

■ Economics U\$A - Episodio #1

Mercados: ¿Sirven a Nuestras Necesidades?

■ Resumen del Episodio

Este episodio explora cómo funcionan los mercados en la economía estadounidense a través de tres historias fascinantes: la construcción masiva de viviendas económicas después de la Segunda Guerra Mundial, la innovación de las mini-acerías que salvaron la industria del acero estadounidense, y el mercado de jugadores de béisbol profesional que cambió para siempre con los agentes libres. Aprenderás cómo las fuerzas de la oferta y la demanda determinan los precios, impulsan la innovación y afectan nuestras vidas diarias.

■ Objetivos de Aprendizaje

Al final de este episodio, podrás:

- **Explicar** cómo las fuerzas de oferta y demanda determinan los precios en un mercado libre
- **Identificar** ejemplos de cómo la innovación responde a las necesidades del mercado
- **Analizar** por qué diferentes trabajos tienen diferentes niveles de salario en una economía de mercado

■ Vocabulario Clave

Término Español | English Term | Definición | Ejemplo en Contexto

Oferta y demanda | Supply and demand | Las fuerzas fundamentales que determinan los precios: oferta es lo que los vendedores quieren vender, demanda es lo que los compradores quieren comprar | Después de la guerra, había alta demanda de viviendas pero poca oferta, lo que creó una oportunidad de negocio

Mercado | Market | El sistema donde compradores y vendedores intercambian bienes y servicios | El mercado de viviendas cambió cuando Levitt comenzó a construir casas en masa

Precio | Price | La cantidad de dinero que cuesta un producto o servicio | El precio de las casas de Levittown era \$9,000, accesible para veteranos

****Innovación**** | Innovation | Una nueva forma de hacer algo o un nuevo producto que resuelve un problema | Las mini-acerías fueron una innovación que redujo los costos de producción de acero

****Competencia**** | Competition | Cuando múltiples empresas ofrecen productos similares y compiten por clientes | El acero extranjero creó competencia para las grandes acerías estadounidenses

****Costos de producción**** | Production costs | El dinero que cuesta fabricar un producto | NUCOR redujo los costos de producción usando tecnología nueva y trabajadores más eficientes

****Agente libre**** | Free agent | Un jugador profesional que puede negociar con cualquier equipo | Reggie Jackson fue uno de los primeros agentes libres en el béisbol

****Salario**** | Salary/Wage | El dinero que gana una persona por su trabajo | Los salarios de los jugadores de béisbol aumentaron dramáticamente con la agencia libre

■ Cognados Útiles (Palabras Similares en Inglés y Español)

Estas palabras te ayudarán a entender el episodio más fácilmente:

- ****Economía**** = Economy
- ****Producto**** = Product
- ****Precio**** = Price
- ****Mercado**** = Market
- ****Demanda**** = Demand
- ****Tecnología**** = Technology
- ****Innovación**** = Innovation
- ****Competencia**** = Competition
- ****Veterano**** = Veteran
- ****Industrial**** = Industrial
- ****Eficiente**** = Efficient
- ****Profesional**** = Professional

■ Conceptos Fundamentales

Concepto 1: La Ley de Oferta y Demanda

¿Qué es?

La ley de oferta y demanda explica cómo se determinan los precios en un mercado libre. Cuando la demanda es alta y la oferta es baja, los precios suben. Cuando la oferta es alta y la demanda es baja, los precios bajan.

¿Por qué importa?

Esta ley afecta el precio de todo lo que compras: desde tu teléfono hasta la comida en el supermercado. Entender esta ley te ayuda a comprender por qué los precios cambian y cómo las empresas toman decisiones.

Ejemplo cotidiano:

Piensa en los boletos para un concierto popular. Si un artista famoso viene a tu ciudad, muchas personas quieren ir (alta demanda) pero solo hay cierto número de asientos (oferta limitada). Por eso los boletos son caros. Si un artista menos conocido viene, hay menos demanda y los boletos cuestan menos.

Concepto 2: La Innovación Como Respuesta al Mercado

¿Qué es?

La innovación ocurre cuando las empresas encuentran nuevas maneras de satisfacer las necesidades de los clientes o resolver problemas. Esto puede incluir nuevos productos, nuevas tecnologías, o nuevas formas de producir cosas.

¿Por qué importa?

