Tema 1. El mercado y sus leyes básicas

Imagen 1. Galería de Office. CC.

Aquí estoy, decidido a sacar adelante mi negocio.

Pero esto no es un juego de niños, así que lo primero que debo hacer es estudiar un poco en qué consiste esto de las empresas y cómo se gestionan.

Sé que cuando mi carrito de la compra irrumpa en el mercado deberá ser para alimentar los deseos o necesidades de los usuarios, y habrá tenido que seguir un largo proceso: mi idea inicial, un análisis de la posibilidad de realizarla, un estudio de mercado para determinar su posible comercialización, y, si todo eso es viable, el diseño , la fabricación, la comercialización, la distribución y la venta.

Hasta ahí lo tengo claro, pero poco más. Por eso debo estudiar a fondo todos estos aspectos para que todo salga bien.

Empezaré por el mercado y sus leyes.

A partir del momento en que el hombre comienza a relacionarse surge la necesidad de intercambiar productos y servicios que satisfagan las necesidades de la sociedad. Esto es lo que provoca el desarrollo de la actividad productiva.

Imagen 2. Mediateca. Creative Commons.

Imagen 3. Isftic. Creative Commons.

Imagen 4. Galería de Office. C C

Al principio los bienes se intercambiaban entre si, **trueque**, hasta que surgió la existencia del **dinero**.

El dinero modificó la forma de intercambio, ya que un bien es canjeado por dinero, y éste, posteriormente, por otros bienes. Así aparece el concepto de mercado como una institución social en la que los bienes y servicios se intercambian libremente por algo de valor.

Importante

Un **mercado** es una institución social en la que los bienes y servicios, así como los factores productivos, se intercambian libremente entre compradores y vendedores.

Podemos encontrar distintos tipos de mercado:

De competencia perfecta: Un mercado es perfectamente competitivo cuando hay muchos vendedores pequeños en relación con el mercado, el producto es homogéneo, los compradores están bien informados y existe libre entrada y salida de empresas en él.

La característica fundamental de la competencia perfecta es que, debido a la gran diversidad de empresas participantes, ninguna tiene capacidad para incidir sobre los precios.

Competencia imperfecta: Es cuando las empresas oferentes influyen individualmente en el precio del producto, imponiendo los precios que rigen en el mercado.

Esta competencia es propia de mercados con un número reducido de vendedores, **oligopolio**, o controlados por un solo productor, **monopolio**, situación en la que la competencia es inexistente.

En cualquiera de estas situaciones los productores compartirán el mercado con un elevado número de compradores, pudiendo influir directamente en el precio de los productos, al margen de la demanda existente.

Reflexión

Si tu eres muy joven, quizás no lo recuerdes, pero en España y hasta hace muy pocos años ha habido grandes monopolios estatales: de telefonía, de tabacos, de transporte o de la electricidad.

Busca información de cuáles eran y de cuándo desaparecieron. ¿Crees que al desaparecer el monopolio se ha pasado a un mercado de competencia perfecta?

Si los planes de cada comprador y cada vendedor fuesen totalmente independientes se garantizaría que cada uno ellos dependiera de las propiedades objetivas del mercado y no de conjeturas sobre posibles comportamientos.

Con estas características tendríamos un mercado perfecto, en el sentido de que hay un número muy grande de compradores y vendedores.

En el mundo actual existe una gran competencia, lo que provoca un proceso continuo de análisis y renovación por parte de las empresas para no verse excluidas del mercado. Este proceso afecta a todo el proceso desde el análisis de mercado hasta la venta del producto.

Imagen 5. Wikimedia. CC

Imagen 6. Isftic. Creative Commons.

Imagen 7. Isftic. Creative Commons.

Curiosidad

En muchas ocasiones oímos hablar de "la guerra del pan".

Se trata de una situación de competencia desleal entre panaderos de una misma ciudad o incluso de una zona de una misma ciudad.

En este vínculo tienes un artículo en el que puedes enterarte de cuál es la situación.

Si no puedes acceder a él, puedes descargarlo en este archivo.

---

1. La empresa

Sigo pensando en mi empresa de carritos de la compra: mis amigos, yo, nuestros ahorros... ¿Y qué más?

Lo primero, tener claro qué es una empresa, cómo debe ser y qué necesito para crearla.

Importante

Imagen 8. Galería de Office. CC.

