



Economia, banca i mercats financers

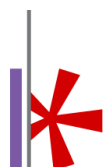
Tema 3

El mercat, la utilitat marginal, els rendiments decreixents i l'“oferta i la demanda”

Versió 2016 © Tea Cegos, S.A.

ÍNDEX

EL MERCAT	3
UNA DESCRIPCIÓ	3
CLASSIFICACIÓ DELS MERCATS	5
LES "FALLADES DEL MERCAT"	11
LA "UTILITAT MARGINAL", LA "LLEI DELS RENDIMENTS DECREIXENTS" I LA "LLEI DE LES "ECONOMIES D'ESCALA"	15
DEFINICIÓ I EXPLICACIÓ DEL CONCEPTE	
D'"UTILITAT MARGINAL"	15
DEFINICIÓ I EXPLICACIÓ DEL CONCEPTE DE LA "LLEI" DELS "RENDIMENTS DECREIXENTS" I DE LA "LLEI" DE LES "ECONOMIES D'ESCALA"	17
LA TEORIA "NEOCLÀSSICA" DE L'OFERTA I LA DEMANDA I DE LA FIXACIÓ DE PREUS	24
ELS CONCEPTES BÀSICS	24
L'"ELASTICITAT" DE L'OFERTA I DE LA DEMANDA	27
LA FIXACIÓ DELS PREUS EN LA TEORIA NEOCLÀSSICA	28
CONCLUSIONS I REFLEXIONS	33



EL MERCAT

UNA DESCRIPCIÓ

Mercat és el lloc de trobada; ha estat així des de temps immemorials i en tots els pobles i cultures ha resultat ser el sistema ideal per a l'intercanvi. La humanitat va assolir a aquest sistema d'"ordre natural" de manera evolutiva i no n'hi ha cap altre de més eficient per a l'assignació de recursos escassos, tal com ha demostrat la història dels éssers humans. S'hi dona un procés de coneixement que trenca la incertesa perquè coordina les intencions dels diferents agents econòmics. No és que sigui un punt d'equilibri estàtic, en el qual una vegada aconseguit un acord entre oferta i demanda ja no hi ha res a fer; de fet, aquest equilibri no es realitza en les seves últimes conclusions ja que, atesa la naturalesa canviant de les circumstàncies que afronten els individus, sempre apareixen noves necessitats i, per això, es creen nous incentius amb l'objectiu de satisfer-les. En efecte, el mercat és un procés que tendeix, de forma sistemàtica, a un "ordre" com a producte d'aquesta acció dels empresaris, però aquest procés empresarial de coordinació no s'atura ni s'esgota mai, perquè la nova informació que aporten preus, desitjos i quantitats que es posa de manifest en el procés, genera idees noves que es transmeten i que modifiquen el coneixement dels diferents actors, ja siguin consumidors o productors. Els desajustos, si s'escau, són ocasions de guanys o de pèrdues que són així mateix informacions valuoses per a tots els implicats.

Les cinc característiques bàsiques de la utilització del mercat són:

1a)-. És un **punt on es troben els que ofereixen i els que demanen productes i serveis**. (Pot ser amb ubicació física o virtual, com en el cas dels "market place" a Internet".)

2a)-. És un **ordre natural, espontani i evolutiu en el qual es realitza un procés dinàmic d'intercanvi d'aquests béns i serveis**. És un procés que no s'acaba mai realment i que, per això, fa avançar la civilització constantment.

3a)-. **Permet coordinar gran quantitat de decisions que afecten la distribució de la riquesa i el cycle del producte sense necessitat que ningú hi exerceixi una direcció conscient**.

4a)-. **Al mercat es produeix una competència entre els seus actors. La funció empresarial és un procés competitiu i dinàmic** en què els actors volen corregir desajustos o disfuncions, satisfer necessitats o plantejar la venda de productes i serveis a un preu que resulta beneficiós perquè es pot comprar més barat en un



altre lloc o perquè la fabricació és més econòmica. Cada empresari fa un esforç per superar el resultat dels seus rivals i aconseguir un benefici. Això es fa de manera no estàtica, a diferència del que després veurem que planteja la definició de "competència perfecta" o de "competència imperfecta".

5a)-. **Oferents i demandants en reben informació a través del mecanisme dels preus.** En funció d'això, poden escollir alternatives i decidir en conseqüència si produir més o tot el contrari, perquè el preu dels béns que han de produir és molt baix i no s'espera obtenir rendibilitat suficient per als capitals que han d'exposar-se, tenint en compte la preferència temporal dels actors, dels riscos que es corren i de la taxa de rendibilitat alternativa existent avui.

El preu de mercat és molt important ja que informa si una mercaderia és més escassa o abundant d'acord amb les preferències dels consumidors. Sense aquesta informació és impossible produir de forma "ordenada". És a dir, sense acabar en malbarataments continus perquè una autoritat central no pot abastar tota la informació, que canvia a cada segon, i en la interacció contínua que realitzen els actors en el mercat. És possible que aquesta autoritat central vulgui augmentar el benestar de les persones o posar a la seva disposició béns a un preu baix, o bé incrementar el "nivell" de producció, però el màxim que aconseguirà és que els productes fixats a un preu màxim desapareguin del mercat o que només es puguin trobar al "mercat negre", o bé que es produeixin béns que després ningú vulgui utilitzar (amb la paradoxa que s'incrementin les "estadístiques nacionals de producció", però no la satisfacció general.)

En definitiva, no pot ser que una autoritat central vulgui "fer més" sense tenir en compte les conseqüències no desitjades, i perjudicials en la majoria dels casos, que ocasiona el fet de distorsionar l'"ordre natural" del mercat, tant en allò que es produeix com en els preus que s'estableixen lliurement. Cal deixar que es produeixin béns i serveis que la gent considera més importants i en les quantitats que desitja. Sense preus lliures i en un mercat lliure, aquesta informació no existeix, la producció es desordena i s'acaben produint béns i serveis en quantitats i qualitats diferents de les necessitats prioritàries de les persones, o bé desapareixen completament del mercat els productes amb un preu màxim obligatori. (Recordem que, en parlar de preus, ens referim als preus establerts en tots els mercats ja siguin béns, serveis, ocupació, taxa d'interès o taxa de canvi.)



CLASSIFICACIÓ DELS MERCATS

Els mercats es poden classificar segons diferents criteris.

- **Segons el volum**
 - Mercats majoristes: venda a l'“engròs” o en grans quantitats.
 - Mercats minoristes: venda al “detall” o en petites quantitats.
- **Segons la regulació**
 - Mercats regulats: l'estat exerceix controls i posa limitacions més o menys absolutes i dràstiques als preus i a les condicions.
 - Mercats desregulats: l'estat no exerceix controls i, per tant, les condicions i els preus es fixen lliurement a partir de l'oferta i la demanda.
- **Segons si les transaccions són de béns o serveis**
 - Mercat de béns: es compren i venen productes i mercaderies.
 - Mercat de serveis: contractacions de prestació d'accions de suport.

Podem considerar que el mercat de béns i serveis es divideix en dos submercats:

- Mercat de béns i serveis de consum. En aquest mercat, les empreses venen i les famílies i els individus compren.
- Mercat de recursos productius, o sigui, de béns i serveis necessaris per a la producció. S'intercanvien tots els béns (matèries primeres, semielaborades, maquinària, etc.) i serveis (inclosos el treball personal i els serveis financers) que, directament o indirectament, s'utilitzen en qualsevol fase de la producció.

En tots dos mercats, les situacions canvien constantment i cal trobar noves respostes a les noves circumstàncies; per això, sovint cal replantejar-se les preguntes següents:

- Què produir? Les preferències dels consumidors mostren a les empreses quins béns i serveis han de produir.
- Amb quins recursos? Les empreses busquen, en els mercats de recursos productius, les combinacions que els permetin produir aquests béns i



serveis per vendre'ls a un preu estimat en el mercat de manera que es compensi el cost de produir-los.

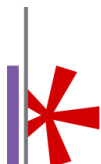
A l'esquema anterior, el mercat es considera dividit en dos (de consum i de recursos). No hi ha res que impedeixi considerar que cadascun dels mercats es divideix en d'altres. Així, es parla de mercat de l'oci, mercat immobiliari, mercat financer, mercat laboral, etc.

- **Segons el nombre de participants**

- **Competència perfecta:** concepte teòric que no existeix a la pràctica, segons el qual es donaria aquesta situació quan hi hagués tal quantitat d'oferents i demandants que cap d'ells pogués influir en el funcionament del mercat i especialment en els preus. Constitueix la base de tot el desenvolupament de l'anomenada "teoria econòmica neoclàssica", denominada així al principi per Thorstein Veblen i el desenvolupament principal de la qual, així com el tractament inicial, es deu a Alfred Marshall, qui va introduir aquest concepte de "competència perfecta" per, d'aquesta manera, poder dur a terme un tractament matemàtic de les relacions d'oferta i demanda en el mercat. (Com que la competència en la vida real no s'ajustava als supòsits de partida, més endavant va ser necessari desenvolupar l'anomenada "competència imperfecta", "monopolística" o "oligopolística", segons els casos, cosa que inicialment van fer l'economista Joan Robinson i el seu col·lega Edward Chamberlin.)

Les característiques de la "competència perfecta" són una mostra d'un pensament racional, vàlid en si mateix, com a mitjà per explicar una realitat construïda així per entendre-la millor, però impossible d'implantar o correspondre amb la realitat. Era el cas de Marshall, qui va dir que usava les matemàtiques per aquest motiu (ell era matemàtic), però que sabia molt bé que aquests supòsits només eren vàlids al seu cap, ja que el món real seguia un altre camí... És una mostra també del que en el tema 1 anomenàvem "*raonar econòmicament en termes no euclidiàns*" i que es concreta, en aquest cas, **per definir "la competència perfecta" de la següent manera:**

- Un nombre d'oferents tan elevat i de mida tan petita que no poden influir-se mútuament ni de bon tros en el preu.
- La demanda és perfectament "elàstica", és a dir, qualsevol productor pot vendre les quantitats que desitgi al "preu vigent", però no vendrà res si puja el preu perquè els consumidors aniran a la competència, que ho fa a un preu menor.
- No existeixen barreres d'entrada ni de sortida per als nous oferents.



- Totes les empreses venen el mateix producte homogeni i amb les mateixes característiques i format.
- Tots disposen d'una informació total i perfecta i així mateix tothom coneix la tecnologia.
- No es donen innovacions tecnològiques ni se substitueixen factors de producció per uns altres més eficients sense que sigui de comú coneixement i implantació per part de tots els actors.
- La funció productiva se suposa mancada d'organització, coordinació i control.
- Els recursos que maximitzen els guanys se seleccionen d'acord amb informació perfecta i/o les probabilitats definides.
- No hi ha "costos de transacció", no hi ha "costos de contractes" ("teoria de l'agència") i s'actua amb els drets de propietat garantits.

Per la seva banda, la teoria de la "competència imperfecta" pretenia donar entrada a supòsits més concordes amb la realitat i així va considerar qüestions com la importància del disseny, la publicitat, la facilitat d'accés del comprador al producte o al mercat, els rendiments diferenciats entre productes, les innovacions tècniques que segmenten els productes, la comoditat d'ús, la imatge de marca, etc. Chamberlin va descriure el cost de producció com la suma de les despeses per augmentar l'oferta quan es coneix la demanda i el cost comercial quan se sumen les despeses necessàries per augmentar la demanda, si l'oferta està fixada. Això no obstant, hem de dir en contra seva que tots dos costos són necessaris quan la informació és imperfecta i cal donar a conèixer el producte. No només es compra l'element físic del producte, es compra el que representa des del punt de vista psicològic o els atributs afegits que té, tals com: serveis postvenda, fiabilitat dels lliuraments, qualitat assegurada i certificada, etc. Els directors de màrqueting saben que han d'aconseguir diferenciar el seu producte de la competència i que, quan aquest producte es constitueix en una "*commodity*", el preu es "tiranitza" des de l'altra part. Teoritzar sobre competència imperfecta és també un exercici pur de "distracció intel·lectual", com ho era el de la "competència perfecta". Totes dues busquen que es pensi que hi ha un equilibri on bàsicament no pot existir a causa de la feina de l'empresari i el procés dinàmic del mercat.

