

Unidad 3

- Teoría microeconómica.

PARTE III

Teoría microeconómica

Introducción

En la segunda parte examinamos la naturaleza y el alcance de la economía como ciencia. Posteriormente bosquejamos el desarrollo económico que América Latina ha experimentado en los últimos siglos. Y finalmente vimos que la economía se divide en dos grandes campos: las teorías capitalistas ortodoxas y las teorías heterodoxas.

En la tercera parte, examinaremos los principios fundamentales de la *teoría microeconómica*. Ésta se propone explicar el funcionamiento del mecanismo de mercado, o sea, el modo en que el mismo canaliza los recursos disponibles hacia la producción de bienes y servicios que los individuos se hallan dispuestos a comprar. Literalmente, la *teoría microeconómica* se refiere a aquella rama de la teoría económica que se ocupa del aspecto “reducido” (=micro) de la economía. Es decir, trata del comportamiento de las unidades individuales, de los grupos de unidades individuales y de la interdependencia de los mismos dentro de la economía. La *teoría macroeconómica* que examinaremos en la

cuarta parte trata, por otro lado, los aspectos “amplios” (=macro) de la economía, es decir, el nivel promedio de todos los precios de la economía en contraste con el precio de un bien particular, y de la oferta o la demanda de todos los bienes y servicios, en oposición a la oferta o la demanda de un bien o servicio particular.

La teoría microeconómica o, como se le llama a menudo “teoría del precio” es, en primer lugar, una teoría de la asignación; en otras palabras, trata de los problemas de cómo, dónde y en qué proporción son utilizados los recursos humanos y naturales en la producción y distribución de bienes y servicios. El problema básico que vamos a considerar en esta sección es: puesto que toda sociedad cuenta con recursos limitados frente a usos alternativos de esos recursos, la misma enfrenta un problema de *escasez* relativa. En virtud de ello debemos hacer elecciones: elecciones inteligentes, racionales, que nos ayuden a resolver los cuatro problemas económicos básicos presentes en todas las sociedades: **1) ¿Qué se ha de producir?** ¿Yates (para millonarios) o casas (para los pobres)? ¿Armas (para los militares) o

alimentos (para los hambrientos)? 2) *¿Cómo se ha de producir?* ¿Habrá de utilizar las fábricas gran cantidad de maquinaria y poca mano de obra, o a la inversa? 3) *¿Para quién se habrá de producir?* ¿Cómo se habrá de repartir la producción? ¿Recibirán los trabajadores una proporción mayor del ingreso total que los propietarios de la tierra y de las fábricas? y finalmente 4) *¿Cómo se organizará la sociedad con el fin de resolver los problemas antedichos?* Es decir, qué tipo de sistema económico se adoptará a fin de resolver los problemas del qué, cómo y del para quién.

En general la teoría económica tradicional parte de contestar la cuarta pregunta suponiendo la existencia de una superioridad natural de un conjunto de instituciones consagradas a resolver los problemas económicos. La mayor parte de la literatura sobre teoría microeconómica considera al *mecanismo de mercado* un componente fundamental del capitalismo, el método más eficiente de la economía. Si bien muchos economistas han criticado este supuesto, el funcionamiento del “mercado” se acepta en general como el punto de partida básico. En sentido científico estricto este supuesto tiñe a la teoría ortodoxa de cierta parcialidad. Limita tanto el alcance de las preguntas que tendemos a formular, como las respuestas que podemos encontrar. A pesar de estas objeciones y de otras, el mecanismo de mercado mantiene todavía una posición casi sagrada en la teoría económica tradicional.

Sin embargo, existen otras perspectivas heterodoxas que rechazan este supuesto. Estas perspectivas mantienen que aceptar un sistema en particular (capitalismo o socialismo) como el punto de partida básico es con toda seguridad un modo equivocado de enfocar las cosas; uno de los objetivos fundamentales de la investigación social deberá ser la de centrar la atención en *tipos de sistemas* consagrados a resolver los problemas económicos. Esto debe establecerse en base a las necesidades individuales y colectivas y en función de los problemas de *todos* los miembros de la sociedad. Los economistas heterodoxos señalan a menudo que la teoría económica clásica ha servido históricamente, durante gran parte del último o los dos últimos siglos, de “siervo de la clase capitalista”. De acuerdo con esta concepción, los economistas formularon la

racionalidad teórica o justificación del sistema capitalista existente, la cual ha servido para mantener el *statu quo*, por medio de los mecanismos del mercado.

