

**ESPACIO CURRICULAR:** MICROECONOMÍA/ CUATRIMESTRAL.

**CARGA HORARIA:** 6 HORAS SEMANALES. MARTES Y JUEVES.

**EJE 1)**

**MICROECONOMÍA Y ECONOMÍA DE MERCADO:**

El objetivo básico de la microeconomía es la determinación de los precios relativos de las mercancías y factores que se forman en el mercado.

Para conocer cómo se forman los precios, el análisis microeconómico se ocupa de los problemas relativos a las unidades primarias de decisión utilizando el esquema de análisis basado en la oferta y la demanda. En los modelos utilizados por la teoría microeconómica se supone que las unidades individuales de decisión buscan obtener la máxima satisfacción, bien como consumidores o como productores.

Entendiendo que las unidades individuales son: las familias, las empresas y el estado.

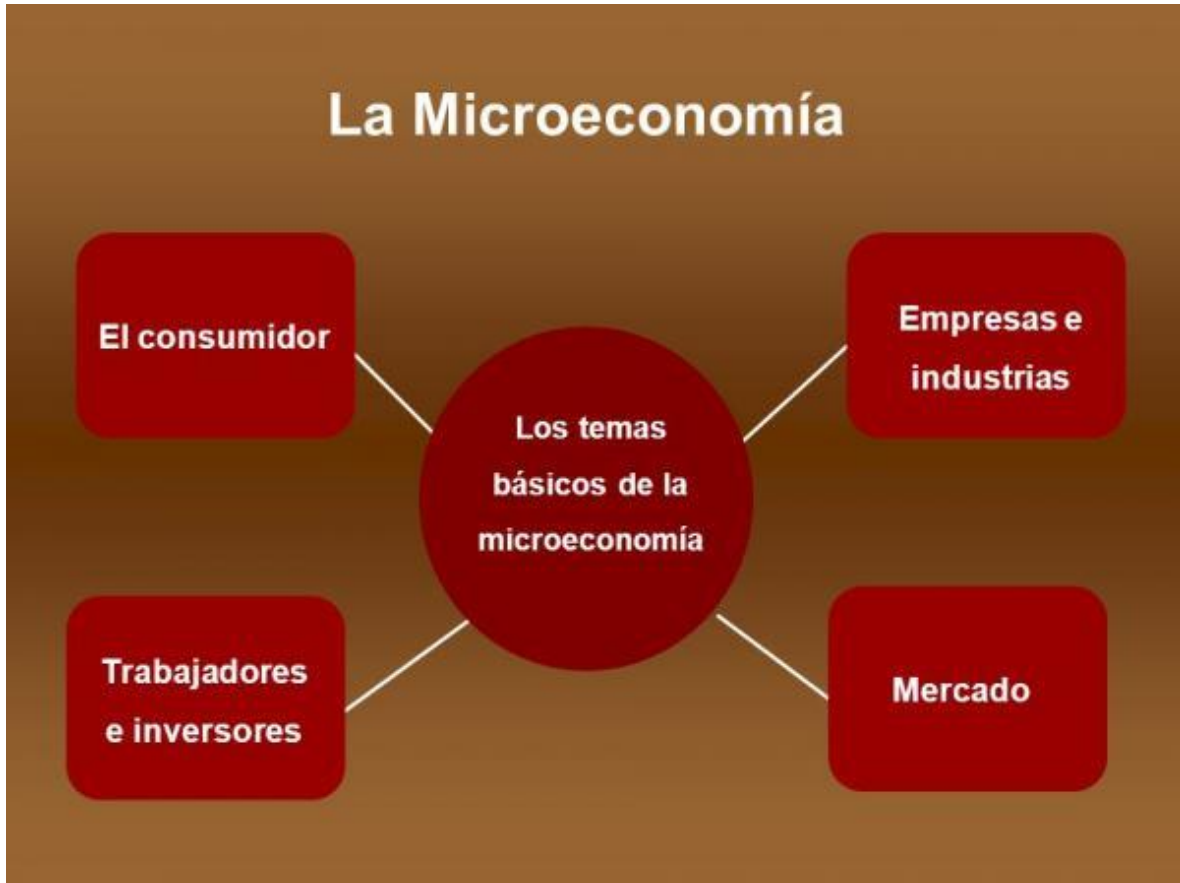
Este tipo de comportamiento presupone que los individuos actúan de forma “racional”, ponderando los costos y los beneficios que se derivan de sus acciones. En teoría microeconómica se supone, además, que las elecciones efectuadas por los agentes económicos se pueden predecir simplemente conociendo sus preferencias y restricciones y los rasgos relevantes de las alternativas que se les plantean.

De acuerdo con estos supuestos, la teoría microeconómica cumple una función importante, y es la de ofrecer una explicación del proceso por el que se resuelven las disputas derivadas de intereses opuestos. En el centro de la estructura institucional para la puesta en práctica del interés individual y la resolución de conflictos está el mercado, entendiendo por tal el lugar en el que se lleva a cabo el intercambio y donde se difunde información sobre los precios relativos.

- El precio relativo de un bien o servicio A en relación con el de otro bien o servicio B es igual al cociente entre el precio de A y el de B.

El conjunto de mercados donde se enfrentan la oferta y la demanda en un sistema de economía libre cumple la doble función de generar consistencia interna para el

conjunto de intereses contrapuestos, a la vez que motiva a los individuos en sus actividades económicas.