- **Oligopoli:** quan hi ha pocs oferents per a un producte o servei determinat. I, per tant, hi ha més facilitats per als casos d'acord o col·lusió en la fixació de preus i les condicions de venda. (Quan només hi ha dos oferents o demandants, es tracta d'un "duopoli".) Cada



empresa de l'oligopoli influeix amb les seves decisions sobre les decisions de les altres empreses i és influïda al seu torn per les decisions dels seus competidors. En aquests casos, algunes polítiques d'acció han de veure's sota l'anomenada "teoria de jocs" i del concepte conegut com a "dilema del presoner". Per això, per evitar perjudicis d'uns a altres és molt freqüent buscar una "col·laboració fora del circuit" amb acords sobre preus mínims, quantitats que es demanen, etc. Aquesta situació es coneix com a "de càrtel", que pot ser explícita com el cas de l'OPEP per al petroli o una situació oculta, que sol ser perseguida perquè representa un frau a la competència. (Com la labor que van fer diverses entitats creditícies de primer ordre per posar-se d'acord en la comunicació de les seves respostes a l'hora de fixar la taxa d'interès interbancària, LIBOR o EURIBOR.) El càrtel actua sobre les quotes de producció o de mercats que cal servir, sobre els preus o sobre tots dos. Aquests acords no sempre estan exempts del "dilema del presoner" i, més d'una vegada, els seus membres "traeixen" els altres en alguna d'aquestes qüestions...

La fusió de diverses empreses, ja sigui verticalment o horitzontalment (fusionar tota la gamma d'operacions des de la matèria primera a la distribució o bé de totes les empreses d'una fase), així com la posició de "holding" en la qual es té el domini sobre una variada gamma de serveis i subministraments, no necessàriament s'han de considerar una maldat intrínseca. Allò important, no ens cansarem de repetir-ho, no és la mida, sinó la llibertat per competir, ja que no és possible dir "científicament" quina és la dimensió més eficient d'una empresa. Sempre hi ha algun empresari que, guiat pels seus impulsos i arriscant-ne el patrimoni, acaba per trobar-hi resposta i la resposta no és eterna, perquè altres empresaris el desafiaran immediatament en qualsevol "punt feble" que deixi en l'aire... Des del punt de vista correctament metodològic de l'economista, no es pot dir quina és la millor mida d'empresa, sinó que es poden mostrar les conseqüències desitjades i no desitjades de les decisions que es prenguin. L'economista sí pot assenyalar que la llibertat de mercat és la que assegura la millor presa de decisions o on es fan més explícites aquestes conseqüències per obtenir més rendibilitat i satisfacció dels consumidors, però la decisió, en tot cas, correspon sempre a l'empresari.

- **Monopoli:** un sol oferent/demandant d'un producte o servei i que, per tant, pot fixar el preu i les condicions de venda. L'empresa monopolística pot fixar preus i el mercat dóna la demanda resultant o viceversa pot fixar les quantitats i el mercat dóna el preu. Els tipus de monopolis són:
 - **"Monopolis governamentals"**. A Espanya se'ls ha conegut com a "estancs". Els més importants van ser els estancs de la sal abans del segle XVIII o, més recentment, els estancs del tabac (la "Tabacalera"), dels ferrocarrils (la "RENFE") i del petroli (la



“CAMPSA”). Tot i ser presentats com a “reguladors del mercat” i positius, han estat sempre mostres de “privilegis”, font d'assoliments per a “caçadors de rendes” o incentius per a unes activitats econòmiques on val més la pena la proximitat i les relacions amb el poder que la inversió per produir de forma rendible una idea vàlida des del punt de vista empresarial. No tots naixen d'una regulació estatal completa i limitadora al màxim, sinó que poden esdevenir fruit d'una regulació restrictiva de la fabricació o distribució d'un tipus de producte que, tot i que no se'n limita la producció, sí que es fixa cert nombre de restriccions o barreres d'entrada que tanquen la possibilitat d'exercir l'activitat o professió amb total llibertat. V. gr., establiment de farmàcies, llicències de transport o d'autotaxis, exercici de professions amb obligació de col·legiació prèvia i tarifes mínimes, concessions de l'“espectre radioelèctric” per a cadenes de ràdio i TV, reglaments per a l'exercici de l'activitat de jocs d'atzar, apostes i loteries, reglamentacions per a l'establiment de centres comercials i d'horaris i dies d'obertura, la pròpia activitat bancària, etc.

Dins d'aquesta adscripció convé estudiar la qüestió de les patents i els drets anomenats de “copyright”. Aquests darrers no tindrien problema per existir dins d'un mercat lliure perquè, en una creació artística o literària, no es transmet la propietat de l'obra sinó el dret de no reproduir-la comercialment en benefici propi. Les “patents”, no obstant això, van molt més allà i atorguen el dret de fabricació al seu titular sense cap competència durant un període llarg. (Aquest període sol ser de vint anys.) Així, si dos productes s'inventen de manera simultània tan sols es fabricarà el que aconseguixi patentar la idea abans, actuant d'aquesta manera sobre el dret de propietat del segon. (I del benefici de tots per no tenir pluralitat d'elecció.) Potser és millor “invertir els papers” i donar patents als autors literaris i artístics i “drets de copyright” als inventors de productes o de procediments de fabricació. Atès que les primeres són unes idees producte de l'intel·lecte humà de manera directa, és gairebé impossible que siguin idèntiques, però les altres són aplicacions tecnològiques derivades de la ciència i, per això, resulta fàcil que dues o més empreses arribin a una mateixa conclusió simultàniament. Si deixem que en aquests últims invents hi hagi llibertat de creació, la incertesa sobre si els costos d'R+D podran amortitzar-se o no és menor perquè no es té damunt la “dalla” salvatge del privilegi d'haver patentat en primer lloc. El “vell argument” que sense patents no hi hauria interès a fer “R+D” és una fal·làcia perquè, d'estimular alguna cosa, les patents només ho fan en les etapes inicials, quan encara no s'ha investigat res sobre un tema. En el moment en què algú patentava alguna cosa, es deixa de tenir



interès pels altres en aquest assumpte i, amb això, es perden moltes oportunitats de millorar i augmentar les satisfaccions dels consumidors, alhora que es crea "un estanc" per al qual s'ha obtingut el privilegi estatal de la patent. Cal afegir la contradicció que tota recerca científica és "gradual" i un avanç depèn de saber què han fet els altres. Per això, els científics sempre busquen publicar els seus treballs obertament i que altres els corregeixin, amplïïn o completin. No obstant això, el mecanisme de registre de les patents, en ésser de consulta pública, permet certa atenuació d'aquest impediment perquè, afortunadament, qualsevol "inventor espavilat" pot, a la vista del que s'hagi registrat, saber d'alguna manera com variar l'especificació del registre per produir, de forma simultània, un producte semblant sense violentar el "dret de patent", "marca" o "procediment de fabricació".

- **"Monopolis de mercat"**. Es donen quan una sola empresa és la proveïdora d'un producte o servei, però sense que cap acció impedeixi la competència d'altres empreses. Procedeixen de l'èxit empresarial de qui l'ostenta i no d'una concessió governamental. Serien els casos de: "Microsoft", "Google", "Apple" o "Zara". No hi ha cap impediment per a la competència en tots aquests casos i, de fet, existeixen altres oferents, encara que a llarga distància. Aquestes empreses saben que, atès que el procés de mercat és "dinàmic" i no estàtic o de "competència perfecta" o "imperfecta", en qualsevol moment poden ser "desafiades" i trobar-se amb un fort rival. (Tal com va passar amb IBM en els anys vuitanta del segle XX amb l'ordinador personal en haver previst l'èxit de "Microsoft" i "Apple".)

Aquest tipus de monopoli sol donar-se quan es posseeixen altes economies d'escala, la qual cosa és clau en serveis com l'electricitat, la telefonia, l'aigua, el gas, etc. Però és important adonar-se que la clau no és la magnitud de la dimensió (IBM ho era) sinó el fet que existeixi la possibilitat real d'entrar al mateix mercat, sense condicions, amb una idea que arrasi l'anterior. Mentre existeixi llibertat per competir, cap monopoli, càrtel o fusió d'empreses pot explotar a favor seu aquesta situació o fer-ho en contra dels consumidors per molt temps.



LES “FALLADES DEL MERCAT”

Atesa la “impossibilitat” que realment es compleixin els supòsits de la “competència perfecta” i de la “competència imperfecta”, s'ha buscat que l'estat reguli els mercats perquè, com és natural i lògic, no ofereixin “els beneficis esperats” que suposen ambdues situacions estàtiques de la “teoria neoclàssica”, sinó que s’“apunten” una sèrie d'e “fallades”, o com se les coneix eufemísticament en l'argot dels economistes: “deseconomies externes”. Entre les principals, en tenim:

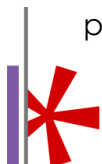
- **L'aparició, ja comentada, de monopolis.**
- **Els “efectes externs” per les implicacions ecològiques o d'un altre caràcter.**
- **La distribució desigual de les rendes.**
- **Els cicles econòmics i l'aparició de crisis.**

En els dos primers casos, s'està davant una “situació d'ineficiència de Pareto”. S'anomena així perquè va ser aquest economista qui primer va dir que “una situació econòmica era eficient quan no hi havia possibilitat que ningú millorés sense empitjorar la situació d'un altre”. Aquest concepte d'eficiència presenta diverses febleses. Per exemple, pot donar-se una situació en què tots guanyen excepte un que no perd i es queda igual. (Per a aquest últim, la cosa no serà tan eficient...)

Dels monopolis, ja n'hem parlat. Pel que fa a la contaminació, els problemes ecològics, etc., el que s'anomena de manera general “efectes externs negatius”, s'argumenta que es donen per haver-hi una producció excessiva, o perquè s'ha produït en unes condicions inadequades, i que el mercat no actua bé en aquests casos; per això, es fa necessària una intervenció dels poders públics per:

- **Desincentivar la producció a través d'impostos i taxes.**
- **Prohibir-la més enllà d'un valor fixat.**
- **Establir llicències, permisos o “estancs”.**
- **Generar un mercat de compravenda de “drets de contaminació” entre empreses i països més o menys contaminants.**

Si s'analitza rigorosament, cal dir que cap bé té en si mateix característiques només públiques o només privades. Molts dels “efectes negatius” ho són per haver-hi una “no propietat privada” dels béns que es creuen comuns i dels quals ningú es preocupa, com ja vam veure en el tema 1 en descriure els “béns públics”. Sobre



aquest tema, cal dir que és feina de l'economista assenyalar com la propietat privada dels mateixos ofereix solucions amb menys cost i efectes negatius que l'opció contrària (les intervencions esmentades dels poders públics) i que correspon a l'ètica i a la política decidir que, si alguna part dels membres de la societat es veu privada d'accedir al seu gaudi per aquesta privatització, es generin sistemes d'atorgament de vals d'accés més o menys gratuïts. (L'economista dirà, d'acord amb la seva missió i el seu mètode de treball, que ja coneixem, que això ha de fer-se, si s'escau, amb càrrec al pressupost públic, informant-ne abans a tots i amb una recaptació d'impostos suficient. En cas contrari, només queda recórrer al deute, el qual, dirà llavors l'economista, té les conseqüències del límit de quantia i del cost creixent amb la magnitud-risc de la mateixa. La següent opció que pot oferir l'economista com a alternativa és endeutar-se i després "repudiar el deute" ... "Sí..., és possible.", dirà l'economista. Lamentablement aquesta opció s'ha utilitzat moltes vegades al llarg de la història, però després no ens podem queixar si ningú no vol tornar a prestar-nos o si, en cas de fer-ho, els preus siguin desorbitats i hàgim d'oferir en garantia les nostres possessions més preuades... L'altra opció possible dirà també l'economista, és la d'"imprimir" bitllets de diners i/o donar als bancs la possibilitat de generar dipòsits per a ús a crèdit per part de particulars i empreses, fent-ho sense estalvi previ, o monetitzar deute públic al banc central. En aquest cas, l'economista insistirà, una vegada més, en "la part oculta" d'aquesta solució perquè, dirà, "*malament va quin no pensa en l'endemà*" ja que no tindrà cap altre resultat que la inflació. Si ara, contra aquesta "pujada desbocada de preus", el poder públic imposa decrets de preus màxims, la conseqüència no desitjada que invariablement es produirà, assenyalarà l'economista al polític desaprensiu que pren aquestes decisions tant importants, serà la desaparició d'aquests productes del mercat normal i l'aparició del "*mercat negre*" i el que coneixem com a "*estraperlo*". En definitiva, dirà el bon economista: "*no es poden posar portes al camp...*".)

