

Apunte N ° 2 – Microeconomía

Definición Mercado.-

Se puede definir **mercado** como un grupo de compradores y vendedores de un determinado bien o servicio. Los compradores determinan la demanda del producto y los vendedores la oferta. El concepto de mercado es algo más amplio: es un lugar físico, una institución o cualquier medio (teléfono, internet) donde los productores de un bien lo ofrecen y los consumidores de ese bien lo demandan.

En un mercado no sólo se intercambian bienes y servicios, sino que también encontramos el mercado de factores productivos al que acuden las empresas para comprar los factores necesarios para producir y vender sus bienes y servicios. En ambos mercados, el instrumento que proporciona la información fundamental a compradores y vendedores son los precios.

Tipos de Mercados.-

Se pueden distinguir básicamente cuatro tipos de mercado en función del número de intervinientes y, relacionado con ello, de la capacidad de los mismos de influir en el precio. En la vida real los mercados suelen presentar al mismo tiempo características de varios de estos modelos, si bien uno de ellos suele ser dominante.

Competencia Perfecta

Los productos que ofrecen los distintos vendedores son básicamente idénticos. A un comprador le dará prácticamente igual adquirir un bien a un vendedor o a otro. El número de compradores y vendedores es muy numeroso por lo que cada uno de ellos individualmente no tiene capacidad de influir en el precio. Se dice que son "precio-aceptantes".

Monopolio (Cartel)

En este tipo de mercado tan sólo hay un vendedor por lo que, a diferencia el caso anterior, domina completamente el mercado y puede fijar el precio de sus productos. En algunos países sigue habiendo una única compañía de teléfono que controla completamente su mercado, fijando los precios de las llamadas.

(Duo) Oligopolios

En este tipo de mercado hay un número reducido de vendedores por lo que no tienen el control total que tiene el monopolista pero tampoco son meros "precio-aceptantes". Al ser un número reducido de vendedores cabe la posibilidad de que pacten entre ellos para tratar de fijar el precio que más les convenga (en perjuicio de los consumidores).

Competencia Monopolista

En este tipo de mercado existen muchos vendedores pero sus productos no son completamente idénticos, hay diferencias entre ellos. Por ello, al comprador no le dará exactamente igual comprar otro producto de la competencia. Esto permitirá a cada vendedor ejercer cierto control sobre el precio de su producto.

Demanda, Oferta y Equilibrio

La **demanda y oferta** son las dos fuerzas que interactúan en los mercados, determinando la **cantidad** transada de cada bien y/o servicio y el **precio** al que se compra-vende.

Demanda

La **demanda** es la **capacidad y deseo de comprar** determinadas cantidades de un bien a distintos niveles de precio en un determinado período de tiempo, permaneciendo los demás factores constantes. La cantidad demandada de un bien es la cantidad que los consumidores quieren y pueden comprar.

A través de la demanda vamos a examinar la conducta de los compradores, que se relacionan con los vendedores a través de un mercado. En dicho mercado se intercambia un producto a un precio determinado por la interacción de la oferta y la demanda.

En general, el precio del bien se encuentra en el eje de ordenadas y la cantidad demandada en el de abscisas. **La línea recta de pendiente negativa que relaciona el precio y la cantidad demandada se llama curva de demanda.**

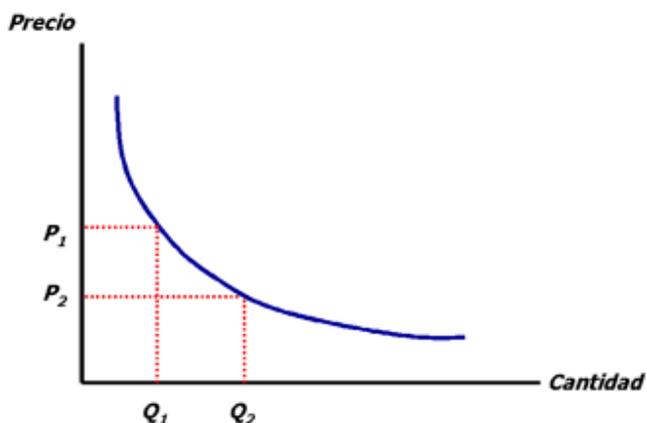
La **curva de la demanda** es el resultado de la **decisión de millones de potenciales consumidores.** En un mercado, la curva de demanda de mercado se obtiene agregando las demandas individuales de los consumidores que forman parte del mercado en cuestión.

