

AC 21 48

Hola, buenas noches, bienvenidos a este Tiempo de Radio, el programa que la UNED dedica a los alumnos del curso de Acceso Directo a la Universidad para Mayores de 25 Años, el CAAD. Esta noche, Introducción a la Economía. Los objetivos de esta asignatura son, en general, los de facilitar al estudioso la comprensión de la realidad económica en la que está inmerso, y en particular, la de proporcionarle una base de conocimientos lo suficientemente sólida como para poder proseguir, sin grandes dificultades, los estudios superiores que se han propuesto realizar.

En nuestro programa dedicado a la economía hablaremos del mercado, la oferta y la demanda. Comentaremos cuáles son las reglas de juego para conseguir poner de acuerdo la oferta y la demanda en el mercado. Y comenzamos ya con Introducción a la Economía.

El programa de esta noche lo titulamos el mercado, la oferta y la demanda, y constituye el primer capítulo que trata sobre las relaciones entre los agentes económicos. Nos acompaña la profesora Esther Mendez, buenas noches. Hola, buenas noches.

Bien, ¿de qué manera se relacionan los agentes económicos en un país? Bueno, la forma en la que los agentes económicos se relacionan depende mucho del sistema económico en el que están inmersos. En principio, por ejemplo, en una economía tradicional, pues normalmente suele ser la costumbre la que determina el qué, cómo y para quién producir, es decir, la que determina cómo se relacionan los agentes económicos. Pero para nuestros efectos y lo que les interesa a nuestros alumnos es ver cómo se relacionan en una economía como la nuestra, la española, cuyo sistema económico es lo que se entiende como economía de mercado.

Y es el mercado, la institución que determina la forma en la que los agentes económicos se relacionan, es decir, la que determina qué es lo que se va a producir, cómo y para quién se va a producir. Entonces, esta idea de mercado como institución social que todos más o menos tenemos en la cabeza lo que es un mercado, porque todos diariamente compramos bienes y servicios y acudimos a algún lugar a comprar bienes y servicios, en economía es algo más que el lugar donde se realizan los intercambios. El mercado no tiene por qué ser sólo un lugar físico, es decir, que puede ser cualquier forma de realizar una transacción.

Una llamada de teléfono, una conexión con internet, son otras formas actuales de realizar transacciones que no se realizan en un lugar determinado, en un lugar físico. Allí donde hay un intercambio de bienes o de servicios o de factores productivos es donde decimos que hay mercado, y el mercado entonces estaría formado por ese conjunto de intercambios que realizan los oferentes y los demandantes, y se pueden intercambiar muchas cosas, bienes, servicios o factores productivos. 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? Bueno, nuevamente como la idea de mercado, la demanda en economía es algo más que lo que nosotros entendemos en el lenguaje de la calle, en el lenguaje coloquial por demanda. La demanda se define como el número de unidades de un bien o de un servicio que las economías domésticas desean adquirir a los distintos precios de éste. Es decir, de esta definición hay que extraer dos ideas fundamentales del concepto de demanda.

La idea de que la demanda no refleja sólo lo que realmente compramos en el mercado, sino que refleja los deseos que tenemos nosotros de tener, de adquirir bienes y servicios para satisfacer nuestras necesidades. Y otra idea fundamental de la definición que hemos dado es que estos deseos tienen mucho que ver con el precio que tienen los bienes y los servicios. El precio es el elemento que va a determinar cuántas unidades quiero yo y deseo comprar de un bien o de un servicio.

Por ejemplo, imagínate que tú me preguntarás ahora que cuántos coches quiero tener. Pues lógicamente yo te diría, hombre, depende de su precio. Si los coches valen mil pesetas, pues yo querría tener por lo menos cinco o seis, uno de cada tipo, pues un deportivo, un todoterreno, un utilitario, una furgoneta, etc.

Ahora, si los coches valen cuatro millones de pesetas, pues yo a ese precio sólo quiero tener uno o ninguno. Es decir, que la idea de demanda es esa relación entre precio de un bien determinado y las cantidades que yo estoy dispuesto a demandar, a desear, a comprar de ese bien. Por lo tanto, el precio sería el obstáculo, sería como una barrera a nuestros deseos.

