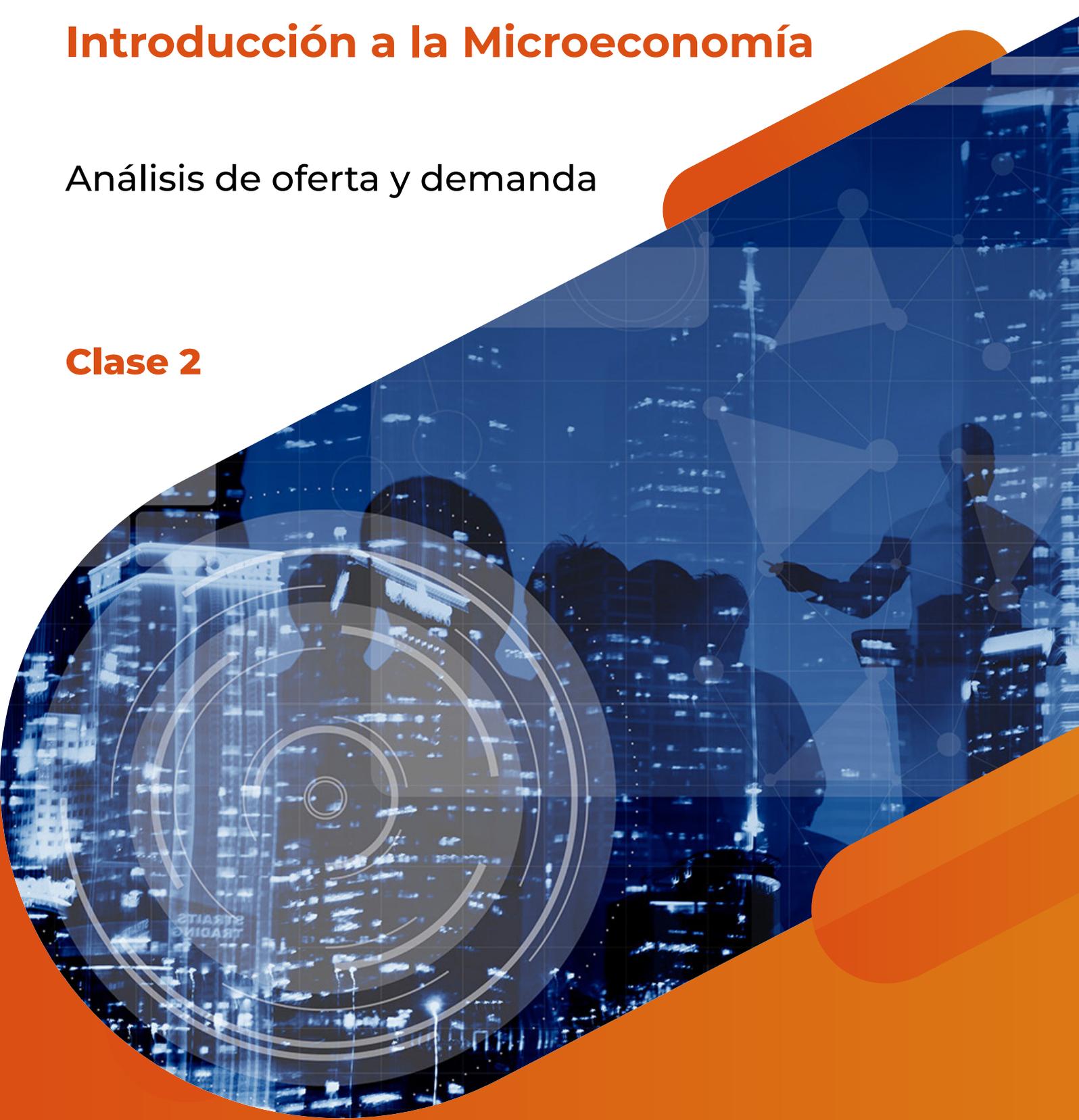


Introducción a la Microeconomía

Análisis de oferta y demanda

Clase 2



1. INTRODUCCIÓN DE LA CLASE

La presente clase aborda los conceptos fundamentales de la oferta y la demanda, pilares del funcionamiento de una economía de mercado. Para tales fines, se definirá la oferta como la cantidad de un bien o servicio que los productores están dispuestos a vender a diferentes precios, mientras que la demanda se refiere a la cantidad que los consumidores desean comprar a esos precios. En este sentido, se abordará la noción de precio de mercado, estableciendo el punto donde la cantidad demandada iguala a la cantidad ofrecida, es decir, el equilibrio del mercado.