La **cantidad demandada está relacionada negativamente con el precio del bien (en la mayoría de los bienes).** Es tan general que los economistas la llaman ley de la demanda: manteniéndose todo lo demás constante, cuando sube el precio de un bien, disminuye la cantidad demandada.

¿Por qué tiende a disminuir la cantidad demandada cuando sube el precio?

Efecto sustitución. Al subir el precio de un bien, lo puedo sustituir por otro más barato que cubra la misma necesidad, reduciendo la cantidad demandada del primer bien.

Efecto ingreso ó renta. Al subir el precio de un bien, manteniendo constante mi ingreso ó renta, baja mi poder adquisitivo y por lo tanto también mi demanda del bien.



Factores determinantes de la demanda

a) La renta:

Una **reducción de la renta significa que tendría menos para gastar**, por lo que habría que disminuir la demanda de algún bien. Para la mayoría de los bienes se cumple que si disminuye la renta también disminuirá la cantidad demandada del bien. A estos bienes se les denomina **bienes normales**.

Si la demanda de un bien aumenta cuando disminuye la renta ese bien se denomina **bien inferior**. Un ejemplo podrían ser los desplazamientos en micro. Cuando disminuye nuestra renta, es menos probable que compremos un coche o que tomemos un taxi y más probable que nos desplazemos en micro.

b) Los precios de otros bienes:

Bien sustitutivo es aquel que puede satisfacer la necesidad del consumidor prácticamente igual que el bien en cuestión (por ej. la margarina es un bien sustitutivo de la mantequilla).

Bien complementario es aquel que se consume conjuntamente con el bien en cuestión (por ejemplo, raqueta de tenis y pelota de tenis).

Si sube el precio del bien sustitutivo aumenta la demanda del bien (y lo contrario si baja). Si sube el precio de la mantequilla tenderá a aumentar la demanda de la margarina (muchos consumidores sustituirán la mantequilla por la margarina).

En cambio, **si sube el precio de un bien complementario baja la demanda del bien** (y lo contrario si baja). Si sube el precio de las raquetas de tenis disminuirá la demanda de pelotas, ya que algunas personas dejarán de practicar este deporte.

c) Los gustos del consumidor

El determinante más evidente de nuestra demanda son los gustos o preferencias. Si un producto se pone de moda aumentará su demanda, mientras que si pierde popularidad disminuirá su demanda.

d) Las expectativas:

Nuestras expectativas sobre el futuro pueden influir en la demanda actual de un bien y/o servicio. Un precio y/o ingreso más alto en el futuro puede incentivar una mayor demanda hoy.

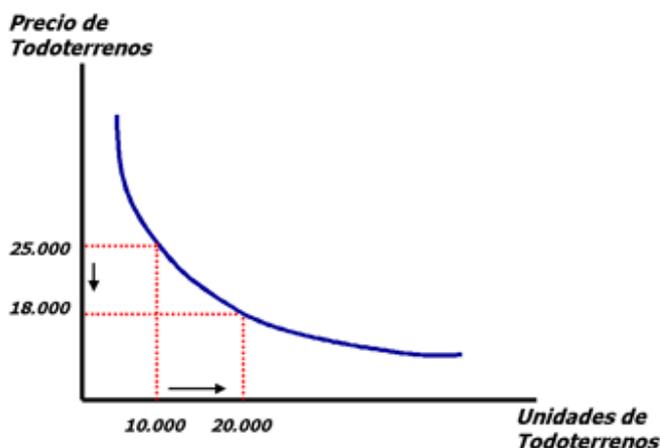
Variaciones en el precio del bien producen movimientos a lo largo de la curva, mientras que **variaciones en las otras variables señaladas producen desplazamientos de la curva**.