En aquest sentit, cal dir també que molts animals en perill d'extinció es podrien cuidar si fossin privatitzats, com ocorre amb la cria de gallines, vaques, etc. És per aquest motiu que, des que en alguns països s'ha privatitzat la cria d'elefants, l'ivori pot tornar a ser objecte de comerç i que la caça furtiva i depredadora d'aquests proboscídis ha deixat de ser rendible en aquests llocs. Ara es conserven millor les reserves de la biosfera privatitzades, que poden visitar-se sense comportaments depredadors. És veritat que cal pagar un preu pel seu gaudi, però ja hem dit que l'economista assenyala les conseqüències i els beneficis i que correspon al polític, i si s'escau a l'ètica, decidir com fer accessible el bé a tots sense que no fer-ho ens costi a tots més o signifiqui la desaparició completa del gaudi per a qualsevol a causa de la seva extinció.

El tercer cas s'ha de discutir també des de criteris ètics i no econòmics, perquè l'economia és incapaç de decidir sobre la conveniència de finalitats diferents com sí es proposa l'ètica. L'economia només especifica que, quan hi ha la necessitat de triar, pensem tant en les conseqüències visibles com en les no desitjades del que estem escollint. Per tant, no relleva ningú del dilema de decidir. (Podríem dir que cap ciència ho fa, ni pot establir el problema final de la preferència.) Això no



obstant, per ser racionals del tot, hem de poder triar amb ple coneixement de les solucions rebutjades ("costos d'oportunitat"). Aquí és, justament, on l'economia adquireix significació pràctica: gràcies a ella, podem veure amb claredat les conseqüències de les diferents finalitats entre les quals podem escollir i saber si aquesta elecció de finalitats és congruent. Algú pot considerar que està malament tolerar les desigualtats d'ingressos, o les "fallades del mercat", mentre que una altra posició més igualitària considerarà que acabar amb les desigualtats és una finalitat que ha de perseguir-se amb preferència sobre totes les altres. Caldria dir el mateix sobre l'afirmació que el mercat no és bo. Però és il·legítim considerar aquestes proposicions bones econòmicament i les proposicions contràries com a antieconòmiques. No és possible considerar-les com a decisions racionals econòmicament si no es formulen totes dues amb ple coneixement de la naturalesa del sacrifici que cadascuna suposa per a la persona humana. Així, per a tots dos casos, seria imprescindible conèixer no només la naturalesa essencial dels mecanismes del sistema capitalista, sinó també les condicions necessàries i les limitacions a què quedarien subjectes les persones en una societat com la que es proposa per substituir-lo. En aquesta elecció, només un coneixement total de les deduccions de l'anàlisi econòmica pot donar la capacitat de jutjar racionalment. En definitiva, l'economia ofereix la solució del coneixement de les conseqüències desitjades i no desitjades, però no permet eludir la necessitat de triar, encara que, això sí, ens dóna la possibilitat d'harmonitzar les nostres eleccions, fer-ho amb rigor i ser coherents i racionals. L'economista David Ricardo va dir que el seu col·lega, Jean Baptiste Say, havia dit molt judiciosament i bé que: *"no correspon a l'economista polític aconsellar, sinó que ha de ser qui digui com podem fer que hi hagi més riquesa disponible per a tots; per això, no pot aconsellar-nos, ni ha de fer-ho, que preferim la riquesa a la indolència o viceversa"*.

La proposició, per exemple, que un aranzel general sobre les importacions afecta la demanda estrangera de les nostres exportacions, produeix costos a tots els consumidors i aporta guanys només a una minoria és una deducció perfectament neutral d'una de les proposicions més elementals de la teoria econòmica. No obstant això, és difícil esmentar-la en alguns cercles sense ser acusat de voler sumir en l'atur tota una indústria, regió, poble o sector; si no, de ser "antipatriota", asocial o alguna cosa pitjor. Com veiem, es donen raons suposadament psicològiques, polítiques o sociològiques contra el sistema econòmic que, es diu, origina el contenciós o la "fallada" per eludir si es decideix des de l'ètica o la política. Al mateix temps, no parla ningú de les conseqüències no desitjades d'aquest aranzel del nostre exemple (la qual cosa sí fa i ha de fer l'economia) ja que, amb l'aranzel, es protegeix a uns en contra dels altres i es frena el desenvolupament de tots. Això sí ho ha de dir l'economia. Ara, amb la visió "de les dues parts" de la situació que ens ha ofert l'economista, hem de decidir, des de postures ètiques o polítiques, si hem d'imposar un aranzel o no. (O un salari mínim, un preu màxim per a un producte o un servei, una escala de remuneracions, etc., ja que són situacions similars a les d'imposar un aranzel.) Però no podem dir (per no pensar que l'acció de "decidir s'ha de fer des de l'ètica") que *"la vida és massa complexa per ser jutjada per l'anàlisi econòmica"* o que *"el mercat és intrínsecament dolent"*. Precisament perquè la vida social és tan complicada, és indispensable que l'anàlisi econòmica ens



capaciti prèviament per entendre, almenys, les dues parts que la componen (Especialment la part que gairebé sempre "no es veu" o "que no es vol que es vegi".)

En el quart cas presentat, de "deseconomies" o fallades del mercat, dir que està abocat a cicles de crisi i "bombolles" és quelcom que sabem que resulta de la seva pròpia dinàmica, ja que fa que certs productes o serveis siguin innecessaris davant de l'avenç científic i tecnològic. Aquests avenços suposen canvis molt importants a causa de l'aplicació dels seus descobriments, tal com va ser el cas de la màquina de vapor en el seu moment, després de l'electricitat o l'ús d'Internet i la implantació de les TIC actualment. En l'endemig de la seva aplicació, aquests avenços i millores, lògicament, poden causar temporalment atur o impossibilitat de trobar feina en un mateix lloc, però aquests invents suposen poder tenir preus menors de productes fabricats, distribuïts o servits. És normal que creïn problemes per a qui persisteix a continuar amb sistemes periclitats o obsolets. Això, tal vegada, pugui jutjar-se desfavorablement des de l'ètica o les creences d'alguns i, a això, no podrà oposar-s'hi l'economista, qui només pot, des "del seu mètode", assenyalar el que es té i les conseqüències d'implantar o no aquests procediments o nous invents. Precisament, l'economista ha de fer veure de quina manera aquests cicles i aquestes crisis, bombolles i especulacions insensates es deuen també a una manipulació dels mecanismes del mercat. Tal com succeeix, i així ho veurem en el tema corresponent, amb el "maneig dels diners", que en deixar-los sense referència a cap patró de valor i en confiar la seva creació al crèdit bancari sense garantia d'estalvi previ o en generar-lo al "mode Fiat" per part d'una autoritat (govern-banc central), pot portar a una oferta excessiva que serà la causant de la inflació, d'aquestes crisis i de les bombolles consegüents.

Conclusions. Ningú pot creure que el mercat sigui un sistema perfecte, de la mateixa manera que no és ni equilibrat ni estàtic. Les "fallades" comentades del sistema de mercat no són intrínseques d'un sistema de mercat, sinó generalment de "no deixar-lo funcionar" i de no respectar, en conseqüència, el sistema de lliure fixació dels preus, ja siguin de béns i serveis, de salaris, de taxes d'interès o de taxa de canvi. El mercat és dinàmic i, per això, la seva "eficiència" té aquest caràcter de tenir els empresaris en posició de vigília permanent per actuar allà on es descobreixi una oportunitat o una disfunció. Aquest "dynamisme" pot "semblar dur" perquè suposa que el problema fonamental no és el "repartiment" sinó fer el "pastís més gran", és a dir, aconseguir crear més riquesa. No ha de ser una altra la resposta a una afirmació tantes vegades escoltada en els viatges: "Sembla mentida com és de ric aquest (tal o tal) país. Té mines, petroli, naturalesa agraïda i, no obstant això, la gent és pobre i han d'emigrar o viure malament." Qui es pregunta això oblida, o no coneix, el que ens va ensenyar Adam Smith en el seu llibre *La riquesa de les nacions* en referir-se a la manera com "un país amb moltes mines d'or i plata podria ser molt pobre i com altres països, per contra, sense aquestes mines, tot i saber treballar de forma productiva i comerciar," (i tenint un estat de dret, hauríem d'afegir) podrien procurar-se molt més or i plata". En els primers estadis de la humanitat era certa una igualtat més gran, però alhora una misèria completa. El



desenvolupament econòmic sorgit de la llibertat i del sistema de mercat ha estat millor amb les seves "imperfeccions", exigències de canvi i estat d'alerta permanent dels empresaris (i de tots, caldria afegir, doncs a tots ens concerneix no caure en la necessitat voluntària), si es compara amb els sistemes alternatius assajats fins avui i dels quals encara queden mostres desafortunades en alguns països.

No es tracta que, per aquestes "imperfeccions" si les volem anomenar així, no s'hagi d'ajudar el feble, qui no té possibilitats a causa d'un accident o malaltia o qui es troba afectat per algun mal incapacitant, ni tampoc es tracta de negar l'educació, la sanitat o altres béns similars a qui lamentablement, i de debò, temporalment no se'ls pot procurar. El que diu el sistema de mercat, i la bona pràctica econòmica, és que cal fer-ho amb "llum i taquígrafs" per mostrar a tothom què costa en termes de "cost d'oportunitat", és a dir, el que representa en impostos, perquè si es fa "vergonyosament" per la "porta del darrere" a través del dèficit públic, el deute descontrolat o l'emissió de diner paper o bancari (és a dir, amb inflació o trastocant el sistema de preus), de poc serviran aquestes ajudes a qui les rep (doncs acabarà estant pitjor) ni tampoc als altres, a qui es condemna a l'empobriment ("tots iguals, però tots pobres") i possiblement a una dictadura per a tots, perquè és difícil d'imposar aquestes condicions a la societat sense eliminar els mecanismes democràtics, com la història ha posat de manifest tantes vegades. (I segueix fent-ho, com lamentablement veiem a les notícies.)

LA "UTILITAT MARGINAL", LA "LLEI DELS RENDIMENTS DECREIXENTS" I LA "LLEI DE LES ECONOMIES D'ESCALA"

DEFINICIÓ I EXPLICACIÓ DEL CONCEPTE D'"UTILITAT MARGINAL"

La utilitat marginal és la noció que "ordena el valor dels béns". **Es defineix com "el significat d'ordre" que atorga un agent econòmic a un bé per cada unitat addicional que se n'obté, entesa com a mitjà per aconseguir les seves finalitats.** És a dir, suposem amb aquesta definició que cada unitat addicional equivalent d'un bé s'assignarà a un fi de menys prioritat que l'anterior; per això, quan tenim la quantitat suficient d'aliments per mantenir-nos ja no en valorem tant les unitats addicionals. La "paradoxa del valor" va confondre durant molt temps perquè les nostres opcions són per quantitats limitades dels diferents béns. (Qui està en un desert i ha de triar entre un got d'aigua o una unça d'or, sabem que es decidirà per la primera alternativa. Òbviament, si fem la mateixa pregunta a una persona que viu en una ciutat, la resposta canviarà totalment perquè la disponibilitat d'aigua en una ciutat normalment és tan gran que la seva utilitat marginal és pràcticament zero.)

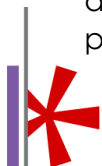


En aquest concepte es va inspirar també el famós psicòleg americà Maslow quan va establir la seva coneguda "piràmide" de motivacions i necessitats dels individus, segons la qual una persona amb ingressos baixos segurament destinarà de manera prioritària els seus guanys a comprar aliments o peces d'abric. Però a mesura que creixen els seus ingressos reals, la utilitat marginal d'aquests béns serà més baixa i preferirà comprar altres béns que permetin augmentar la seva qualitat de vida o les seves satisfaccions socials, culturals o espirituals. El concepte d'utilitat marginal no és quelcom teòric; així, per exemple, s'utilitza molt en la gestió de carteres d'inversió ja que, a partir d'un punt de límit eficient, cada vegada que un inversor inverteix en actius amb una rendibilitat potencial més elevada, el risc que assumeix creixerà més que de manera exponencial.