De esta manera, la presente clase concluye con la naturaleza conceptual y técnica detrás de las curvas que integran un mercado y como, a partir del comportamiento individual de los agentes, se derivan espacios agregados para el análisis gráfico de la demanda y oferta.

Clase 2: Análisis de oferta y demanda

Analizar la interacción entre la oferta y la demanda, el equilibrio de mercado y su aplicación en problemas cotidianos.

1. Mercados y competencia

1.1. ¿Qué es un mercado?

Un mercado se define como el conjunto de compradores y vendedores que interactúan para intercambiar un bien o servicio determinado. Los compradores determinan la demanda, mientras que los vendedores definen la oferta. Los mercados pueden variar en organización; algunos, como los de productos agrícolas, son muy estructurados, donde los compradores y vendedores se encuentran en un lugar y hora específicos, y un subastador establece los precios y organiza las ventas.

Sin embargo, existen mercados menos organizados, donde los compradores no se reúnen a una hora o lugar predeterminado y los vendedores están dispersos ofreciendo productos ligeramente diferentes. No hay un subastador que fije los precios, pero cada vendedor establece su propio precio. A pesar de esta falta de organización, los compradores y vendedores están estrechamente conectados, ya que los compradores eligen entre diferentes vendedores y los vendedores intentan atraer clientes, formando así un mercado, aunque de manera menos estructurada. En los mercados más importantes dentro del estudio económico destacan:

-Mercado de bienes y servicios

Este mercado incluye cualquier tipo de producto tangible o intangible que se intercambia entre consumidores y proveedores. Los mercados de bienes incluyen alimentos, ropa, electrodomésticos, vehículos y productos electrónicos, mientras que los servicios abarcan desde educación, salud, turismo hasta servicios financieros y profesionales. En este mercado, los compradores buscan productos que satisfagan sus necesidades, mientras que los vendedores ofrecen productos que generen beneficios.

Un ejemplo cotidiano es el mercado de alimentos, donde las personas compran desde productos frescos como frutas y verduras hasta alimentos procesados en supermercados o mercados locales.

-Mercado de trabajo

El mercado de trabajo se caracteriza por un entorno en el que la “mercancía” que se intercambia es la mano de obra. Los empleadores (compradores) demandan trabajadores con ciertas habilidades, mientras que los empleados (vendedores) ofrecen su tiempo y esfuerzo a cambio de salarios y beneficios. Este mercado influye significativamente en la economía, ya que el nivel de empleo y los salarios afectan el bienestar de las personas y la productividad de las empresas. Los mercados laborales pueden variar dependiendo de la industria, la ubicación geográfica y el tipo de trabajo. Por ejemplo, un mercado laboral de tecnología informática tiene una alta demanda de ingenieros de software, mientras que un mercado de construcción podría necesitar más obreros calificados.

-Mercado financiero

Los mercados financieros son lugares donde se compran y venden activos financieros como acciones, bonos, derivados y divisas. Este mercado es crucial para la economía global, ya que permite que las empresas se financien mediante la emisión de acciones o deuda, y ofrece a los inversionistas la oportunidad de obtener rendimientos a través de sus inversiones. Un ejemplo clásico de este tipo de mercado es la Bolsa de Valores, donde las acciones de empresas cotizan y son compradas y vendidas por inversionistas. Las fluctuaciones de los precios en estos mercados reflejan las expectativas económicas y el riesgo percibido en los mercados financieros.

