequilla que la margarina que el aceite, tienen más o menos la misma utilidad.

Y en cualquier caso, por eso se dice que es una relación de sustitución, porque pueden sustituir en un momento dado a unos o a otros. Yo puedo hacer una salsa con aceite o con mantequilla. Todo va a depender de que lo que tenga en ese momento en casa va a depender de mis gustos, va a depender del precio de los dos bienes, etcétera.

De forma que cuando el consumidor va a comprar aceite, tiene también en cuenta el precio de la mantequilla o el precio de la margarina. Y generalmente esta relación funciona de esta forma. Ante un aumento del precio de la mantequilla, el consumidor, lógicamente, como existe esa relación inversa entre precio y cantidad, cuando sube el precio de la mantequilla, baja la cantidad demandada de margarina.

Y lo que hace es trasladar su consumo hacia los bienes sustitutivos, es decir, hacia aquellos bienes que le permiten la misma utilidad, que los puede utilizar para lo mismo. Entonces, lo lógico es que traslade su consumo de la mantequilla, que ahora está muy cara, hacia el aceite, que en términos relativos, comparativamente con la mantequilla, ahora está más barato. Y existe otro tipo de relación, que es la relación de complementariedad.

Es decir, cuando hemos dicho que la ensalada tiene algo que ver con el aceite, bueno, ¿qué es lo que tiene que ver? Pues que yo siempre que consumo ensalada le echo un chorrito de aceite. Existe una relación de complementariedad porque el consumo de uno de los bienes lleva consigo necesariamente el consumo del otro. Nunca me voy a tomar la ensalada sin aliñar, siempre la tomo con aceite.

Entonces, siempre que suba el precio de un bien complementario, en este caso de la ensalada, yo reduciré mi cantidad consumida de ensalada y, por lo tanto, reduciré también la cantidad consumida del bien que acompaña siempre a la ensalada del aceite. Esto quiere decir que, por ejemplo, si compras, hay una demanda grande de zapatillas, hay también más demanda de cordones, por ejemplo. Efectivamente.

Es decir, que todos aquellos bienes que se suelen consumir conjuntamente o en pares, como las zapatillas y los cordones, el café y el azúcar, la leche y el Nesquí, pues normalmente la relación entre el precio y la cantidad demandada de estos bienes complementarios tiene mucho que ver. Pero pensemos que esta relación de complementariedad no es perfecta. Es decir, que, por ejemplo, una relación perfecta puede ser el coche y la gasolina.

Siempre que tengo que utilizar el coche tengo que consumir gasolina y no puedo moverlo ni con agua ni con otro tipo de... No hay bien sustitutorio. Claro, exactamente. No existe ningún sustitutivo de la gasolina.

Entonces, en ese caso es perfecta la relación. Pero, sin embargo, entre tomarme una taza de café y azúcar, pues yo puedo echar azúcar, pero también puedo echar cualquier otro tipo de edulcorante o me lo puedo tomar sin azúcar. Y, además, tampoco es biunívoca.

Es decir, que el azúcar es un complementario de la taza de café, pero el hecho de consumir azúcar no implica necesariamente que consuma café. Puedo tomar azúcar en una tarta o en un batido, etcétera. Hemos hablado también de los gustos ya de los consumidores.

¿Hay otras variables? Como hemos hablado, también se ha dejado caer. Como, por ejemplo, la publicidad. Sí.

Vamos a ver. La publicidad, la moda, son otros elementos que, indudablemente, tienen mucho que ver con la cantidad demandada de los bienes. Generalmente, pues la publicidad lo que hace es crear en nosotros la necesidad hacia el consumo de un bien o orientar nuestros gustos o nuestras preferencias a la hora de repartir nuestro presupuesto.

Y también hay una variable que tiene mucho que ver con la cantidad demandada, que son las

expectativas. Las expectativas sería algo así como la idea que nosotros tenemos sobre qué es lo que va a ocurrir con el precio de los bienes en el futuro. De forma que, si yo pienso que en el futuro los bienes o el bien que yo quiero consumir va a subir mucho, lo lógico es que yo, en el presente, compre muchos de esos bienes.

