

# ECONOMÍA POLÍTICA

**Berta Sanchez - [bertasanchez75@hotmail.com](mailto:bertasanchez75@hotmail.com)**

TEXTO 1: Mc Eachern – Economía: Capítulo 4 – Los actores económicos: familias, empresas, gobierno y el resto del mundo.

1) *Las familias como solicitantes de bienes y servicios.* Clasifique cada uno de los siguientes bienes como durable, no durable o servicio.

- a) Un galón de leche: *bien no duradero*
- b) Una podadora de césped: *bien duradero*
- c) Una videocasetera: *bien duradero*
- d) Un estuche de manicura: *bien no duradero*
- e) Un par de zapatos: *bien no duradero*
- f) Un examen de la vista: *servicio*
- g) Una computadora personal: *bien duradero*
- h) Un adolescente del vecindario podando el césped: *servicio*

2) *La cabaña electrónica.* ¿En qué forma el desarrollo del hardware y software de las computadoras personales ha revertido algunas de las tendencias que introdujo la revolución industrial?

En primer lugar, la revolución industrial significó la existencia de un centro específico de trabajo, ya sea una fábrica, donde todos los empleados de alguna organización confluían para desarrollar su tarea. Pero a partir del desarrollo tecnológico y del desarrollo de la información, se está dando un fenómeno en el cual las personas ya no trabajan en la oficina de una empresa, sino que lo hacen desde su hogar o en una *oficina virtual*. Además, la aparición de nuevas tecnologías agilizó el traspaso de información, lo que posibilita que varios empleados puedan compartir archivos a miles de kilómetros de distancia.

4) *Producción en los hogares.* ¿Qué factores tiene que tomar en cuenta el ama de casa al decidir si debe producir un bien o servicio en el hogar o comprarlo en el mercado?

- *La necesidad de capacitación o especialización:* La ama de casa hará las tareas en su hogar que no requieran mucha destreza o alguna maquinaria especializada.

- *El poder evitar algún impuesto:* Si la ama de casa quisiera contratar a alguien, tendría que pagar un poco más en concepto del impuesto a las ganancias que deberá abonar el contratado para la realización del servicio.

- *Poder reducir los costos de transacción:* Al realizar una actividad en el hogar no va a haber que estar monitoreando el avance de la misma, además de poder tener un mayor control en el producto final.

- *Los avances tecnológicos:* Algunos artefactos, tales como electrodomésticos, pueden reducir el tiempo y ayudar a realizar una tarea.

5) *Corporaciones.* ¿Por qué apareció la institución de la empresa después del advenimiento de la Revolución Industrial?, ¿qué tipo de organización de negocios existía antes de ella?

La empresa como institución apareció, luego de la Revolución Industrial, como consecuencia de la migración desde las áreas rurales a la ciudad. Por lo tanto, el trabajo se organizó en grandes fábricas, con un poder centralizado, con división del trabajo, supervisión directa de la producción, reducción de los costos del transporte, y la posibilidad de utilizar maquinaria que en las casas serían imposibles de usar.

Antes de que surgiera la empresa, se sufrió un proceso de evolución que pasa por la autosuficiencia de las familias rurales, el sistema de la industria de la aldea hasta llegar al actual sistema de producción masiva y a la división del trabajo.

6) *Propietarios únicos.* ¿Cuáles son las desventajas de la propiedad única como forma de negocios?

El propietario único, al poseer una responsabilidad ilimitada, corre el riesgo de contraer deudas con su negocio y tener que perder todo su capital. Por otra parte, el del propietario único desaparece al morir su dueño.

7) *Gobierno.* Con frecuencia se dice que los gobiernos son necesarios cuando los mercados privados no funcionan con eficiencia y justicia. Con base en la lectura del texto, analice de qué forma los mercados privados podrían fracasar.

La intervención del gobierno podría ser necesaria cuando se dan casos de monopolio y competencia desleal, para intentar promover la competencia. Además, el gobierno es el encargado de proveer bienes de uso público que las empresas privadas no están en condiciones de producir.

8) *Externalidades.* Supongamos que hay un costo externo asociado con la producción de cierto bien. ¿Qué hay de malo en que uno permita que el mercado determine la cantidad que debe producirse?

Esto puede producir que el costo, es decir la externalidad negativa que surge de la producción de dicho bien, recaiga sobre el gobierno, que indefectiblemente se tendrá que hacer cargo. Por esta razón, el gobierno debe controlar la producción de las empresas para que las externalidades negativas no recaigan sobre él.