Al igual que muchas otras ramas de la economía, la microeconomía usa una serie de **elementos básicos** para su estudio. Algunos de estos elementos son los siguientes:

- Bienes
- Mercado
- Precios
- Agentes económicos

### Teorías de la microeconomía

La microeconomía **se basa en el uso de diferentes teorías** para realizar sus estudios. Mediante estas teorías la microeconomía intenta

comprender porque cada individuo toma una decisión económica concreta, buscando su bienestar. En general podemos hablar de cinco teorías diferentes.

### **Teoría del consumidor**

- Posiblemente la más conocida de las cinco teorías. Esta intenta determinar el por qué una persona elige una opción u otra de entre los bienes que tiene disponibles, teniendo en cuenta los recursos de los que esa persona dispone. Es decir, estudia los **factores que intervienen en la elección de un consumir**. Gracias a ello podemos conocer lo que compra, por qué lo compra y para qué.

### **Teoría de la demanda**

- Esta teoría se encarga de estudiar cómo la cantidad de bienes y productos varía dependiendo de la demanda de los consumidores. En teoría, un producto muy demandado debe ser más caro que uno menos demandado. Por lo tanto el consumo de los agentes individuales económicos hace variar la existencia de los productos, siendo algo esencial para el estudio de la microeconomía.

### **Teoría del productor**

- Estudia los **comportamientos de la empresa** productora y cómo afectan estos a sus beneficios. Algunas de las acciones que trata esta teoría son el número de trabajadores, los horarios y las variaciones causadas por la subida o bajada de los precios de los productos producidos por la empresa.

### **Teoría del equilibrio general**

- Es una teoría muy especial, ya que se encarga de analizar las relaciones de todas las teorías que se usan en la microeconomía. Sirve para entender cómo los diferentes agentes económicos se afectan entre sí, ya que todos se interrelacionan. Esto se debe a que la relación entre el consumidor, el productor y la demanda, provoca muchos de los cambios económicos.

### **Teoría de los mercados financieros**

- Se encarga de estudiar los distintos tipos de mercado que pueden llegar a existir. Algunos ejemplos de mercado son los **monopolios y los oligopolios**, los cuales son estudiados por la microeconomía para intentar evitarlos. El monopolio sucede cuando una empresa es la única capaz de producir un producto, siendo capaz de controlar la oferta y demanda del

producto gracias a ello. Por otro lado el oligopolio es cuando un pequeño grupo de empresas dominan un producto, siendo en ocasiones debido a la colaboración entre ellas.

### **Objetivos de la microeconomía**

Los objetivos y funciones que cumple la microeconomía son los siguientes:

- **Principalmente, conocer la conducta y relación** de los consumidores, las empresas y las organizaciones.
- **Estudiar** el efecto de cambio de precios entre los [oferentes](#) y [demandantes](#).
- Entender e identificar los **procesos** que se llevan a cabo en un mercado relacionados con la economía.
- **Analizar los mercados existentes** en una economía.

### **Características de la microeconomía**

Entre las principales características de la microeconomía podemos encontrar las siguientes:

- Estudia el **comportamiento y relación** entre las diferentes empresas y consumidores.
- Junto a la [macroeconomía](#), **conforma el estudio de la economía**.
- Se fundamenta en la [ley de oferta y demanda](#).
- Surge en base a las escuela [neoclásica](#) y marginalista del siglo XIX.

### **Elementos de la microeconomía**

Los elementos que componen y estudian la microeconomía son los siguientes:

1. Los [bienes y servicios](#) del mercado, es decir, los objetos en los que se basa la economía.

2. Los **precios** establecidos en los productos del mercado.
3. Los **mercados**, es decir, aquel lugar en donde dos o más personas están dispuestas a intercambiar bienes y servicios.
4. Los **agentes económicos**, es decir, las familias, las empresas y su relación entre sí y junto al estado.

### Importancia de la microeconomía

La importancia de la microeconomía es que **permite estudiar la manera de utilizar racionalmente los recursos**, entre ellos los **factores de producción**, el trabajo, la tierra y el capital, tomando las decisiones más acertadas y de esta manera obtener los mejores resultados posibles.

### Ejemplos de la microeconomía

Para entender mejor esta ciencia, **pondremos dos situaciones de ejemplo en donde entra el papel de la microeconomía:**

1. Ante una situación en la que una tienda debe aumentar los precios de sus productos, el estudio microeconómico de esta **determinará cuánto le afectará en las ventas dicho aumento de precio.**
2. Alguno de los **ejemplos de estudios que realiza la microeconomía** es el de la **utilidad marginal** de los productos, que establece que valor que una persona le otorga un bien, por cada producto añadido del mismo que se produce.

### **EJE 2)**

### **OFERTA Y DEMANDA: UN MODELO DE MERCADO COMPETITIVO**

Los vendedores y los compradores de café constituyen un mercado; es decir, un conjunto de productores y consumidores que intercambian un bien o un servicio mediante un pago.

En este eje estudiaremos un tipo de mercado concreto: el mercado competitivo.

Básicamente un mercado competitivo es un mercado en el que hay muchos compradores y vendedores de un mismo bien. Más exactamente, el

aspecto crucial de un mercado competitivo es que ningún individuo puede influir sobre el precio al que se vende un bien.

De todos modos, es importante comprender que esta no es una definición válida para cualquier mercado. Por ejemplo, no sirve para el caso de las bebidas de cola. ¿Por qué?...porque en ese mercado Coca-Cola y Pepsi acumulan proporciones tan grandes de las ventas totales que cualquiera de ellas puede influir sobre el precio al que se compran y se venden las bebidas de cola. Pero la descripción sí es válida para el mercado de café en grano.