La innovación crea empleos, mejora productos, y puede hacer que las cosas sean más baratas y accesibles para más personas. Las empresas que innovan pueden tener éxito incluso cuando otras fracasan.

Ejemplo cotidiano:

Las aplicaciones de transporte compartido como Uber o Lyft son innovaciones que respondieron a la necesidad de transporte más conveniente y económico. Cambiaron completamente la industria del transporte.

Concepto 3: El Valor del Trabajo en el Mercado

¿Qué es?

En una economía de mercado, los salarios se determinan por la oferta y demanda de diferentes habilidades. Si una habilidad es rara y muy valorada, el salario será alto. Si muchas personas pueden hacer el trabajo, el salario será más bajo.

¿Por qué importa?

Esto afecta tus decisiones sobre educación y carrera. Entender qué habilidades están en demanda puede ayudarte a planear tu futuro profesional.

Ejemplo cotidiano:

Los programadores de computadoras ganan buenos salarios porque hay alta demanda de esta habilidad y no hay suficientes personas calificadas (oferta limitada). En contraste, trabajos que muchas personas pueden hacer generalmente pagan menos.

■ Conexión con Tu Vida

Situación 1: Comprando Zapatos Deportivos

¿Alguna vez has notado que algunos zapatos deportivos cuestan \$200 o más, mientras otros cuestan \$30? Esto es la oferta y demanda en acción. Los zapatos de marcas famosas o diseñados por celebridades tienen alta demanda, especialmente si son una edición limitada (poca oferta). Los mismos principios que determinaron el precio de las casas de Levittown determinan el precio de tus zapatos.

Situación 2: Tu Futuro Trabajo

Cuando piensas en tu futuro, considera qué habilidades están en demanda. Si estudias algo que pocas personas saben hacer pero muchas empresas necesitan (como programación, enfermería, o ingeniería), probablemente ganarás un mejor salario. Es la misma razón por la que los jugadores de béisbol excepcionales como Stephen Strasburg pueden ganar millones: son raros y muy valorados.

■ Preguntas para Reflexionar

Antes de Ver/Leer:

1. Piensa en algo que hayas comprado recientemente. ¿Por qué crees que costó lo que costó? ¿Qué factores podrían haber influido en el precio?
2. Si pudieras crear un negocio, ¿cómo decidirías qué vender y a qué precio? ¿Qué información necesitarías?

Después de Ver/Leer:

1. En el episodio, vimos tres ejemplos de mercados diferentes (viviendas, acero, y jugadores de béisbol). ¿Qué tienen en común estas tres historias? ¿En qué se diferencian?
2. Reflexiona sobre las innovaciones mencionadas (construcción en masa de Levitt, mini-acerías de NUCOR, agencia libre en béisbol). ¿Cómo cambió cada innovación su industria? ¿Puedes pensar en una innovación moderna que haya cambiado una industria de manera similar?

Economics U\$A

Edición del Siglo XXI

Programa #1

Mercados: ¿Sirven a Nuestras Necesidades?

Transcripción

© 2012 Annenberg Foundation & Educational Film Center

Programa #1

Mercados: ¿Sirven a Nuestras Necesidades?

Transcripción Final

Annenberg Learner (Logo y Música)

Narrador: La Financiación de Este Programa Es Proporcionada por Annenberg

Learner

(Aparece el LOGO de EFC en la pantalla)

DAVID SCHOUMACHER: La Segunda Guerra Mundial había terminado. Los soldados estaban en casa, celebrando y esperando formar una familia. Pero, ¿cómo podrían realizar el sueño americano... una casa propia? Cuando los fabricantes de acero extranjeros estaban sacando del mercado a las acerías más grandes de Estados Unidos con sus precios, ¿cómo podría una mini-acería esperar competir? El béisbol... para millones, un pasatiempo; para unos pocos, un sueldo. ¿Por qué el sueldo de un lanzador novato era de quince millones de dólares?

DAVID SCHOUMACHER: Una visita a un mercado de agricultores como este nos recuerda que en algunos lugares el tiempo parece detenerse. Desafortunadamente, no puedo decir lo mismo de mí. Cuando comenzamos esta serie a principios de la década de 1980, los economistas en su mayoría pensaban que tenían el conocimiento y las herramientas para manejar la economía. Para 2010, estaban teniendo dudas. Así que comenzamos esta serie nuevamente con Mercados: ¿Sirven a Nuestras Necesidades? Con la ayuda de los analistas económicos Richard Gill y Nariman Behravesht, examinaremos esa pregunta en esta Edición del Siglo XXI de Economics U\$A. Soy David Schoumacher.