Nuestro más importante propósito frente a esta controversia es señalar que la teoría microeconómica tradicional u ortodoxa surgió de un conjunto específico de instituciones y en un momento histórico particular; de ahí que dé cuenta del modo en que se distribuyen los recursos en el *contexto de una economía capitalista*. Es factible que un mecanismo del mercado (el precio) pueda funcionar eficazmente dentro de un conjunto distinto de instituciones. Los mercados se hallan, sin embargo, asociados por lo general con el capitalismo, el cual a su vez se basa en la “propiedad privada” en la “libre contratación” y en la “producción para el lucro”.

La teoría microeconómica, tal como se argumenta a menudo, puede consistir o no en un conjunto universal de teorías aplicables a todas las sociedades de todas las épocas. Creemos, pese a todo, que resulta necesaria una comprensión elemental de la teoría microeconómica básica para entender los problemas fundamentales que enfrentan todas las sociedades; sin embargo, examinaremos estos problemas tanto desde la perspectiva capitalista como desde una perspectiva opuesta, la marxista.

Actualmente muchas de las conclusiones específicas alcanzadas por los economistas tanto capitalistas como marxistas son, en el contexto del capitalismo, sorprendentemente similares. Sin embargo, las diferencias estriban en la naturaleza del modelo mismo y en las conclusiones generales. Por ejemplo, la teoría capitalista tiende a considerar los procesos económicos en un contexto de *armonía* (por ejemplo, entre los empleadores y los empleados) y de *equilibrio* (esto es que los precios tienden a alcanzar un nivel en el cual tanto los productores como los consumidores se muestran “satisfechos”, en equilibrio). La teoría marxista ve estos mismos procesos en términos de conflicto (entre los obreros y los capitalistas) y de dialéctica (es decir que con el desarrollo del sistema capitalista la producción aumenta y con ella crecen la alienación y la inestabilidad).

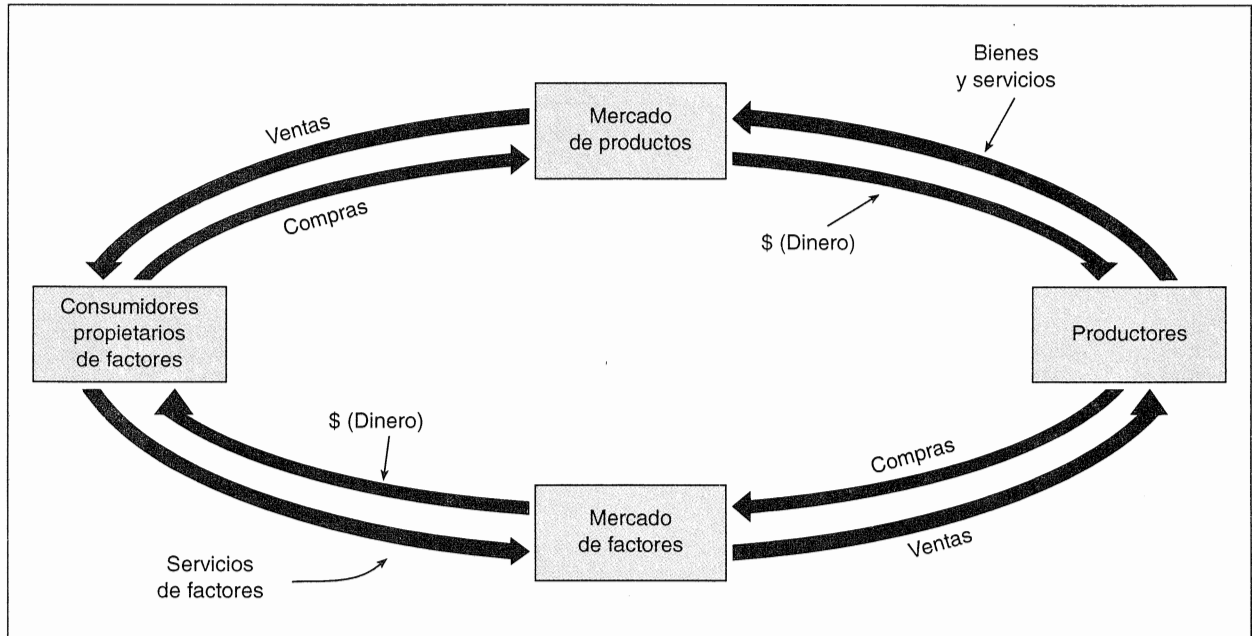
En los análisis del mecanismo de precios, tanto en la teoría capitalista como en la marxista resulta común la siguiente concepción esquemática del sistema de mercado, básico en una economía capitalista (véase el diagrama).