Exactamente. Es decir, el precio, por un lado, nos va a servir para justificar intuitivamente algo que en economía se conoce como la ley de la demanda. La ley de la demanda precisamente lo que refleja es esta relación inversa entre precio y cantidad demandada.

Normalmente, cuanto mayor es el precio de un bien, menos deseos tenemos de demandar ese bien. O al revés, cuanto menor es el precio de un bien, mayor número de unidades de ese bien queremos tener. Pensemos, por ejemplo, en las rebajas.

Cuando llegan las rebajas, pues todo el mundo se lanza a los mercados a comprar. O pensemos en un hecho tan sencillo como un día determinado que vamos al supermercado y queremos, pues vamos a comprar dos litros de leche, de la leche corriente que nosotros solemos consumir y está al precio normal que nosotros conocemos. Me llevo mis dos litros.

Pero imagínate que ese mismo día nos encontramos con que esa leche que nosotros compramos diariamente, pues está de oferta y entonces en vez de estar a 103 pesetas el litro, pues está a 80. Lo lógico y lo que suele hacer la gente es decir, hombre, pues hoy que está más barato, en vez de llevarme los dos litros, que era lo que yo quería llevarme, voy a aprovechar que está más barato y me voy a llevar cuatro o seis o diez. Es decir, que se observa como, aunque de una forma inconsciente y en nosotros no analizamos diariamente si se cumple o no se cumple la ley de la demanda, el comportamiento del consumidor es este.

Cuando el precio está más bajo tendemos a demandar más unidades. Y efectivamente, pues el precio justifica de alguna forma esta ley de la demanda. El precio es una barrera que disuade a la gente a la hora de comprar.

Pero no sólo el precio, sino que existe otro elemento que puede justificar este comportamiento y es lo que en economía entendemos por la existencia de sustitutivos. Un sustitutivo sería algo así como un bien que sirve o que tiene la misma utilidad que otro bien, sin ser el mismo. Por ejemplo, pensemos en la mantequilla y la margarina.

Lógicamente no son el mismo bien, cada uno proviene, tiene un origen distinto. La mantequilla es animal, la margarina es vegetal, etcétera. Pero nosotros la utilidad que le damos es más o menos la misma.

Pues la utilizamos para cocinar, lo utilizamos para untar en las tostadas, etcétera. Entonces, a la hora de comprar mantequilla, si nosotros vemos que el precio de la margarina es mucho más bajo que la mantequilla, pues seguramente trasladaremos nuestro consumo a la margarina, porque es el bien que es más barato y la mantequilla en relación a la margarina es más cara. 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.

Entonces, ¿no tiene nada que ver con nuestros gustos o nuestro nivel de riqueza? Claro que sí. Vamos a ver, una cosa es lo que nosotros entendemos por cantidad demandada. La cantidad demandada es el número de unidades que nosotros demandamos diariamente.

Y otra cosa es lo que entendemos por demanda. La demanda de un bien siempre es una relación de precios y cantidades. Es decir, que la demanda de un bien no sería lo que yo realmente compro, sino que sería cuando yo de alguna forma revelo mis deseos, mis preferencias y digo, mira, si los bienes están a estos precios, a este precio yo compraría tantas unidades, a este otro precio compraría más, a este otro precio compraría menos.

Eso sería la demanda. Pero en la formación de esos deseos de los individuos, de ese necesitar, de ese querer adquirir bienes y servicios, intervienen muchas otras variables, variables que son psicológicas, sociales, económicas, que de alguna forma interactúan entre sí, se mezclan entre sí y configuran una demanda determinada de un bien determinado. Además, la demanda es algo que es muy personal.

No todo el mundo tiene los mismos deseos ni las mismas necesidades de los mismos bienes y cada uno revela esa demanda de distinta forma. Podríamos hablar un poquito de estas variables. Sí, aunque son muchas las variables y incluso además cada uno tiene luego variables propias, en economía se estudian fundamentalmente cuatro variables.

La demanda de un bien depende, por un lado, del precio de ese mismo bien que lo hemos visto antes, pero depende también del precio de los bienes relacionados, depende de la renta, de los ingresos que tengan las personas y depende de cuáles sean nuestros gustos a la hora de

demandar un determinado bien. Podemos entonces analizar un poquito más despacio estas variables. Por ejemplo, la relación del precio con los bienes relacionados.