El mercado global de café en grano es tan grande que incluso un gran comprador como Starbucks, tiene una participación diminuta en el total de las transacciones, y por tanto, carece de poder para influir en el precio al que se compran y se venden los granos de café.

No es fácil explicar las razones por las que los mercados competitivos se diferencian de otros mercados sin haber visto antes cómo funcionan, de modo que vamos a aparcar el tema por ahora y lo volveremos a examinar en próximos ejes temáticos. De momento digamos solamente que es más fácil entender un modelo de mercado competitivo que de otros tipos de mercados. Cuando hacemos un examen siempre es una buena estrategia empezar por las cuestiones más sencillas. En éste eje haremos lo mismo: empezaremos con los mercados competitivos.

El comportamiento de un mercado competitivo se describe muy bien mediante el modelo de oferta y demanda. Y, dado que existen muchos mercados competitivos, el modelo de oferta y demanda es muy útil.

Estos son los cinco elementos básicos del modelo:

- 1) La curva de demanda.
- 2) La curva de oferta.
- 3) El conjunto de factores que provocan desplazamientos de la curva de oferta y el conjunto de factores que provocan desplazamientos de la curva de demanda.
- 4) El equilibrio del mercado, que incluye el precio de equilibrio y la cantidad de equilibrio.
- 5) Los cambios del equilibrio causados por los desplazamientos de las curvas de oferta y demanda.

Para comprender el modelo de oferta y demanda examinaremos uno por uno estos cinco elementos.

## 1) LA CURVA DE DEMANDA:

¿Cuántos kilos de granos de café quieren comprar los consumidores de café de todo el mundo un año cualquiera? Nuestra primera idea sería contar todas las tazas de café que se toman al día, calcular cuánto café en grano se necesita por taza y multiplicar por 365.

Pero esta respuesta es insuficiente, porque la cantidad de café en grano que los consumidores desean comprar, y por tanto las tazas de café que se beben, dependen del precio del café en grano. Cuando el precio del café sube, como ocurrió en 2006, algunas personas reducen su consumo, quizá pasándose totalmente a otras bebidas con cafeína como el té o la coca-cola- si, hay gente que desayuna coca-cola .... En general, la cantidad de granos de café o de cualquier bien o servicio que queremos comprar, depende del precio. A mayor precio, menos cantidad se quiere comprar; alternativamente, a menor precio; mas cantidad se quiere comprar.

Así que la respuesta a la pregunta ¿Cuánto café en grano quieren comprar los consumidores? Depende del precio del café en grano. Si aún no sabemos qué precio va a tener, podemos empezar construyendo una tabla en la que figuren los kilos de café en grano que los consumidores comprarían a diferentes precios. Esta tabla se denomina plan de demanda, y a su vez puede usarse para dibujar una curva de demanda, que es uno de los elementos básicos del modelo de oferta y demanda.

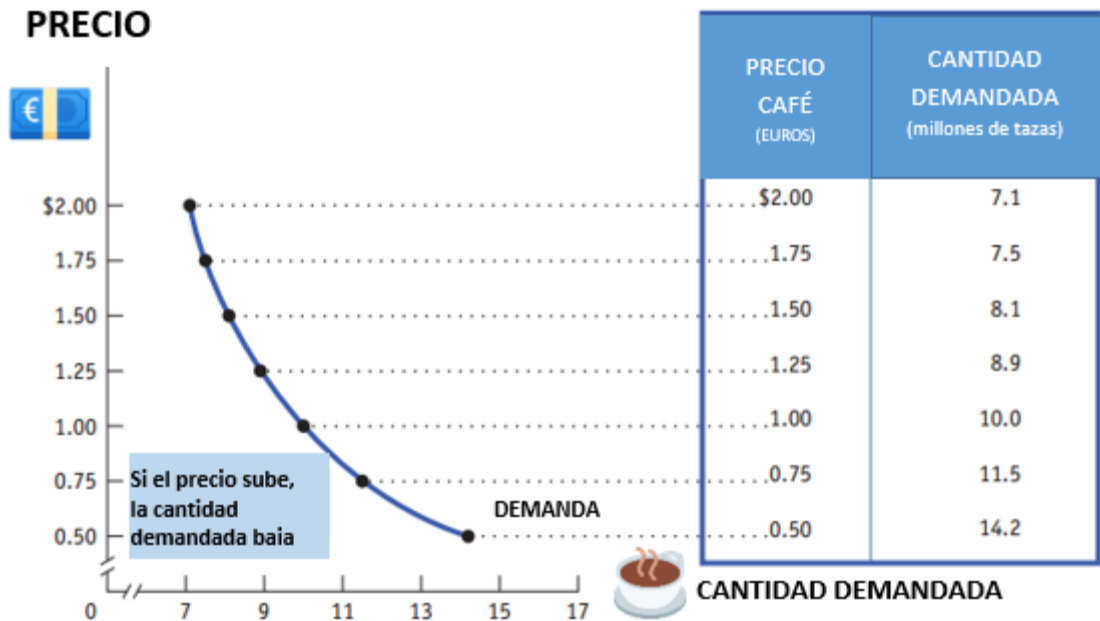
## \*PLAN DE DEMANDA Y LA CURVA DE DEMANDA:

### PLAN DE DEMANDA O TABLA DE DEMANDA:

Un plan de demanda o función de demanda es una tabla que muestra la cantidad un bien o servicio que los consumidores desean comprar a cada precio.

En la ilustración veremos un plan hipotético de demanda de café en grano.

Es hipotético porque no usamos datos reales de la demanda mundial de café en grano y porque suponemos que todos los café en grano son de la misma calidad.