10) *Objetivos de los agentes económicos.* En el análisis económico, ¿cuáles son los presuntos objetivos de las familias, las empresas y el gobierno?

En primer lugar, las familias, el agente más importante de los cuatro, cumple la función de demandar bienes y servicios en el mercado de productos y determinar qué se producirá, además de ofrecer tierra, trabajo, capital y habilidad empresarial. El agente que se encarga de abastecer de bienes y servicios a las familias a cambio de su fuerza de trabajo, son las empresas. Por último, el gobierno es el que se encarga de mediar y controlar las relaciones entre los dos agentes anteriores.

11) *Comercio internacional.* ¿Por qué existe el comercio internacional? ¿Qué significa tener un déficit en la balanza de comercio internacional?

El comercio internacional existe porque es posible abaratar los costos de oportunidad en la producción de un bien específico. Esto significa que la especialización que podría haber tomado algún productor, le permite a otro disminuir sus gastos y viceversa.

Por otra parte, el hecho de que la balanza de comercio internacional esté en déficit, quiere decir que el valor de los bienes importados a superado al valor de los bienes exportados.

12) *Comercio Internacional*. Comente la diferencia entre arancel y cuota. ¿Quién se beneficia y quién se perjudica por estas restricciones a las importaciones?

En primer lugar, tanto los aranceles como las cuotas son restricciones al comercio, pero la diferencia entre ambos es que el arancel es un impuesto a la exportación o a la importación, mientras que la cuota es un límite legal que regula la cantidad de un producto que puede ser comercializado.

Los que resultan beneficiados con estas normas, son principalmente los productores locales, ya que de esta forma, se protege su producción de la competencia extranjera. Por esta razón es que los que salen perjudicados son los consumidores internos, que se ven forzados a pagar un precio mayor por un producto que, si fuera extranjero, sería más barato.

15) *Producción familiar*. Muchas familias complementan su presupuesto alimenticio mediante el cultivo de pequeños huertos. Explique cómo cada uno de los siguientes factores podrían afectar este tipo de producción familiar:

a) Cada uno de los cónyuges son profesionales con altos salarios: (En este caso, la pareja podría obtener muchos más beneficios si utiliza el tiempo que gasta en cultivar la huerta en dedicarse a su profesión.)

b) La familia vive en la ciudad y no en el campo: (Sería mucho más difícil conseguir una huerta lo suficientemente grande como para abastecer a una familia entera con sus cultivos.)

c) La familia reside en una zona en donde se cobran impuestos muy altos por los alimentos: (La familia gastaría mucho dinero en pagar esos impuestos, por lo que no valdría la pena intentar ahorrar con una huerta doméstica.)

d) La familia reside en una zona en donde se cobran impuestos muy altos por la propiedad: (Para poder tener un huerto se necesitaría una propiedad muy grande, por lo que, al haber impuestos altos, no sería muy conveniente un huerto en estas condiciones.)

16) *Gobierno*. Complete cada una de las oraciones siguientes:

a) Cuando la operación privada del mercado conduce a una superproducción o una baja producción de algunos bienes, esto se conoce como un *déficit*.

b) Los bienes que no son competidores y no excluyentes se conocen como *bienes públicos*.

c) *Las transferencias* son beneficios en efectivo o en especie que el gobierno les da sin reserva a los individuos.

d) Una *externalidad* contiene un beneficio externo a una tercera persona que no participa en una transacción de mercado,

e) *Política fiscal* se refiere a la obtención del gobierno del pleno empleo y estabilidad de precio mediante la variación de los impuestos y gastos del gobierno.

TEXTO 2: Ott, Richard – Cómo generar demanda – Capítulo 5. “Lo que realmente quiere la gente”.

1) – Súper deseo de la emoción:

- a) En la publicidad seleccionada se ofrecen pastillas de menta.
- b) La propaganda pertenece a la marca Tic-Tac.
- c) En esta publicidad se ve a un grupo de gente en una oficina, hasta el momento en que una persona le ofrece pastillas a otra, para demostrarle los efectos que produce este producto en un grupo de gente.
- d) Aquí se pretende generar en el espectador la sensación de alegría, diversión, risa y excitación que producen las pastillas.
- e) Para lograr esta emoción, se contraponen la imagen de una oficina de vida rutinaria y monótona con la imagen de los empleados sonriendo y divirtiéndose. Este traspaso se produce, por supuesto, gracias a los caramelos. Por otra parte, se contrastan estas situaciones por medio de la música, ya que en un principio sólo se oyen ruidos de teléfonos y computadoras, para pasar después a una música muy movida y contagiosa. Luego, aparece el primer plano de una muchacha, empleada de la oficina, que sonríe mientras come una de las pastillas.
- f) La marca que hizo esta propaganda se propuso transmitir la relación entre las pastillas de menta y la alegría y la risa en grupo de personas. Esto se logró mostrando que los protagonistas pasaron un momento de diversión en medio de la vida de oficinas.
- g) A mi entender, esta vinculación no tiene mucho sentido, ya que las pastillas de menta por lo general son utilizadas con otros fines más que para divertir.

