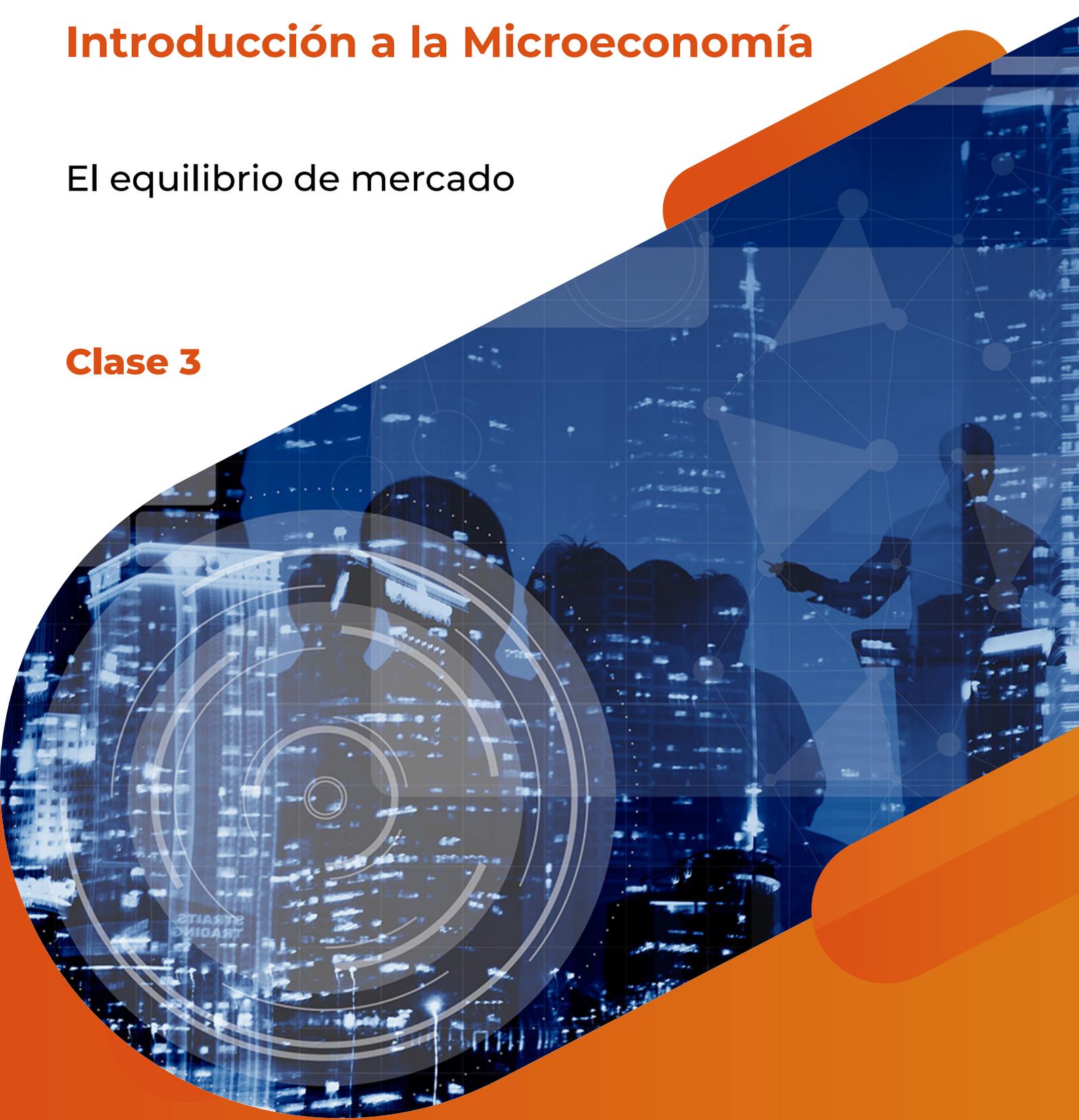


# Introducción a la Microeconomía

El equilibrio de mercado

**Clase 3**



## 1. INTRODUCCIÓN DE LA CLASE

### Clase 3: El equilibrio de mercado

La presente clase analiza la interacción de la demanda y la oferta a nivel gráfico, mediante un mercado común de bienes, enfocando el análisis en el concepto detrás del equilibrio de mercado. Dicho análisis plantea un esquema de tres pasos, a fin de identificar el efecto sobre dicho equilibrio ante cambios de oferta y demanda. Para ello, se recapitula sobre conceptos abordados en clases anteriores, como es la noción de escasez.

