



MERCADO

Para cualquier tipo de productor o empresa (agricultor, ganadero, industrial, etc.), es de poca utilidad la información que le pueda llegar sobre el consumo individual de ciertos integrantes de la sociedad. En realidad lo que le interesa es la capacidad del mercado de absorber su oferta o producción y los niveles de precios que puede conseguir para su producto. Lo razonable es que todo emprendimiento o proyecto productivo tenga un mercado de referencia. No es necesaria la existencia de un lugar físico para su funcionamiento. **El mercado** debe ser entendido como un mecanismo en el que interactúan la demanda (del lado de los consumidores) y la oferta (del lado de los productores). Interacción que genera conflictos de intereses contrapuestos y que en la economía de mercado son resueltos con la mediación del precio de equilibrio.

I- DEMANDA

1- Teoría de la demanda del consumidor.

Casi intuitivamente las personas saben que, dada una cantidad de ingresos disponibles para sus gastos, están dispuestos a consumir o no un determinado producto según el precio de éste y que hay una relación inversa entre el precio y el consumo. A mayor precio, menor consumo.

Esa relación inversa entre el precio de un bien y el consumo, es lo que se conoce como demanda o ley de la demanda, con validez para un momento del tiempo y un espacio geográfico. Puede ser representada gráficamente, en una tabla o en una ecuación. El consumidor se dispone a comprar más cantidad de un producto tan solo a menores precios. Actitud que guarda relación con la ley de Gossem "A medida que se consumen cantidades sucesivas de un bien, se obtiene satisfacciones cada vez menores"; concepto que se conoce también como de la utilidad marginal decreciente. Si bien la utilidad total crece, la utilidad aportada por la última porción del bien decrece.

Para la teoría económica, el análisis del modelo teórico de la conducta del consumidor (curva de indiferencia y mapas de utilidades, que se puede ver en la bibliografía recomendada para el tema), todo punto de una curva de demanda representa puntos de máxima satisfacción o utilidad para el consumidor.

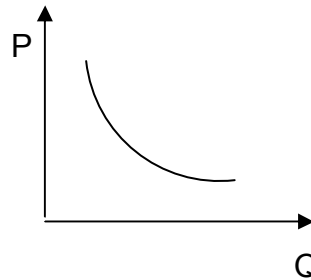
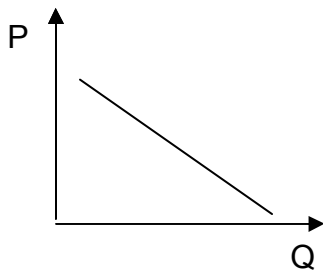
2- Variables explicativas de la demanda del consumidor

2.1- Precio del producto, bien o servicio.

A mayor precio, menor consumo. Tomando el precio (P) como variable independiente y la cantidad demandada (Q) como dependiente, puede expresarse



una función $Q = f(P)$ con pendiente negativa, es decir una función decreciente que puede ser lineal o no y que muestra la relación inversa entre ambas variables.



2.2-Ingreso

Es la variable de mayor significación, por cuanto determina la participación o no del consumidor en un determinado mercado. Únicamente parte de la sociedad que dispone de ingresos suficientes, participa en el mercado de compra venta de automóviles, bienes inmobiliarios o como demandantes o consumidores de vinos calificados, concurrencia al teatro, obras de artes, cine, servicio de educación calificado, etc. Estratos de la sociedad de muy bajos ingresos pueden estar en situaciones de indigencia o pobreza y no participan de ciertos mercados de bienes y servicios.

La capacidad adquisitiva o ingreso real es lo determinante. Cambios en los precios de los bienes y servicios aún no relacionados a una necesidad específica como satisfactores, afectan el poder adquisitivo del consumidor y por lo tanto la asignación de su ingreso al consumo de variados productos y servicios, fenómeno que se conoce como efecto ingreso.

Una disminución de los precios de los bienes que satisfacen las necesidades primarias de alimentación, se traduce como un aumento del ingreso real por cuanto ése menor gasto puede ser dirigido a demandar otros bienes y servicios aún no relacionados con ésa necesidad. Dado un ingreso del consumidor, si hay menor gasto en alimentación, tendrá un excedente con el que podrá atender más a la salud, educación, vivienda, recreación, etc. Efecto en la población del que podemos deducir una de las contribuciones más importantes del sector agropecuario como proveedor de alimentos para el crecimiento y desarrollo del país.