Tot el que s'ha descrit anteriorment és molt important perquè, a diferència del que es pot creure, Adam Smith, que es considera "el pare de l'economia", va establir un precedent nefast en què seguia el criteri que aquest valor dels béns prové, només i en exclusiva, del treball humà que ha contribuït a crear-lo. Això implica que es confon el valor amb el preu i el barreja, a més, amb el cost. La paradoxa no podia resistir molt temps sense resoldre's però, tot i que hi havia precedents, Turgot, per exemple, ja al segle XVIII parlava del valor dels productes amb referència a la seva escassetat i de la utilitat per al seu posseïdor, no va ser fins al segle XIX quan, dins dels esforços per explicar el mecanisme de formació de preus mitjançant un procediment alternatiu a aquesta teoria del valor-treball, W. S. Jevons a Gran Bretanya, L. Walras a Suïssa i per K. Menger a Àustria van encunyar aquest terme, pràcticament de manera simultània i sense contacte entre ells. Va ser, no obstant això, a l'economista Friedrich von Wieser, deixeble de Menger, a qui s'atribueix en realitat l'encunyació del terme "utilitat marginal" ("Grenznutzen", en alemany).

És curiós que Adam Smith, qui va tenir l'error de situar el valor dels béns en l'hora de treball per obtenir-los, com hem vist, tot i així parlés de la "paradoxa de l'aigua i els diamants" (de la qual ja s'havien fet ressò abans, en diferents formes, Copèrnic o Locke) i que té molt a veure amb l'explicació de la utilitat marginal, atès que si el preu d'un bé es defineix a través de la seva utilitat marginal i no a través de la utilitat objectiva, és clar que allà on l'aigua sigui abundant, la seva utilitat marginal serà baixa; per contra, la utilitat marginal dels diamants serà alta a causa de la seva raresa. Per això, també se sap que l'oferta sobtada i abundant d'un bé al mercat en fa baixar el preu i viceversa. Amb aquest concepte, no ens fixem en la utilitat que una mercaderia produeix de forma aïllada per determinar la seva demanda, sinó en la utilitat marginal que posseeixi la mercaderia per a qui va destinada, perquè serà l'incentiu de compra per al consumidor. Podem concloure que el valor de les coses depèn de dos factors: utilitat i escassetat. Per tal que un bé tingui valor ha de ser útil i escàs.

Com la utilitat marginal és l'augment o la disminució de "satisfacció" que acompanya l'increment o el descens de la quantitat que es posseeix d'un bé, resulta possible tenir la temptació de tractar-la matemàticament (i aquest



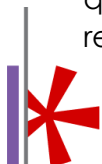
desenvolupament va ser el que precisament li van donar Jevons i Walras en el seu inici), doncs pot dir-se, des d'aquest plantejament, que és igual a la derivada de la corba que descriuria una hipotètica funció d'utilitat a mesura que augmenten els béns que el consumidor té a disposició. En realitat, s'anomena "Llei de la utilitat marginal decreixent", ja que aquesta derivada decreixerà, tot i mantenir-se constant tota la resta. És important entendre-ho bé, perquè el preu d'un bé "dins d'aquesta racionalitat" hauria de ser, en conseqüència, el preu de la utilitat marginal. (Com menys valoren les persones un bé, menys estaran disposades a pagar per ell i viceversa.)

El valor dels béns, o les seves utilitats marginals, es pot comparar, però no mesurar. Podem dir que preferim una taronja a dues pomes, però no podem afirmar, més que figurativament, o pel que fa al tractament matemàtic d'aquesta utilitat, que un plàtan produeix 5,25 vegades més plaer que dues peres... (Recordem el "pensament no euclidià en economia".) Per descomptat que, encara menys, es poden comparar quantitativament les valoracions de dues, tres o més persones. D'altra banda, cal recordar que el poeta ja va dir que "només els necis confonen preu i valor". El valor que té alguna cosa deriva del valor que li assignen les persones per percebre'l com a útil per a alguna cosa i els seus usos poden ser tants com se li ocorri a l'enginy humà, tal como ens posen de manifest les modes canviant tots els dies, amb els diversos articles, utensilis, teixits, textures, sabors, etc. Per això, les escales de necessitats de les persones són *ordinals* i no *cardinals* i cal rebutjar la possibilitat que els consumidors siguin indiferents entre diferents opcions, perquè és impossible d'observar a la pràctica i perquè no se'n pot mesurar la intensitat. (Una altra cosa és fer el "supòsit no euclidià" que "sí ho és" o que "podria ser-ho" i llavors deduir tota una teoria matemàticament tractable i dibuixar totes les corbes i gràfiques a què aquest raonament abstracte pugui donar lloc...)

DEFINICIÓ I EXPLICACIÓ DEL CONCEPTE DE "LLEI DELS "RENDIMENTS DECREIXENTS" I DE "LLEI" DE LES ECONOMIES D'ESCALA"

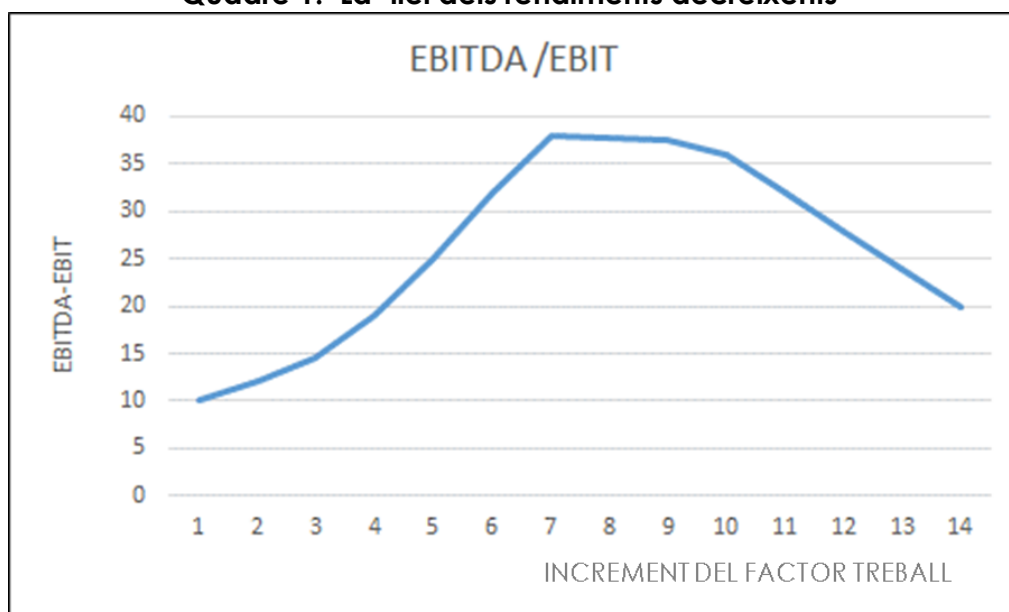
Presentació

També pot ajudar-nos a comprendre el concepte anterior d'utilitat marginal una "Llei econòmica" que opera en el curt termini. És l'anomenada "Llei dels rendiments decreixents". Per entendre-la, només cal pensar en el rendiment d'una parcel·la de terra a la qual contínuament s'afegeixen obrers que la treballen... És evident que la producció creixerà a l'inici, però hi haurà un punt en què aquest creixement deixarà de ser directament proporcional i que, fins i tot, s'invertirà. Pensem ara en una dotació de capital (béns i drets de tot tipus en l'actiu d'una empresa): si es dona una contractació més àmplia de persones, es pot incrementar el producte total. És el que en "compte de resultats" denominem EBITDA. (També cal considerar l'EBIT o resultat d'explotació abans d'interessos i impostos una vegada deduïdes a l'EBITDA



les provisions i amortitzacions.) Però hi haurà un moment en què aquest creixement anirà donant increments d'aquest EBITDA o EBIT cada vegada més baixos. És a dir, els increments més alts del factor variable no suposen increments del "producte total" tal com es mostra a la gràfica del quadre 1.

Quadre 1. La "lei dels rendiments decreixents"



Per la seva banda, la "**producció mitjana**" és la relació entre la producció total i el nombre de treballadors.

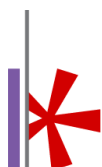
$$PM = PT / T$$

(Producció total / Núm. de persones)

En economia, es coneix com a "**productivitat marginal**" l'increment en la "producció total" davant un increment d'una unitat del "factor variable" (una persona més en el nostre cas).

$$PMg = \text{Inc. PT} / \text{Inc. T}$$

És clar que una tecnologia determinada serà més eficient quan tinguem més producció amb els mateixos factors productius. Es tracta d'aconseguir el màxim de "sortides" amb les aportacions "mínimes". Per a això, no queda més remei que seleccionar la tecnologia més "barata" entre les més eficients.



Veurem un conjunt de definicions que ens permetran elaborar una sèrie de corbes i gràfiques que ens ajudaran a comprendre la relació dels costos amb la producció i les vendes i "on es troben els llindars de benefici per a les empreses" en funció de les seves grandàries i estructures productives, tot amb la finalitat d'arribar a tenir una millor comprensió de: "per què la grandària no ho és tot"

Recordem que els costos totals es divideixen en fixos i variables:

$$CT = CF + CV$$

Els costos variables depenen del nivell de producció i els costos fixos en són independents.

CF = Constant (Tan sols a curt-mitjà termini.)

CV = CV per unitat * q ("q" és el nombre d'unitats produïdes.)

També podem parlar de "**costos totals mitjans**" com la *relació o divisió dels costos totals i la quantitat produïda*:

$$CT_{med.} = CT / q$$

És a dir, que:

$$CT_{med.} = [(CF / q) + (CV / q)] = CF_{med.} + CV_{med.}$$

Definim ara el "**cost marginal**", amb la mateixa consideració que abans, quan hem parlat de la "utilitat marginal" i de la "productivitat marginal", per la qual cosa direm que és: *l'increment del cost total quan augmentem en una unitat la quantitat produïda*:

$$CMg = Inc. CT / Inc. q$$

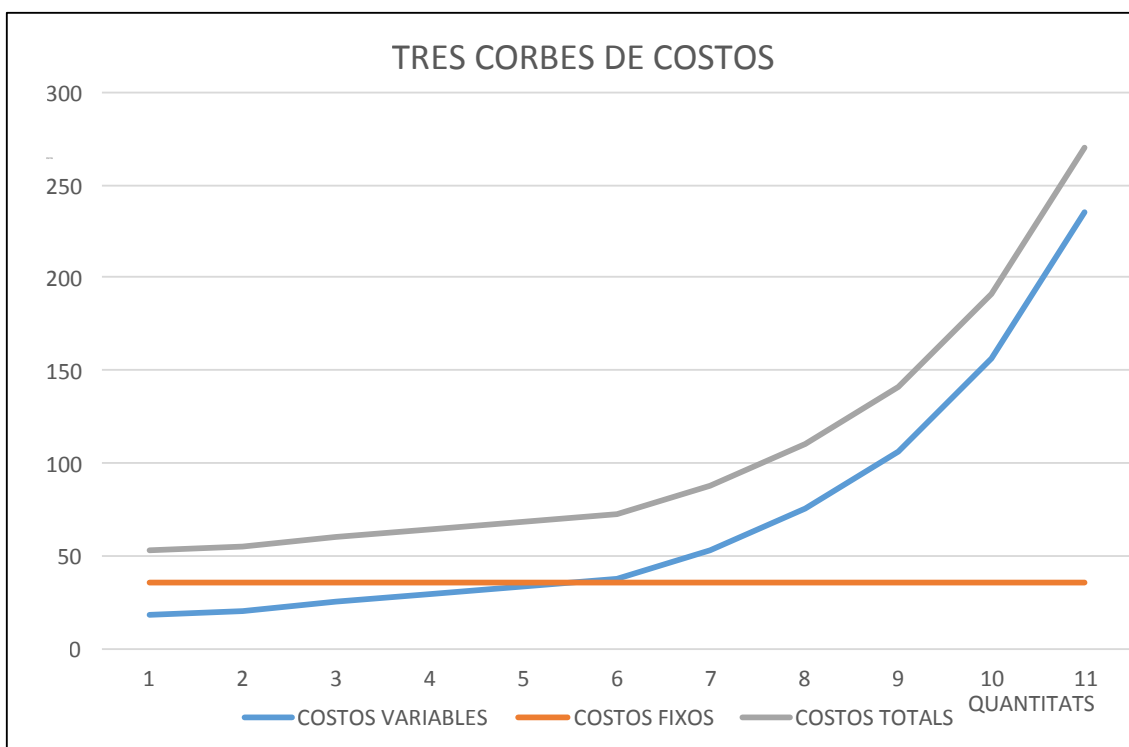
Així, el quadre 2 presenta les corbes de costos fixos, costos variables i costos totals i el quadre 3 dóna la corba d'aquests costos en termes mitjans segons les quantitats. Per la seva banda, el quadre 4 presenta les corbes de "costos marginals" i exemplifica com, amb diferents quantitats produïdes-venudes, poden donar-se o no beneficis i on es troba el llindar de rendibilitat.