-Mercado digital

En la actualidad, los mercados digitales se han vuelto cada vez más relevantes. A través de plataformas en línea, los consumidores pueden adquirir productos físicos o servicios sin la necesidad de desplazarse a una tienda física. Amazon, eBay y Alibaba son ejemplos de mercados digitales donde los vendedores ofrecen una amplia gama de productos y los consumidores pueden elegir entre una variedad de opciones. Además, los mercados digitales también incluyen plataformas de servicios como Uber o Airbnb, donde se intercambian servicios de transporte y alojamiento entre usuarios.

1.2. ¿Qué es la competencia?

En la generalidad, la mayoría de los mercados en la economía son altamente competitivos, donde, tanto compradores como vendedores tienen conocimiento de la existencia de múltiples opciones y ningún comprador o vendedor individual tiene la capacidad de influir significativamente en el precio de mercado. En este sentido, el precio y la cantidad del bien que se venden son determinados por la interacción de todos los compradores y vendedores en el mercado, lo que define un entorno de competencia.

Bajo esta lógica, un mercado competitivo se define como entorno de intercambio de bienes y servicios donde convergen múltiples compradores y vendedores, y ninguno de ellos tiene un impacto sustancial en el precio del producto. En este tipo de mercados, los vendedores tienen un control limitado sobre el precio, ya que los productos ofrecidos por diferentes vendedores son similares. De esta manera, si un vendedor sube el precio, los compradores buscarán alternativas, lo que obliga a dicho agente a ajustarse a las condiciones del mercado. De la misma manera, los compradores no pueden

influir en el precio porque solo adquieren pequeñas cantidades del bien.

Para que un mercado sea perfectamente competitivo, debe cumplir con dos condiciones clave: primero, los productos vendidos deben ser idénticos, y segundo, debe haber un número suficiente de compradores y vendedores, con la finalidad de que ninguno pueda influir individualmente en el precio. En estos mercados, tanto compradores como vendedores son considerados “tomadores de precios”, ya que deben aceptar el precio determinado por las condiciones del mercado. En este contexto, los compradores pueden adquirir todo lo que deseen al precio de mercado, y los vendedores pueden vender todo lo que produzcan.

No obstante, aunque existen mercados perfectamente competitivos, no todos los entornos de intercambio se ajustan a este modelo. Algunos mercados presentan un solo vendedor, como los monopolios, donde dicho agente se encuentra en la potestad de definir el precio. Sin embargo, la mayoría de los mercados se encuentran entre el monopolio y la competencia perfecta. A pesar de estas consideraciones, la suposición detrás de un esquema de competencia perfecta permite brindar un primer acercamiento al estudio de cómo funcionan los mercados, ya que este modelo simplificado facilita el análisis y proporciona principios aplicables a otros mercados más complejos. Un ejemplo interactivo se encuentra a continuación: <https://www.youtube.com/watch?v=RUFZ0E2Wg2A>

2. La demanda

2.1. La curva de la demanda

La cantidad demandada de un bien específico se refiere al número o cuantía que los clientes o agentes consumidores están dispuestos a comprar de ese bien o servicio. Si bien existen varios factores que influyen en la cantidad demandada, uno de los principales, a efectos de analizar el funcionamiento de los mercados, es el precio del bien.

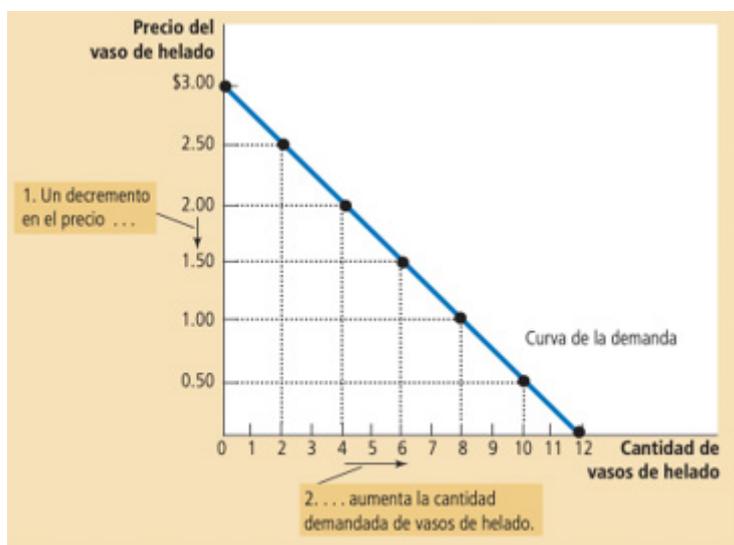
A continuación, se incluye una tabla y gráfica de demanda para el bien “helado”. Las figuras 1 y 2 muestran la cantidad demandada en función del precio, mientras que la curva ilustra la relación entre la cantidad demandada de un bien y el precio. Debido a que un precio menor incrementa la cantidad demandada, y viceversa, la curva presenta una pendiente negativa.