2.3- Precio de productos relacionados

Los productos pueden relacionarse por sustitución o complementariedad como satisfactores de una necesidad.



Sustitutos son aquellos bienes o servicios con los cuales se puede satisfacer una necesidad. Sin entrar en un análisis riguroso en lo nutricional, las carnes en sus distintas variedades, las frutas, hortalizas, lácteos, fideos, etc. son alimentos sustitutos. Si aumenta el precio de la carne vacuna, disminuye su consumo y es sustituido por un aumento en el consumo de la carne de pollo, pescado, verduras o de fideos, según el ingreso disponible de los consumidores. Azúcar y edulcorantes artificiales, combustibles tradicionales y gas, etc.

Hay complementariedad entre los bienes cuando para satisfacer una necesidad se requiere la concurrencia de más de uno. La movilidad o traslado, demanda el uso de un vehículo y combustible u otra fuente de energía. El acopio en un silo, requiere de un chimango; un equipo de labranza del tractor; una computadora del monitor y teclado. Café y azúcar, etc.

En la realidad el efecto en la conducta del consumidor de los precios de los productos relacionados y el efecto ingreso no se dan en forma aislada e independiente, sino que ocurren en forma simultánea con igual o distintos signos junto a las otras variables explicativas de la demanda.

2.4- Gustos o Preferencias

Tienen que ver con los hábitos y aspectos culturales. Los vegetarianos no consumen carne; hay culturas que no consumen carne de cerdo, en la India no se consume la carne de vaca. En Corea se consume carne y jugo de perro.

La incorporación de la mujer al mercado laboral ha modificado las pautas del consumo de alimentos en la familia. En su doble misión, ella prefiere alimentos precocidos o con algún grado de elaboración que disminuya el tiempo dedicado a su preparación.

La variable ingreso, sobre todo en estratos de ingresos no altos tiene incidencia en los gustos y preferencias por lo que la demanda puede ser modificada.

2.5-Propaganda

La variable gusto o preferencias es manipulada en las decisiones de los consumidores por la propaganda y el marketing, caso moda y artículos que se consumen en un espacio social.

Con solo encender la televisión, entrar a Internet o acceder a otros medios de comunicación más populares nos damos con mensajes que tratan de inducir a los consumidores y hasta en la mayoría de los casos creándoles necesidades ficticias descubiertas, induciéndolos a demandar los satisfactores que son ofrecidos por los distintos fabricantes en un mercado en el que compiten por mantenerse o conquistar un segmento del mismo. A veces mensajes que llegan a modificar



fuertemente las conductas o comportamientos de las personas, tanto niños como adultos.

Si se conociera más las propiedades del azúcar, de los cítricos u otros vegetales a través de la propaganda, podría aumentarse su consumo en el mercado interno.

2.6- Expectativas

Esta variable explica la validez de la demanda para un momento del tiempo.

Expectativas de buenos precios de futuras cosechas pueden demandar inversiones en tierras productivas, tecnologías, maquinarias, etc. De igual forma expectativas de depreciación de la moneda local, a los fines de cubrirse se demandan otras monedas de mayor estabilidad o simplemente el oro.

Frente a la inflación, los consumidores por temor al desabastecimiento o para impedir una mayor pérdida de sus ingresos, en un momento compran mayores cantidades de los bienes en suba, aunque luego no se refleja en un mayor consumo per cápita en un periodo de tiempo largo. Igual reacción se observa en los consumidores frente a un paro de los productores agropecuarios. Aspectos sanitarios de los productos, etc.

Finalmente podemos sintetizar:

$$\underbrace{Q_y = f(P_y, Y, Pr, G, P, E)}_{\text{Demanda}} \quad \underbrace{(1)}_{\text{Constante}}$$

La relación entre $Q_y : P_y$ es lo que constituye la demanda y solamente explica esa relación siempre que se mantengan constantes las otras variables explicativas: **$Q_y = f(P_y / k)$**

siendo:

Q_y = Cantidad demandada de un bien o servicio y .

P_y = Precio del bien o servicio y .

Y = Ingreso del Consumidor

P_r = Precio de los productos relacionados.

G = Gustos o preferencias

P = Propaganda



E= Expectativas.