(Música - Títulos de Apertura de la Serie)

(Aparece en la pantalla: MERCADOS: ¿SIRVEN A NUESTRAS NECESIDADES?)

Parte I

DAVID SCHOUMACHER: La economía estadounidense, la suma total de lo que sucede en los centros comerciales, concesionarios de autos, supermercados, bolsas de valores, tiendas 7-Eleven y estaciones de gasolina en todo el país. Millones de decisiones de compra y venta cada día... billones de dólares cada año... y esas decisiones afectan cada parte de nuestras vidas, desde los autos que conducimos hasta las casas en las que vivimos. Pero, ¿cómo se toman esas decisiones? ¿Quién decide entre una habitación con vista y una casa en los suburbios? En nuestra economía de oferta y demanda, ¿quién demanda y quién ofrece?

1945. La Segunda Guerra Mundial había terminado. Millones de ex-soldados volvieron a casa, se enamoraron, se casaron y formaron familias. Y había una cosa que todos necesitaban...

VETERANO: "Bueno, por supuesto, cuando salí del servicio tenía una esposa joven y principalmente queríamos un lugar donde vivir. Era como buscar una aguja en un pajar... y eventualmente encontramos un lugar... una casa convertida donde el piso de arriba se convirtió en un apartamento."

DAVID SCHOUMACHER: En 1947, el Juez Paul Widlitz era un ex-soldado y un joven abogado de Long Island que apenas comenzaba.

JUEZ PAUL WIDLITZ: "Teníamos los problemas normales que tendrías cuando convierten una casa unifamiliar en una casa bifamiliar y ponen escaleras que suben... donde cada vez que caminas se oye abajo o cada vez que alguien llora arriba... el bebé... se oye abajo."

DAVID SCHOUMACHER: Newman Baum y Jerry Worthing también estaban en la avalancha de ex-soldados con familias jóvenes, peinando Nueva York en busca de un lugar para vivir.

NEWMAN BAUM: "Salí del servicio en noviembre de 1945, y una de las primeras cosas que tuve que hacer fue renovar mi vida amorosa y casarme con Helga... pero teníamos que tener un

lugar donde vivir. Vivíamos en una habitación amueblada en una casa unifamiliar, y teníamos que comer cada comida... las 3 comidas fuera."

JERRY WORTHING: "Cuando nos casamos, había muy pocas casas para alquilar. Vivimos en la misma casa con mis padres... luego, oh, un poco más de un año después, decidimos, bueno, deberíamos mirar alrededor y comprar una casa."

DAVID SCHOUMACHER: Las familias necesitaban casas. Pero las casas no eran fáciles de conseguir. La Depresión y la guerra habían puesto la construcción de viviendas en pausa durante casi 20 años. La vivienda que había no era barata... más allá de los medios de la mayoría de los jóvenes veteranos con nuevos empleos y nuevas familias. Las familias jóvenes buscaban viviendas de bajo costo... Los constructores de viviendas necesitaban clientes. Era demanda en busca de oferta. Para la mayoría de la gente, el sueño americano incluía una casa y un auto. Henry Ford había hecho realidad el sueño para los autos. ¿Había algún Henry Ford en el negocio de construcción de viviendas de la posguerra?

WILLIAM LEVITT: "Creemos que cada familia en Estados Unidos tiene derecho a un refugio decente. Creemos que la empresa privada debería proporcionar ese refugio..."

KENNETH JACKSON: "La Organización Levitt, creo, fue la más famosa... Fue el prototipo... Él fue el Henry Ford del mercado de viviendas. Reconocieron la escasez de viviendas que era tan aguda a finales de la década de 1940..."

DAVID SCHOUMACHER: El Profesor Kenneth T. Jackson de la Universidad de Columbia, especialista en la historia de los suburbios...

KENNETH JACKSON: "Se basaron en su experiencia de la década de 1930... Se basaron en la experiencia de un par de Levitt en la construcción de viviendas para trabajadores de guerra. Uno de ellos trabajó con los Seabees en el Pacífico en la Segunda Guerra Mundial. Todas estas cosas les estaban enseñando cómo realmente producir en masa y construir rápidamente."