Este diagrama muestra, aunque de una manera muy simplificada, cómo una economía basada en una amplia *división y especialización del trabajo* (es decir, la mayoría de los ciudadanos de los países capitalistas avanzados consumen bienes y servicios producidos casi en su totalidad por otras personas) resuelve los problemas del qué, cómo y para quién producir. El “mercado” los resuelve. Obsérvese que existen dos tipos de mercado representados. En el *mercado de productos* las empresas venden su producción a los lugares o unidades familiares; y en el *mercado de factores* compran insumos que se combinan para producir productos elaborados. Estos insumos (o factores de producción) han sido clasificados tradicionalmente como la tierra (y los recursos naturales), el trabajo, el capital y la administración.

Los mecanismos del mercado agrupan a los consumidores, a los propietarios de recursos y a los

productores. Cada venta en el mercado de productos que representa *entradas brutas* para el productor se distribuye entre los propietarios de los insumos como *ingreso*, lo cual a su vez se gasta en satisfacer las necesidades y los deseos de los dueños de recursos en su carácter de consumidores.

Tanto en los mercados de productos como en los mercados de factores el estado de la oferta y la demanda determina *los precios*, los “términos de intercambio”, entre (por ejemplo) dinero y pan, o trigo. Los precios actúan en realidad como señales para todos los miembros de la economía. De la misma manera en que las luces de los semáforos señalan a los conductores cuándo detenerse, seguir o aminorar la velocidad, los precios nos dicen cuán escaso es el producto (producción y el factor insumo) que pretendemos comprar. Por ejemplo, si el precio del trigo sube, sabemos inicialmente sólo una cosa: que el trigo es ahora relativamente más escaso que antes de que el precio cambiara. Tal cambio del precio puede deberse a un incremento en la demanda o a una disminución de la oferta o a ambos. Así, esto significa para el consumidor que, debido a la ma-



por escasez (relativa) del trigo, debe gastar más dinero para adquirir X cantidad de trigo o Y cantidad de pan, lo que a su vez implica que ese consumidor tendrá que sacrificar más de algún otro bien (como manteca o cerveza), si desea consumir la misma cantidad del trigo. En consecuencia, los precios pueden ser considerados señales que indican la existencia de escasez relativa.

A medida que avancemos en este análisis resultará de suma importancia hacer hincapié en que la teoría microeconómica se basa en ciertos supuestos o premisas. Éstos proveen la racionalidad psicológica para las operaciones del sistema de mercado por medio del funcionamiento de las “leyes” de la oferta y la demanda. Dichos supuestos son:

Del lado de la demanda: los individuos son racionales, egoístas, economizadores cuyas necesidades en general son ilimitadas (para todos los bienes), y, sin embargo, están sometidos en particular a la ley de la utilidad decreciente (para un bien). Esto explicaría, como veremos, la hipótesis básica de que los consumidores en general van a comprar en mayor cantidad de un bien sólo si el precio del mismo baja.

Del lado de la oferta: existen obstáculos que impiden el funcionamiento de esta tendencia adquisi-

tiva natural de maximizar el interés propio. Estas limitaciones proceden ya sea de la naturaleza o del funcionamiento de las instituciones y se hallan sometidas a la ley de los rendimientos decrecientes o a su contraparte, la ley de los costos crecientes. Esto explica (como veremos más adelante) el hecho simple de que los productores producirán más sólo si se ven estimulados a hacerlo por precios más altos.

La interacción competitiva entre estas dos fuerzas da por resultado la creación de un sistema de mercado que se regula (dados nuestros supuestos) de un modo *automático* en beneficio de todos.

Entender la base filosófica de esta teoría poderosa y perdurable¹ es absolutamente imprescindible para comprender la elaboración de los conceptos básicos que veremos en los próximos tres capítulos. Éstos presuponen, más por claridad que por otra razón, un mundo de competencia perfecta. Más adelante, una vez que dominemos estos conceptos, los emplearemos para desarrollar un modelo que se aproxime y que explique de un modo más fehaciente el mundo real de la actividad económica, el mundo del monopolio y del oligopolio.