Bueno, vamos a ver. Lo que nosotros entendemos por bienes relacionados son todos aquellos bienes que nosotros tenemos en cuenta a la hora de demandar un bien determinado o un servicio. Por ejemplo, cuando yo voy a comprar mantequilla, lo hemos visto antes, yo no sólo tengo en cuenta el precio de la mantequilla, sino que también voy a tener en cuenta cuál es el precio de la margarina o de otros tipos de aceites o de grasas que sirven para cocinar.

Esos son los bienes relacionados. Bienes que, de alguna forma, yo tengo en cuenta a la hora de consumir otro bien o de otro servicio. Y la demanda de un bien pues también está en relación con cuál sea el precio de estos bienes relacionados.

Y va a depender, además, de cómo estén relacionados los bienes. Es decir, cuando los bienes están relacionados, como en el caso que hemos visto antes, como en el caso de la mantequilla y la margarina, hablamos de bienes sustitutivos. Bienes sustitutivos son aquellos bienes que tienen la misma utilidad, que sirven más o menos para el mismo uso.

Entonces, cuando el precio de un bien sustitutivo está muy bajo, eso lo que está haciendo es que está encareciendo el bien que yo estoy estudiando y, por lo tanto, mi demanda se desplazará hacia los bienes que son más baratos. Cuando yo vaya a comprar mantequilla, si observo que el precio de la margarina es más barato, demandaré margarina y dejaré de demandar mantequilla. Y existe otra relación, otro tipo de relación entre los bienes, que es la relación de complementariedad.

Los bienes complementarios son aquellos que necesariamente se consumen conjuntamente. Por ejemplo, cuando yo compro una camisa, normalmente consumo la camisa y los botones que llevan abrochado la camisa. O cuando me tomo un café, generalmente tomo también azúcar con el café.

O cuando pido un vaso de leche, hay algo que complementa esa leche o café o Cola K o cualquier otro tipo de sustancia. Es decir, esos son bienes complementarios, bienes que normalmente se consumen conjuntamente. Indudablemente, la complementariedad, pues hay distintos grados de complementariedad.

Hay bienes que son más complementarios o que tienen una complementariedad más perfecta que otra. Por ejemplo, bienes que son muy complementarios podrían ser el coche y la gasolina. Necesariamente, para yo poder consumir el coche tengo que consumir gasolina porque no se mueve con ninguna otra cosa.

Hay bienes que la complementariedad es menos perfecta, por ejemplo, el café y el azúcar. Hay gente que toma café con azúcar y otras personas que no. Bueno, pues en este caso, a la hora de demandar un bien determinado, por ejemplo, pensemos en el café, también tenemos en cuenta, de alguna forma, cuál es el precio de los bienes relacionados.

En este caso, de los bienes que son complementarios. Si sube mucho el precio, imagínate, de los cordones que utilizamos nosotros para atar las zapatillas, pues seguramente, siguiendo la ley de la demanda, se reducirá la cantidad demandada de cordones. A mayor precio, menor cantidad demandada.

Pero también se reducirá la cantidad demandada de zapatillas, del bien al que complementa. ¿Por qué razón? Pues porque la gente, las zapatillas, si no puede poner cordones para atarlas, no tienen utilidad, no les sirven para nada. Y entonces, mira a la hora de demandar un bien cuál es el precio de los bienes que va a acompañar en el consumo del mismo.

Otro de los factores importantes en la demanda es la renta o los ingresos. Exactamente. Es decir, en economía, cuando hablamos de la renta, nos referimos a cuál es el volumen de ingresos, la capacidad de pago que tienen los individuos.

Y lógicamente, a la hora de demandar un bien, pues depende también, pues en gran parte, y por qué no decirlo, de cuáles sean nuestros niveles de ingresos. Si nuestros niveles de ingresos son altos, seguramente tendremos unos deseos de demanda distintos a que se fueran bajos. Y demandaremos otro tipo de bienes y nuestra relación entre precio y cantidad será distinta.

En general, para los bienes normales, cuanto mayor es la renta de un individuo, mayor es la demanda de los bienes y de los servicios. Y por último, los gustos. Los gustos, ya hemos hablado antes, pero los gustos de los consumidores tienen mucho que ver con la demanda.