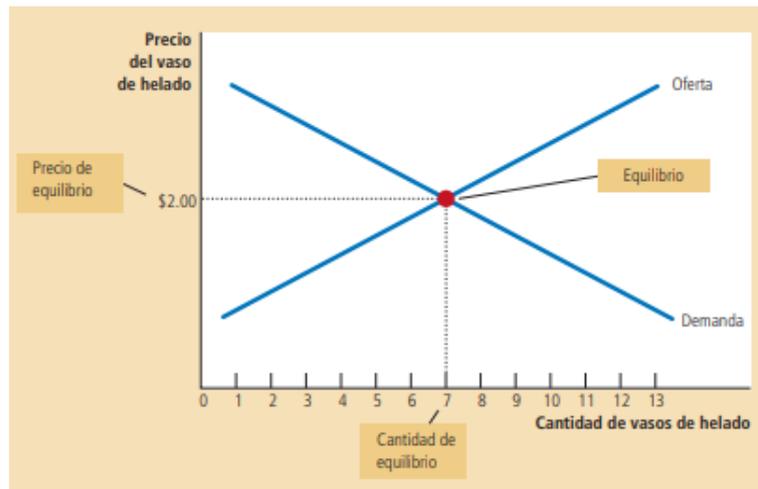
La clase cierra con una breve discusión respecto del rol de los precios, como asignador eficiente de recursos, y fuerza dinámica que empuja a la economía a su punto de equilibrio. En este sentido, se espera que el estudiante, a través de las nociones revisadas, profundice sus habilidades en cuanto al análisis de la oferta y la demanda, el equilibrio de mercado y sus problemas cotidianos.

#### 3.1 El equilibrio de mercado, un análisis gráfico

Una vez que se han abordado las nociones de oferta y demanda por separado, conviene analizar ambas fuerzas de mercado de forma conjunta, a través de un bien o servicio definido. Para ello, es necesario partir del concepto de equilibrio de mercado, que se refiere a cómo aquella situación en la cual la cantidad demandada de un bien o servicio es igual a la cantidad ofrecida, lo que resulta en un precio y una cantidad estable en el mercado. Este punto de equilibrio se determina a través de la interacción entre los compradores y los vendedores, y se establece cuando las fuerzas de oferta y demanda se igualan. En otras palabras, en un mercado en equilibrio no hay tendencia a que el precio o la cantidad cambien, ya que no existe escasez ni exceso de bienes o servicios.

Para efectos ilustrativos, continuaremos con el ejemplo del mercado de helado planteado por la literatura académica y abordado en la Clase 2. En este sentido, la Figura 1 ilustra tanto la curva de oferta como la de demanda, mostrando un punto en concreto en el cual se juntan. Este resulta, gráficamente, en el concepto de punto de equilibrio, que a su vez deriva en otras dos nociones conocidas como el precio de equilibrio y la cantidad de equilibrio.

Figura 1. Equilibrio de oferta y demanda



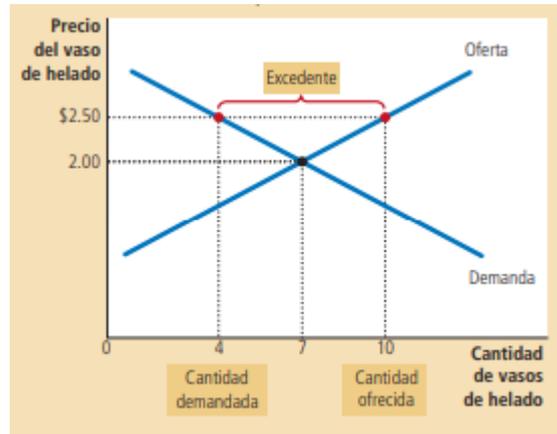
Fuente: Mankiw, 2021.

El precio de equilibrio, también conocido como precio de mercado, es el precio en el cual la cantidad demandada es igual a la cantidad ofrecida. En este punto, no existe presión para que el precio suba o baje, ya que el mercado está limpio de excedentes o escasez. Esto implica que los compradores y vendedores están satisfechos con el precio y la cantidad intercambiada. A este análisis se añade el concepto de cantidad de equilibrio, definida como la cantidad de bienes o servicios que se venden y compran a ese precio de equilibrio.