Si aumenta la renta del consumidor, o sube el precio de los bienes sustitutos, o baja el precio de los bienes complementarios, o el producto se pone de moda, o las expectativas favorecen el consumo actual, la curva de demanda se desplazará hacia la derecha. Para cada nivel de precio los consumidores demandarán una mayor cantidad.

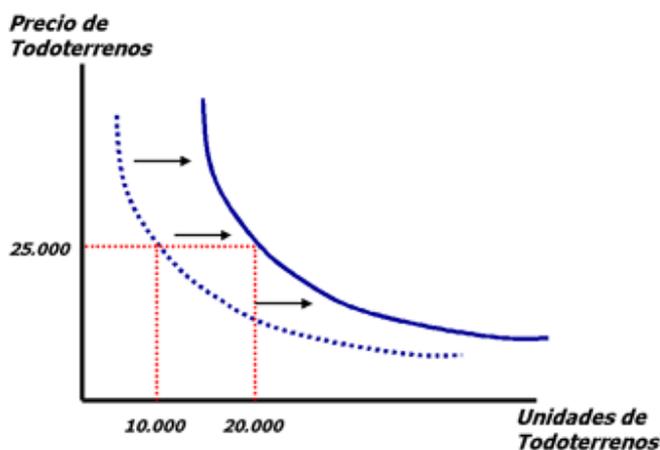
Por el contrario, si disminuye la renta del consumidor, o sube el precio de los bienes sustitutos, o baja el precio de los bienes complementarios, o el producto pierde popularidad, o las expectativas perjudican el consumo actual, la curva de demanda se desplazará hacia la izquierda. Para cada nivel de precio los consumidores demandarán una menor cantidad.

Ejemplo.

Si el precio medio actual de un vehículo todoterreno es de 25.000 euros y sus ventas anuales son de 10.000 unidades, una disminución del precio producirá un aumento en las ventas.



Si se mantiene el precio de estos vehículos, pero se ponen de moda entre los jóvenes aumentarán sus ventas. Al mismo precio que antes (25.000 euros) las ventas superarán las 10.000 unidades.



Oferta

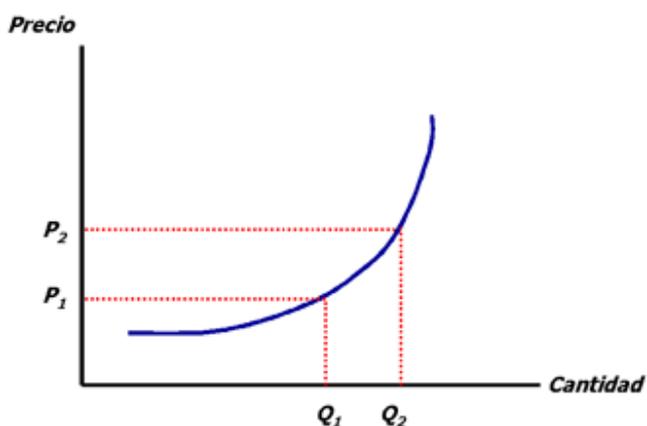
Podemos definir **la oferta** como las **cantidades que los vendedores están dispuestos a ofrecer** a los distintos precios. Mientras que la demanda de un bien refleja los deseos de los consumidores o compradores, **la oferta expresa el comportamiento de los vendedores**.

Como es lógico, los consumidores consideran los precios desde una óptica distinta. Mientras que para los compradores unos precios muy altos desalientan la demanda, a los oferentes ese mismo precio elevado les induce a producir y vender más de ese bien.

Convencionalmente, el precio del bien se encuentra en el eje de ordenadas y la cantidad demandada en el de abscisas. **La línea recta de pendiente positiva que relaciona el precio y la cantidad ofrecida se llama curva de oferta.**

En un mercado competitivo hay muchos vendedores por lo que debemos elaborar la curva de oferta de mercado, que se obtiene agregando las ofertas individuales de todos los vendedores que forman parte del mercado en cuestión.