Por ejemplo, tenemos un claro ejemplo en nuestra realidad y es que, cuando sale en la prensa que ha habido una mala cosecha de aceite y que este año el aceite va a subir mucho de precio, las amas de casa nos vamos al supermercado y, en vez de comprar dos litros de aceite, a lo mejor metemos en el carrito cinco o seis o siete. Y lo que hacemos es adelantar nuestro consumo ahora que el precio es bajo y que tenemos la expectativa, tenemos el pensamiento de que en el futuro el precio del aceite va a subir. Hemos visto una cara de la moneda, de lo que es el mercado, que es la demanda.

Podemos pasar a la otra cara, que es la oferta. ¿Cómo se define la oferta? Bueno, de la misma forma que hemos definido la demanda, la oferta se define como las cantidades de un bien o de un servicio que los vendedores están dispuestos a ofrecer a los distintos precios de éste. Y, nuevamente, como ocurre con la demanda.

Es decir, por un lado, la oferta no se refiere a lo que realmente o a lo que efectivamente se vende en el mercado, sino a los deseos que a cada uno de los precios están dispuestos a ofrecer en el mercado los oferentes. De forma que, cuando los precios son muy altos, es lógico que el oferente o el vendedor desee vender muchas unidades de sus bienes o de los servicios que ha puesto en el mercado. ¿Por qué? Porque él espera, con esa actitud, que va a obtener una ganancia mayor.

Cuanto más venda y cuanto más ingrese por esa venta, mejor. Y, al mismo tiempo, cuanto más bajo es el precio en el mercado, pues menos deseos tiene de ofrecer bienes y servicios en el mercado. ¿Por qué? Porque piensa que si el precio está muy bajo y le cuesta mucho producirlo, pues la ganancia va a ser muy pequeña e incluso puede llegar a tener pérdidas.

Ya esta relación entre el precio y cantidad ofrecida se conoce con el nombre de la ley de la oferta. Me imagino que, como en el caso de la demanda, el precio no es la única variable, pues también en la oferta habrá otras variables. Sí, como en el caso de la demanda, pues en la oferta existen muchos otros factores que influyen en la cantidad ofrecida de los bienes y los servicios.

Por ejemplo, uno de esos factores es el precio de los factores productivos. Recordemos que los factores productivos son aquellos elementos que utiliza la empresa, que utiliza el oferente, para producir los bienes y los servicios que pone a la venta en el mercado. Es decir, pues el trabajo es un factor productivo, las materias primas que utiliza, etc.

Cuanto más alto esté el precio de los factores productivos, es decir, cuanto más le cueste producir, menos será la cantidad de bienes y servicios que desea ofrecer en el mercado, porque le cuesta mucho producirlos. Y al revés, cuando baja el precio de los factores productivos, generalmente aumenta la oferta de bienes y servicios porque le sale más barato producir lo

mismo. Y otro elemento que influye también en la oferta de los bienes es la tecnología disponible.

La tecnología disponible se refiere a cuál es el estado de la técnica que permite utilizar unos medios de producción u otros, unas técnicas de producción u otras. Entonces, siempre que mejora la tecnología, aumenta la oferta de bienes y servicios, porque las mejoras tecnológicas lo que permiten es producir más cantidad generalmente con menos recursos o ahorrar recursos en la producción. Entonces, una mejora en los conocimientos técnicos y la tecnología aumenta la oferta de bienes y servicios.

Y también el precio de los bienes relacionados tiene mucho que ver con la oferta de los bienes y servicios, como en el caso de la demanda, es decir, cuando nosotros vamos a comprar un bien, pues miramos también cuál es el precio de los bienes sustitutivos, si está más barato o más caro, o miramos también cuál es el precio de los bienes complementarios. Pues en el caso de la oferta, los bienes relacionados se refieren a aquellos bienes que tienen algo que ver con el bien que estamos ofreciendo. Por ejemplo, si pensamos en un oferente que vende trigo y sube mucho el precio del trigo y baja, o mejor dicho, algo que tenga que ver con el trigo, puede ser otro tipo de cereal, imagínate la cebada.