La **empresa** es una unidad económico-social, con fines de lucro, en la que el **capital**, el **trabajo** y los **medios materiales** se coordinan para producir bienes útiles o servicios socialmente útiles, de acuerdo con las exigencias del bien común.

ELEMENTOS NECESARIOS PARA FORMAR UNA EMPRESA

- **Recursos materiales:** Son los terrenos, maquinaria, herramienta,…de que dispone la empresa, para realizar las actividades de compra, almacenaje, transporte, comercialización y fabricación.
- **Recursos humanos:** Son las personas que trabajan en la empresa para alcanzar los objetivos programados por ésta.
- **Recursos financieros:** Son todos los medios económicos, desde créditos hasta aportaciones de socios, de que dispone la empresa para poder realizar las actividades previstas.

Imagen 9. Galería de Office. CC

Imagen 10. Galería de Office. CC

Imagen 11. Galería de Office. CC.

Reflexión

Haz una relación de los recursos que necesitarás si decides montarte una papelería de las que venden periódicos, revistas, chucherías, pequeños regalos...

CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

Las empresas se pueden clasificar atendiendo a diversos factores:

- la actividad que desarrollan
- su dimensión
- su forma jurídica
- la titularidad del capital

SEGÚN LA ACTIVIDAD DESARROLLADA

INDUSTRIALES

Se dedican a la producción de bienes mediante la transformación de la materia o la extracción de materias primas.

- **Extractivas**: Se dedican a la explotación de recursos naturales: pesqueras. madereras, mineras, petroleras...
- **Manufactureras**: Transforman la materia prima en productos terminados. Pueden ser:
  - **De consumo final**: Producen bienes que satisfacen de manera directa las necesidades del consumidor: alimentos, ropa, electrodomésticos...
  - **De producción**: Abastecen a las industrias de consumo final: químicas, máquinas herramientas...

COMERCIALES

Son intermediarias entre productor y consumidor.
Su función principal es la compra y la venta de productos terminados.

- **Mayoristas**: Venden a gran escala.
- **Minoristas (detallistas)**: Venden al menudeo
- **Conisionistas**: Son intermediarias que venden productos que no fabrican.

SERVICIOS

Son aquellas que brindan servicios a la comunidad.

- **Transporte**
- **Instituciones financieras**
- **Turismo**
- **Servicios públicos**: Energía, agua, comunicaciones...
- **Servicios privados**: Asesorías, ventas, publicidad...
- **Educación**
- **Finanzas**
- **Salubridad**

SEGÚN LA FORMA JURÍDICA

Atendiendo a la titularidad de la empresa y a la responsabilidad legal de sus propietarios, las empresas pueden ser:

EMPRESAS INDIVIDUALES	Cuando solo pertenece a una persona.
De responsabilidad ilimitada	La persona responde frente a terceros con todos sus bienes.
De responsabilidad limitada EIRL	La persona responde frente a terceros solo con el monto del aporte realizado para la constitución de la empresa.
EMPRESAS SOCIETARIAS o sociedades	Cuando están constituidas por varias personas.
Sociedad anónima	
Sociedad colectiva	
Sociedad comanditaria	
Sociedad limitada	
COOPERATIVAS	Cuando está constituida por socios unidos de forma voluntaria y es gestionada por los acuerdos de éstos.

SEGÚN SU DIMENSIÓN

No existe unanimidad a la hora de considerar si una empresa es grande o pequeña, ya que no existe un criterio único para medir su tamaño.
Los principales indicadores de la dimensión de la empresa son el volumen de ventas, el capital propio, los beneficios y el número de trabajadores.

Si nos regimos por el número de trabajadores las empresas pueden ser:

MICRO EMPRESAS	Cuando poseen 10 ó menos trabajadores.
PEQUEÑAS EMPRESAS	Cuando tienen entre 11 y 50 trabajadores.
MEDIANAS EMPRESAS	Cuando tienen entre 51 y 250 trabajadores.
GRANDES EMPRESAS	Cuando poseen más de 250 trabajadores.

SEGÚN LA TITULARIDAD DEL CAPITAL

EMPRESA PRIVADA	Cuando el capital está en manos de accionistas particulares.
Familiar	El capital y la gestión está en manos de una familia.
Autogestionada	El capital y la gestión está en manos de los propios trabajadores.
EMPRESA PÚBLICA	Si el capital y el control está en manos del estado.
EMPRESA MIXTA	Si la propiedad es compartida.