Cuando un mercado no está en equilibrio, pueden surgir desajustes de mercado. El primero se da cuando el precio observado es superior al precio de equilibrio, lo que produce un exceso de oferta, ya que los productores están dispuestos a vender más, pero los consumidores no están dispuestos a comprar la cantidad ofrecida a ese precio elevado. Por el contrario, si el precio es inferior al precio de equilibrio, se produce un exceso de demanda, lo que genera una escasez de bienes, ya que los consumidores están dispuestos a comprar más, pero los productores no están dispuestos a ofrecer suficientes bienes a ese precio bajo.

De forma ilustrativa, la Figura 2 relata un exceso de oferta:

Figura 2. Exceso de oferta en el mercado de helado

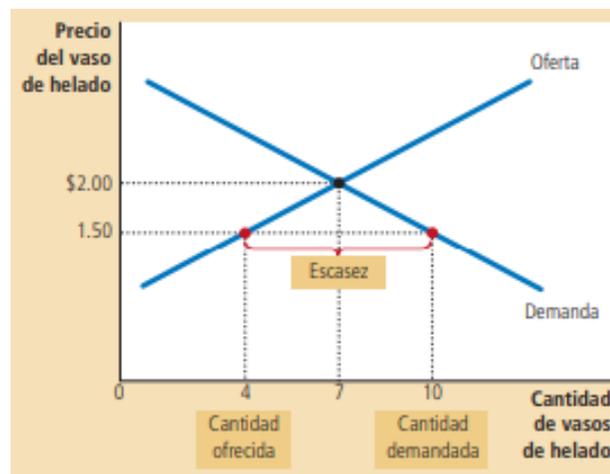


Fuente: Mankiw, 2021.

En este caso, dado que el precio de mercado es de \$2.50 se encuentra por encima del precio de equilibrio, mientras que la cantidad ofrecida (10 vasos) es superior a la cantidad demandada (4 vasos). En este sentido, como resultado de las leyes de mercado, para impulsar las ventas, los ofertantes reducirán el precio del bien en cuestión, causando que este se aproxime al precio de equilibrio.

En contraposición, la Figura 3 ilustra un escenario de excedente de demanda:

Figura 3. Exceso de demanda en el mercado de helado



Fuente: Mankiw, 2021

En este caso, debido a que el precio de mercado desciende a \$1.50, es decir, por debajo del precio de equilibrio, la cantidad demandada (10 vasos) es más elevada en comparación con la cantidad ofrecida (4 vasos). Dada la existencia de muchos compradores, por lo reducido

del precio, y recordando el principio de escasez revisado en la Clase 1, los ofertantes podrán aprovechar dicho escenario para empujar el precio al alza.

Este punto es clave para comprender con mayor profundidad el papel del concepto de escasez en el estudio económico. Entendiendo que dicho estado ocurre cuando los compradores no pueden obtener todos los bienes que desean, ya que todos quieren adquirirlo al precio actual, el concepto de escasez es entendido como un exceso de demanda. En el presente caso, los compradores deben emplear un tiempo significativo en la búsqueda del bien para tener la oportunidad de obtener uno de los pocos disponibles. Por lo tanto, dado que hay más compradores que bienes, los vendedores pueden aumentar los precios sin perder ventas. A medida que el precio sube, la cantidad demandada disminuye, al igual que la cantidad ofrecida, lo que lleva finalmente a un estado de equilibrio.

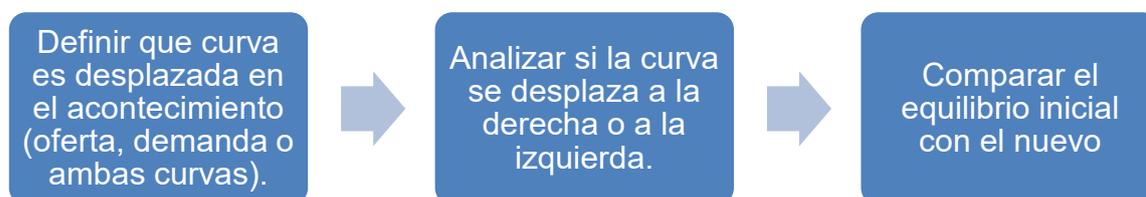
El equilibrio de mercado puede ser influenciado por factores tanto externos como cambios en los gustos de los consumidores, alteraciones en los costos de producción o intervenciones gubernamentales (como impuestos o subsidios). Estos cambios pueden desplazar las curvas de oferta o demanda, alterando el precio y la cantidad de equilibrio. No obstante, una descripción más precisa, será abordada en la siguiente clase.