Claro, los gustos o las preferencias, como también se dice en economía, es una variable psicológica y en la que, digamos, el economista pues casi no puede entrar a analizar. Es decir, cada uno tiene los gustos que tiene hacia unos determinados bienes. Y lógicamente, pues si los gustos de una persona mejoran hacia un determinado bien, pues aumentará la demanda de ese bien.

Ahora bien, aunque nosotros decimos que los gustos es algo que no se puede cuantificar, también hemos de decir que los gustos sí que de alguna forma se pueden manipular, por ejemplo, a través de la publicidad. Pensemos en este juguetito famoso que han utilizado los niños hasta hace muy poco, como era el tamagotchi, la mascota virtual. Bueno, pues lógicamente la publicidad lo que ha hecho es que algo que antes los niños ni siquiera tenían en su esquema de preferencias, los niños pedían coches, pedían no sé qué, pero no pedían mascotas virtuales, la publicidad de alguna forma ha inducido a meter dentro del esquema de preferencias de los niños este juguete.

Y entonces eso ha hecho que aumentara la demanda de tamagotchis. Bien, hasta ahora hemos visto la demanda, pero ahora pasamos a estudiar la otra cara del mercado, la oferta. ¿Cómo se define la oferta? Bueno, efectivamente, como tú dices, digamos que la demanda no tiene sentido si no hay oferta.

La oferta, como en el caso de la demanda, se define como las cantidades de un bien o de un

servicio que los vendedores están dispuestos a ofrecer a los distintos precios. Es decir, que nuevamente nos encontramos en la definición de oferta como la definición de demanda, que necesariamente la oferta está formada por dos variables, por deseos de vender o de ofrecer bienes y servicios a los distintos precios. En principio, pensemos que los oferentes, cuanto mayor es el precio de un bien, mayor es la cantidad que ellos desean ofrecer en el mercado.

¿Por qué? Pues porque la expectativa que ellos tienen de tener un beneficio es mayor. Es decir, si son capaces de vender a mayor precio, entonces ganarán más, tendrán un mayor beneficio. ¿Esto sería la ley de la oferta? Eso es.

Esta relación positiva entre precio y cantidad ofrecida es lo que se conoce en economía como ley de la oferta. ¿Hay algo más que decir de la ley de la oferta? Bueno, pues que nuevamente, como en el caso de la demanda, en este caso para los oferentes el precio no es una barrera, no es un coste, no es algo que les disuade a la hora de ofrecer bienes y servicios, sino todo lo contrario. Es un estímulo, es un ingreso y de ahí la justificación de la relación positiva entre precio y cantidad.

Me imagino que como en el caso de la demanda, el precio no es la única variable que determina la oferta de los bienes o servicios. ¿Hay otras variables? Exactamente. Como en el caso de la demanda, a la hora de que un vendedor o un productor esté dispuesto a ofrecer un determinado bien o servicio en el mercado, pues indudablemente se tiene en cuenta el precio de ese bien.

Pero también se tienen en cuenta variables, por ejemplo, como la tecnología disponible, el precio de los factores productivos o los precios de otros bienes relacionados. ¿Cómo influye en la oferta la tecnología disponible, que sería la primera variable que vamos a analizar? Bueno, la tecnología disponible se refiere fundamentalmente, sería como el estado en un momento determinado de la técnica, de los conocimientos técnicos. Entonces, ¿qué es lo que le permite al oferente? ¿Para qué utiliza la tecnología? Fundamentalmente porque eso le permite producir más bienes y servicios sin que eso altere sus costes o sus precios.

De forma que cuando mejora la tecnología disponible, aumentará la oferta de bienes y servicios porque los oferentes tienen más medios para producir bienes y servicios sin alterar los precios. ¿Y los precios de los factores productivos? Sí, vamos a ver. Los factores productivos serían los elementos que utilizan los oferentes para producir y que en economía se dividen fundamentalmente en tres categorías.

Para producir, se utiliza lo que nosotros entendemos como el factor tierra, es decir, los recursos naturales, la tierra urbana, los minerales, la cantidad de agua, el sol, todos esos elementos que nos da la naturaleza. Pero también en los procesos productivos se utiliza otro factor productivo importantísimo que es el trabajo. El trabajo estaría formado por la aportación que realiza el hombre al proceso productivo y esa aportación puede ser física o puede ser intelectual.