¹ Ha sobrevivido casi inalterada desde los escritos de Adam Smith, aunque perfeccionada, por más de doscientos años. (Véase el capítulo 5.)

CAPÍTULO 10

El sistema de mercado

En este capítulo se sientan las bases para un análisis más pormenorizado de la forma en que funciona el capitalismo. En él veremos los siguientes temas: cómo el sistema de libre mercado asigna eficientemente los recursos escasos entre varias alternativas, cómo las curvas de posibilidad de producción nos ayudan a pensar más claramente en la asignación de recursos y cómo podemos aplicar los principios básicos de la oferta y la demanda a las cuestiones y problemas económicos.

En este capítulo el lector aprenderá:

- La teoría básica de la microeconomía y cómo ésta explica el funcionamiento del sistema capitalista de libre comercio.
- Cómo se toma la decisión sobre lo que debe producirse.
- Aprenderá cómo el sistema de mercado determina los precios en el mercado de productos: el de bienes y servicios.
- Cómo el mecanismo de mercado rige los precios dentro del mercado de factores: el de recursos como tierra, mano de obra, capital, espíritu emprendedor.
- La razón por la cual las curvas de la demanda generalmente muestran una pendiente hacia abajo.
- La razón por la cual las curvas de la oferta generalmente muestran una pendiente hacia arriba.

- Cómo las leyes de la oferta y la demanda interactúan para establecer los precios de equilibrio de mercado.
- Las diferencias entre los cambios de la demanda y la oferta y los cambios en la cantidad demandada y la cantidad ofrecida.

CONCEPCIÓN MICROECONÓMICA DEL MUNDO

La microeconomía —palabra formada por dos términos de origen griego: *micro* = pequeño y *oikonomia* = manejo del hogar— adopta una perspectiva microscópica de la economía. Se centra en el comportamiento de los agentes económicos individuales, o sea, de los consumidores y productores de bienes y servicios, así como de su interacción en el mercado. Las explicaciones clásicas del capitalismo describen un mundo microeconómico. La **microeconomía** constituye el fundamento del análisis económico ortodoxo.

La microeconomía es el estudio de la asignación de recursos escasos entre fines opuestos. Se ocupa fundamentalmente del funcionamiento de las empresas lucrativas y del comportamiento de los consumidores.

Como tantos otros elementos de la economía, a la microeconomía se la designa con diversos nombres y resulta revelador examinarlos.

También se le llama “la ciencia de la decisión”. Se le da este nombre porque explica cómo los agentes económicos individuales tratan de tomar decisiones racionales en esta área. Este conjunto de teorías explica cómo las familias deciden qué combinaciones de bienes y servicios adquirir o qué hacer con los activos productivos que poseen: la mano de obra, el capital, la tierra o el talento emprendedor que pueden vender, invertir o alquilar.

La microeconomía explica también de qué manera las empresas individuales toman decisiones sobre las clases de bienes y servicios que producirán y qué combinación de activos productivos contratarán para fabricarlos con la mayor eficiencia posible, para maximizar las **ganancias** (o reducir al mínimo las pérdidas). La aplicación práctica de estas teorías microeconómicas recibe el nombre de economía gerencial, curso actualmente obligatorio en la mayor parte de las escuelas de administración.

A la microeconomía también se le conoce con el nombre de **teoría de precios**. En este aspecto analiza cómo las interacciones entre los compradores y vendedores determinan los precios y los niveles de producción. Estudia el funcionamiento de las famosas leyes de la oferta y la demanda, que en el mundo real se aplican de manera muy diferente a varios tipos de unidades económicas. Los pequeños agricultores, que deben aceptar el precio que el mercado les da, operan bajo un conjunto de reglas muy distintas a las que utiliza, por ejemplo el presidente de General Motors, que dirige un coloso financiero más grande que muchas economías nacionales.

La microeconomía se centra en el comportamiento de los vendedores y compradores particulares. Los vendedores se sienten motivados por la esperanza de obtener ganancias y el mayor provecho personal posible. A los compradores los motiva su búsqueda de la satisfacción individual al consumir o poseer un bien o servicio. La microeconomía es idónea para estudiar las economías de mercado en las cuales las empresas son de propiedad privada. Explica de modo satisfactorio cómo funciona un sistema capitalista de mercado de empresas privadas. Por otra parte, los principios de eficiencia y de incentivos económicos personales cumplen una función motivadora prácticamente en todo el mundo,

por lo cual los principios de la microeconomía son útiles tanto en las sociedades planificadas como en las no planificadas. Cada vez se reconoce más la importancia de los incentivos económicos personales en países que hasta hace poco eran socialistas, sobre todo en Europa Oriental y en la Unión Soviética. En ellos, los experimentos revolucionarios en la descentralización del control que el gobierno ejercía sobre la actividad económica hicieron necesario establecer alguna forma de economía de mercado.