En efecte, a partir dels diferents punts de la gràfica del quadre 4 podem dir que els casos "E" i "F" són de "benefici clar", el punt "D" és el "llindar de benefici", perquè en ell, per a aquest preu de venda, es cobreix la totalitat de les despeses fixes i variables. En el punt "C", hi ha pèrdues perquè, encara que es cobreixen els costos variables, només s'ocupa d'una part dels costos fixos. En el punt "B" només es cobreixen les despeses variables i cap despesa fixa i, en el punt "A", només es donen pèrdues. El quadre 5, per la seva banda, recull en

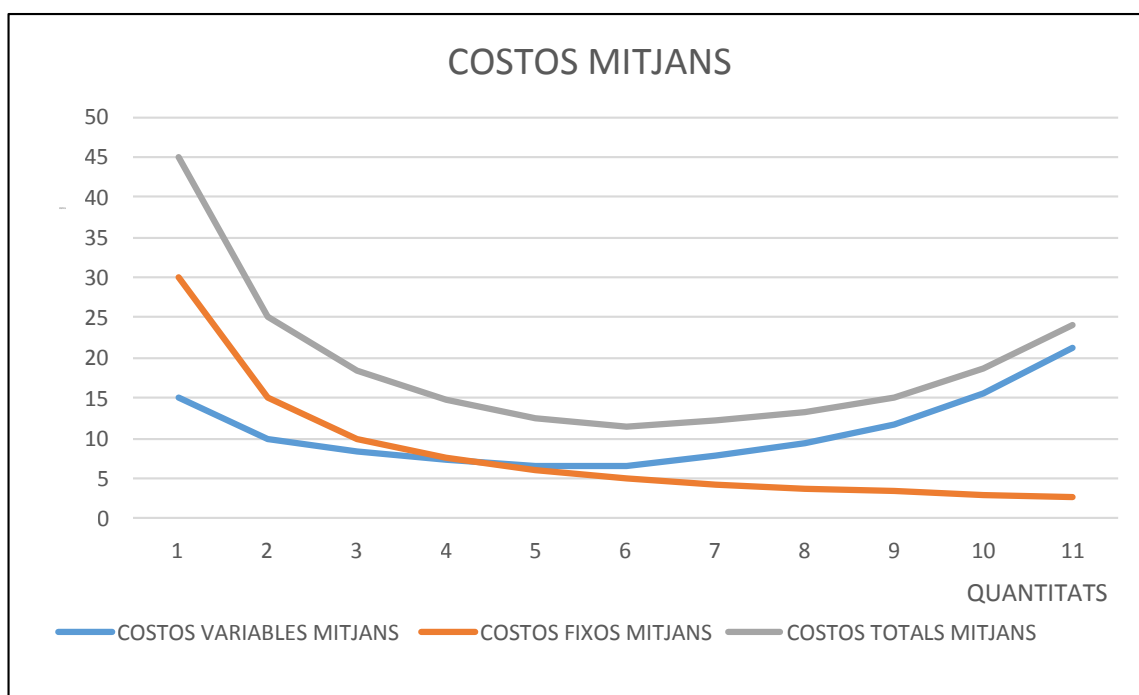


una taula les dades base d'aquestes corbes i podem veure com queda palès quin és "el punt" amb un cost mitjà menor. (Entre les quantitats 6 i 7.)

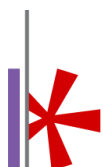
Quadre 2

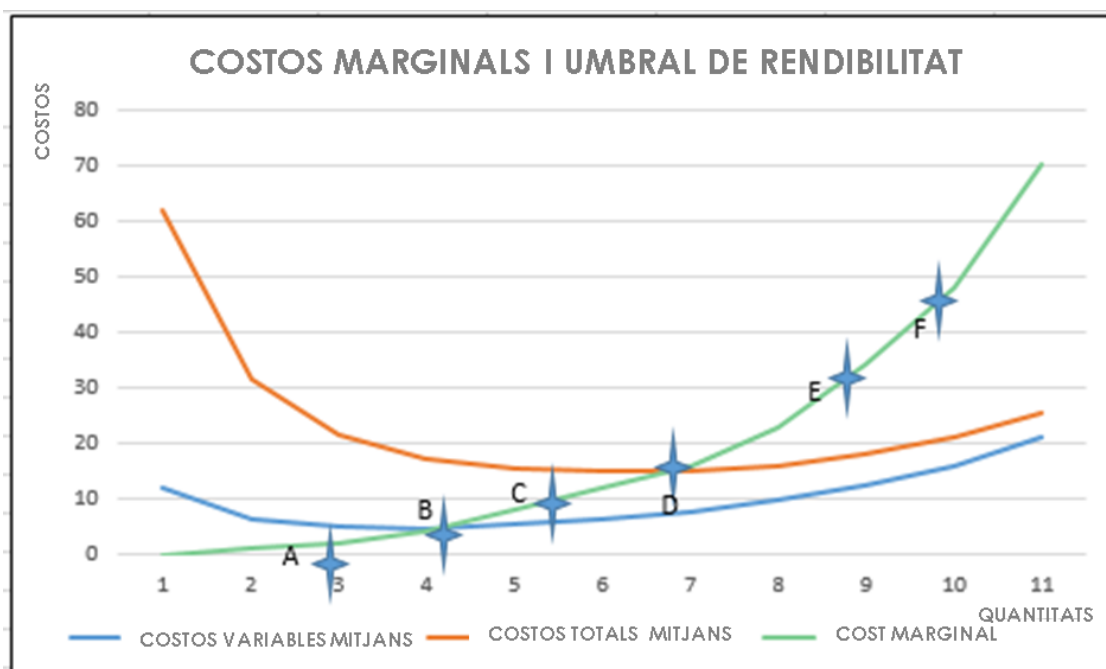


Quadre 3



Quadre 4

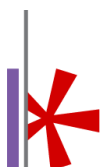




Quadre 5. Els costos totals mitjans, els costos marginals i el llindar de benefici

QUANTITAT PRODUÏDA	COSTOS TOTALS MITJANS	COST MARGINAL	SI VENDES = COST MARGINAL
1	59,0	1,0	PÈRDUES
2	30,5	2,0	PÈRDUES
3	21,3	3,0	PÈRDUES
4	17,3	5,0	PÈRDUES
5	15,4	8,0	PÈRDUES
6	14,8	12,0	PÈRDUES
7	15,0	16,0	BENEFICIS
8	16,0	23,0	BENEFICIS
9	18,0	34,0	BENEFICIS
10	21,0	48,0	BENEFICIS
11	25,5	70,0	BENEFICIS

En tot cas, cal tenir en compte també les anomenades “economies i deseconomies d'escala” perquè, a llarg termini, tots els costos són variables i aquesta variabilitat es mou alhora amb la grandària, per la qual cosa escollir una o una altra dimensió no és neutral. La “lleï de rendiments decreixents” pot operar a curt termini, però la “lleï de les economies d'escala” o de “rendiments creixents” és la que opera a mitjà-llarg termini. En el quadre 6 se'n presenta un exemple. La situació “A” és la d'inici; partim d'actuar amb una màquina i dues persones. Si dupliquem els factors productius (situació “B”) aconseguim duplicar la producció i l'augment de la grandària, però no ha influït gens sobre



els costos mitjans. En el cas "C", la producció augmenta més que proporcionalment; hi ha "rendiments creixents o d'escala" i descendiran els costos mitjans. En la situació "D", hi ha "deseconomies d'escala"; aquí augmentaran els costos mitjans.

Quadre 6. Exemple d'economies i deseconomies d'escala

SITUACIÓ	QUANTITAT	CAPITAL	TREBALL
A	300	1	2
B	600	2	4
C	750	2	4
D	575	2	4

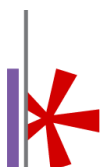
Les raons que es poden aduir per explicar aquestes "economies d'escala" són vàries, entre les més importants tenim:

- Permet la possibilitat de comprar en més quantitat i, per això, a millor preu o d'accedir a proveïdors més qualificats.
- La grandària permet accions més eficaces de gestió i organització, així com disposar de mitjans de productivitat superiors.
- La grandària ajuda a la implantació de tecnologies i permet disposar de persones més qualificades, fabricacions en cadena, reduccions de costos d'emmagatzematge, etc.
- La grandària dona costos financers més baixos, perquè la banca fa prevaler el volum en els preus dels préstecs.
- Més diversificació i posició més avantatjosa per afrontar riscos i incerteses.

Malgrat això, juntament amb aquestes "economies", cal considerar "la part que no es veu": créixer suposa que, a partir d'un cert llindar, hi ha més dificultats de coordinació, costos de control, costos administratius, deficiències en el repartiment de serveis, costos extres per haver d'"enquadrar" les singularitats de les diverses cultures procedents de les poblacions diferents en les quals l'empresa situï les seves factories, etc.

Reflexions sobre la "lleï dels rendiments decreixents" i la "lleï de les economies d'escala"

Els quadres 4 i 5 són un bon exemple del que s'ha descrit al tema 2 sobre "l'empresa tractada des de la concepció neoclàssica". Aquest tipus de raonament la situa normalment en el "punt D" o "punt d'equilibri", perquè és on el preu iguala el cost mitjà. Si més no, és una simplificació, encara que valdria més qualificar-lo de "no estar" en la realitat de la vida de les persones i de les



empreses, tal com es dóna en el dia a dia. Aquesta gràfica pressuposa que "els costos venen donats" i que l'empresa sempre és eficient i òptima i se situa on els costos mitjans són mínims. Això no són més que "suposicions" i, a més, no es diu res sobre quin és el "procés empresarial" que segueix l'empresari per intentar assolir-ho. No està mai parat, sinó que es mou contínuament no només per "calcular costos" sinó per ajustar-se als preus de venda i canviar l'organització i els mitjans per fer-los més eficients.

Enfront del que suposa la teoria neoclàssica de l'empresa, no són els costos els que determinen el preu de venda al món real sinó a l'inrevés. L'empresari és qui "veu" que pot aconseguir-se un preu perquè creu que el mercat "és receptiu" a aquest preu o se li pot "fer veure", alternativament i/o complementàriament, amb una bona campanya de màrqueting. A partir d'aquí, l'empresari es preocupa pels costos per calcular les seves possibilitats de benefici. Ja "va bé" a la teoria econòmica neoclàssica que l'empresari només sigui algú que "no vol tenir benefici" (punt "D") o que, com a màxim, "afegeixi un % de beneficis dins del cost", però la realitat no és aquesta, com sabem bé i constatem en el dia a dia de les empreses. És a dir, no hi ha costos objectius, sinó que s'han de descobrir contínuament en cada circumstància mitjançant el "*business acumen*" de cada empresari sempre en vigília i alerta. A aquest empresari no passen desapercebudes moltes possibilitats alternatives que, quan les "descobreix", canvien radicalment la concepció subjectiva que té dels costos.

Tenim, d'aquesta manera, un suport teòric més ferm basat en evidències sobre les quals es pot constituir el raonament econòmic des de la realitat tal com és i no sobre una economia "idealitzada" que només pot tenir lloc, com a màxim, en molt poques ocasions. Veiem aquí, una vegada més, la importància que el mètode en economia se centri en l'acció humana real, alhora que no podem fer tantes simplificacions per adaptar aquesta realitat per tal que sigui tractable des del punt de vista matemàtic i que, amb això, l'economia sigui "aparentment més científica" però la converteixi en una pura "distracció intel·lectual" ...

L'empresari no està al servei d'una economia de suma zero i el mercat és un procés dinàmic de cooperació i competència, i no un "estat d'equilibri comparatiu" com es desitja a la teoria neoclàssica: perfectament competitiu, amb una funció productiva mancada d'organització, de coordinació i de control, on se seleccionen els recursos i els productes maximitzadors de guanys a partir d'informació perfecta i probabilitats definides, sense costos de transacció i amb drets de propietat garantits....