Si realizamos una lectura del gráfico podemos concluir en que se establece la ley de la demanda. Que a mayor precio, menor cantidades se consumen y a menor precio mayores son las cantidades que se adquieren.

Esto hace referencia a la relación inversa que se establece entre el precio y la cantidad demanda.

De la tabla de demanda para el café en grano se obtiene la correspondiente **CURVA DE DEMANDA**, que muestra qué cantidad de un bien o servicio quieren comprar los consumidores a cada precio. La curva de demanda es la representación gráfica de la tabla de demanda.

La curva de demanda y el plan o tabla de demanda reflejan la ley de la demanda: cuando el precio sube, la cantidad demanda baja, y cuando el precio baja, la cantidad demanda sube. Como resultado la curva de demanda es decreciente con pendiente negativa.

Volviendo al gráfico, el eje de ordenadas muestra el precio del café y el eje de abscisas, la cantidad. Cada punto del gráfico corresponde a una



entrada de la tabla. La curva que une esos puntos es la curva de demanda. Que como ya dijimos es la representación gráfica del plan de demanda; es decir, una forma distinta de mostrar la relación entre la cantidad demandada y el precio.

En el mundo real, las curvas de demanda tienen pendiente negativa casi siempre. ( las excepciones son tan raras que en la práctica podemos ignorarlas).

- **DESPLAZAMIENTO DE LA CURVA DE DEMANDA:**

Un desplazamiento de la curva de demanda es un cambio en la cantidad demandada de un bien a cada precio. Este cambio queda representado por el desplazamiento de la demanda original a una nueva posición, que se refleja en una nueva curva de demanda.

### **La condición ceteris paribus**

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

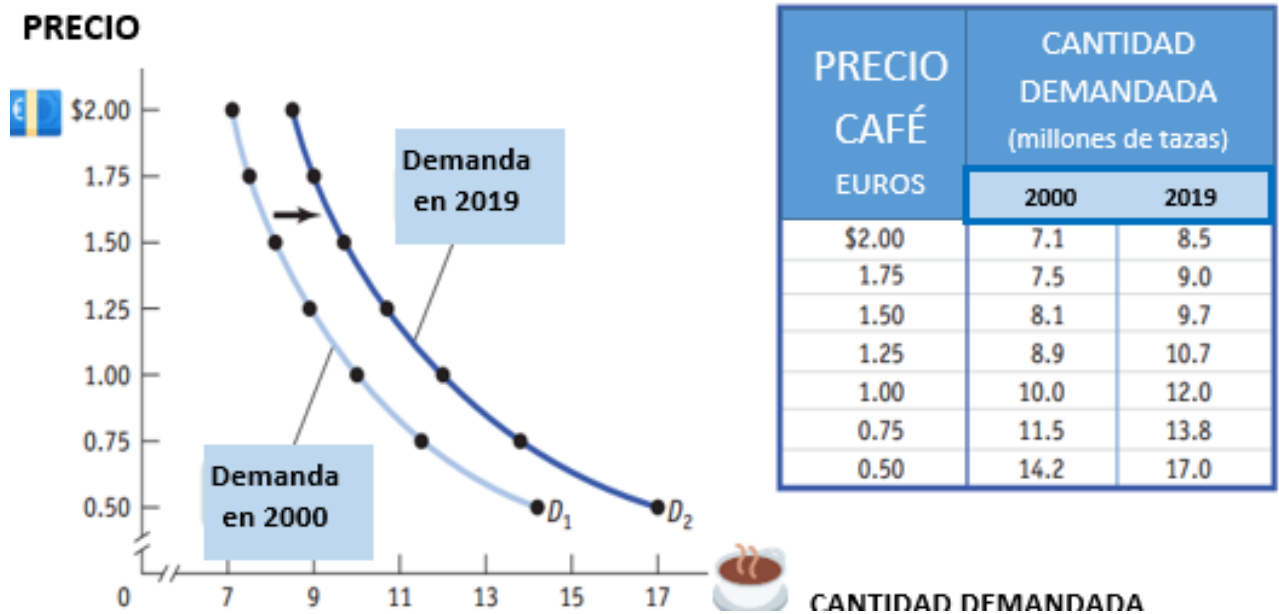
La clave aquí radica en que **la curva de demanda nos muestra la cantidad demandada de un producto a cada precio diferente**, pero teniendo en cuenta que el resto de factores que influyen en la demanda no varían. Estos factores hemos visto que son el precio de otros bienes, la renta, las expectativas,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

**La cláusula ceteris paribus significa “todo lo demás permanece igual”. Es decir, mientras los factores diferentes al precio no varíen, la tabla y curva de demanda no cambiará**

**Cuando se rompe la condición ceteris paribus, porque cambia uno de los factores diferentes en el precio, se produce un cambio en la demanda, y por tanto tendremos una nueva curva y tabla de demanda.**