Existe una relación positiva entre el precio y la cantidad ofrecida y se denomina **ley de la oferta**. Esta ley **establece que manteniéndose todo lo demás constante, la cantidad ofrecida de un bien aumenta cuando sube su precio**



Factores determinantes de la oferta

a) **Precios de los factores productivos** utilizados en su fabricación.

Si sube el precio de los factores aumenta el coste de fabricación con lo que la rentabilidad obtenida por el vendedor se reduce. Por tanto la relación de esta variable con la oferta es inversa: **si sube el precio de los factores disminuye la cantidad ofertada** y si baja el precio aumenta.

b) **Tecnología:**

Tecnología y cantidad ofertada se mueven de forma paralela. Una mejora tecnológica conllevará una disminución del coste de fabricación, aumentando la rentabilidad del producto. Esto impulsará al vendedor a aumentar su oferta.

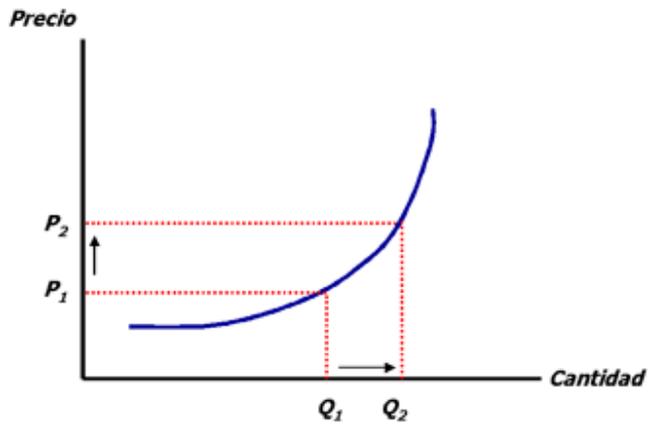
c) **Expectativas**

Su influencia en la oferta es similar a la que se vio al analizar la demanda. Las expectativas, según cual sean (subida o bajada prevista del precio del bien, cambios de gustos, tendencia al alza o a la baja del coste de los factores, etc.) pueden favorecer o perjudicar la cantidad ofertada.

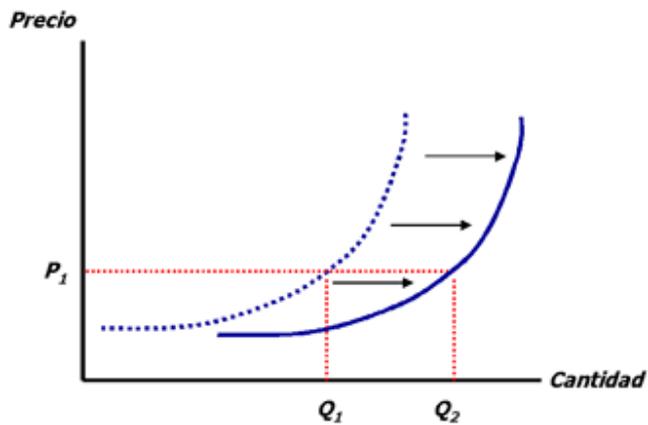
En resumen, **variaciones en el precio provocan movimientos a lo largo de la curva**. Mientras que **variaciones en las otras variables señaladas provocan desplazamientos de la curva**.

Ejemplo:

Si baja el precio de los equipos de música su oferta disminuye; el vendedor centrará sus esfuerzos en otros bienes que le reporten una mayor rentabilidad (movimiento descendente a lo largo de la curva).