© 2012 Annenberg Foundation & Educational Film Center

WILLIAM LEVITT: "Recuerdo claramente que le dije a muchos compañeros oficiales allí... 'Cuando esta guerra termine, pidan prestado, tomen prestado o roben lo que puedan y construyan viviendas porque va a haber un gran retraso... y así fue. Era simple economía, eso es todo. La gente tiene que tener techos sobre sus cabezas y no se estaban construyendo techos.'"

DAVID SCHOUMACHER: Respaldado por la promesa de hipotecas VA y FHA, Levitt puso su dinero donde estaba su juicio. Distribuyó 6,000 lotes en campos de papas de bajo costo de Long Island y vertió 6,000 losas de concreto. Equipos de construcción especializados llegaron a las calles de Levittown como comandos.

WILLIAM LEVITT: "En lugar de tener un carpintero que hiciera toda la carpintería... nos especializamos. Él solo hacía el marco... Otro carpintero solo hacía las vigas del techo... comenzamos a entregar 150 casas cada cinco días... aproximadamente 18 antes del mediodía y otras 18 o 17 después del mediodía."

DAVID SCHOUMACHER: Pero como con el Modelo T, los métodos de línea de ensamblaje podían significar uniformidad de línea de ensamblaje. En una nación dedicada al individualismo, ¿tendrían las casas de producción en masa un atractivo masivo? Las casas se construyeron. Los anuncios se colocaron. El caso fue al jurado. El veredicto no tardó en llegar.

JUEZ PAUL WIDLITZ: "Vivienda... necesitaban un lugar para vivir. Venían de todo el país... Saliendo de Nueva York y Brooklyn. De todos lados venían. Los habitantes de Long Island estaban en minoría porque no podían llegar lo suficientemente rápido."

DAVID SCHOUMACHER: Las películas caseras de Newman Baum capturaron el momento para personas como los Baum, los Worthing y los Widlitz. Nuevas familias en una nueva comunidad.

© 2012 Annenberg Foundation & Educational Film Center

WILLIAM LEVITT: "Independientemente de cómo se viera el lugar, satisfacía una necesidad para estas personas jóvenes que necesitaban vivienda, necesitaban techos sobre sus cabezas..."

KENNETH JACKSON: "Para aquellas personas que se mudaron a Levittown, y aquellas personas que se mudaron a desarrollos tipo Levittown en cada ciudad importante del país... valió la pena financieramente. Pero la recompensa psicológica fue quizás aún más importante. Les dio a estas familias una participación en su comunidad, una participación en su país. Les dio un ancla en una especie de mundo inquieto y desarraigado... un pequeño pedazo del universo que podían llamar suyo."

DAVID SCHOUmacher: Los científicos dicen que la naturaleza aborrece el vacío... Bueno, el mercado también. Fue la demanda sin precedentes de los veteranos de la Segunda Guerra Mundial de viviendas asequibles la que atrajo a William Levitt y a miles de otros constructores al mercado de viviendas de bajo costo y construyó los cimientos de la prosperidad de posguerra. Le pedimos a Richard Gill un análisis económico de las fuerzas que unieron a William Levitt y a los veteranos de la Segunda Guerra Mundial.

(Música - Comentario y Análisis I)

(Aparece en la pantalla el LOGO de ECONOMICS U\$A)

RICHARD GILL: Había una gran demanda potencial de viviendas en el período de posguerra y William J. Levitt satisfizo esa demanda. Pregunta simple: ¿Cómo funciona el sistema de mercado? Respuesta simple: A través de las grandes leyes de oferta y demanda. Si vas a un economista profesional y le preguntas cómo funcionan los mercados, es probable que obtengas una respuesta algo más complicada. Peor aún, es probable que te dibuje un gráfico. No solo un gráfico, sino el gráfico... el más famoso en nuestra materia. El gráfico de oferta y demanda. Y ahí está. Un artefacto de aspecto bastante inofensivo en realidad, aunque de hecho a los economistas les tomó bastante tiempo en los siglos XVIII y XIX llegar a este diagrama particular. Entonces, ¿cómo nos ayudaría tal diagrama con la historia de Levittown? Primero, ¿qué significa el gráfico? Medimos la cantidad de producto a lo largo del eje horizontal... en este caso, número de casas. A lo largo del eje vertical, medimos el precio de ese