Aquí la cuestión más importante, latente en cualquier intento de reestructurar una economía, es la forma en que los recursos son asignados entre aplicaciones y metas contrarias. En la postguerra, parte considerable de los recursos de Estados Unidos y de la Unión Soviética se destinaron a gastos militares, cuya finalidad era mantener un equilibrio militar entre las dos grandes potencias durante la guerra fría. Ahora que ésta ha terminado, vuelve a cobrar mucha importancia la cuestión de cómo asignar los recursos liberados.

DECISIONES RELACIONADAS CON LA ASIGNACIÓN DEL MERCADO

El problema básico que afronta toda economía es: ¿quién decide?, ¿quién determina cuánto producir de determinados bienes? Las decisiones concernientes a las posibilidades de producción en una economía de libre mercado se adoptan por el mecanismo del mercado mediante la interacción de los deseos de los consumidores y las capacidades de los proveedores, que algunas veces son reguladas por las metas que establece el gobierno, como sucede con los gastos destinados a la defensa. No obstante, el mecanismo de mercado no sólo incluye a los consumidores y a los productores que se reúnen en el mercado. Requiere que dos mercados individuales funcionen con eficiencia: el mercado de productos y el mercado de factores.

El mercado de productos

Desde el punto de vista conceptual, el mercado de productos resulta más fácil de entender por ser una

parte muy visible de nuestra vida diaria. Deseamos y consumimos productos y servicios que los proveedores ofrecen a un precio determinado en el mercado por las leyes de la oferta y la demanda. Se eliminan así las escaseces: los mercados se “depuran” hasta alcanzar el equilibrio —mediante ajustes de precios.

En la parte inferior de la figura 10-1, a cambio de dinero los productores ofrecen a los consumidores los bienes y servicios que éstos desean, dinero que en último término proviene de los activos de la familia. En los últimos años, el sector internacional ha desempeñado un papel cada vez más importante en el **mercado de productos**, a medida que un número cada vez mayor de fabricantes tienen su sede en el extranjero y a medida que aumenta el

número de consumidores de los productos norteamericanos. Pero la oferta y la demanda de los bienes y servicios no es más que una parte del proceso de mercado. El **mercado de factores** es igualmente importante, aunque menos visible.

El mercado de factores

Hemos estado suponiendo que el dinero es lo que alimenta el motor del mercado de productos, pero no hemos explicado detalladamente de dónde proviene el dinero, ni de cómo y por qué se distribuye entre las familias. Las familias desempeñan un doble papel en el mecanismo del mercado. Son consumidoras de productos y también aportan los re-