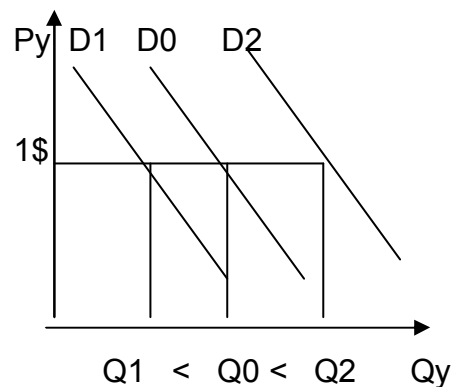
Al ser los precios una variable central para la economía, también se la expresa como $P = f(Q)$, expresión que constituye la demanda y explica la relación entre P y Q mientras las otras variables explicativas permanecen constantes (condición que se conoce como *ceteris paribus*). **Ley de la demanda:**

Cuando sube el precio de un bien **mientras otros factores se mantienen constantes**, los compradores tienden a disminuir su consumo o cantidad demandada.

3- Cambios en la demanda.

Cuando ocurren cambios en las otras variables explicativas de la demanda o en alguna de ellas, entonces se produce un **cambio en la demanda**.

Un cambio en la demanda implica un cambio de la función, los parámetros de la ecuación toman otros valores y por lo tanto su representación gráfica varía, se trata de otra gráfica.



En la gráfica se ve que la demanda D_0 explica que al precio de $1 \$$ del bien y corresponde una cantidad demandada de Q_0 .

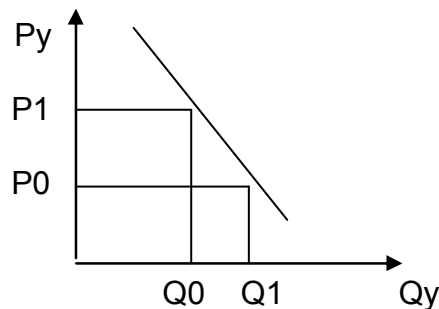
Como en la realidad muy poco es constante, por el contrario hay permanentes cambios, bien puede ocurrir que los consumidores por cambios en las variables explicativas estén dispuestos luego a consumir mayores cantidades Q_2 al mismo precio de $1 \$$. Es claro que esta nueva relación entre $P_y : Q_y$ ya no es explicada por la curva de demanda D_0 , pero sí por la nueva curva de demanda D_2 , consecuencia de los cambios en las variables explicativas captadas en D_0 que determinaron un traslado hacia la derecha, aumento de la demanda. De la misma manera D_1 significa un traslado hacia la izquierda de la demanda, disminución de la demanda.



Imagínese el lector qué variables pueden explicar el aumento o desplazamiento a la derecha de la demanda de azúcar y de igual forma una disminución.

4- Cambios en la cantidad demandada

Movimientos a lo largo de una misma curva de demanda, por efecto de cambios en el precio del bien o servicio, van a originar únicamente **cambios en la cantidad demandada**, de acuerdo a la relación inversa entre P_y : Q_y



Manteniendo constante las variables explicativas restantes de la demanda, el aumento de la cantidad demandada de Q_0 a Q_1 es originado por la merma en el precio de P_1 a P_0 .

5- La demanda de mercado

El conjunto de las demandas individuales, es decir la sumatoria de cada uno de los consumidores de un mercado, es lo que constituye la demanda de ese mercado.

El crecimiento poblacional aumenta la demanda de alimentos y de otros bienes y servicios. Frente a las restricciones de recursos escasos para producir esos bienes crece la demanda de innovaciones tecnológicas para superarlas.

La composición etaria de la población, su distribución espacial rural-urbana, aspectos culturales y religiosos, tecnologías de los sistemas de producción que demandan mayor o menor cantidad de mano de obra, son determinantes de pautas de consumo de la demanda de mercado de bienes y servicios diferenciados en una sociedad. Por otra parte las políticas de mayor o menor apertura comercial de los países modifican la demanda en el mercado internacional.

6-Propiedades de la demanda

6.1- Dinamicidad



La expresión: $Q_y = f (P_y / k)$ es tan solo a los fines didácticos , por el contrario, la realidad lo que tiene de constante es el cambio y el consumidor se enfrenta y asume permanentes cambios con el objetivo de maximizar sus utilidades, a lo que se suma la mayor o menor movilidad social en la población.