Autoevaluación

¿Qué tipos de empresas tenemos?

Una gran empresa es la que vende más de 250 millones de euros al año.

Verdadero ○ Falso ○

Una sociedad es una empresa constituída por varias personas.

Verdadero ○ Falso ○

Una gestoría es una empresa comercial.

Verdadero ○ Falso ○

En una empresa pública la gestión la realizan los propios trabajadores.

Verdadero ○ Falso ○

2. El producto

Y ahora deberé tener muy claro qué voy a producir. Mi carrito es algo más que una bolsa con ruedas para transportar las compras; es un apoyo para las personas mayores, es lo que nos permite acarrear más peso de lo que podríamos sin él y así hacer la compra de la semana...

Importante

Producto es todo aquello que puede ser ofrecido a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad.

Un producto es mucho más que un objeto físico; es un conjunto de beneficios o satisfacciones que los consumidores perciben cuando compran. Es el conjunto de los atributos físicos, psicológicos, simbólicos y de servicio.

CICLO DE VIDA DE UN PRODUCTO

Imagen 12. Wikimedia. Creative Commons.

Fase de introducción.

Corresponde al lanzamiento del producto al mercado. El nuevo producto apenas es conocido y las ventas iniciales son bajas. Para aumentar el número de estas ventas las empresas realizan grandes inversiones publicitarias, lo que implica un incremento de los costes. La empresa tiene pérdidas en esta etapa.

Fase de crecimiento.

Si el producto tiene éxito, las ventas se incrementan rápidamente y su oferta aumenta. El diseño se termina de perfilar en esta etapa, y se reducen los costes de producción. El uso del bien o del servicio se generaliza entre los consumidores.

Fase de madurez.

En esta fase las ventas se consolidan y estabilizan, puesto que la mayoría de los consumidores potenciales ya poseen el producto. Las empresas, ante la escasa demanda, tratan de reducir los costes para mantener el margen de beneficios.

Fase de decadencia o declive.

El producto tiende a desaparecer, la demanda se reduce y las empresas saldan los restos de almacén y se concentran en la creación de otros bienes que lo sustituyen. El producto termina siendo retirado del mercado.

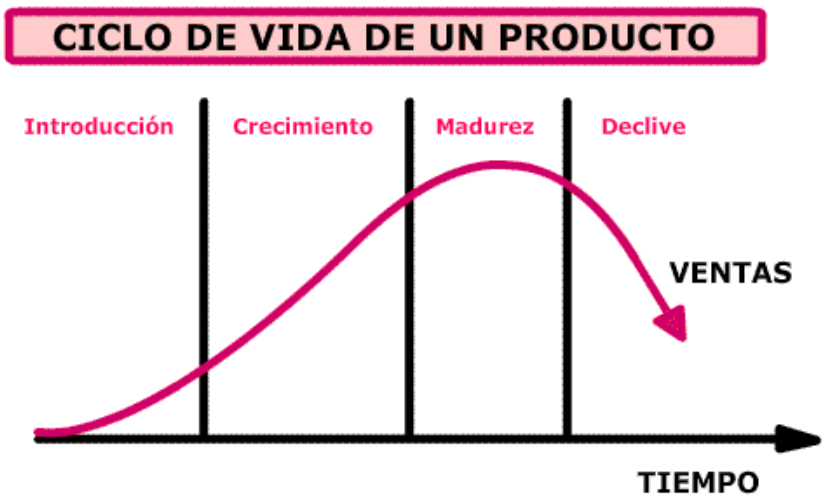

Imagen 13. Fuente propia.

Reflexión

Los sintonizadores de la TDT son un producto en el que podrás analizar perfectamente su ciclo de vida.

Piensa en ello. ¿Cuándo empezó su fase de introducción? ¿Y la de madurez? ¿Están ya en la fase de declive?

Reflexión

Piensa ahora en el ciclo de vida de una lavadora.

¿Entrará alguna vez en la fase de declive? Fíjate en que, normalmente, cuando se nos estropea nos una compramos otra.

3. El precio

Importante

Imagen 14. Galería de Office. CC.

El **precio** es el valor monetario asignado a un bien o servicio.

Lo podemos definir como el valor que se le asigna a un producto o servicio en términos monetarios y de otros parámetros como esfuerzo, atención o tiempo.