En conclusión, la presente sección muestra al equilibrio de mercado como una situación en la cual el precio y la cantidad de un bien o servicio se determinan de tal forma que la oferta y la demanda se igualan, lo que resulta en un mercado eficiente sin presiones para cambiar. Este concepto es clave para entender cómo funcionan los mercados y cómo se pueden analizar los efectos de las políticas económicas.

### 3.1.1 Tres pasos para analizar los cambios en el equilibrio

Con la finalidad de entender cómo algunos acontecimientos afectan el equilibrio de un mercado, la literatura académica propone tres pasos:

Figura 4. Pasos para analizar los cambios en el equilibrio



Fuente: Mankiw, 2021

En concreto, para el tercer paso, la literatura académica recomienda emplear el diagrama de oferta y demanda de forma que se pueda avizorar de forma clara la afectación a nivel del precio y la cantidad de equilibrio.

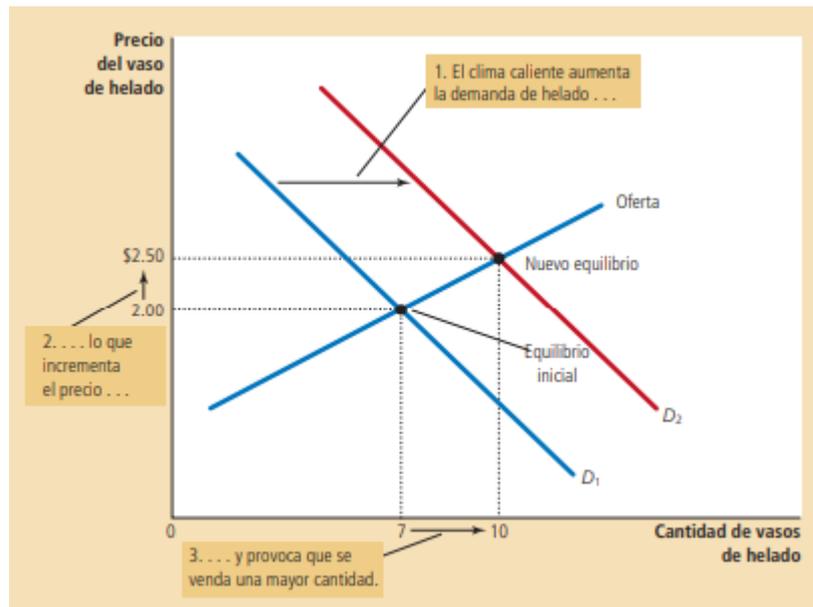
### **3.1.1.1 Aplicación de los tres pasos en el desplazamiento de la demanda**

Producto de campañas publicitarias a través de redes sociales (Instagram, TikTok, Facebook), el helado gana mucho espacio dentro de las propagandas diarias, pero ¿Cómo dicho escenario afectaría el mercado en cuestión?

Aplicando los tres pasos, el análisis sería el siguiente:

1. La publicidad genera un efecto en la curva de la demanda al potenciar la preferencia por el helado. Es decir, eleva la cantidad del bien que los consumidores desean adquirir al precio establecido. No obstante, asumimos que la oferta permanece constante dado que la estrategia se limitó al área de marketing, mas no a los niveles de producción.
2. Dado que la publicidad eleva el consumo de helado por parte de las familias, la curva de la demanda se mueve hacia la derecha. Dentro de la Figura 5, el efecto en cuestión se explora a través del desplazamiento de la recta D1 a la D2. Este suceso relata una cantidad de helado mayor a cada nivel de precio.
3. Dado el precio anterior, ahora se observa un exceso de demanda, lo que a su vez deviene en escasez, provocando que los ofertantes tengan incentivos para elevar el precio, como se analizó en la sección anterior (rol de la escases). Observando la Figura 3, la subida de demanda elevó el precio de equilibrio de \$2 a \$2.50 y la cantidad de equilibrio de 7 a 10 vasos. Es decir, el efecto de la publicidad aumentó el precio y la cantidad del bien vendida dentro del mercado.

Figura 5. Tres pasos en el incremento de demanda



Fuente: Mankiw, 2021.