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

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

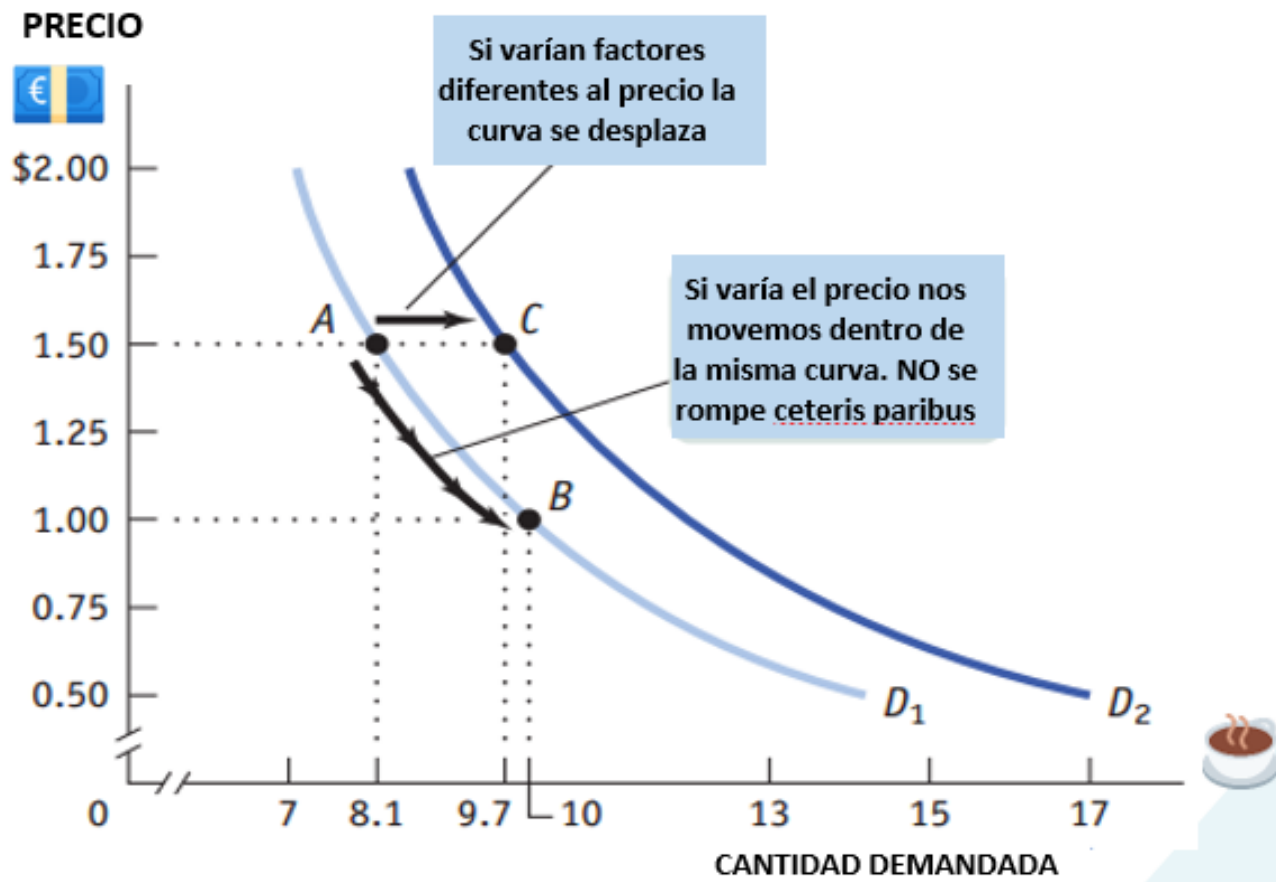


**Movimientos y desplazamientos de la curva**

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

**Los MOVIMIENTOS DENTRO DE LA CURVA** se provocan únicamente porque el precio del café varía. De manera que, si nos encontramos en el año 2000 y el precio baja de 1,50 a 1 euro, entonces la cantidad demandada sube de 8,1 millones a 10 millones (porque es más barato). **Pero nos seguimos encontrando en la misma curva de demanda  $D_1$ .** Es decir, **NO ha habido ningún cambio en la demanda (es la misma tabla y curva)** ya que pasamos del punto A al B de la gráfica de abajo. **La curva de demanda es la misma, porque no se rompe la cláusula ceteris paribus** (todo lo demás sigue igual) pero al bajar el precio aumenta la cantidad demandada.