Figura 1. Tabla de demanda del bien “helado”

Precio del vaso de helado	Cantidad de vasos de helado
\$0.00	12 vasos
0.50	10
1.00	8
1.50	6
2.00	4
2.50	2
3.00	0

Fuente: Mankiw, 2021.

Figura 2. Gráfica de demanda del bien “helado”



Fuente: Mankiw, 2021.

La lógica es simple, aumentos en el precio del bien devienen en disminución de la cantidad demandada, y viceversa. Esta relación es aplicable para gran parte de los bienes y servicios del mercado, y su generalidad es denominada “ley de la demanda”, asumiendo que el resto de los factores del mercado se mantienen inmóviles.

2.2. Demanda individual frente a demanda del mercado

La figura ilustra la demanda individual del producto “helado”, tanto a nivel gráfico como en valores nominales. Cuando se aborda un análisis de mercados, resulta indispensable establecer la demanda del bien o servicio en forma agregada; es decir, la sumatoria de las demandas individuales que existen a lo largo del mercado analizado. Las figuras 3 y 4 exponen la agregación de demandas, a partir de la demanda individual del bien “helado”, de dos personas. A cualquier precio dado, las diferentes tablas muestran los patrones de consumo del bien de forma individual, por lo que la demanda del mercado resultará de la suma de las distintas demandas individuales.

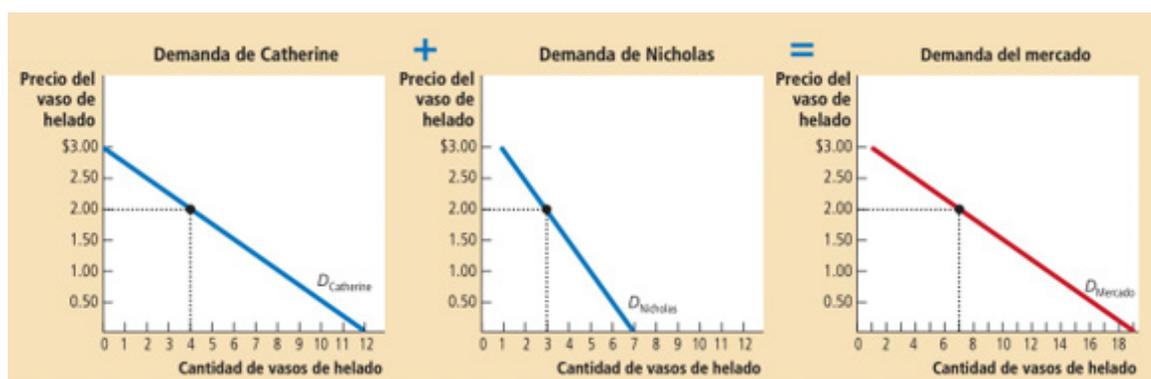
A nivel gráfico, las curvas de demanda personales se agregan horizontalmente para obtener la curva de la demanda total del bien. Es decir, con la finalidad de establecer la cuantía total del bien demandado, indistintamente del precio, se suman las cantidades individuales, que se encuentran en el eje de las ordenadas (eje y) de las curvas individuales. Por cuanto la finalidad de la presente clase subyace en la comprensión agregada del funcionamiento de la economía, se considerará la curva de la cantidad total demandada de un bien, para efectos del aprendizaje. Ejemplos diarios de los conceptos analizados en esta clase, se ven a continuación: <https://fastercapital.com/es/tema/aplicaciones-de-las-curvas-de-demanda-en-el-mundo-real.html>