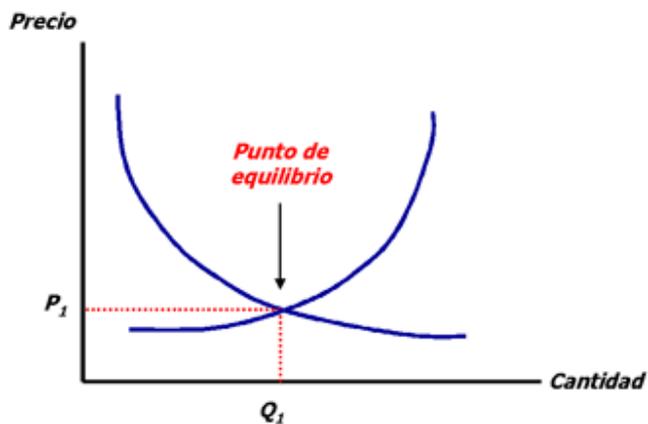


Si sube el precio de los insumos, aumenta el costo de fabricación y disminuye la rentabilidad para cada nivel de precio. Esto origina la reducción de la oferta (desplazamiento hacia la izquierda de la curva).



Equilibrio

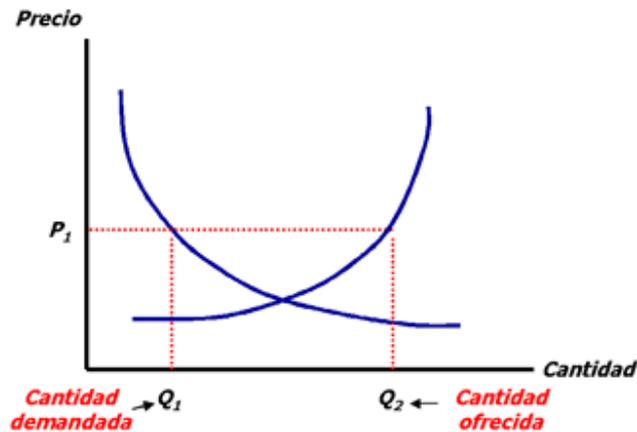
El **punto de corte** de las curvas de oferta y demanda se denomina **punto de equilibrio**, determinando una **cantidad** y un **precio** de mercado.



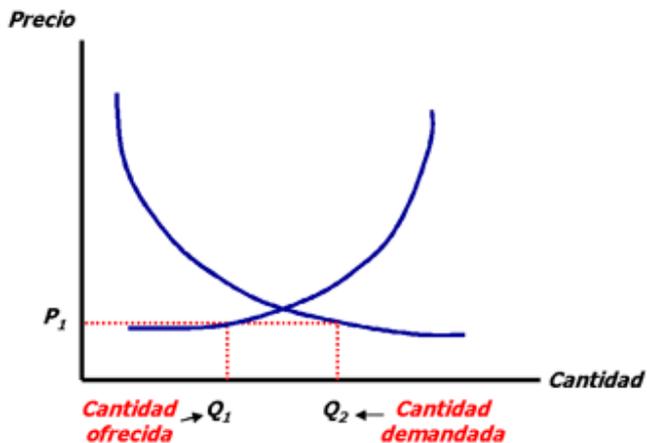
En equilibrio la cantidad que los compradores quieren comprar es igual a la que los vendedores desean vender. Ambos grupos están satisfechos y no hay presiones sobre el precio (ni a subir, ni a bajar).

En un **mercado competitivo** las **decisiones individuales de miles de compradores y vendedores** empujan de forma natural hacia el **punto de equilibrio**.

Si en un momento dado el mercado no está en equilibrio esto se puede deber a que el **precio sea superior al de equilibrio** en cuyo caso la **cantidad demandada será inferior a la ofrecida**.