Es necesario tener en cuenta que el comportamiento de la oferta no cambió, dado que el marketing no es una estrategia que modifica el deseo de las empresas de producir, sino una estrategia de incentivo a la demanda. Por otro lado, la publicidad sí afecta la voluntad de los consumidores, desplazando la curva de la demanda hacia la derecha. Por lo tanto, el incremento de consumidores provoca un aumento en el precio de equilibrio, que, a su vez, genera incentivos para que la cantidad ofrecida se incremente; no obstante, dicho cambio se representa por un movimiento a lo largo de la curva de la oferta. A continuación, se observa un ejemplo de aumento de demanda que eleva el precio al punto que un consumidor no puede acceder: <https://www.youtube.com/watch?v=9YSOZZNawbI>

### 3.1.1.2. Aplicación de los tres pasos en el desplazamiento de la oferta

Producto de una plaga de insectos, se consume gran parte de los cultivos de la fruta con la que se desarrolla el sabor de helado favorito del mercado, lo que eleva el precio de la fruta en cuestión, pero ¿cómo dicho escenario afectaría al mercado en cuestión?

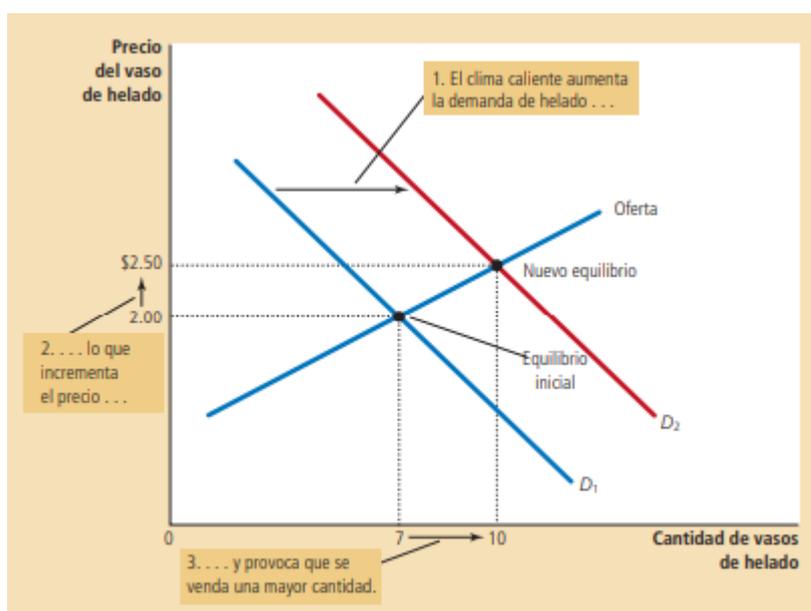
Aplicando los tres pasos, el análisis sería el siguiente:

1. La subida en el precio de la fruta, insumo esencial en la elaboración del bien en cuestión, modifica la curva de la oferta, dado que, al elevar los costos de producción, se reduce la cantidad de helado que las ofertantes elaboran y comercian a un precio dado. La curva de la demanda se mantiene constante, ya que los costos elevados de insumos no afectan directamente el helado que los consumidores buscan adquirir.

2. En este sentido, la curva de la oferta se desplaza a la izquierda por cuanto la cantidad total que los comerciantes están dispuestos a ofertar se contrae. De manera gráfica, la Figura 6 relata dicha particularidad, mediante un movimiento de la recta O1 a O2.

3. Entonces, dada la reducción en la oferta por parte de las empresas (Figura 6), el precio de equilibrio aumenta de \$2 a \$2.50, debido a la escasez del bien, producto del shock a nivel productivo. En el presente video, podemos analizar como un shock de oferta puede elevar el precio de la cerveza al restringir su producción: <https://www.youtube.com/watch?v=PqE68nf0mh0>

Figura 6. Tres pasos en la reducción de oferta



Fuente: Mankiw, 2021.