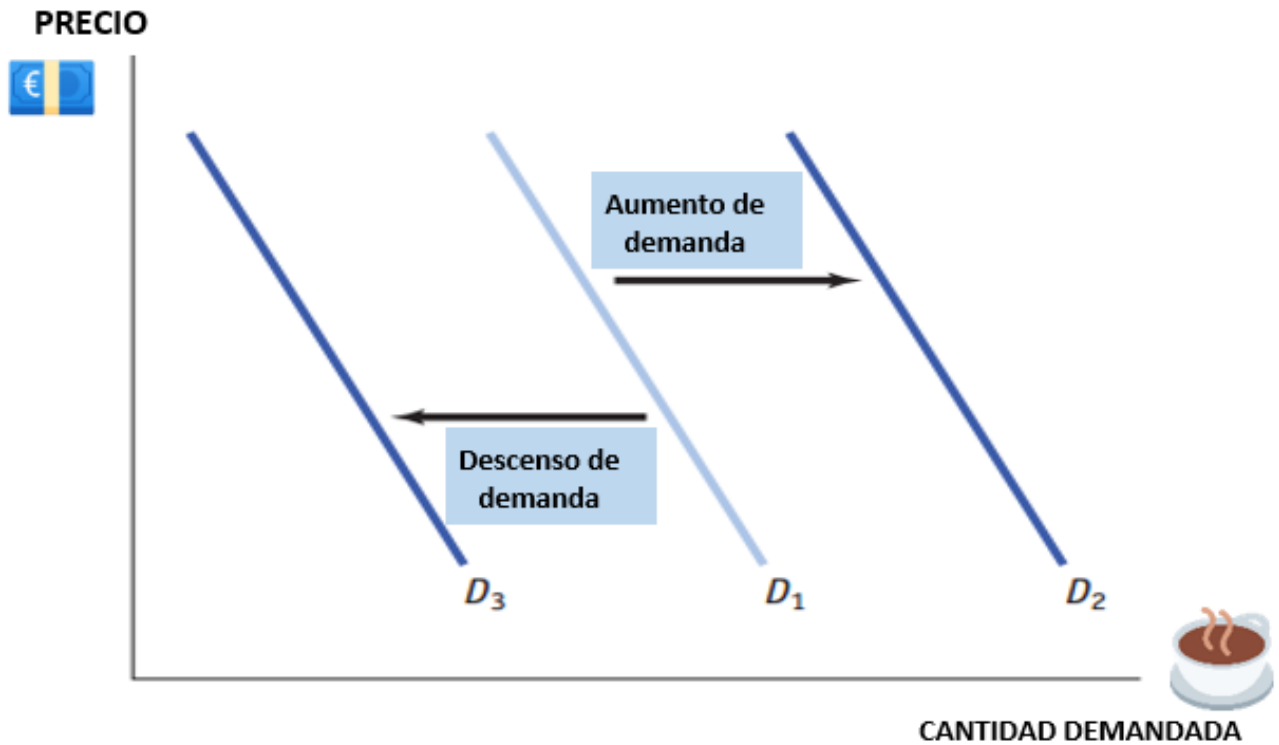
**Los CAMBIOS (DESPLAZAMIENTOS) EN LA CURVA DE DEMANDA** se provocan porque algún factor diferente al precio del café se modifica, lo que rompe la condición ceteris paribus. Esto provoca que la curva de demanda se **DESPLACE** y ahora la gente quiere comprar más café (o menos) para cada uno de los precios. **Por lo tanto, ahora tenemos una nueva tabla y curva de demanda  $D_2$ .** En nuestro ejemplo, pasamos del punto A al C y **CAMBIAMOS (NOS DESPLAZAMOS) de la curva  $D_1$  a la curva  $D_2$ .** Ahora hay más gente dispuesta a tomar café a cada precio



### Desplazamientos a la derecha y a la izquierda de la demanda

Como en el ejemplo que acabamos de ver, Un aumento de la población y unas mayores preferencias por el café no son los únicos factores que pueden aumentar la demanda y desplazarla a la derecha. Si bajaran los precios de bienes complementarios (como el croissant) o subiera el precio de bienes sustitutos como el té, la demanda de café aumentaría. Lo mismo ocurriría si la renta es mayor o si hay expectativas de ganar más dinero en el futuro.

La modificación de un factor diferente al precio que aumente la demanda, va a desplazar la curva a la derecha.



**Lógicamente lo contrario provocaría un descenso de la demanda y que la curva se desplazara a la izquierda.**

Si la población fuera menor o las preferencias por el café bajaran, se demandaría menos café. Lo mismo ocurriría si el precio de complementarios como el croissant aumentara o el precio de sustitutivos como el té bajara. Por último, una menor renta o expectativa de menor renta, también desplazaría la curva de demanda a la izquierda.

**La modificación de un factor diferente al precio que disminuya la demanda, va a desplazar la curva a la izquierda.**

## **LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DEMANDA**

*Un caluroso lunes de primavera algo cambió para siempre en España. Una cantidad gigante de alumnos llegaron a clase con un “spinner”, un producto que apenas se había visto hasta entonces, pero por alguna razón, todo adolescente y niño quería tener uno. Este cambio en la demanda sucedió en sólo un fin de semana. ¿Eran más baratos los spinners ahora? La verdad que no. ¿Entonces por qué la gente lo quería si valían lo mismo? Pues porque hay más factores que influyen en la demanda además del precio.*

Como acabamos de explicar, el principal factor a la hora de influir en la demanda es el precio. Sin embargo, hay algunos más. Vamos a ver todos los factores que pueden influir en la demanda de café o de cualquier otro bien.

**1. EL Precio del bien en cuestión.** Como hemos visto, **cuanto mayor sea el precio de un bien, menor será la cantidad demandada y viceversa, a menor precio mayor es la cantidad demandada.** Esto es conocido como **LEY DE LA DEMANDA.**

*Es lo que ocurre en el ejemplo de los converse: a 60 euros no quieres ninguna, a 45 comprarías un par, a 30 comprarías 2 pares y al precio final de 20 euros te llevas 3. Lo mismo ocurre con el café en nuestro ejemplo, al precio de 1 euro la demanda son 10 millones, pero si el precio baja a 0,75, la demanda sube a 11,5 millones de tazas.*

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

**A) Bienes sustitutivos.** Son aquellos bienes que me satisfacen la misma necesidad que el café. Por ejemplo, mucha gente puede decidir tomar té en lugar de café. Es decir, **decimos que café y té son sustitutivos porque satisfacen la misma necesidad.** Si de repente el té sube de precio, eso puede hacer que muchos bebedores de té se cambien al café, y por tanto la demanda de café aumente a pesar de que el precio del café sea el mismo. Lo mismo ocurre con las lentejas y las gafas. Si el precio de las lentejas sube, se demandarán más gafas. Margarina y mantequilla, carne y pescado serían otros ejemplos de bienes sustitutivos, ya que satisfacen la misma necesidad.