LA TEORIA "NEOCLÀSSICA" DE L'OFERTA I LA DEMANDA I DE LA FIXACIÓ DE PREUS

ELS CONCEPTES BÀSICS

L'oferta

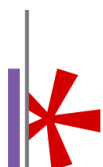
Els oferents (venedors) i els demandants (compradors) actuen al mercat tot buscant la màxima satisfacció o benefici.

- L'*oferta* és la quantitat d'un bé o servei que els venedors ofereixen en un període determinat.
- La quantitat que s'ofereix d'un bé o servei pels potencials venedors depèn d'un conjunt de factors, principalment del:
 - Preu a què pot vendre's el bé o servei: si el preu augmenta, els oferents tindran més incentiu per a la producció i produiran més quantitat, és a dir, l'*oferta* varia en relació directa amb el preu.
 - Cost de producció: si el cost augmenta, els oferents tenen menys interès a produir-ho. L'*oferta* varia en relació inversa amb el cost de producció.

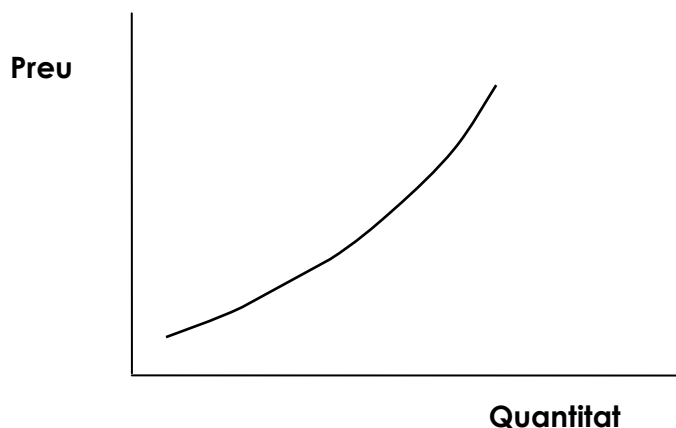
El conjunt de béns i serveis que les empreses estan disposades a produir en un període de temps, amb unes condicions determinades de preu i cost de producció es denomina oferta agregada.

El coneixement de l'oferta agregada és important per a l'estudi del potencial de producció d'una economia. Es coneix com a funció d'oferta la relació entre els preus que els venedors acceptarien per un bé o servei i la quantitat que n'oferirien a cadascun d'aquests preus, mantenint-se constants els altres factors.

L'economista britànic Alfred Marshall, a la seva obra *Principis d'economia* (1890), explica l'oferta a partir del cost marginal (cost de produir l'última unitat). Explica que l'oferta es deté en el punt en què el preu iguala el cost marginal; en altres paraules, mentre el preu a què pugui vendre's una unitat superi el seu cost de producció, hi haurà oferta. L'oferta és, doncs, una funció creixent (la quantitat oferta augmenta quan augmenta el preu). La seva representació gràfica és la *corba d'oferta*. (Quadre 7)



Quadre 7. La corba d'oferta



De la gràfica anterior es dedueix que, si els factors diferents del preu romanen constants, l'oferta creix quan el preu augmenta i disminueix quan el preu decreix. Encara que pot representar-se la funció d'un sol oferent, l'expressió *funció d'oferta* es refereix, normalment, a la suma de les ofertes que concorren en un mercat per a un bé o servei determinat. La *corba d'oferta*, per tant, sol representar l'oferta global que existiria en un mercat per a aquest bé o servei en un període determinat.

La corba d'oferta mostra els desitjos dels venedors. Cada punt representa una combinació de quantitat i preu: la quantitat expressada en l'eix horitzontal, que es vendria al preu expressat en l'eix vertical. Com la funció d'oferta, la corba d'oferta és creixent: un augment en l'eix vertical (preu) també significa un augment en l'eix horitzontal (quantitat oferta); és a dir, els venedors oferirien més quantitat d'un bé o servei, si el preu augmentés i viceversa.

La demanda

La *demanda* és la quantitat d'un bé o servei que els compradors demanen en un període determinat. La realitat mostra que la quantitat que demanen els compradors d'un bé o servei depèn de diversos factors; principalment de:

- El preu del bé o servei: si el preu augmenta, la demanda disminueix; és a dir, la quantitat demandada varia en relació inversa amb el preu. Per exemple, disminueix la demanda d'apartaments si n'augmenta el preu.
- La necessitat que senten els compradors: si la necessitat augmenta, la demanda també augmenta; és a dir, la quantitat demandada varia en relació directa amb la necessitat del bé o servei. Per exemple, augmenta la demanda d'alguna cosa que es posa de moda.
- Els ingressos o la renda dels compradors: en general, si els ingressos augmenten, la demanda també augmenta; és a dir, la quantitat demandada sol variar en relació directa amb la renda. (En alguns béns —denominats



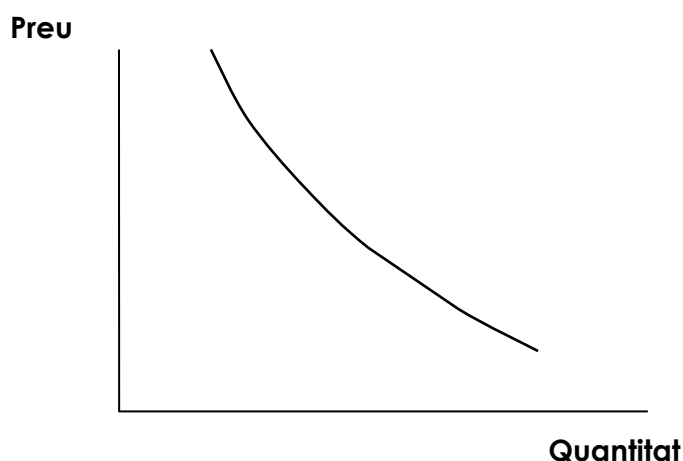
“inferiors” incorrectament— es dóna el fenomen invers; per exemple, el consum d'alguns aliments com el pa, pollastre, etc. acostuma a disminuir quan augmenta el nivell de vida.)

- El preu d'altres béns o serveis substituïts: si aquest preu augmenta, la demanda augmenta; és a dir, la quantitat demanada varia en relació directa amb el preu dels béns o serveis substituïts. Per exemple, la demanda de carn augmenta si augmenta el preu del peix.
- La demanda també depèn de molts altres factors, com l'estalvi dels compradors, la seva capacitat per obtenir crèdit, les expectatives de futurs preus, etc.

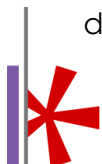
Es coneix com a *funció de demanda* la relació entre els preus que es pagarien per un bé o servei i la quantitat que se'n demanaria a cadascun d'aquests preus (mantenint-se constants els altres factors: la necessitat dels compradors, el seu nivell de renda, etc.).

Marshall explica la demanda a partir del principi d'utilitat marginal. La demanda es deté en el punt en què la utilitat de l'última unitat és igual al preu que es paga per ella (és a dir, a la utilitat que podria obtenir-se en un bé alternatiu pagant el mateix preu). Mentre la utilitat de l'última unitat sigui superior al preu hi haurà demanda. La demanda és una funció decreixent (la quantitat demanada disminueix quan augmenta el preu i viceversa). La seva representació gràfica és la corba de demanda. (Quadre 8)

Quadre 8. La corba de demanda



De la gràfica anterior es dedueix que, si els factors diferents del preu romanen constants, la demanda creix quan el preu disminueix i baixa quan el preu augmenta. Encara que podria representar-se la funció de demanda d'un comprador individual, l'expressió *funció de demanda* es refereix, normalment, a la suma de les demandes dels compradors que concorren en un mercat per obtenir un bé o servei determinat.



La *corba de demanda*, per tant, sol representar la demanda global que existiria en un mercat per a aquest bé o servei en un període determinat.

La corba de demanda també pot representar la demanda d'una categoria general de béns o serveis. En tot cas, mostra els desitjos dels compradors. Cada punt de la corba representa una combinació de quantitat i preu: la quantitat expressada en l'eix horitzontal que es compraria al preu expressat en l'eix vertical. La corba de demanda és decreixent. Un augment en l'eix vertical (preu) significa una disminució en l'eix horitzontal (quantitat de producte demanat); és a dir, els compradors demanarien menys quantitat si el preu augmentés i viceversa.

El conjunt de béns i serveis demanats en una economia (empreses, famílies, etc.), en un període de temps, es denomina *demanda agregada*.

L'“ELASTICITAT” DE L'OFERTA I DE LA DEMANDA

En alguns béns i serveis, el preu té gran influència sobre l'oferta. Es diu, en aquest sentit, que aquests béns i serveis tenen una oferta molt *elàstica*. En altres béns i serveis, en canvi, l'oferta respon poc als estímuls del preu; és poc *elàstica*. Els productes que s'obtenen fàcilment i els serveis produïts amb recursos similars als que s'utilitzen en altres tasques solen tenir una oferta molt elàstica; és a dir, molt sensible als estímuls del preu. En canvi, els productes que requereixen un llarg període de producció i els serveis prestats per personal molt especialitzat i difícil d'aconseguir tenen una oferta poc elàstica.

L'elasticitat de l'oferta és la seva capacitat de reacció en cas de variacions de preu; és a dir, l'augment percentual d'oferta provocat per un augment percentual de preu o la disminució d'oferta provocada per una disminució de preu.

En alguns béns i serveis, el preu té gran influència sobre la demanda. D'aquests béns i serveis, es diu que tenen una demanda molt elàstica. En altres béns i serveis, la demanda respon poc als estímuls del preu; és poc elàstica. El peix fresc és un exemple de bé de demanda molt elàstica. Moltes persones no el compren perquè és car. Quan baixa de preu, la demanda augmenta molt. Els articles de primera necessitat tenen demanda poc elàstica. El seu abaratiment no provoca un gran augment de consum i el seu encariment amb prou feines el disminueix.

L'elasticitat de la demanda és la seva capacitat de reacció en cas de variacions de preu; és a dir, l'augment percentual de la demanda provocat per una disminució percentual de preu o la disminució de la demanda provocada per un augment de preu. En definitiva, la demanda és la força que impulsa el moviment de l'activitat econòmica. Depèn de molts factors, entre ells destaca el preu (sobretot en els béns i serveis de demanda elàstica).



LA FIXACIÓ DELS PREUS EN LA TEORIA NEOCLÀSSICA

Cas 1-. Sense interaccions mútues entre oferta i demanda

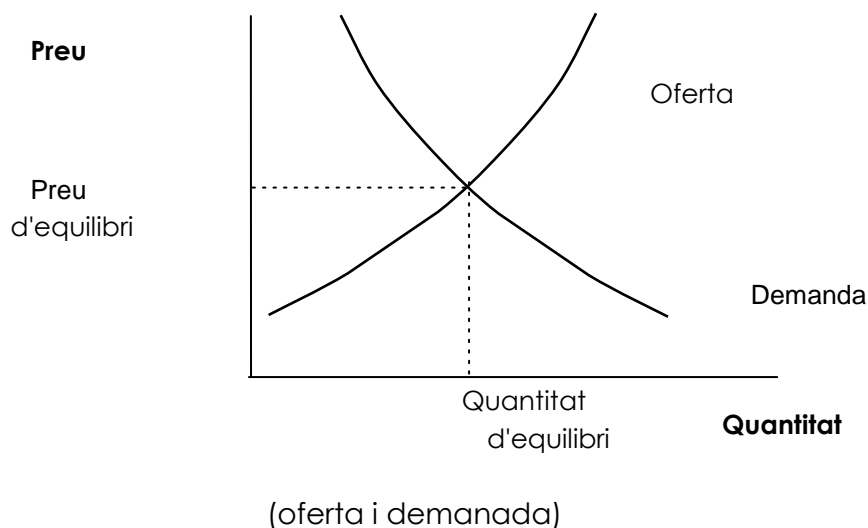
Aïlladament, ni la corba de demanda ni la corba d'oferta indiquen el preu a què pot comprar-se o vendre's un bé o servei. Aquest preu es determinarà a partir de la coincidència d'interessos entre oferents i demandants. La preferència dels demandants per béns més barats i la dels oferents pels béns més cars coincideixen en un punt d'equilibri: el preu. A cert preu, la quantitat que els oferents estan disposats a vendre i la quantitat que els demandants estan disposats a comprar coincideixen. Aquest punt de coincidència és la intersecció de les corbes de demanda i oferta que dona la situació d'equilibri, en la qual s'igualen la quantitat oferta i la demandada.