Figura 3. Agregación de demandas individuales a nivel nominal

Precio del vaso de helado	Catherine		Nicholas		Mercado
\$0.00	12	+	7	=	19 vasos
0.50	10		6		16
1.00	8		5		13
1.50	6		4		10
2.00	4		3		7
2.50	2		2		4
3.00	0		1		1

Fuente: Mankiw, 2021.

Figura 4. Agregación de demandas individuales a nivel gráfico



Fuente: Mankiw, 2021.

3. La oferta

3.1. La curva de la oferta

La oferta de cualquier bien o servicio se define como la cantidad que los vendedores se encuentran dispuestos a producir y vender. Al igual que en el caso de la demanda, existen varios factores que determinan la cantidad que se ofrece; no obstante, para efectos ilustrativos, el precio nuevamente desempeñará un papel primordial en el análisis, siendo el punto inicial de análisis, a fin de identificar la naturaleza gráfica de la oferta dentro de una economía de mercado.

Nuevamente, bajo el ejemplo del bien “helado”, la noción resulta intuitiva. Cuando el precio del bien en cuestión se eleva, la venta se vuelve llamativamente rentable; por ende, aumenta la cantidad ofrecida. Esto, a su vez, representa un aumento en las horas laboradas, la adquisición de insumos de producción y la compra de maquinaria. Por el contrario, cuando el precio del bien disminuye, la percepción de rentabilidad se contrae en el mismo sentido, por lo que los oferentes reducen su pro-

ducción. Incluso, a determinado nivel de precios, algunos oferentes pueden optar por el cierre de sus operaciones, lo que provocaría que la cantidad ofertada caiga a cero.

Esta relación entre precio y cantidad ofrecida se denomina ley de la oferta y establece que, manteniendo el resto de las variables constantes, ante un aumento en el precio de un bien, la cantidad ofrecida también se eleva, mientras que, en el escenario opuesto, cuando el precio disminuye, la cantidad ofrecida también lo hace.

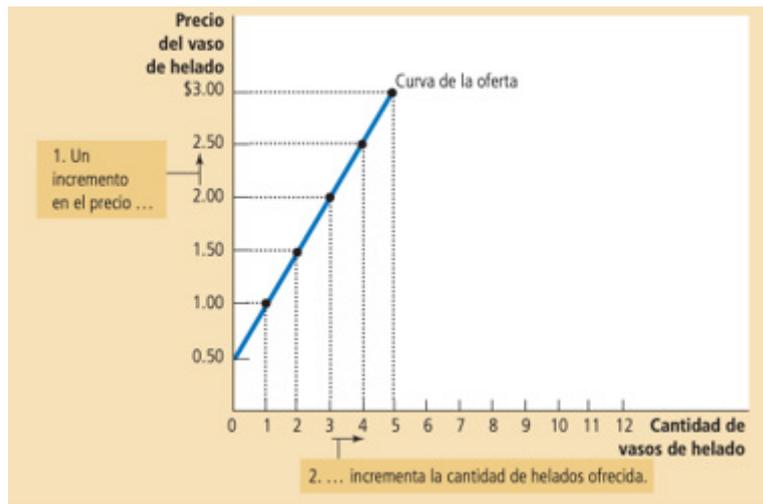
Las figuras 5 y 6 ilustran dicha particularidad. A precios inferiores, la oferta tiende a ser cero; no obstante, conforme el precio aumenta, el vendedor ofrece cantidades cada vez más grandes. Entonces, la tabla de la oferta muestra la dinámica entre el precio de un bien y la cantidad ofrecida, manteniendo el resto de los factores constantes. Desde la dimensión gráfica, la curva ilustra la ley de la oferta, donde el gráfico muestra una clara pendiente positiva, evidenciando la relación directa y proporcional entre el precio y la cantidad ofrecida.