*Estás enfrente de la heladería y una chica del local de al lado “Smooy” te ofrece un Yogur helado a mitad de precio. Tal vez tú no, pero mucha gente cambiará de local, por lo que la demanda de helado ese día será mucho menor. Como el helado y el yogur helado satisfacen la misma necesidad (aunque no son idénticos) la disminución de precio de uno (el del yogur) hace que se compre menos del otro (el helado).*

**B) Bienes complementarios.** Son aquellos bienes que se consumen conjuntamente. Por ejemplo: los coches y la gasolina, las lámparas y las bombillas o la impresora y la tinta. Por ejemplo, mucha gente desayuna un croissant con un café. Si de repente el precio de los croissants aumenta, puede que la gente que toma los dos deje de comprar croissants y también café. Por tanto, si aumenta el precio de los croissants, la gente demandará menos café a pesar de que el precio del café es el mismo.

*Llevas un tiempo queriendo comprarte una bicicleta para ir al instituto. El problema, es que todas las que encuentras son muy caras. De repente, una tienda baja mucho los precios por alguna razón. Te decides a comprar esa bicicleta y el vendedor te dice que necesitarías al menos un candado, una pata de cabra y luces. Resulta que te gastas en todo eso más que de lo que ha bajado el precio de*

*las bicicletas. La estrategia del vendedor es muy astuta, si compras sus bicicletas, también le comprarás a él otros bienes complementarios. La bicicleta y el candado (y otros productos) son complementarios porque se consumen conjuntamente. Cuando disminuye el precio de uno (la bicicleta) la demanda de los complementarios (candado, luces) aumenta.*

**3. La renta.** La cantidad de dinero que tenemos condiciona la cantidad de bienes que podemos comprar y, por tanto, la cantidad de producto que un consumidor demanda. Es decir, que de manera general podemos decir que si la renta de un país aumenta eso hará que la gente pueda demandar más café.

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

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

**B) Bienes inferiores.** Son aquellos bienes que se **demandan menos cuando aumenta la renta**, como los coches de segunda mano o los productos de marca blanca de los supermercados. Se llaman así porque existe una alternativa de mayor calidad. Cuando ganamos más dinero queremos consumir otros bienes “mejores” *si gano más dinero comeré menos mortadela y más jamón, o iré menos en bus y utilizaré más el taxi*

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



hecho, ha habido una gran campaña de café que ha aumentado su demanda. *Así, el aumento de la demanda del spinner fue claramente por una moda pasajera que aumentó las preferencias por ese producto y por tanto incrementó la demanda.*

**5. Las expectativas del precio y de la renta.** Si los consumidores consideran que el precio de un bien va a aumentar mucho esto también puede modificar la demanda hoy. *Por ejemplo, en los años del boom de la vivienda, los precios subían sin parar, pero, aun así, los españoles comprábamos más casas cada año. Uno de los motivos eran las expectativas. La gente pensaba “las casas están caras, pero si espero van a subir más” así, la demanda subía cada año a pesar de que el precio también lo hacía.*

**Las expectativas sobre el ingreso** también pueden aumentar o disminuir la demanda. Cuando estalló la crisis en España, mucha gente temía ser despedido, por eso hace unos años, mucha gente que seguía trabajando, ante el temor de ser despedido aplazó compras importantes, y la venta de casas y de coches bajó mucho en España.

*Imagina que consigues un trabajo y te dicen que dar de sueldo unos 1.500 euros al mes. No cogerás el trabajo hasta dentro de unas semanas, pero aunque aún no dispongas del dinero, es bastante probable que ya empieces a comprarte algún caprichito que llevas pensando un tiempo, ¿o no?.*

**6. Cambios en el número de consumidores.** Por último, el número total de consumidores de un país o sociedad en general es importante para la demanda. Si el país pasa de tener 40 millones a 47 es obvio que la demanda de café se incrementará a pesar de que los precios puedan ser los mismos. De hecho, uno de los motivos del aumento de la demanda de viviendas fue la gran cantidad de inmigrantes que vinieron de otros países, lo que provocó que hubiera más gente que quería comprar una casa. Algo parecido ocurre con lugares con mucho turismo como Málaga. En verano la población es mucho mayor debido a los turistas, por lo que la demanda de muchos bienes aumenta.

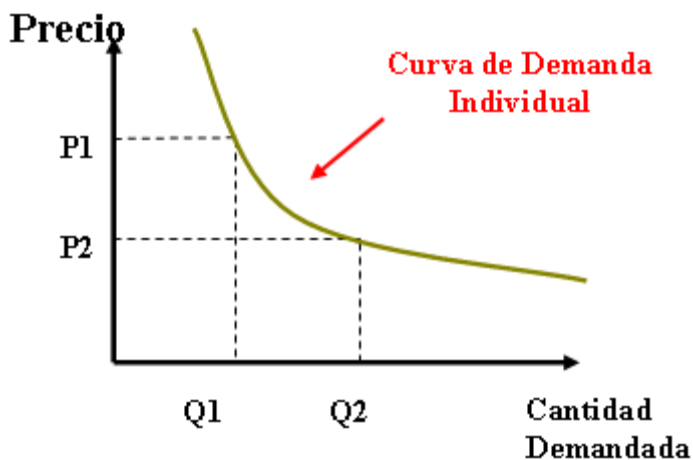
**TABLA RESUMEN: FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DEMANDA**