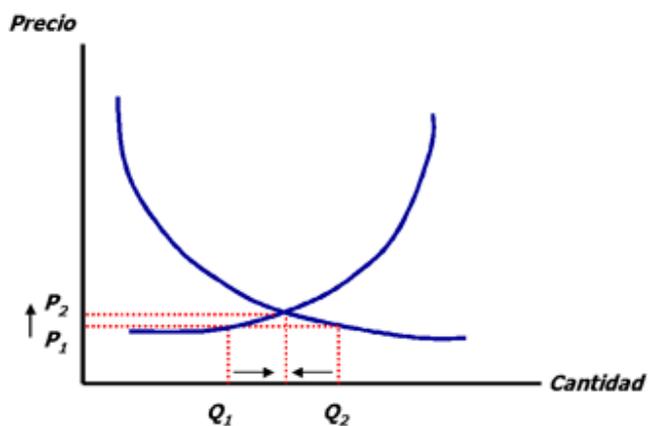
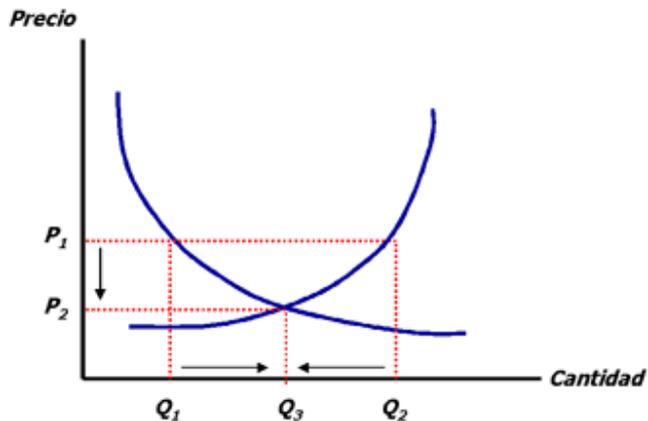


Si en un momento dado el mercado no está en equilibrio esto se puede deber a que el **precio sea inferior al de equilibrio** en cuyo caso la **cantidad demandada será superior a la ofrecida**.



En ambos casos el **precio sufrirá presiones** que lo irán empujando hasta alcanzar el **punto de equilibrio**. En el primer caso (precio superior al de equilibrio) se producirá un exceso de oferta (la cantidad ofrecida a ese precio será superior a la demandada). El excedente de oferta que queda sin vender llevará a los vendedores a ir bajando el precio a fin de darle salida a estos bienes.

En el segundo caso (precio inferior al de equilibrio) se origina un exceso de demanda (la cantidad demandada será superior a la cantidad ofrecida). Esta demanda insatisfecha permitirá a los vendedores subir el precio, lo que producirá un aumento de la oferta y una disminución de la demanda. Este proceso continúa hasta que se alcanza el punto de equilibrio.



Ley de demanda y oferta

Las actividades de los numerosos compradores y vendedores llevan al precio de mercado hacia el precio de equilibrio. **Una vez que el mercado alcanza el equilibrio, todos los compradores están satisfechos y no existen presiones al alza o a la baja sobre el precio.** El tiempo que tardan los mercados en alcanzar el equilibrio varía de unos a otros, dependiendo del ritmo al que se ajusten los precios. Sin embargo, en la mayoría de los libres mercados los excedentes y las escaseces sólo son temporales porque los precios acaban trasladándose a sus niveles de equilibrio. Este fenómeno es la **ley de la oferta y la demanda**, que establece que el precio de un bien se ajusta para equilibrar su oferta y su demanda.

Cambios en el equilibrio

Hasta ahora hemos visto que **la oferta y la demanda determinan conjuntamente el equilibrio de un mercado**, el cual determina a su vez el precio del bien y la cantidad que adquieren los compradores y producen los vendedores. El precio y la cantidad de equilibrio dependen de la posición de las curvas de oferta y demanda. Cuando un acontecimiento desplaza estas curvas, cambia el equilibrio del mercado. El análisis de ese cambio se denomina **estática comparativa**, porque implica comparar el antiguo equilibrio con el nuevo. Para realizar un **análisis de estática comparativa** seguimos tres pasos: **averiguar si el shock desplaza la demanda o la oferta** (o las dos); **averiguar en qué sentido desplaza la curva**; **utilizar gráfico de demanda y oferta** para ver variaciones en el equilibrio a causa del desplazamiento.