6.2- Elasticidad precio directa

Sensibilidad que muestra la demanda al cambio en la cantidad demandada ante cambios en el precio del producto, manteniéndose constante los otros parámetros explicativos de la demanda. Conceptualmente, la elasticidad precio de la demanda (Epd) indica el cambio porcentual en la cantidad demandada que resulta del cambio del 1% en el precio del producto.

$$E_{pd} = \Delta Q_y \% / \Delta P_y 1 \% \quad \begin{array}{l} \Delta Q_y \% = \text{cambio porcentual de } \Delta Q \\ \Delta P_y 1\% = \text{cambio del } 1 \% \text{ del precio de } y \end{array}$$

Epd varía entre los valores cero e infinito.

Como la cantidad demandada y el precio varían inversamente, Epd necesariamente es negativo. Para tener un coeficiente positivo, a la fórmula se le agrega un signo negativo. De todas formas, es indistinto considerar o no el signo, se sobreentiende que la relación es inversa.

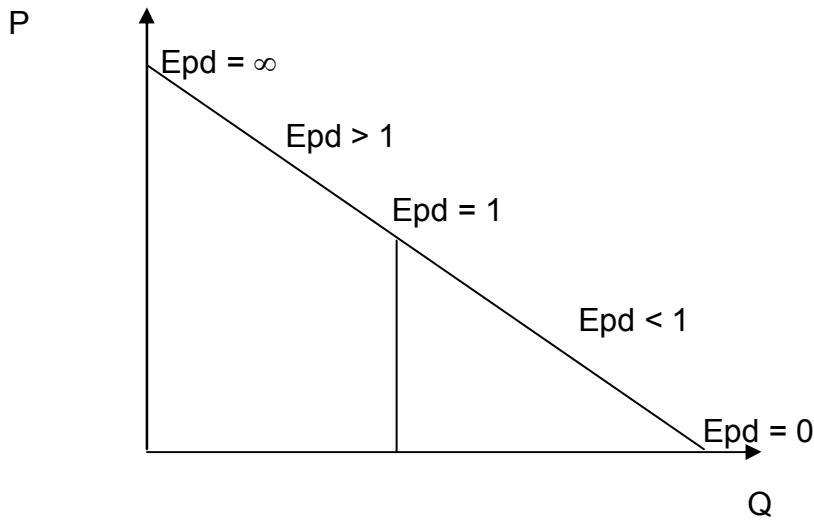
Representada gráficamente una curva de demanda, cuando más se aproxime a una vertical paralela al eje y, esto es a mayor pendiente, los cambios ΔQ serán menores y Epd será menor. En una vertical, Epd es cero (perfectamente inelástica) Por el contrario en una función paralela al eje x, ΔP es cero y Epd será infinito (perfectamente elástica).

Si los cambios en ΔQ y ΔP son proporcionales, Epd será igual a 1. Es decir un cambio del 1 % en el precio origina un cambio del 1 % en la cantidad demandada. Si un cambio del 1 % en el precio origina un cambio en la cantidad demandada menor al 1 %, entonces se dice que es un producto de demanda inelástica , $E_{pd} < 1$. Cuando un cambio del 1 % en el precio origina un cambio mayor del 1 % en la cantidad demandada, $E_{pd} > 1$, se trata de un producto de demanda elástica.

La inclinación de la curva de demanda da una idea de su elasticidad. Sin embargo al ser un concepto relativo formado por $\Delta Q/Q$ y $\Delta P/P$, (ambos expresados porcentualmente) el coeficiente de Epd varía a lo largo de la curva.

En una demanda lineal, los valores de Epd disminuyen mientras se desciende a lo largo de ella.

Valores de Epd a lo largo de una curva de demanda lineal



Cuando los cambios son pequeños no hay diferencia en el valor de E_{pd} , según se tome para el cálculo los puntos iniciales P_1, Q_1 o P_2, Q_2 .

Ejemplo:

$$P_1 = 1000 \quad Q_1 = 500 \quad E_{pd} (P_1, Q_1) = 2$$

$$P_2 = 998 \quad Q_2 = 502 \quad E_{pd} (P_2, Q_2) = 1,99$$

En cambio cuando las variaciones son grandes, se arriba a resultados muy diferentes. Ejemplo:

$$P_1 = 1000 \quad Q_1 = 500 \quad E_{pd} (P_1, Q_1) = 1,4$$

$$P_2 = 500 \quad Q_2 = 850 \quad E_{pd} (P_2, Q_2) = 0,41$$

Para evitar este inconveniente se recurre a la elasticidad arco, tomándose para el cálculo la media entre los puntos iniciales y finales.