<b>1.El precio del bien (café)</b>		
	Si aumenta el precio ...	... Baja la cantidad demandada
	Si baja el precio...	... Aumenta la cantidad demandada
<b>2.El precio de bienes relacionados</b>		
<b>2.A Si dos productos son sustitutos (Café y té)</b>	Si aumenta el precio de sustitutivo (té) ...	... Aumenta la demanda del otro bien (Café)
	Si baja el precio de sustitutivo (té) ...	... Baja la demanda del otro bien (Café)
<b>2.B Si dos productos son complementarios (café y croissant)</b>	Si aumenta el precio de un complementario (croissant)....	... Baja la demanda del otro bien (café)
	Si baja el precio de un complementario (croissant)....	... Aumenta la demanda del otro bien (café)
<b>3. La renta</b>		
<b>3. A Si es un bien normal</b>	Si aumenta la renta...	... Aumenta la demanda
	Si disminuye la renta...	... Disminuye la demanda
<b>3.B Si es un bien inferior</b>	Si aumenta la renta...	... Disminuye demandada
	Si disminuye la renta...	... Aumenta la demanda
<b>4 Las preferencias</b>		
	Si aumenta la preferencia por un bien...	... Aumenta la demanda
	Si disminuye la preferencia por un bien...	... Disminuye la demanda
<b>5. Expectativas</b>		
<b>5.A Expectativas de precio</b>	Si se espera que el precio del bien suba...	... Aumenta la demanda del bien
	Si Se espera que el precio del bien baje...	... Baja la demanda del bien
<b>5.B Expectativas de renta</b>	Si se espera que la renta suba...	... Aumenta la demanda (bien normal)
	Si se espera que la renta baje...	... Baja la demanda (bien normal)
<b>6. Tamaño población</b>		
	Si la población aumenta...	... Aumenta la demanda del bien
	Si la población baja ...	...Disminuye la demanda del bien

**CURVA DE DEMANDA INDIVIDUAL Y CURVA DE DEMANDA DE MERCADO:**

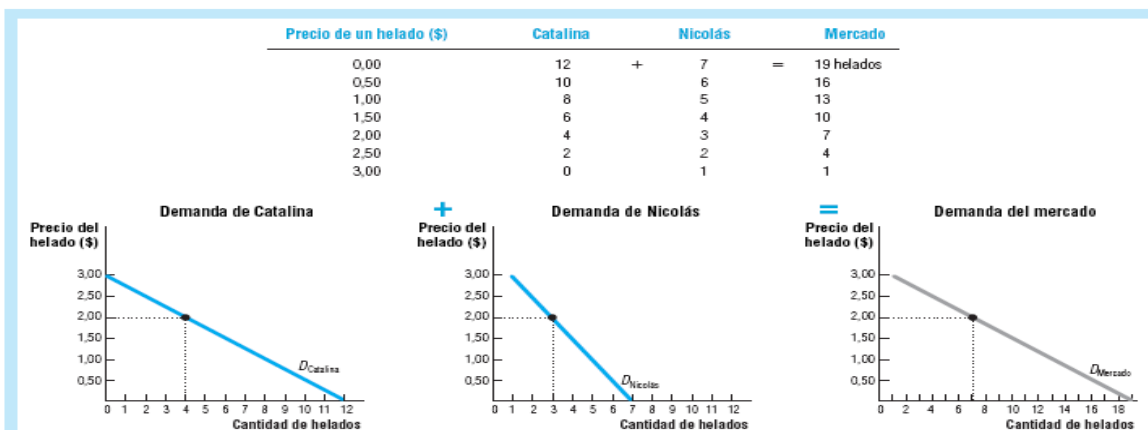
**CURVA DE DEMANDA INDIVIDUAL:**

Muestra la relación entre cantidad demandada y el precio, para un consumidor individual.



**CURVA DE DEMANDA DE MERCADO:**

Muestra como depende del precio del mercado la cantidad total demanda por todos los consumidores. La curva de demanda de mercado es la suma horizontal de las curvas de demanda individuales de todos los consumidores del mercado.



**Figura 4.2.** La demanda del mercado es la suma de las demandas individuales.

La cantidad demandada en un mercado es la suma de las cantidades demandadas por todos los compradores a cada precio. Por lo tanto, la curva de demanda del mercado se halla sumando horizontalmente las curvas de demanda individuales. A un precio de 2 \$, Catalina demanda 4 helados y Nicolás demanda 3. La cantidad demandada en el mercado a este precio es igual a 7 helados.

1) ACTIVIDADES PRÁCTICAS:

COMPRUEBA SI LO HAS ENTENDIDO!

A) Elabora una tabla o plan de demanda de un bien X, y grafica la curva de demanda.

- Teniendo en cuenta el gráfico confeccionado anteriormente, dar un ejemplo y graficar en qué caso se produciría un desplazamiento de la curva hacia la derecha. Justificar.

B) Determinar si las siguientes afirmaciones son verdaderas o falsas.

Justificar las respuestas falsas:

1) Cuando aumenta el ingreso, aumenta la cantidad demanda de bienes inferiores

.....  
.....

2) Cuando aumenta el ingreso, aumenta la cantidad de bienes normales.....

.....

3) La ley fundamental de la demanda establece que la cantidad demandada de un producto tiene a variar en el mismo sentido que el precio.....

.....

4) Cuando aumenta el ingreso, aumenta la cantidad demandad de bienes de lujo y de primera necesidad.

C) Explica si cada uno de los siguientes acontecimientos representa un desplazamiento de la curva de demanda o un movimiento a lo largo de la curva de demanda.

- El propietario de una tienda ha observado que los clientes están dispuestos a pagar más por un paraguas los días de lluvias.

- Cuando XYZ telecóm, un operador telefónico de larga distancia, ofreció tarifas más bajas durante los fines de semana, el volumen de llamadas durante el fin de semana se disparó bruscamente.

- La gente compra más rosas durante el día de San Valentín, aunque los precios son más altos que cualquier otro día del año.
- El brusco incremento de los precios de la gasolina fomentó el uso compartido de los vehículos privados para reducir sus compras de gasolina.