El precio no solamente es dinero e incluso podemos decir que no es el valor propiamente dicho de un bien o servicio, sino que es un conjunto de percepciones y voluntades a cambio de ciertos beneficios, reales o percibidos como tales. En ocasiones estas percepciones se modifican debido a las modas.

Importante

El bien o servicio intercambiado tiene valor para el público en la medida que es capaz de resolverle un problema, satisfacerle una necesidad o cumplirle un deseo.

Por ello, la palabra clave de esta definición conceptual de precio es **valor**.

Debemos entender que, frecuentemente, no coincide el valor de un producto con el precio que tiene.

Los precios pueden crecer, **inflación**, o decrecer, **deflación**.

Estas fluctuaciones de precios se determinan mediante el **IPC**, Índice de Precios de Consumo, que tiene como objetivo medir la evolución de los precios de los bienes y servicios representativos de los gastos de consumo de los hogares.

El seguimiento del IPC se lleva a cabo a través del Instituto Nacional de Estadística.

Imagen 15. Galería de Office. CC.

Reflexión

Todos los meses aparece en la prensa la información sobre la fluctuación del IPC.

Busca un diario de implantación nacional y localiza esta noticia.

Lee y analiza la información que allí aparece, tratando de identificar los distintos sectores que aparecen reflejados en la cesta de la compra (productos frescos, hostelería, energía, transporte, sanidad,…), comparando el comportamiento de cada uno de ellos.

Imagen 16. Isftic. Creative Commons.

El precio puede estudiarse desde dos perspectivas: la del cliente, que lo utiliza como una referencia de valor, y la de la empresa, para la que significa una herramienta a través de la que convierte su volumen de ventas en ingresos.

El precio suele ser lo primero que percibe el consumidor, por lo que se convierte en una de las herramientas más importantes en el proceso de comercialización de un producto.

4. La oferta y la demanda

También me planteo cuánto debo producir; cuanto más produzca, más beneficios podré sacar, pero ¿podré vender todos?

¿Y a qué precio lo debo vender? Si lo vendo caro, ganaré más, pero, ¿me lo comprarán?

La producción de bienes en la industria se basa en el funcionamiento del mercado.

O, lo que es lo mismo, la relación que existe entre lo que se ofrece y lo que se demanda es lo que provoca la determinación de los precios.

Imagen 17 . Galería de Office. CC

Importante

OFERTA es la cantidad de bienes o servicios que el vendedor pone a la venta.

Esta cantidad de bienes o servicios que se pone a la venta se decide en función de unos determinados precios: a medida que aumentan los precios, los costes de producción se reducen, lo que provoca que se puedan producir mayores cantidades de bienes.

También existen otros factores que afectan a la oferta como son los recursos empleados en el proceso productivo, la tecnología empleada,…

La relación entre el precio de un bien o servicio y la cantidad ofrecida, durante un periodo de tiempo determinado, recibe el nombre de ley de la oferta, y gráficamente se representa mediante una curva creciente.

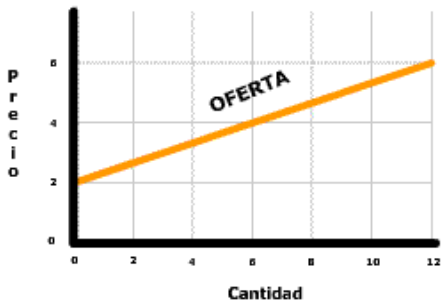

Imagen 18. Fuente propia.

Importante

DEMANDA es la cantidad de un bien o servicio que la gente desea adquirir.

Esa cantidad de un bien o servicio que la gente desea adquirir depende del precio de los bienes.

Lo normal es que la demanda disminuya a medida que el precio aumenta, y se representa según una curva en la que se observa como se modifica la demanda de un bien según los distintos precios en un determinado tiempo. Esta relación entre la demanda y los precios se conoce como la ley de la demanda.

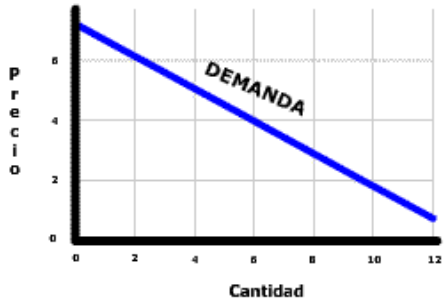

Imagen 19. Fuente propia.

LA LEY DE LA OFERTA Y LA DEMANDA nos muestra que oferta y la demanda interactúan entre sí provocando el equilibrio ideal del mercado.