Existen una serie de factores o características de los bienes que hacen que tengan una mayor o menor valor E_{pd} :

- Bienes de lujo: $> E_{pd}$
- Bienes necesarios: $< E_{pd}$
- A mayor cantidad de sustitutos $> E_{pd}$
- A mayor cantidad de complementarios $< E_{pd}$
- A menor proporción del gasto en los ingresos del consumidor $< E_{pd}$.

6.3- Elasticidad precio cruzada de la demanda



La elasticidad precio cruzada de la demanda cuantifica el cambio en la demanda de un bien **y** ante cambios en el precio de un bien **x** relacionado: sustituto o complementario (E_{pdyx}), manteniéndose sin variaciones los otros parámetros explicativos de la demanda.

$$E_{pdyx} = \Delta Q_y \% / \Delta P_x 1 \% \quad \Delta Q_y \% = \text{cambio porcentual de } Q_y$$
$$\Delta P_x 1\% = \text{cambio del } 1 \% \text{ del precio de } x$$

E_{pdyx} toma valores negativos para productos complementarios y positivos para los sustitutos.

Si bien hay independencia entre ciertos bienes y servicios respecto a que actúan como satisfactores de distintas necesidades no relacionadas, ejm: necesidades culturales Vs. alimentación, vestimenta o salud, en los que se podría hablar de un efecto neutro en E_{pdyx}, es verificable que hay una pérdida del poder adquisitivo de los ingresos ante la suba de los precios afectando el consumo de alguno de ellos.

6.4- Elasticidad Ingreso de la demanda

La elasticidad ingreso de la demanda (E_{Yd}) indica el cambio porcentual en la demanda que resulta del cambio del 1% en el ingreso del consumidor, mientras permanecen constantes los otros parámetros.

$$E_{Yd} = \Delta Q_y \% / \Delta Y 1 \% \quad \Delta Q_y \% = \text{cambio porcentual de } Q_y$$
$$\Delta Y 1\% = \text{cambio del } 1 \% \text{ del Ingreso}$$

En general es positiva, a medida que crece el ingreso el consumidor compra más cantidad y diversifica su consumo, esto se evidencia en la mayoría de los productos agropecuarios. Aunque los aumentos en los ingresos se asocian con aumentos en el consumo de alimentos (la excepción son los bienes inferiores en los que E_{Yd} es negativa), la respuesta cambia a medida que aumenta el ingreso, se produce una saturación en el consumidor. Engel encontró que a medida que el ingreso aumenta, la proporción del ingreso que se gasta en alimentos disminuye.

Es importante destacar que la variable ingreso es determinante de la conducta del consumidor ante efectos de las otras variables explicativas de la demanda. Según el estrato de ingresos de la población, la E_{Yd} varía, con efectos en los otros valores de elasticidad mencionados. Es por ello que no se puede generalizar valores de elasticidad en una población para cada una de las variables explicativas cuantificables, sino referidos a los estratos de ingresos.

7-Elasticidad precio de la demanda e ingresos del productor.



En general los productos agropecuarios son de demanda inelástica, lo que indica que debe bajar mucho el precio para aumentar las ventas por arriba de los niveles medio de consumo de la población, lo que se traduce en menores ingresos al productor. Esto sumado muchas veces al carácter de perecederos de los productos, dificulta su comercialización. Otro impacto desfavorable de la baja elasticidad precio de la demanda de los productos agropecuarios es la gran variabilidad de los precios al productor en los productos con marcada estacionalidad en la oferta u otros orígenes de variación en la oferta de mercado, provocando variabilidad en los ingresos del productor.

Como las ventas del productor están determinadas por las cantidades demandadas, puede generalizarse:

- a) En un producto de **demanda elástica**, $Epd > 1$, una disminución del 1% del precio, aumenta más del 1 % la cantidad vendida y por lo tanto el ingreso del productor aumenta.
- b) En un producto de **demanda inelástica**, $Epd < 1$, una disminución del 1 % del precio aumenta la cantidad vendida en menos de 1 % y por lo tanto el ingreso del productor disminuye.
- c) En un producto de **elasticidad unitaria**, $Epd = 1$, una disminución del 1% del precio , la cantidad vendida aumenta en un 1 % y por lo tanto el ingreso del productor no varía.