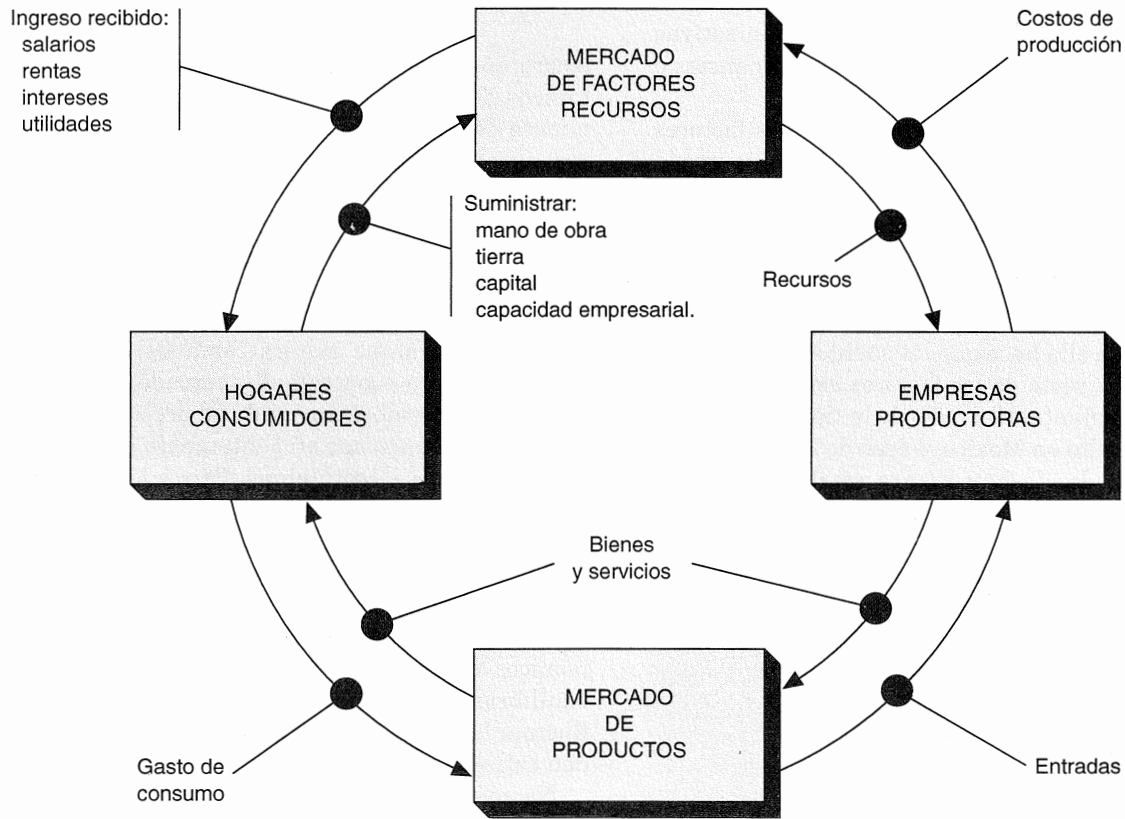


FIGURA 10-1 Flujo circular de la producción y los ingresos.

cursos que las empresas necesitan para elaborar dichos productos. En páginas anteriores vimos que los factores de la producción son terrenos, mano de obra, capital y saber hacer las cosas, conocidos también con el nombre de habilidades emprendedoras y gerenciales. Esos factores de producción son propiedad de familias, a las cuales se les paga un precio por utilizarlos.

El factor más obvio de la producción (el primero que generalmente se le ocurre a la gente) es la mano de obra. Casi todos nosotros ofrecemos, es decir, vendemos, nuestro trabajo a las compañías y al gobierno y recibimos a cambio un pago en forma de sueldo. Algunas familias también poseen terrenos y reciben una renta por su arrendamiento. Hay otras que también financian a las empresas mediante sus ahorros o inversiones. Finalmente, en la medida en que sus miembros son gerentes o dueños de negocios, las familias también aportan a estos últimos habilidades gerenciales, organizativas y coordinadores por las cuales reciben ganancias o una participación de ellas.

El precio que obtiene cada uno de los factores que acabamos de mencionar depende del mercado de factores, según se advierte en la parte superior de la figura 10-1. Funciona conforme a las leyes de la oferta y la demanda, tal como sucede con el mercado de productos. Si existe escasez de mano de obra aumenta su precio (los sueldos). Y, a la inversa, un excedente de ella hace que los sueldos disminuyan. El precio del resto de los factores está sujeto a un proceso semejante. El precio de la tierra, por ejemplo, es más alto en México —área de 20 millones de habitantes, donde hay menos oferta que en las aldeas aisladas del los desiertos donde abunda la oferta.

Así, podemos recapitular diciendo que el mecanismo del mercado está compuesto por dos tipos de mercados: el mercado de productos y el de factores, ambos igualmente importantes.

Equilibrio

Mientras se permita que uno y otro factor funcionen dentro de un ambiente de mercado totalmente libre, los precios alcanza un nivel donde los consu-

midores pueden adquirir los productos al menor precio que sea compatible con las capacidades de los fabricantes. Por su parte, éstos pueden vender sus productos al mayor precio compatible con los deseos de la población. Los factores de producción también se venden al precio más alto compatible con la demanda de los productores. Los fabricantes y familias del extranjero entran en la ecuación como proveedores de los factores de la misma manera que las familias nacionales. Así, esa mano de obra constituye un factor muy importante en la producción de muchos bienes que se consumen en todo el mundo; el capital extranjero —fondos provenientes de otras naciones— desempeña un papel cada día más importante en el proceso de producción de los países latinoamericanos.