Ese equilibrio se produce en el punto de intersección de las curvas de una y otra, determinando el precio y la cantidad de bienes y servicios que se deben producir para no generar excedentes de producción ni escasez de bienes.

A esta situación de equilibrio se llega de forma automática sin la intervención de ningún agente externo.

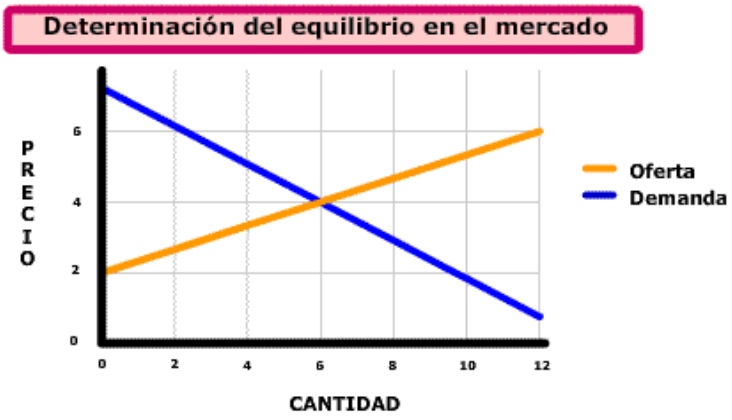

Imagen 20. Fuente propia.

La elasticidad de la demanda mide el grado en que la cantidad demandada responde a las variaciones del precio de mercado.

La elasticidad de la oferta mide la capacidad de reacción de los productos ante alteraciones en el precio, y se mide como la variación porcentual de la cantidad ofrecida en respuesta a la variación porcentual de precio.

Imagen 21. Wikimedia. Creative Commons.

Imagen 22. Galería de Office. Creative Commons.

En ocasiones la demanda se modifica en función de la variación de la renta de la población, distinguiéndose distintos tipos de bienes:

- Bienes normales: son los que aumenta su demanda cuando aumentan los ingresos de los compradores (coches, vivienda,…)
- Bienes inferiores: son los que disminuye la demanda cuando aumenta el nivel de renta de los compradores (pan, patatas,…)
- Bienes complementarios: son los que cuando aumenta el precio de uno de ellos provoca la disminución de la demanda del otro (azúcar, café)
- Bienes sustitutivos: son los que cuando aumenta el precio de uno de ellos, trae consigo el aumento de la demanda del otro (aceite de oliva, aceite de girasol)

Manipular la oferta y la demanda es algo que los gobiernos suelen hacer interviniendo los precios.

Si se desea que se consuma menos de un bien en concreto, como puede ser el tabaco o la gasolina, el gobierno eleva los altos impuestos que suelen repercutir en ambos. Y si lo que se pretende es aumentar la demanda de un bien, se subvenciona su consumo, como ocurre con el transporte público.

Imagen 23. Galería de Office. Creative Commons.

Imagen 24. Wikipedia. Creative Commons.

Ejercicio resuelto

Un producto en el mercado vale 2.5 € y una empresa decide bajarlo hasta 1.99 €. ¿Qué cantidad de productos deberá vender para obtener la misma ganancia que cuando vendía 2000 unidades si el precio de coste es de 1.6 €?

Ejercicio resuelto

Si un producto en el mercado en un momento determinado se comporta según la siguiente tabla, representa la gráfica de oferta y demanda y determina la cantidad y el precio de equilibrio.

PRECIO	CANTIDAD OFERTADA	CANTIDAD DEMANDADA
3.00	200	700
4.00	300	450
5.00	343	343
5.55	450	225
6.00	500	150

Ejercicio resuelto

Determinar el precio de equilibrio en un mercado de competencia perfecta, en la que las funciones oferta y demanda vienen dadas por las expresiones siguientes:

$$D = \frac{-p}{2} + 10$$
$$O = \frac{p}{3} + 2$$

Como se trata de un mercado de competencia perfecta, la situación de equilibrio la tendremos cuando la oferta sea igual a la demanda, por lo que deberemos igualar las expresiones anteriores y despejar el precio.

$$\frac{-p}{2} + 10 = \frac{p}{3} + 2$$

$$-3 \cdot p + 60 = 2 \cdot p + 12$$

$$5 \cdot p = 48$$

$$p = 9.6$$

Por lo tanto el equilibrio será de 9.6 unidades de precio.