Se sugiere al alumno ver cap. 18 de Bishop.

8- Determinación de la demanda

La determinación de la demanda con sus correspondientes parámetros, se realizan con modelos econométricos no fáciles de operacionalizarlos por la dificultad de la medición de las variables explicativas.

Formas más accesibles son: la proyección gráfica y el método de ajuste por mínimos cuadrados, suponiendo constantes las otras variables.

La proyección gráfica consiste en graficar en un eje de coordenadas los datos P y Q de la demanda, trazando un ajuste gráfico.

La estimación de los parámetros por el método de mínimos cuadrados permite elegir la función que mejor ajusta los datos, tomándose como criterio de selección el menor valor en el cuadrado de sus desviaciones o aquella función que en el análisis de correlación muestra el mayor coeficiente de determinación (R^2).

Conocida la función de producción de un producto , la demanda de recursos se deduce a partir del VPMg del recurso.

9- Eyd y Proyección de la demanda



Conocida la Eyd y la tasa de crecimiento de la población, suponiendo constancia en las otra variables, Okawa calcula una demanda proyectada al año t:

D_t = Demanda proyectada al año t.

D_0 = Demanda en el año base, ejm: promedio de los últimos 3 o 4 años.

$$D_t = D_0 (1 + d)^t$$

siendo d igual a la tasa anual de cambio de la demanda

$$d = p + E_y \cdot y$$

p = tasa anual de cambio de la población.

Eyd = elasticidad ingreso del producto.

y = tasa anual de cambio del ingreso.

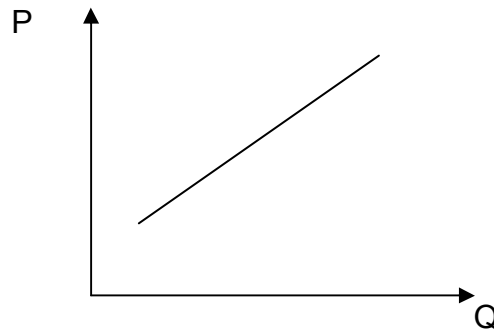
II- OFERTA

Mientras la demanda es explicada por algunas variables subjetivas, la oferta de un producto es explicada por variables objetivas. Para la teoría económica, dada una tecnología representada por su función de producción, **la oferta de la firma queda determinada por la sección de la curva del costo marginal que supera al punto de cierre de la misma**, por lo que a igual que en demanda, todo punto de la curva son puntos posibles de máxima utilidad para el productor. Sin embargo, definir la oferta final de la empresa implica tomar decisiones en un campo de subjetividades. De hecho dos productores con iguales recursos, pueden tomar distintas decisiones de acuerdo a la mayor o menor aversión al riesgo.

1-Variables explicativas de la oferta

1.1- Precio del producto

A la inversa de lo que ocurre con la función de demanda, en oferta hay una relación directa entre P y Q y también puede ser representada por una tabla, gráfica o ecuación. Relación que se conoce como la **ley de oferta**, los productores están dispuestos a ofrecer mayor cantidades de un producto o servicio a mayores precios del mismo.



A diferencia de demanda, en oferta es necesario considerar un **tiempo de ajuste** de las cantidades como respuesta a los precios dado que la producción no es un proceso instantáneo en ninguna actividad, más aún en el caso de productos biológicos como los agropecuarios. La respuesta de productos como los hortícolas y granos es mucho más rápida que la producción ganadera, forestal y frutícola, donde se requiere un tiempo de maduración de las inversiones.

1.2-Precios de los recursos

Precio de los recursos es la variable central en los costos y por lo tanto en el costo marginal de la firma. Una disminución del precio de los recursos no solo aumenta la oferta de la firma, sino que incluso puede aumentar la oferta total por aumento de superficie de los mismos productores o incorporación de nuevos productores; idem efecto puede ser ocasionado por aumento en el precio del producto.

1.2- Precios de productos relacionados

En general cada actividad posible de producción de acuerdo a la aptitud agroecológica es competitiva por el uso del suelo y es causante de un ingreso o costo de oportunidad. En las últimas campañas el buen precio de la soja ha desplazado a otros granos y a la misma ganadería, etc.