### 3.1.1.3 Aplicación de los tres pasos en el desplazamiento de ambas curvas

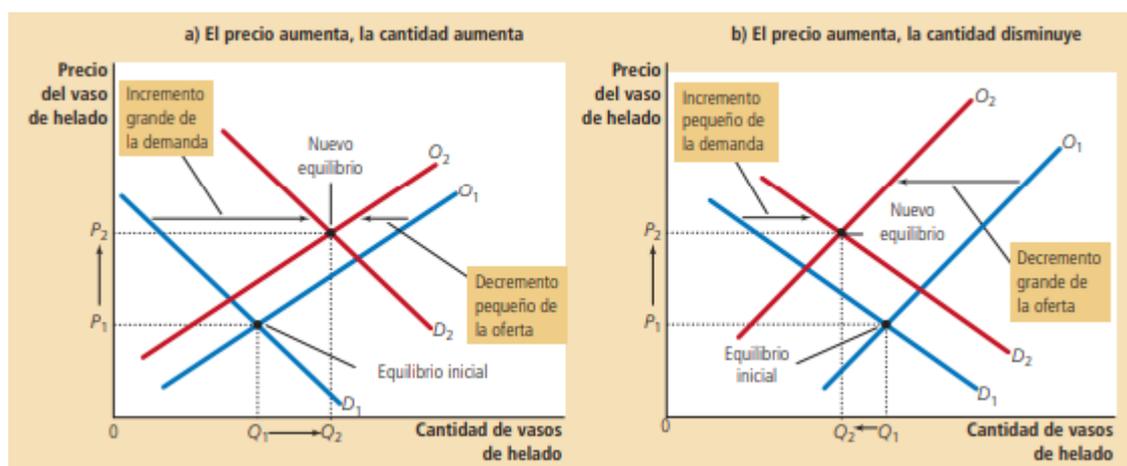
Para el presente caso, la campaña de publicidad es lanzada en el mismo periodo que la plaga afecta a los cembríos de la fruta insumo del bien. Empleando el proceso de tres pasos:

1. Por construcción, ambas curvas deben desplazarse. La publicidad potencia la curva de la demanda puesto que cambia la cantidad de helado que las familias desean comprar a un precio dado. Simultáneamente, la plaga eleva los precios de la fruta, modificando la recta de la oferta, dado que se reduce la cantidad del bien que los comerciantes desean ofrecer.

2. Ambas curvas se modifican en similares direcciones al análisis anterior, es decir: la demanda se desplaza a la derecha y la oferta a la izquierda. En términos gráficos, dichos cambios se pueden observar en la Figura 7.

3. Para este caso concreto, existen dos posibles resultados, dependiendo del tamaño relativo de los cambios de las curvas de la demanda y la oferta. En ambos escenarios, el precio de equilibrio se eleva. No obstante, en el panel a), donde la demanda cambia significativamente mientras que la oferta se achica de forma reducida, la cantidad de equilibrio también aumenta. En contraposición, en el panel b), donde la oferta se reduce mayoritariamente frente a la demanda, la cantidad de equilibrio disminuye. Por lo tanto, ambos sucesos, definitivamente, elevan el precio del bien, sin embargo, su impacto en la cantidad es circunstancial al tamaño de cada shock.

Figura 7. Tres pasos en el cambio de ambas curvas



Fuente: Mankiw, 2021.

### 3.1.2 Efecto del incremento en precios

A lo largo de la segunda y tercera clase, se analizó cómo la oferta y la demanda influyen en el funcionamiento de los mercados, utilizando el mercado del helado como ejemplo. Las conclusiones obtenidas son aplicables a la mayoría de los mercados, ya que la gran mayoría cuenta con consumidores y ofertantes que participan en los procesos de oferta y demanda de bienes y servicios. El modelo analizado constituye una herramienta de análisis eficaz, utilizada repetidamente en la economía para entender cómo los mercados organizan la actividad económica y distribuyen los recursos escasos.

Mediante la interacción entre oferta y demanda, se determinan los precios de los bienes y servicios, los cuales actúan como señales que guían la distribución de los recursos. En las economías de mercado, los precios no solo racionan los recursos, sino que también coordinan las decisiones de producción y trabajo. Por ejemplo, los precios de la tierra y los salarios en la agricultura guían la asignación de los recursos y la mano de obra sin la intervención de un organismo centralizado. En este sistema descentralizado, los precios

pueden funcionar como un mecanismo clave para asegurar que las necesidades de la sociedad se cubran eficientemente.

### **Referencias citadas en la Clase 1.**

Mankiw, N. G. (2018). \*Principios de economía\* (7ª ed.). Cengage Learning.

Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2010). \*Economía\* (19ª ed.). McGraw-Hill.

### **Definición de los términos citados en la Clase 1.**

Exceso de demanda: Se presenta cuando los consumidores desean comprar más de lo que los productores están dispuestos a ofrecer a un precio específico, generando presión para que los precios aumenten, ya que los compradores compiten por adquirir el bien o servicio escaso.

Equilibrio de mercado: Situación donde la cantidad demandada de un bien o servicio es igual a la cantidad ofrecida, lo que determina un precio y una cantidad estable en el mercado. En este punto, no hay escasez ni exceso de productos, y el mercado está en balance.



**La excelencia no se improvisa**

síguenos