Curiosidad

Aquí tienes un video en el que nos explican muy claramente la ley de la oferta y la demanda.

El video es largo; en la primera parte explica un poco el proceso de fabricación para la exportación del mango, y en la segunda la ley de la oferta y la demanda. Si quieres puedes ver solo esta segunda parte que empieza aproximadamente en el minuto 4:40.

http://www.youtube.com/watch?v=WWcNX0IfdJA

5. Sectores productivos

Dependiendo de la actividad económica que realiza una empresa la clasificamos en un sector productivo.

Hasta hace muy poco tiempo hablábamos de tres sectores: primario, secundario y terciario, pero las nuevas actividades del hombre han hecho aparecer un sector cuaternario e incluso uno quinario.

SECTOR PRIMARIO

Comprende las actividades económicas relacionadas con la transformación de los recursos naturales en productos primarios no elaborados, que se utilizarán como materia prima en la producción industrial.

Las principales actividades del sector primario son la agricultura, la minería, la ganadería, la pesca, la caza, la silvicultura, la apicultura y la acuicultura.

Imagen 25. Wikimedia. C.C.

Imagen 26. Wikimedia. C.C.

Imagen 27. Isftic. C.C.

SECTOR SECUNDARIO

Es el conjunto de actividades que suponen la transformación de alimentos, mercancías y materias primas por medio de distintos procesos productivos cada vez más automatizados.

Forman parte de este sector la siderurgia, las industrias mecánicas, la química, la textil, la producción de bienes de consumo, el hardware informático, etc. La construcción, aunque se considera sector secundario, suele contabilizarse aparte pues, su importancia le confiere entidad propia.

Imagen 28. Isftic.
Creative Commons.

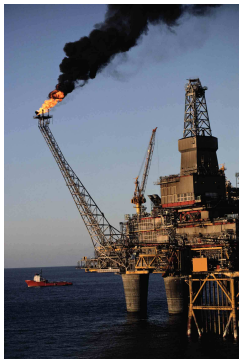

Imagen 29. Galería de Office.
Creative Commons.

Imagen 30. Galería de Office.
Creative Commons.

SECTOR TERCIARIO o de servicios

Son aquellas actividades que no producen bienes tangibles, pero que son imprescindibles para el correcto funcionamiento de la economía.
Lo constituyen todas aquellas actividades dedicadas a dar servicios de apoyo al proceso productivo, al cuidado de las personas, de los hogares, y todo lo que tiene que ver con la cultura de la población.

También incluye todo lo relacionado con transporte, comercio, comunicaciones, finanzas, turismo, hostelería, ocio, cultura, espectáculos y los denominados servicios públicos, independientemente que sean proporcionados por el Estado o la iniciativa

privada (educación, sanidad, atención a la dependencia), etc.

Imagen 31. Wikimedia.
Creative Commons.

Imagen 32. Mediateca.
Creative Commons.

Imagen 33. Wikimedia.
Creative Commons.

SECTOR CUATERNARIO o de información

Es un sector de reciente concepción que complementa a los sectores tradicionales con actividades relacionadas con los valores intangibles de la información, la investigación, el desarrollo y la innovación, englobando la gestión y la distribución de éstas.

Imagen 34. Wikimedia.
Creative Commons.

Imagen 35. Galería de Office.
Creative Commons.

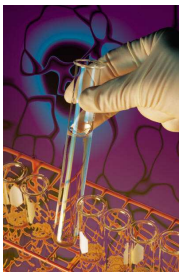

Imagen 36. Galería de Office.
Creative Commons.

SECTOR QUINARIO

Ya se está hablando de un sector quinario, en el que se agrupan todas aquellas actividades relacionadas con la educación, la cultura, el arte y el entretenimiento, incluyendo las actividades relacionadas con la sanidad.

Imagen 37. Wikimedia.
Creative Commons.

Imagen 38. Wikimedia.
Creative Commons.

Imagen 39. Wikimedia.
Creative Commons.

Autoevaluación

¿Están bien hechas estas clasificaciones de los sectores productivos?

Una persona que tiene una tienda de frutas y verduras se dedica al sector primario.

Verdadero ○ Falso ○

Una persona que está investigando sobre la vacuna para una enfermedad trabaja en el sector quinario.

Verdadero ○ Falso ○

Un escultor que trabaja con el bronce se dedica al sector secundario.

Verdadero ○ Falso ○