L'oferta és una funció creixent i la demanda una funció decreixent; per això, la corba d'oferta i la corba de demanda d'un bé o servei només poden tenir un punt d'intersecció: el punt que representa el preu en el qual coincideixen la quantitat oferta i la quantitat demandada. Els preus ajusten l'oferta i la demanda ja que, en una economia de lliure mercat, el preu d'un bé es forma en el punt d'equilibri entre la quantitat oferta i la quantitat demandada.

El preu representa l'equilibri entre la quantitat que ofereixen els venedors i la quantitat que demanen els compradors. Amb un preu superior, l'oferta quedaria insatisfeta i, amb un preu inferior, la demanda quedaria insatisfeta. També podem dir que el preu determina la quantitat que els productors estan disposats a pagar (perquè el preu no supera el cost marginal) i la quantitat que els consumidors estan disposats a pagar (perquè el preu no supera la utilitat marginal). El preu determina l'equilibri entre la producció i el consum (mentre que els altres factors, diferents del preu, es mantinguin constants). Vegeu el quadre 9.



Quadre 9. L'equilibri entre oferta i demanda



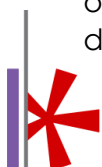
A la figura anterior, el punt d'intersecció de les corbes d'oferta i demanda representa:

- El preu d'equilibri (sobre l'eix vertical).
- La quantitat d'equilibri (sobre l'eix horitzontal).

Hem de tenir present que tant la corba d'oferta com la corba de demanda només representen els desitjos dels venedors i compradors potencials. És a dir, les funcions d'oferta i de demanda són funcions *teòriques* que poden construir-se a través d'estudis de mercat. Això no obstant, l'únic punt real i comprovable d'aquestes corbes, si hi ha dades fiables, és el punt d'intersecció, és a dir, el punt en què els interessos (preu i quantitat) dels compradors i venedors coincideixen i, per tant, es realitzen les compravendes.

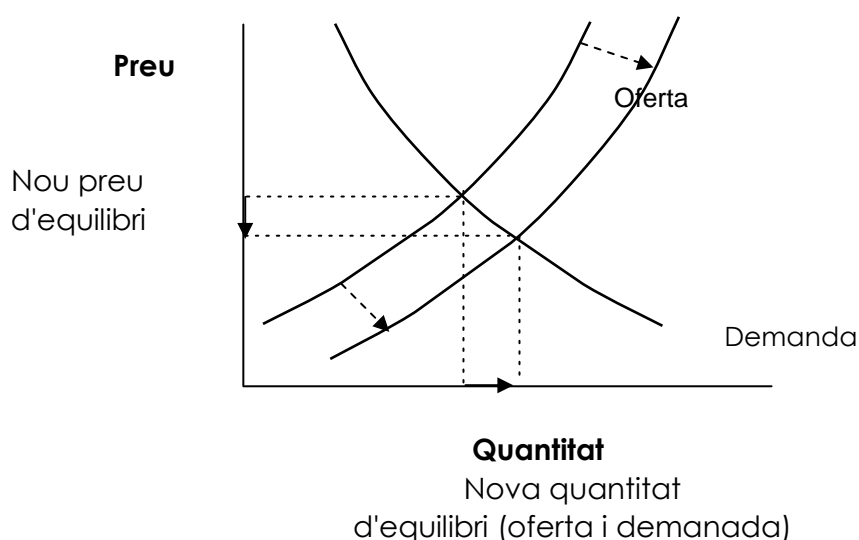
Una altra limitació de les funcions d'oferta i de demanda és que es considera que només canvia el preu del bé o servei i que es mantenen constants els altres factors (necessitat i renda dels compradors, béns alternatius, etc.), que també influeixen sobre l'oferta i la demanda. La variació d'aquests factors restants implicaria un canvi de comportament i, per tant, donarien lloc a noves corbes (que s'estudien a l'apartat següent). En un mercat sense restriccions de la competència entre oferents i entre demandants, com és el supòsit de la teoria neoclàssica, la influència d'un sol oferent o d'un sol demandant sobre el preu se suposa insignificant.

Les funcions d'oferta i demanda, a més de ser purament teòriques, pateixen una simplificació: consideren constants tots els factors diferents del preu del bé o servei ofert o demanat. És a dir, consideren constants la tecnologia, la població, el nivell de vida, etc. Quan la teoria considera altres factors diferents del preu apareixen



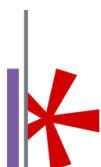
noves funcions d'oferta o demanda. Què succeirà si, per exemple, amb un preu d'equilibri determinat, la innovació tecnològica produeix un augment de l'oferta i, malgrat això, la demanda es manté constant? En aquest cas, la teoria neoclàssica indica que disminuirà el preu d'equilibri i augmentarà la quantitat d'equilibri, perquè els productors competiran entre ells per col·locar l'excés d'oferta, tot reduint els preus per captar la demanda existent. Vegeu-ho a la gràfica següent. Un augment d'oferta, sense variar la funció de demanda, produeix sobreabundància de producte. En conseqüència, es disminueix el preu per poder captar més demandants. Vegeu el quadre 10.

**Quadre 10. Nou equilibri entre oferta i demanda
(Augment d'oferta)**



Com es pot veure, un augment d'oferta, d'un o més factors diferents del preu, es representa en una nova corba d'oferta situada més a la dreta (més allunyada de l'eix vertical). Aquesta nova corba d'oferta mostra les noves quantitats (per descomptat, més altes) que se suposa que s'oferirien als diferents preus. Com a conseqüència d'aquesta nova corba d'oferta, el punt d'intersecció amb la corba de demanda (si roman constant) descendeix, és a dir, la representació gràfica de la nova situació mostra que el preu disminueix. El procés es pot resumir així:

- La innovació tecnològica redueix el cost unitari de producció i genera una expectativa de més beneficis que provoca un augment de l'oferta (la corba es desplaça a la dreta).
- L'excés d'oferta respecte de la demanda habitual fa que els oferents es disputin la demanda abaratint el preu.
- La disminució del preu incentiva la demanda segons es preveu a la corba de demanda. La corba d'oferta augmentada creua amb la corba de demanda en un punt més baix (el punt corresponent al nou preu d'equilibri i a la nova quantitat d'equilibri).

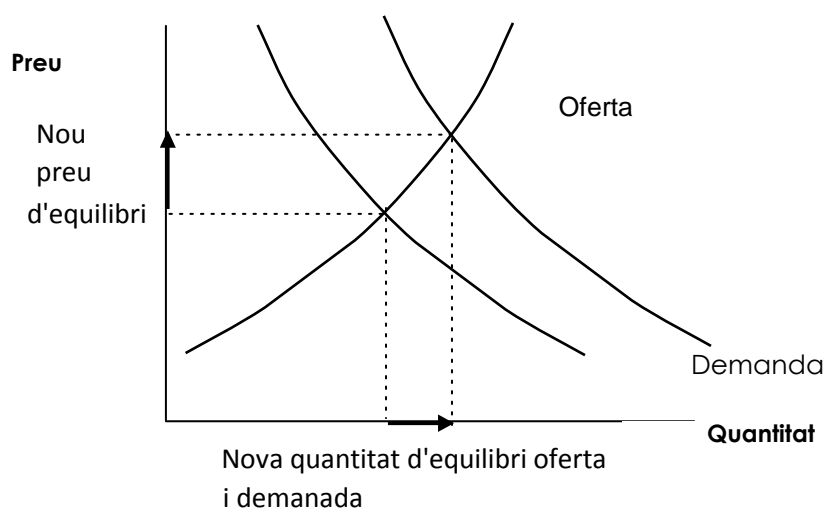


També la demanda està influïda per factors diferents del preu del bé o servei demanat. D'aquests factors, els principals són:

- Ingressos dels potencials compradors.
- Preus dels béns substitutius.
- Preferències dels potencials compradors.

Què succeirà si, per exemple, amb un preu d'equilibri, l'evolució del nivell de vida produeix un augment de la demanda d'un producte en el qual l'oferta s'ha mantingut constant? Doncs que augmentarà tant el preu d'equilibri com la quantitat d'equilibri. Vegeu el quadre 11.

Quadre 11. "Nou equilibri" entre oferta i demanda (Augment de demanda)



La nova situació es representa en una nova corba de demanda més a la dreta (més lluny de l'eix vertical), el punt d'intersecció de la qual amb la corba d'oferta, si aquesta roman constant, és més alt. Aquest nou punt d'intersecció mostra el nou preu, que és superior com a resultat de l'augment de la demanda. Quan es trenca una situació d'equilibri de manera que la demanda superi l'oferta, els preus augmenten perquè els compradors els pressionen a l'alça; també augmenta la quantitat perquè el nou preu atrau més oferta. Així doncs, un augment de la demanda produeix un augment del preu i de la quantitat venuda, si la funció d'oferta roman constant.

El procés es pot resumir així:

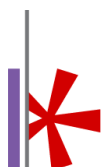
- Els factors diferents del preu produeixen un augment de la demanda.
- L'excés de demanda respecte de l'oferta habitual fa que, davant la insuficiència del producte ofert, els demandants estiguin disposats a pagar més per obtenir-lo.
- L'augment de preu incentiva l'oferta segons es preveu en la corba d'oferta. La corba de demanda augmentada creua amb la corba d'oferta en un punt més alt (el punt corresponent al nou preu i la nova quantitat d'equilibri).

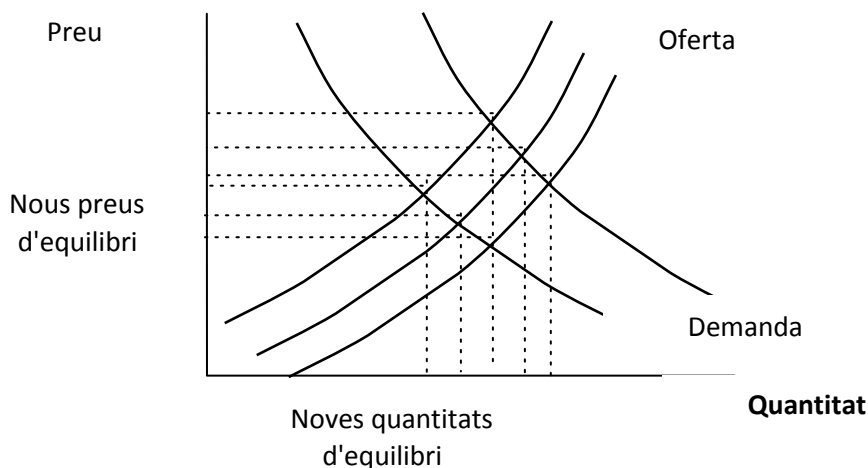
En resum: un canvi en els factors diferents del preu que produeix un augment de la demanda repercuteix en un augment de preu i un augment de la quantitat objecte de compravenda. Lògicament, si el canvi en aquests factors redueix la demanda, es produeix l'efecte contrari: disminueixen el preu i la quantitat d'equilibri.

Cas 2-. Amb interaccions mútues entre oferta i demanda

Fins ara, hem vist com certs factors diferents del preu (per exemple, tecnologia i nivell de vida) modificaven la funció d'oferta o de demanda i provocaven, en conseqüència, augments o disminucions dels preus. Hem suposat que només variava una funció (la d'oferta o la de demanda). No obstant això, cal suposar que l'oferta i la demanda, com són dues forces oposades que actuen simultàniament al mercat, poden influenciar-se recíprocament. Així, un canvi de la funció de demanda representaria noves expectatives per als oferents i, per tant, repercuteixen en una nova funció d'oferta i viceversa, un canvi de la funció d'oferta repercuteix en un canvi de la funció de demanda.

Altrament dit: quan una funció (d'oferta o de demanda) varia, no només canviarà de lloc i de forma la corba corresponent sinó que també canviarà la corba de la funció oposada (de la demanda o de l'oferta). Això significarà que el punt d'intersecció d'ambdues corbes no es limitarà a desplaçar-se, cap amunt o cap avall, al llarg de la corba que roman immòbil, com hem suposat en els casos anteriors, per simplificar. En definitiva, un canvi de comportament de la demanda produirà un canvi de comportament de l'oferta i viceversa. La nova funció d'oferta pot atenuar, compensar o fins i tot sobrepasar l'efecte en el preu del canvi de la funció de demanda. Vegeu el quadre 12.