© 2012 Annenberg Foundation & Educational Film Center

producto... el precio de una casa unifamiliar promedio. Nuestra curva de demanda está aquí, nuestra curva de oferta está aquí. Lo que la ley de oferta y demanda nos dice es que el precio del producto se determinará donde estas dos curvas se intersectan. A un precio de \$9,000 por casa, la cantidad de casas ofrecidas y demandadas en nuestro diagrama será igual. Ahora mostremos cómo el uso de una de estas curvas aclara la historia de Levittown. Hemos dicho que había una gran demanda de viviendas en el período de posguerra cuando los veteranos regresaron. Pero esa forma de hablar es demasiado imprecisa. Lo que realmente queremos decir es que había una gran demanda de viviendas económicas. La demanda efectiva de viviendas en el mercado depende del precio de las viviendas. Y esto es exactamente lo que nuestro diagrama nos dice de la manera más simple posible. La curva DD tiene pendiente descendente hacia el sureste. A un precio alto aquí, se demandan muy pocas casas. Es solo aquí abajo... a un precio bajo... que la demanda efectiva de casas es alta. En una economía de mercado, la demanda... y también la oferta... dependen del precio. Estas curvas no son más que la expresión más simple posible de ese importante principio.

Parte II

DAVID SCHOUMACHER: El acero es sinónimo de fuerza. Mil altos hornos en toda América forjaron cintas de acero en victoria en la guerra. Durante 75 años, los productores de acero de EE.UU. tuvieron el mercado del acero para ellos solos. Dirigieron las grandes llamadas "acerías integradas". Hicieron su propio acero a partir de mineral de hierro y lo procesaron en una gama completa de productos. Establecieron sus propios precios y sus propias reglas. En los años 60 y 70, a medida que aumentaron los costos de mano de obra y energía, los precios del acero aumentaron aún más... hasta que el acero extranjero comenzó a pujar más bajo que el acero estadounidense en edificios y puentes estadounidenses. En EE.UU., las plantas cerraron... Los trabajadores fueron despedidos.

TRABAJADOR DEL ACERO: "Cinco mil hombres despedidos. No veo cómo podríamos conseguir más empleo, en esta área de todos modos. Probablemente tendré que irme."

DAVID SCHOUMACHER: El veredicto del mercado sobre ¾ de siglo de complacencia industrial. ¿Qué se podía hacer para reconstruir la tambaleante industria del acero? Con

las compañías de acero más grandes de Estados Unidos recibiendo golpes, ¿cómo podría competir una pequeña compañía de acero? NUCOR era uno de los usuarios de acero estadounidenses que se había alejado del acero estadounidense de alto precio hacia productores extranjeros. Pero Kenneth Iverson, Presidente de NUCOR, se preguntaba si el acero de bajo costo no se podría fabricar en Estados Unidos.

KENNETH IVERSON: "Fuimos a Europa y pasamos unas tres semanas recorriendo varios países y acerías para descubrir la forma en que producían acero y determinar... Si usáramos esos métodos en Estados Unidos, ¿podríamos fabricar acero tan barato como podríamos comprarlo en el extranjero? Decidimos que podíamos... Hicimos un trato para comprar esta tecnología... Y así fue como comenzamos en nuestra primera acería."

DAVID SCHOUMACHER: Iverson reconstruyó NUCOR como una mini-acería, usando la última tecnología de Europa.

KENNETH IVERSON: "Una mini-acería se define como... Primero que nada, estamos comenzando desde chatarra... No comenzamos desde mineral. En segundo lugar, lo fundimos en hornos eléctricos y luego lo fundimos continuamente para obtener un tocho que luego, eventualmente se enrolla en las redondas, los canales, las planas, las barras lisas que suministramos a los clientes. Es realmente mucho más económico que la fundición de lingotes."

DAVID SCHOUMACHER: La tecnología había ayudado a NUCOR a reducir los costos. Pero, ¿qué pasa con el costo de la mano de obra? Los precios más bajos de los fabricantes de acero extranjeros se basaban en salarios más bajos. ¿Podría NUCOR fabricar acero de bajo precio con trabajadores estadounidenses altamente calificados y altamente pagados?

KENNETH IVERSON: "No es lo que le pagas a un empleado lo que es importante... Es lo que produce. Y si produce mucho, puedes permitirte pagarle mucho... Si no produce nada, no puedes permitirte pagarle ni un centavo. El trabajador por hora promedio en Darlington, Carolina del Sur, en nuestra acería allí, tuvo ganancias el año pasado de más de \$30,000 al año... y tuvimos fundidores que ganaron más de \$35,000... lo que se compara razonablemente con lo que los trabajadores sindicalizados en las acerías integradas ganaron el año pasado. Ahora, si

miras lo que produjimos, produjimos el año pasado unas 850 toneladas por empleado, donde el promedio para los productores integrados fue algo así como 350 toneladas por empleado."