1.3- Preferencias

Si bien hay casos puntuales donde el productor desarrolla tal actividad por razones de que a través de ella logra una satisfacción personal, a veces irracional bajo el punto de vista económico, hay muchas situaciones que la variable preferencias encierra falta de capacidad para emprender nuevas alternativas que pueden ofrecer un mayor costo de oportunidad pero que requieren nuevos conocimientos.

En los casos de pequeños productores, la maximización de utilidad no es un objetivo central sino obtener ciertos niveles de ingreso para la familia prefiriendo niveles de producción y actividades que minimizan los riesgos.



1.4- Expectativas

La visualización de nuevos escenarios tanto en la economía interna como internacional, pueden generar expectativas de modificaciones de la demanda y oferta con efectos en los precios que estimulen o no la producción.

1.5-Tecnología

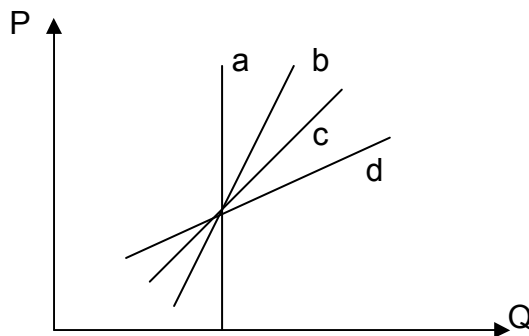
Dada una tecnología (función de producción) la oferta es una función de las variables precedentes. A mediano y largo plazo el cambio tecnológico modifica la oferta de mercado, caso soja RR, maíz BT, etc; innovaciones que conllevan demandas derivadas de otros recursos con efectos en los costos.

1.6- Otros factores

Factores institucionales que tienen que ver con el estado de la economía o la política económica agraria del sistema: política de precios, impuestos, retenciones, tipo de cambio, asistencia técnica, crediticia, etc.

2- La oferta de mercado

La oferta de mercado es la sumatoria de las ofertas individuales. Los ajustes de la oferta en el tiempo por efectos de las variables explicativas muestra el siguiente gráfico.



- a) instantáneo (muy corto plazo)
- b) corto plazo
- c) mediano plazo
- d) largo plazo

3- Cambios en la oferta



Para una tecnología dada la función de oferta se resume:

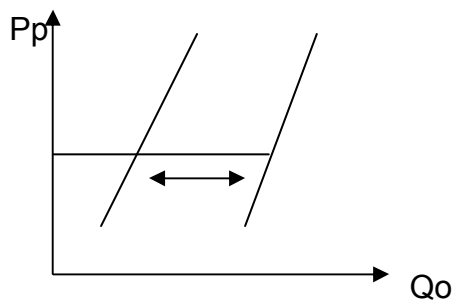
$$Q_o = f(P_p, PR, Pr, P, E)$$

Oferta Constante

P_p = precio del producto
 PR = precio de los recursos
 P = preferencias
 E = expectativas

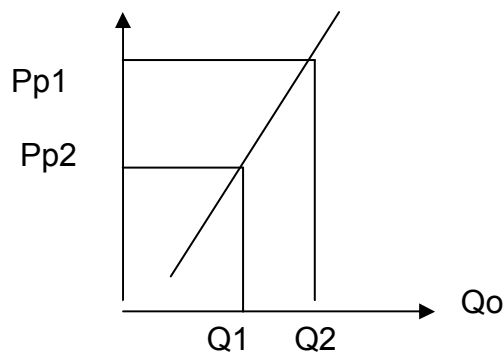
Cuando ocurren cambios en las otras variables explicativas de la oferta o en alguna de ellas, entonces se produce un **cambio en la oferta**

Un cambio en la oferta implica un cambio de la función, los parámetros de la ecuación toman otros valores y por lo tanto su representación gráfica varía, se trata de otra gráfica.



4- Cambios en la cantidad ofertada

La función $Q_o = f(P_p/k)$ explica relaciones entre cantidad ofertada y precio del producto, sólo válidas mientras permanecen constantes las otras variables. Movimientos a lo largo de la curva de oferta por cambios en P_p originan cambios en la cantidad ofertada.