Y el último elemento que se utiliza es lo que se conoce con el nombre de capital. Cuando

hablamos de capital nos referimos a bienes reales que son bienes que se utilizan para transformar otros bienes, otros servicios, por ejemplo. Una empresa de textil utilizará como bienes de capital las máquinas de coser o las máquinas de hilar la lana, es decir, todos estos elementos que no vienen de la naturaleza porque las máquinas no crecen, sino que las ha hecho el hombre y que se utilizan indirectamente.

Es decir, no se consumen máquinas de coser porque sí, sino que se consumen para producir otros bienes o servicios que en este caso serían vestidos o algo relacionado con el textil. Entonces, cuando los precios de los factores productivos están muy altos, si cuesta muy caro el trabajo o el agua, los recursos naturales o los bienes de capital, pues los oferentes de alguna forma producirán menos bienes y servicios, es decir, decidirán contratar menos trabajadores, decidirán tener menos bienes de capital en sus fábricas y decidirán consumir menos recursos naturales. Y al revés, si el precio de los factores productivos está barato, aumentará la oferta de bienes y servicios.

¿Y cómo influye en la oferta los precios de los otros bienes relacionados? Bueno, como en el caso de la demanda, a la hora de que un productor determine qué bienes y en qué cantidad va a ofrecerlos en el mercado, pues no sólo tendrá en cuenta también los bienes que se relacionan con el bien que está dispuesto a ofrecer. Por ejemplo, pensemos en un productor de trigo. El productor de trigo planta todos los años su cosecha, sus semillas de trigo, sabe que más o menos el trigo va a salir a un determinado precio y en función de esos precios que pueden salir en el mercado, pues ofrecerá mayor o menor cantidad.

Pero imagínate que él se da cuenta que su vecino no es productor de trigo, es productor de otro cereal, que más o menos las características para ese cereal, las características que tiene que tener la tierra y de lo que serían recursos naturales como la cantidad de horas de sol, de agua, etc. son las mismas. Imagínate que observa que el precio de ese otro cereal, como puede ser la cebada, pues consigue situarse más caro en el mercado y eso hace que su vecino gane más dinero, pues indudablemente él a la siguiente cosecha decidirá, bueno, pues en vez de dedicar todo mi parcela a producir trigo, voy a producir la mitad de trigo y la mitad de cebada.

Es decir, que a la hora de ofrecer bienes y servicios, tendrá en cuenta no sólo el precio del trigo, sino el precio de los otros cereales que él de alguna forma tiene también posibilidad de producir y que los tiene que tener en cuenta para decidir. 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. Sí, bueno, digamos que tradicionalmente, pues en economía siempre se ha estudiado que en el mercado las fuerzas de la oferta y la demanda se ponen de acuerdo y que existe como una especie de mano invisible que guía a los oferentes y a los demandantes a llegar a acuerdos.

En realidad, el mercado lo único que nos sirve a nosotros o que hace es determinar cuáles son las reglas del juego y estas reglas del juego, es decir, donde las reglas del juego lo que va a servir es que el demandante cuando vaya al mercado sepa cómo tiene de alguna forma que

decidir o cómo tiene que ponerse de acuerdo con el oferente. Estas reglas del juego las delimita o las determina el precio. Vamos a ver, nosotros diariamente o cotidianamente compramos bienes y servicios, pues vamos a supermercado y compramos lo hemos visto antes leche, los huevos que necesitamos, etc.

Cada vez que nosotros compramos un bien o un servicio, estamos llegando a un acuerdo con el oferente de ese servicio. Lo que pasa que los acuerdos ya no se hacen con una negociación previa. Esos millones de acuerdos que se realizan, esas millones de transacciones que se realizan a todas horas en todos los mercados y en todo el mundo es lo que constituye el funcionamiento del mercado.

Entonces, ¿qué es lo que ocurre? Que los oferentes van al mercado, depositan sus productos y fijan un precio. Los oferentes acuden al mercado y con sus acciones o con su forma de actuar le están diciendo al oferente si están de acuerdo o no están de acuerdo con ese precio. Es decir, si cuando se pone de oferta la leche a un precio más bajo, yo me llevo una gran cantidad de litros de leche, le estoy mandando una señal al oferente y le estoy diciendo, oye, me gusta el acuerdo y estoy dispuesto a comprarte a este precio tantas unidades.