2) – Súper deseo del alivio psicológico:

- a) El producto ofrecido en esta publicidad es una cobertura médica prepaga.
- b) La propaganda pertenece a la empresa Omint.
- c) En esta publicidad se ve a un hombre sentado en un consultorio médico esperando al doctor. La cámara enfoca su corazón, mostrando su nerviosismo, ya que está con el pulso acelerado, pero se calma al darle la mano al doctor, al que también se le enfocó el corazón demostrando su tranquilidad para atenderlo.
- d) Esta propaganda pretende aliviar las tensiones que puede llegar a producir tener que contratar a una medicina prepaga, y luego, el nerviosismo de saber si lo atenderán bien o no.
- e) En mi opinión el alivio del problema es considerable, puesto que esta publicidad intenta resaltar la experiencia tanto de los médicos como de la empresa.
- f) En esta publicidad, no se puede tener ninguna idea acerca de la efectividad del producto, pero se puede destacar la imagen de experiencia que transmite la empresa.
- g) La publicidad no asume ningún tipo de responsabilidad, ya que en ningún momento dice algo acerca de garantías.

3) – Súper deseo del estatus:

- a) El producto que se ofrece es una bebida.
- b) La empresa es Fernet Cinzano
- c) En esta propaganda se ve a un dandy, una persona muy elegante, fácilmente identificable con la clase alta, en un crucero de lujo, donde intenta conquistar mujeres por medio de ingeniosas técnicas.
- d) y e) El producto está destinado a la clase media, ya que se busca que personas de este estrato compren la bebida para sentirse de una clase alta, que es la que se muestra en la propaganda.
- f) Los elementos de estatus utilizados están relacionados con el lujo, la elegancia y la opulencia, puesto que se pretende que un individuo de la clase media compre el producto para que se crea que pertenece a una clase que tiene mujeres, ingenio, dinero, etc.

2) – Se puede tomar como ejemplo de este tipo de publicidades a las que ofrecen servicios para probar la banda ancha. En numerosos casos, aparece la inscripción “hasta agotar stock”, lo que llevaría a que mucha gente compre el producto por temor a que se acabe.

TEXTO 3: Ballesteros Ledesma, Patricio. “Cómo ganar en el mercado que más crece.” Revista Fortuna.

- 1) Según el autor del artículo, los niños no permanecen fieles a una marca en particular, puesto que siempre andan buscando cosas nuevas, lo último, etc. Por esta razón, Ballesteros llega a la conclusión de que los consumidores infantiles privilegian la situación de consumo al consumo de una determinada marca.
- 2) Acerca de si puede ser o no novedad el mercado de productos infantiles, en el artículo se destaca que las empresas destinadas a este mercado implementaron hace ya algunos años, políticas para intentar acompañar a los niños en su desarrollo y formar consumidores para épocas futuras.
- 3) Según esta nota, los niños tienen mucha influencia en las compras familiares de productos y servicios que no están directamente dirigidos a ellos. Entre estos productos, se encuentran las vacaciones, el televisor, la computadora, la videocasetera y el DVD.
- 4) De acuerdo con lo que dice el artículo periodístico, las publicidades infantiles que se transmiten por la televisión abierta están dirigidas a niños menores de 12 años. Además, muy frecuentemente se promueve la participación de niños en programas de televisión, para aumentar la audiencia infantil y de esta manera emitir publicidades a más público.
- 5) En mi opinión, existen pocas probabilidades de formar lo que se llama un “potencial comprador”, ya que se necesitaría publicidad de manera constante y de forma muy persuasiva para lograrlo. Las propagandas actuales se van renovando periódicamente y los productos cambian, lo que imposibilita crear este tipo de consumidores.

Autor:

**Berta Sanchez**

**[bertasanchez75@hotmail.com](mailto:bertasanchez75@hotmail.com)**