Entonces, los oferentes de cebada se dan cuenta que el agricultor que se dedica al trigo está ganando mucho dinero, porque está ingresando, está ingresando mucho por el hecho de que el precio del trigo está muy caro, y eso puede hacer que él en la siguiente cosecha se replantee, pues en vez de producir cebada, voy a dejar un trocito de mi tierra para la cebada y ahora me voy a incorporar a producir trigo porque esto me va a dar mayores ganancias. De forma que la subida del precio de un bien relacionado lo que hace es que baja la cantidad demandada, en este caso de la cebada, del bien en cuestión, y la cantidad ofrecida y sube la cantidad ofrecida de la cebada. Y en el caso del bien relacionado puede hacer que el precio baje si hay otros que están más bajos, quiero decir, tú vas a ofrecer algo y si hay otras cosas parecidas que están más bajas, puede hacer que tú tengas que bajar.

Claro, efectivamente, es decir, el mercado de la oferta y la demanda, vamos, la oferta y la demanda en sí mismos se relacionan en el mercado, es algo muy dinámico y que continuamente pues está alterándose porque van cambiando las circunstancias y las condiciones que afectan a ese mercado. Entonces, lo lógico es que si tú estás ofreciendo un bien y observas que los bienes relacionados en el mercado tienen un precio más bajo y que los consumidores se decantan a ese precio más bajo, la única posibilidad que tiene el oferente de dar salida a esa producción, a esas existencias, es bajando también el precio. Bien, una vez que conocemos el comportamiento de los demandantes o consumidores y el de los oferentes o productores, es interesante ver cuál es el mecanismo que determina los acuerdos entre estas dos fuerzas.

Bien, antes al principio del programa hemos dicho que el precio es el elemento que permite que funcione el mercado o que permite que se realice el intercambio, es decir, pensemos que

en el mercado por un lado están aquellos que quieren comprar bienes y servicios y por otro lado están aquellos que ofrecen, que venden los bienes y los servicios. Entonces, cuando los demandantes se ponen de acuerdo con el oferente, se ponen de acuerdo a través o mediante lo que es el precio, es decir, siempre que yo compro un bien o un servicio, lo que estoy diciendo en el mercado es que yo acepto ese precio y si no lo aceptara no lo compraría, es decir, cuando yo voy al supermercado y compro uno o dos litros de aceite a 400 pesetas la botella, si estoy efectivamente demandándolo o comprándoles porque he negociado y creo que estoy de acuerdo con ese precio y si no estuviera de acuerdo seguramente no compraría aceite, compraría otro tipo de grasas. Entonces, el mercado lo que hace es que a un precio determinado se ponen de acuerdo los oferentes y los demandantes y esa se conoce con el nombre de situación de equilibrio, sería aquella situación en la que nadie quiere salir de esa situación porque todo el mundo ha llegado a un acuerdo.

Bien, con esto terminamos por hoy el programa. ¿Algo más que decir brevemente sobre este tema, sobre la oferta y la demanda del mercado? Bueno, quizás decirles a nuestros alumnos que esta es una unidad básica en la economía porque explica fundamentalmente cómo nos ponemos de acuerdo, cómo todos los días hay millones de acuerdos en la economía, en el mercado, exclusivamente con ese acto de ir a comprar. Cuando nosotros vamos a comprar le estamos diciendo al oferente que estamos de acuerdo o que no estamos de acuerdo y que el precio en realidad pues es lo que va a dar, es una especie de sistema de emisión de señales sobre cómo funciona el mercado.

Cuando el oferente se da cuenta de que en el stand del supermercado le sobran productos, lo tiene que interpretar como que los demandantes no lo quieren comprar seguramente porque el precio es caro y que cuando baja el precio los demandantes lo compran y al revés, si se da cuenta que en su stand de un determinado producto todos los días vende todo y le faltan asistencias, pues es que digamos que la señal que le está dando el mercado es que la gente está de acuerdo con ese precio y que además a ese precio están impuestos a demandar mucha cantidad. Desde luego es un acto económico que hacemos todos los días y muchas veces. Muchísimas gracias y hasta el próximo programa.