Pero si este mismo oferente, en vez de poner la leche de oferta, al revés, decide subir mucho el precio y yo voy al mercado y digo, uy, cómo ha subido la leche que yo normalmente compro, pues voy a cambiar de marca y compro otra leche. Con esa actitud le estoy mandando una señal al oferente y le estoy diciendo, oye, ¿te has fijado que hace dos o tres días que ya no vendes las mismas unidades de leche que antes? Eso es porque los demandantes te están diciendo que no están de acuerdo con ese precio y que a ese precio no están dispuestos a comprar ninguna unidad de leche. Tienes que bajarlo.

Es decir, que la forma que tienen los oferentes de llegar al mercado y la forma que tienen los demandantes de comportarse en el mercado se determina a través del precio y el precio sería algo así como el mecanismo que envía señales a los oferentes y a los demandantes y que les está diciendo que están de acuerdo, que no están de acuerdo, que los precios están bien, que hay que subirlos, que hay que producir más unidades, que al revés hay escaseces o excedentes. Esto quiere decir que debe haber un precio de equilibrio. Exactamente.

Es decir, cuando la transacción se realiza, la transacción se realiza a lo que en economía conocemos con el nombre de precio de equilibrio. El precio de equilibrio sería algo así como el precio al que los oferentes y los demandantes se ponen de acuerdo. Por ejemplo, imagínate que yo voy a un supermercado y alguien me dice ¿podría usted revelarme cuáles son sus preferencias o su demanda a la hora de comprar aceite? Entonces yo diría, hombre, pues mira, cuando el aceite está a un litro, perdón, cuando el aceite está a 600 pesetas la botella, yo sólo me llevaría un litro.

Si está a 300, me llevaría tres litros y si está a 150, me llevaría 20 litros. Y entonces luego llega el oferente y dice ¿me podría usted decir qué cantidad de aceite estaría dispuesto a vender? Hombre, pues si el aceite está a 200 pesetas, pues estoy dispuesto a vender 30 unidades, pero

si el aceite está muy caro, es decir, si estuviera a 1000 pesetas la botella, pues estaría dispuesto a vender 6000 unidades. Entonces en algún momento habrá un precio en el que los demandantes están dispuestos a llevarse algo y los oferentes también están dispuestos a ofrecer algo.

Eso es lo que se conoce con el nombre del precio de equilibrio, el precio en el que realmente se realiza la transacción. Y los precios de alguna manera no suministran la información de lo que ocurre en el mercado. Exactamente, los precios funcionan realmente, se dice que sirven para asignar eficientemente los recursos y por qué razón, o los bienes en este caso, sirve para que la asignación en el mercado sea eficiente, porque nos dan señales continuamente de lo que está ocurriendo en el mercado.

El precio a los oferentes les sirve para que si ve que él lleva un producto a un precio determinado y en los stand de las tiendas se acumulan esos productos, lo que le está diciendo el mercado es que a ese precio nadie está dispuesto a comprar y entonces a usted le va a sobrar la producción. Debe de bajar el precio o al revés, si él lleva ese mismo producto a un precio muy bajo y se da cuenta que todos los días le llama el de la tienda, oye me tienes que traer más unidades de este bien porque es que lo he vendido en media hora. Lo que le está diciendo el mercado con exactitud es que ha puesto un precio muy barato, que a ese precio la demanda es muy grande y que o bien no produce más o bien sube el precio para asignar la demanda, es decir, para repartir la demanda.

Pues con esto debemos despedirnos esta noche en Introducción a la Economía. Hemos hablado del mercado, de la oferta y la demanda con la profesora Esther Méndez. Muchas gracias y muy buenas noches.

Gracias a ti Isabel y buenas noches. Y hasta aquí la programación de la UNED en el día de hoy. Mañana comenzaremos en esta misma emisora y en nuestra hora habitual.

Nuestro primer espacio será la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Continuaremos con Foro Político y Sociológico y después Revista de Filosofía. Nuestro último espacio, como es habitual, será el curso de acceso.

Les agradecemos su compañía. Que pasen una feliz noche.