Figura 5. Tabla oferta del bien “helado”

Precio del vaso de helado	Cantidad de vasos ofrecida
\$0.00	0 vasos
0.50	0
1.00	1
1.50	2
2.00	3
2.50	4
3.00	5

Fuente: Mankiw, 2021.

Figura 6. Gráfica de oferta del bien “helado”



Fuente: Mankiw, 2021

3.2. Oferta individual frente a oferta del mercado

Análogo al análisis de la demanda, la oferta del mercado abarca la sumatoria de toda la oferta establecida por los vendedores. Para efectos nominales, dentro de las figuras 7 y 8 se observan las tablas y gráficas de oferta del bien en análisis dentro del mercado. En función de un determinado precio, las diferentes tablas indican la cantidad que los oferentes se encuentran en la capacidad de producir y comercializar. Por construcción, la oferta total del mercado resulta de la sumatoria de ambas cantidades individuales. A nivel gráfico, las curvas ilustran los datos previamente analizados. Similar al análisis de las curvas de demanda, las de oferta se agregan horizontalmente para derivar una única curva de oferta del mercado.

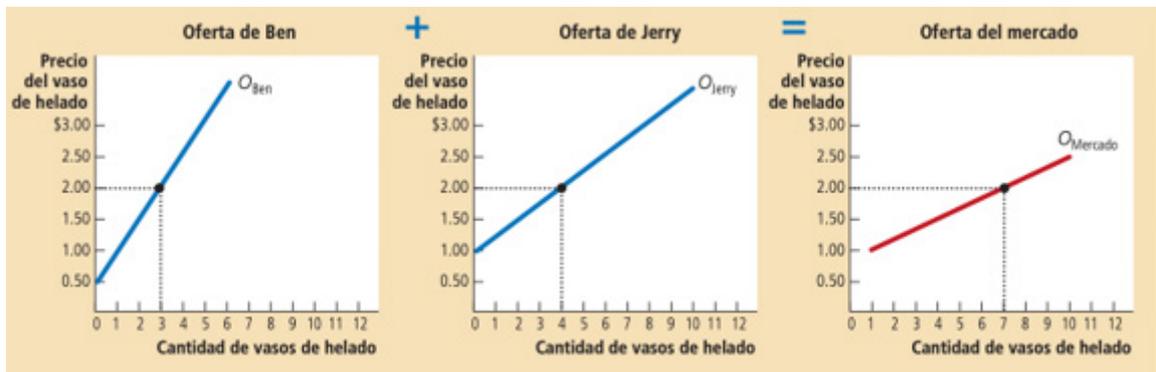
Es términos mucho más formales, la derivación detrás de la cantidad total ofrecida de un bien, en función de determinado precio, resulta de la sumatoria de las cantidades individuales, las cuales, al igual que en la curva de demanda, se encuentran en el eje de las ordenadas en cada una de las curvas de oferta. Por ende, dichas curvas muestran las variaciones de la cantidad total ofrecida en función de cómo varía el precio del bien, manteniendo constantes el resto de los factores que influyen en la cantidad a ofertar.

Figura 7. Agregación de ofertas individuales a nivel nominal

Precio del vaso de helado	Ben	+	Jerry	=	Mercados
\$0.00	0		0		0 vasos
0.50	0		0		0
1.00	1		0		1
1.50	2		2		4
2.00	3		4		7
2.50	4		6		10
3.00	5		8		13

Fuente: Mankiw, 2021.

Figura 8. Agregación de ofertas individuales a nivel gráfico



Fuente: Mankiw, 2021.

Referencias citadas en la Clase 2.

Mankiw, G. N. (2021). *Principios de economía* (9.^a ed.). Cengage Learning.

Definición de los términos citados en la Clase 2.

Ley de la oferta: Ilustra la cantidad de bien o servicio ofertada, ante un determinado nivel de precio.

Ley de la demanda: Ilustra la cantidad de bien o servicio demandada, ante un determinado nivel de precio.



La excelencia no se improvisa

síguenos