DAVID SCHOUMACHER: NUCOR no era la única compañía de acero que usaba técnicas de mini-acería para convertir números rojos en negros. El Dr. Robert Crandell, un economista del Instituto Brookings... un grupo de expertos de Washington D.C....

ROBERT CRANDELL: "En el caso de la industria del acero, una industria de mini-acerías a pequeña escala está creciendo para reemplazar a las empresas integradas mucho menos eficientes. Es probable que tengamos... dentro de 10, 15, 20 años... 50, 75 empresas, cada una produciendo dos millones de toneladas de acero al año en lugar de estas compañías gigantes que pueden producir hasta 20 o 25 millones de toneladas al año. Estas empresas más pequeñas son más eficientes. Producirán acero de manera más eficiente que las grandes compañías y, como resultado, deberían proporcionarnos una industria del acero más saludable."

DAVID SCHOUMACHER: La alta tecnología utilizada en la revolución de las mini-acerías no podía salvar a toda la industria del acero. El acero para vigas I y carrocerías de autos aún debe hacerse en las acerías integradas más grandes... Pero había una lección que las grandes compañías de acero podían aprender de las mini-acerías.

KENNETH IVERSON: "Si modernizamos nuestras acerías, entonces podemos tener una acería que pueda competir con cualquier compañía de acero del mundo. Tendremos una industria del acero algo más pequeña, pero mucho más eficiente, mucho más productiva de la que hemos tenido en los últimos 15 o 20 años. La gente en la industria del acero... ejecutivos... dicen. 'No podemos competir'. Y no me importa qué razón den... costos laborales más bajos, subsidios gubernamentales, más alta, mejor tecnología, más eficiente. Eso no es importante. Podemos competir. Tenemos todos los elementos aquí en este país para competir con países extranjeros. Solo tenemos que darnos cuenta de que podemos y dedicarnos a hacerlo."

© 2012 Annenberg Foundation & Educational Film Center

DAVID SCHOUMACHER: Durante años, la industria del acero estadounidense asumió que era lo suficientemente fuerte como para navegar a través de las advertencias de tormenta del mercado, y casi se hundió. Pero NUCOR y otras mini-acerías prestaron atención a las señales y usaron nueva tecnología y gestión creativa para seguir el faro del mercado hacia los mares altos de mayores ganancias. ¿Qué mantuvo a NUCOR en el rumbo correcto cuando sus competidores perdieron el camino? Le preguntamos al analista económico Richard Gill.

(Música - Comentario y Análisis II)

(Aparece en la pantalla el LOGO de ECONOMICS U\$A)

RICHARD GILL: Una de las cosas más interesantes sobre los mercados es que pueden producir lo inesperado. Pueden estimular innovaciones... nuevos productos o nuevas formas de producir productos. La introducción de las mini-acerías en la industria del acero fue una innovación inesperada. Las curvas de oferta y demanda para nuestra industria del acero doméstico en la década de 1970 se veían algo así. Debido a la competencia extranjera, la demanda de acero doméstico era baja. Hemos ilustrado esto colocando nuestra curva de demanda muy a la izquierda en el diagrama. El precio del acero estaba aquí, la cantidad producida aquí, ambos bajos según los estándares históricos. ¿Por qué, podríamos preguntar, la industria del acero doméstico simplemente no bajó sus precios y vendió más acero? Después de todo, como sabemos por la historia de Levittown, la cantidad de un producto demandado generalmente aumenta a precios más bajos. La respuesta básica es que no podían expandirse así debido a los costos. En la mayoría de las industrias, a medida que expandes tu producción, tus costos tienden a subir. Esto, de hecho, es por qué hemos dibujado la curva de oferta para el acero como lo hicimos antes para las casas, con pendiente ascendente hacia el noreste. Debido a los costos más altos, generalmente no es posible que las empresas suministren más de un producto a menos que puedan obtener un precio más alto por él. O a menos que puedan reducir los costos. Y aquí es donde entraron las mini-acerías. Las mini-acerías redujeron los costos de fabricación de acero y esto produjo un desplazamiento descendente en toda la curva de oferta de los productores de acero doméstico. El precio ahora podía reducirse y la cantidad de acero producido domésticamente aumentó. Por supuesto, las mini-acerías no han sido la respuesta completa a los problemas de nuestra industria del acero lamentablemente enferma. Tales innovaciones, sin embargo, representan una forma importante en que los mercados pueden responder a las presiones económicas.