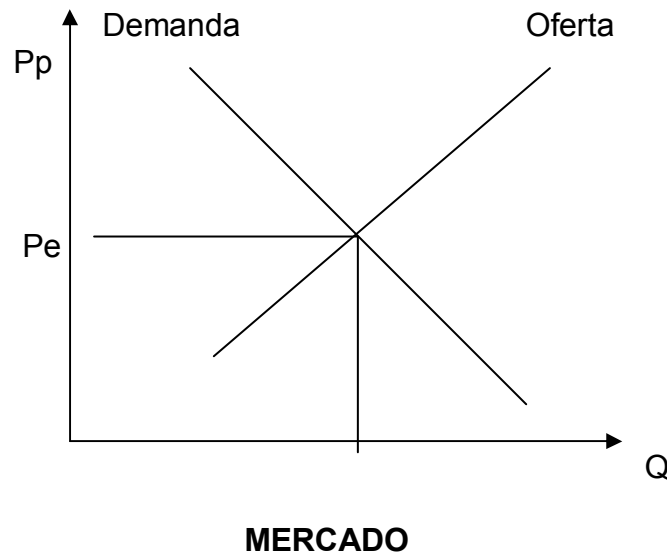
5- Elasticidad precio de la oferta



La elasticidad precio de la oferta de mercado está en función del tiempo de ajuste considerado, de acuerdo a la gráfica vista.

III- Precio de equilibrio

Es el precio que surge de la interacción de las dos fuerzas del mercado: demanda y oferta (P_e). Este precio constituye el precio de mercado. Además de estar en equilibrio las cantidades demandadas y ofertadas, como todo punto de la curva de demanda es de máxima utilidad para el consumidor y todo punto de la curva de oferta es de máxima utilidad para el productor, ambos participantes maximizan sus utilidades y se resuelven los conflictos de intereses.



Este mecanismo ayuda a entender mucho de los problemas del comercio internacional de los granos originando conflictos entre los países productores. Los países más desarrollados de alto ingresos en la población, por las limitaciones propias de la E_d y E_p (más baja aún en ellos) no aumentan su consumo de alimentos, sin embargo el cambio tecnológico produce aumentos importantes en la oferta generando excedentes lo que irremediablemente hace caer los precios. En protección de sus agricultores estos países apelan a exportar sus productos apoyados en subsidios o en condiciones de dumping, presiones para el libre comercio, políticas arancelarias y paraarancelarias, etc. con efectos negativos económicos y sociales para los países también productores.

1-Variaciones de los precios



El precio de mercado cuando surge de estos mecanismos no se mantiene permanente sin variaciones, por el contrario toda vez que haya una variación en la demanda y /o en la oferta habrá una variación del precio. Por ejemplo una suba en el salario de la población aumenta su ingreso y puede consumir más carne vacuna, como la oferta no puede ajustarse inmediatamente, el mecanismo de formación del precio nos predice un aumento del mismo. De igual forma en períodos de fuertes lluvias puede disminuir la entrada normal de animales al mercado de Liniers, manifestándose el efecto con suba en el precio. Una mejora del precio en los mercados internacionales hará que la producción se dirija a éstos mercados disminuyendo la oferta en el mercado interno, con lo que aumentaría el precio al consumidor local.

La mayor o menor variabilidad está en relación a la elasticidad de ambas funciones formadoras del precio.

En otro material bibliográfico se estudia la variación y estacionalidad de los precios.

2- Relaciones de Mercado

En una economía de mercado los conflictos de intereses de los participantes en él, son resueltos por los precios de equilibrio y éstos son la variable clave para la asignación de los recursos en el sistema. Sin embargo para que suceda como lo postula la teoría, el mercado debe tener una serie de características que se conocen como supuestos del modelo, contrastados con la realidad si lo están se habla de mercado de competencia perfecta, caso contrario de competencia imperfecta.

2.1-Competencia Perfecta

- 2.1.1- Productos homogéneos
- 2.1.2- Demanda y oferta atomizada
- 2.1.3- Transparencia
- 2.1.4- Libre entrada y salida de firmas al mercado
- 2.1.5- Libre movilidad de los recursos.

2.2- Competencia imperfecta

En la siguiente gráfica se representa una firma en situación monopsónica por la demanda de trabajo, por lo tanto la oferta de trabajo se dirige no al mercado sino a la firma, con los consiguientes efectos negativos: falta de competitividad, menor cantidad de trabajo demandado y concentración de ingresos por la situación de imperfección.



Bibliografía

Teoría Microeconómica. Fondo de Cultura Económica. C.E.Ferguson y J.P. Gould
Bishop
Samuelson y Nordahus: Economía. Mc Graw Hill – Decimoquinta edición