Quadre 12. "Nous equilibris" entre oferta i demanda

CONCLUSIONS I REFLEXIONS

En la teoria dels preus, hem de distingir entre "preus esperats" i "preus confirmats". Totes les decisions que pren un empresari són sempre a partir de preus esperats. En un escenari de preus amb més volatilitat, el preu de demà no està lligat al preu d'ahir, per contra, si la volatilitat és baixa es dona la "il·lusió" que el "preu d'ahir" és "el preu de demà". Malgrat això, no sabem a llarg termini si serà així perquè prendre decisions amb informació incompleta i asimètrica fa que les nostres decisions tinguin dos resultats:

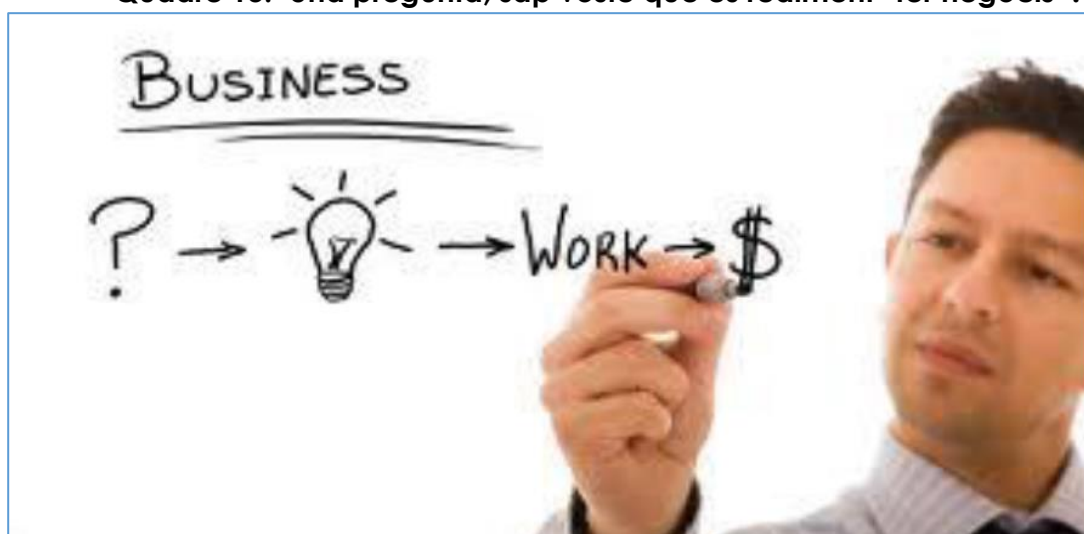
- El resultat "esperat" o *ex ante*.
- El resultat constatat, "real" o *ex post*

Les nostres decisions es prenen sempre a partir dels resultats *ex ante* o esperats. Quan el resultat sigui *ex post* o real, aquest esdeveniment serà l'únic que sancionarà si les decisions que es van prendre en el moment eren correctes o incorrectes. Per això, la formació dels preus és diferent de l'explicació de la corba d'oferta i demanda típicament neoclàssiques. Els empresaris decideixen produir una certa quantitat de béns en funció de la rendibilitat "esperada". Si l'empresari "aposta" per un "preu esperat" d'un bé, mirarà, des d'ara, quant costa produir-lo i compararà els ingressos esperats amb aquests costos i relacionarà aquesta diferència amb la inversió que ha de fer en els béns de capital necessaris per produir-los. Si dona una rendibilitat a mitjà termini superior a l'alternativa d'invertir aquest capital en altres opcions es decidirà a produir la quantitat de béns que "espera" poder vendre al seu "preu-aposta". (Preu amb el qual "hauria d'"obtenir la rendibilitat "esperada".)



Amb això, l'empresari només ha d'esperar, perquè els costos en què ha incorregut ja no es poden "retirar", ja s'han produït i són "història". Ara només ha d'acceptar el "veredict" dels consumidors" per tal que, amb els ajustos que calgui realitzar si s'escau, tinguin els preus finals i el resultat consegüent de l'explotació (EBITDA o EBIT) que li permetrà realitzar el càlcul real de la rendibilitat aconseguida per al capital que ha emprat per obtenir aquest resultat. Si es compara amb la rendibilitat que es podria haver obtingut amb un ús alternatiu d'aquest capital emprat, podrà determinar si realment ha fet "un bon negoci". (Aquí tenim la resposta al plantejament del quadre 13.)

Quadre 13. Una pregunta, sap vostè què és realment "fer negocis"?



En definitiva:

- Els costos no influeixen de cap manera en la determinació dels preus. Tal com s'il·lustra en el màrqueting, és un estudi d'allò que el mercat pot donar i ningú no ho sap amb certesa. És l'acció dels empresaris, en competir en el mercat, i la utilitat marginal que estimen els consumidors (més o menys influïda pels gustos, la publicitat i altres estímuls) que determina les seves decisions i els preus; és a dir, la seva reacció davant la quantitat disponible i la predisposició a pagar segons la utilitat marginal que es dona als béns.
- La teoria neoclàssica és una elaboració fruit de l'anàlisi dels estats d'equilibri. El seu recorregut parteix de l'optimització de cada agent individual en un sistema ideal on consumidors i empresaris maximitzen funcions d'utilitat i beneficis restringides per pressupostos i tecnologies determinades. (En realitat, caldria repetir aquí tots els supòsits que ja hem vist que implica la definició de "competència perfecta".) L'empresa apareix en aquesta teoria com "una caixa negra" que se substitueix per un supòsit tractable des del punt de vista matemàtic: "una funció de producció". (Penseu en tot el que s'ha descrit en el tema 2 sobre "la teoria de l'empresa" per veure que aquestes propostes resulten poc realistes.)



- Es pensa que els preus corregeixen els excessos d'oferta o de demanda i que, finalment, tots acaben en un equilibri general i simultani que ve expressat per un sistema d'equacions que presenta els preus i les quantitats que conformen aquest "equilibri". És evident que, com els supòsits de partida no són els de la realitat, no es fa intel·ligible el funcionament real d'una economia de mercat i només serveix mínimament per entendre el món de l'acció humana que s'executa per resoldre els problemes econòmics.
- Atès que no deixa espai per a l'estudi dels processos d'interacció que es duen a terme entre els agents del mercat, no respecta els drets de propietat dels mitjans de producció i no entén que l'empresari busca la "rendibilitat comparada" del capital invertit (amb la seva rendibilitat alternativa), perquè, el benefici sense més, com a màxim, pot ser una condició necessària però no suficient per a l'empresari. És a dir, la quantitat oferta de béns no depèn del cost marginal sinó de la rendibilitat esperada per al capital que cal emprar segons les estimacions dels empresaris.
- Els canvis, en la teoria neoclàssica, prenen la forma d'exercicis d'"estàtica comparativa" que busquen expressar el pas de l'ajust d'un equilibri a un altre en cas que es modifiquin les "variables exògenes", però en la vida real només es pot qualificar de procés i no de canvi per salt. Aquest procés es pot considerar un "ordre dinàmic" en el qual les valoracions són subjectives, canviant, no admeten continuïtats tractables des del punt de vista matemàtic i on la població, la dotació de recursos, les tecnologies, els preus, les quantitats i les qualitats dels béns i serveis canvien permanentment.
- La teoria neoclàssica cerca assignar recursos de forma òptima, però dins de les seves "coordenades" i "supòsits", tot i que, en la realitat, "aquesta assignació" es dona en un context d'informació dispersa entre milions d'actors en els diferents mercats i no el cas contrari. És per això que en el "escenari neoclàssic de coordinació plena" no queden guanys en els intercanvis, per la qual cosa s'aconsegueix sempre l'"òptim de Pareto". Però si la vida real és la de "l'economia del temps, en canvi continu, i de la ignorància del futur" a causa de la incertesa, i a més cal tenir en compte la rivalitat competitiva entre empresaris, resulta impossible reconèixer-ne un estat, tal com es descriu a les condicions d'eficiència de la teoria neoclàssica. Per aquest "desconeixement del futur", es manté viva la possibilitat d'obtenir "guanys derivats del comerç" a través del descobriment d'oportunitats per part d'aquests empresaris. No sempre encertaran, és clar, però els errors propiciaran nous intents i així sorgirà l'avenç de la societat.
- Hem de ser molt prudents i actuar amb una gran modèstia intel·lectual quan afirmem que es poden mesurar les utilitats, no ja cardinalment, sinó fins i tot ordinalment, perquè les subjectivitats implícites impedeixen qualsevol afirmació categòrica. A més, també cal sotmetre a un judici acurat tot el que sigui dir que el consumidor disposa de coneixements gairebé perfectes del que ha de consumir, perquè pot ser influenciable als estímuls molt variats, com el màrqueting en general o el "*trade marketing*" del consum en particular. Tot això ens diu i ens explica com, fins i tot dins d'una "racionalitat



global" del consumidor, es poden donar reaccions aparentment irracionals o que no coincideixen amb el comportament estudiat en tants "models psicològics del consumidor" i en aquests mateixos estudis de màrqueting.

- No podem afirmar, per tant, que la majoria de la gent es comporta "racionalment" en situacions d'elecció i cal ser prudents també perquè, més habitualment del que es creu, les persones no actuen per maximitzar les seves "utilitats esperades" i sovint ni tan sols identifiquen o atenen totes les opcions de preus i condicions possibles. Per això, és normal que bastants estudis empírics concloguin que és fals que els consumidors siguin coherents en les seves preferències.
- Tot el que s'ha dit fins aquí és una mostra de la contradicció de l'economia neoclàssica quan pressuposa que els agents són "racionals" i que busquen "maximitzar la seva utilitat individual" i que, a més, la considerin "contínua" i "no discreta" i que ho facin, fins i tot, quan aquesta utilitat està subjecta a tantes "limitacions ambientals". Si més no, resulta xocant que, a partir d'una noció tan poc "realista" derivin les seves funcions de l'oferta i la demanda, obtinguin equacions en diferències finites per explicar els seus supòsits i que, fins i tot, en certes condicions, diguin que es pot arribar a un equilibri del mercat "òptim en sentit de Pareto".

Qüestions per facilitar el seguiment, l'aprenentatge i el "repàs" del text

1)-. ...El preu de mercat és molt important ja que informa si una mercaderia és més escassa o abundant d'acord amb les preferències dels consumidors. Sense aquesta informació és impossible produir de forma "ordenada". És a dir, sense acabar en malbarataments continus perquè una autoritat central no pot abastar tota la informació que canvia a cada segon i en la interacció contínua que realitzen els actors en el mercat... Expliqueu-ho en dos paràgrafs com a màxim, en 10 línies.

2)-. ...Les característiques de la "competència perfecta" són una mostra d'un pensament racional, vàlid en si mateix, com a mitjà per explicar una realitat, construïda així per entendre-la millor, però impossible d'implantar o correspondre amb la realitat... Expliqueu-ho en dos paràgrafs com a màxim, en 10 línies.

3)-. ...És important... (en el monopoli de mercat) adonar-se que la clau no és la magnitud de la dimensió sinó el fet que existeixi la possibilitat real d'entrar al mercat, sense condicions, amb una idea que arrasi l'anterior... Expliqueu-ho en dos paràgrafs com a màxim, en 10 línies.

4)-. ...La "paradoxa de l'aigua i els diamants" té molt a veure amb l'explicació de la utilitat marginal ... Expliqueu-ho en dos paràgrafs com a màxim, en 10 línies.



5)-. ...A llarg termini, tots els costos són variables... Expliqueu-ho en dos paràgrafs com a màxim, en 10 línies.

6)-. ... No són els costos els que determinen el preu de venda al món real sinó a l'inrevés... Expliqueu-ho en dos paràgrafs com a màxim, en 10 línies.

7)-. ... L'economista britànic Alfred Marshall, a la seva obra Principis d'economia (1890), explica l'oferta a partir del cost marginal (cost de produir l'última unitat) i diu que l'oferta es deté en el punt en què el preu iguala el cost marginal... Expliqueu-ho en dos paràgrafs com a màxim, en 10 línies.

Paraules i frases clau que cal tenir en compte especialment i que cal entendre bé

- Cinc característiques bàsiques de la utilització del mercat.
- Classificació dels mercats.
- Competència perfecta i les seves característiques típiques.
- Monopolis i oligopolis, governamentals i de mercat, les seves diferències i valoració.
- Utilitat marginal, cost marginal, productivitat marginal.
- Llei dels rendiments decreixents i llei de les economies d'escala.
- L'"elasticitat" de l'oferta i de la demanda.
- Òptim de Pareto.
- "Fallades" del mercat.
- Crítica dels supòsits de l'"economia neoclàssica"