© 2012 Annenberg Foundation & Educational Film Center

Parte III

DAVID SCHOUMACHER: El béisbol... Para los fanáticos, un juego... Pero para los jugadores, un trabajo. Para la estrella, talentos raros significaban paga alta, pero para el jugador promedio o para el jugador de ligas menores, era una historia diferente. Miles de jugadores de preparatoria, universidad y ligas menores estaban esperando en fila para jugar béisbol de "grandes ligas". Y como en todas partes, una gran oferta equivalía a precios bajos.

Incluso en las grandes ligas, los salarios se mantenían bajos por la incapacidad de un jugador de llevar sus servicios a otra parte. Luego, en 1975, una disputa contractual, el fallo de un árbitro, y el nacimiento del agente libre. Era un nuevo juego.

El futuro lanzador del Salón de la Fama, Jim "Catfish" Hunter, el primer agente libre titular, firmó con los Yankees de Nueva York por \$300,000, el equivalente a \$1.3 millones hoy. Luego fue otro futuro miembro del Salón de la Fama, Reggie Jackson—"Mr. Octubre", firmado por cinco años por los Yankees por el doble que Hunter.

DAVID SCHOUMACHER: Los Yankees ganaron la Serie Mundial en el primer año de Jackson y en tres de los cinco años del contrato pionero de Jackson. Bowie Kuhn era comisionado de béisbol en el momento de la firma de Reggie Jackson.

BOWIE KUHN: "Reggie pone gente en los estadios. Tiene algunos de los elementos de un Ruth... Tiene cierto estilo y porte... lo hace un gran jugador de béisbol... Es Casey en el bate. Si se mantiene saludable, y puedes jugarlo lo suficiente... un problema con un mejor jugador de béisbol... entonces probablemente puedes generar esta cantidad de gente extra en tu estadio."

DAVID SCHOUMACHER: La agencia libre ha creado un mercado para los jugadores de béisbol. ¿Qué está diciendo ese mercado? ¿Qué hace que jugadores como Hunter y Jackson y más recientemente, Stephen Strasburg, un lanzador novato de los Nationals, valgan tanto?

DAVE SHEININ: "Pagas a los jugadores grandes sumas para ganar juegos con el propósito de ganar dinero. Después de todo, es un negocio... Es un número muy finito de oportunidades que un gran jugador de béisbol tiene para afectar un juego, y entonces esos jugadores están en tal demanda, su talento está a un nivel tan alto, que valen el tipo de gasto para un dueño. Todo se trata de vender boletos, y marketing, mercancía, puestos de concesión. Entonces estos jugadores, ya sabes, lo recuperan para los dueños de equipos."

DAVID SCHOUMACHER: Scott Boras, uno de los agentes deportivos de grandes sumas más exitosos, lo tradujo en números.

SCOTT BORAS: "Bueno, en el mercado de agentes libres, hay probablemente, de los 800 o así jugadores de Grandes Ligas, probablemente solo 150 a 175 de ellos que son agentes libres, y de esos 175 estimaría que anualmente hay cinco o seis agentes libres que pueden tener un valor extraordinario."

DAVID SCHOUMACHER: Hunter y Jackson fueron solo el comienzo del mercado alcista para los jugadores de béisbol.

El lanzador Greg Maddux, \$28 millones durante cinco años. Barry Bonds, casi \$44 millones por seis años. Manny Ramirez, \$160 millones durante ocho años. Y Alex Rodriguez, A-Rod, diez años, \$275 millones. Todas estrellas probadas.

DAVID SCHOUMACHER: Y luego en 2009, un contrato de \$15 millones para un lanzador sin récord en las grandes ligas en absoluto, sin récord profesional en absoluto, Stephen Strasburg. ¿Qué hacía que un jugador universitario valiera \$15 millones? El agente de Strasburg, Scott Boras, dijo que Strasburg no solo era un talento raro. Era único en su tipo.

SCOTT BORAS: "Steven Strasburg es el mejor jugador universitario que he visto, basado en su habilidad, su velocidad. Su control de sus lanzamientos, donde puede lanzar con ubicación, su bola rompiente, su bola curva, su cambio de velocidad, es capaz de controlar, lanzar diferentes strikes...."

© 2012 Annenberg Foundation & Educational Film Center

Eso es lo que lo hizo extraordinario al entrar.

DAVID SCHOUMACHER: Y los fanáticos estuvieron de acuerdo.

FANÁTICO 1: "Bueno, ves que es un tipo raro de lanzador, con una bola rápida que llega hasta 100, y luego el movimiento en su bola curva, es solo una combinación rara."

FANÁTICO 2: "¡Sí! Pone gente en los asientos. La gente viene a verlo."

FANÁTICO 3: "Porque es uno de los mejores lanzadores jóvenes que existen, tiene mucho tiempo."

FANÁTICO 4: "Y es uno de los lanzadores más guapos (RISAS)."

DAVID SCHOUMACHER: ¿Pero valdría la pena la inversión de \$15 millones de dólares?

DAVE SHEININ: "Bueno, en el primer juego de Strasburg, fue uno de los eventos de béisbol más notables que he presenciado. La multitud se levantaba cada vez que había dos strikes, en anticipación de otro ponche, y cuando venía el ponche simplemente estallaban...."

Multitud Vitoreando

DAVID SCHOUMACHER: Y luego, una lesión grave en su brazo sacó a Strasburg del juego.

DAVE SHEININ: "Realmente fue desafortunado cómo terminó su temporada porque tuvo la oportunidad de hacer algo histórico en su temporada de novato, y supongo que ahora nunca lo sabremos, pero durante el tiempo que estuvo en el montículo, había muy pocos lanzadores en el béisbol que pudieran hacer lo que él hizo."

DAVID SCHOUMACHER: Los contratos multimillonarios y multianuales que los jugadores firman hoy nos dejan sin aliento. Tal como lo hizo el de Reggie Jackson en la década de 1970. Es mucho dinero por jugar un juego. Pero los cálculos de ambos lados son estrictamente negocios. Un empleado que ofrece una habilidad rara y un séquito de clientes que pagan puede exigir un salario alto. ¿Por qué hay tanta diferencia entre los ingresos de diferentes personas? Esa es la pregunta que le hicimos al analista económico Nariman Behravesht.

(Música - Comentario y Análisis III)

© 2012 Annenberg Foundation & Educational Film Center

(Aparece en la pantalla el LOGO de ECONOMICS U\$A)

NARIMAN BEHRAVESH: ¿Por qué ganan tanto los jugadores estrella de las grandes ligas de béisbol? Bueno, hay menos de ellos y su producto es altamente valorado por el mercado. Las leyes de oferta y demanda de las que hemos estado hablando en relación con los precios de productos como el acero y las casas también se pueden aplicar a los precios de nuestros servicios... nuestros salarios y sueldos. Si la demanda pública es alta para ciertos tipos de trabajo calificado raro... bateadores de jonrones, estrellas de rock, neurocirujanos... entonces los clientes y empleadores estarán dispuestos a pagar mucho más. Desafortunadamente, el mercado, operando de esta manera, no siempre produce un resultado que encontremos personalmente agradable. ¿Debería un jugador de baloncesto de siete pies ganar cuatro o cinco veces más que el Presidente de Estados Unidos? Los mercados son potentes pero no siempre ideales.

DAVID SCHOUMACHER: Hablamos de las decisiones del mercado, pero ningún mercado realmente toma decisiones. Nosotros... consumidores, comerciantes, empleadores, empleados, fabricantes, todos tomamos las decisiones en respuesta a las fuerzas de oferta y demanda. El mercado toma nuestras decisiones, las reúne y emite el juicio final sobre el éxito o fracaso económico... ganancia o pérdida. Para esta Edición del Siglo XXI de Economics U\$A, soy David Schoumacher.

(MÚSICA - Aparece en la pantalla el LOGO de ECONOMICS U\$A)

(Aparecen los CRÉDITOS en la pantalla)

Narrador: La Financiación de Este Programa Es Proporcionada por Annenberg

Learner

Aparece el número de Annenberg/Learner 1-800-Learner

Narrador: Para Información Sobre Este y Otros Programas de Annenberg

Learner Llame al 1-800-Learner y Visítenos en

[Www.Learner.Org](http://www.Learner.Org)