EL MECANISMO DE MERCADO

Ahora nuestro objetivo es examinar los principios básicos de la economía que explican el funcionamiento del mecanismo de mercado. Este mecanismo es el proceso que canaliza los recursos disponibles hacia la producción de los bienes y servicios que el público desea. Si queremos entender cómo funciona el sistema de libre mercado, es preciso reconocer que la teoría económica nace de determinado conjunto de instituciones. Nace además de una historia que explica cómo los recursos se asignan en una economía de mercado. Es posible que un mecanismo de mercado (el precio, por ejemplo) pudiera funcionar eficientemente en otro tipo de instituciones y costumbres. Pero a los mercados suele asociárseles al capitalismo, el cual a su vez se fundamenta en instituciones como la propiedad privada, la libertad de comprar y vender lo que uno desee y, el derecho a obtener una ganancia. La teoría del libre mercado tiende a ver los procesos económicos dentro del contexto de la armonía —y del equilibrio— una situación donde los precios suelen fluctuar hasta que consumidores y productores quedan satisfechos.

No sólo estas instituciones y suposiciones han dominado el pensamiento económico del mundo occidental durante varios siglos, sino que en los años recientes muchos países socialistas se han

dado cuenta de que es más eficiente y adecuado dejar al mercado asignar los recursos que hacerlo mediante una planificación económica centralizada. La onda del capitalismo en Europa Oriental y en la ex Unión Soviética constituye un testimonio elocuente de la eficiencia —aunque tal vez no de la equidad— del capitalismo de libre mercado.

Tanto en los mercados de productos como en los de factores, las fuerzas de la oferta y la demanda rigen los precios que se pagan por los productos y los que se pagan por los recursos de los factores. Los precios sirven de señal para todos los miembros de la economía. Del mismo modo que los semáforos le indican al conductor cuándo detenerse, avanzar o reducir la velocidad, los precios nos indican la escasez de un producto o factor que queremos adquirir. Por ejemplo, si sube el precio del trigo, cabe suponer que hay menos trigo en el mercado del que había antes del cambio de precio. El cambio podría deberse a un incremento de la demanda, a una disminución de la oferta o bien a ambas causas. Cualquiera que sea la razón el aumento del precio indica al consumidor que, debido a una mayor escasez del trigo, necesitará más dinero para obtener X cantidad de trigo o determinada cantidad de pan. Ello a su vez implica que tendrá que renunciar a otro producto (digamos un poco de mantequilla o frijoles) si quiere seguir consumiendo la misma cantidad de trigo. Así pues, en teoría a los precios se les considera señales que denotan una escasez relativa.

Como la gama de deseos de bienes y servicios del consumidor casi siempre es mayor que su capacidad de comprarlos, precios más bajos le permiten adquirir una mayor cantidad de bienes y acrecentar con ello su satisfacción total. Sin embargo, los vendedores descubren que pueden mejorar su posición financiera fijándoles precios más altos a sus productos. En consecuencia, los compradores y los vendedores (quienes, conviene señalar, son las mismas personas pero desempeñando papeles distintos) tienen intereses diferentes. Como compradores quieren adquirir las cosas al menor precio pero como vendedores quieren venderlas a un precio alto. En el mercado, las leyes de la oferta y la demanda moderan estas metas antagónicas.

OFERTA Y DEMANDA: ASPECTOS BÁSICOS

El concepto de oferta y demanda es sumamente importante y fundamental para casi todas las teorías de la economía, por lo cual merece atención especial. Las palabras **oferta** y **demanda** forman parte de nuestro vocabulario cotidiano, de manera que la gente piensa que conoce bien estos conceptos y al hacerlo interpreta erróneamente la esencia de cómo funciona un sistema de libre mercado. Comenzaremos dando un ejemplo muy sencillo.

La curva de la demanda

Hemos dicho que los consumidores comprarán más de un artículo si se le reduce el precio. Pero se plantea la pregunta: ¿cuánto más? Los hombres de negocios deben saber cuál será la reacción del público ante los incrementos o decrementos de los precios. Y pueden averiguarlo estudiando los datos que la investigación de mercados aporta sobre el comportamiento del consumidor o bien pueden efectuar experimentos con un grupo de control para ver cómo realmente reaccionan ante los cambios de precios. Después, provistos de estos datos, podrán comenzar a probar la hipótesis de que se venderá mayor cantidad de un artículo a un precio más bajo. Así, por razones de comodidad, los datos pueden presentarse en forma de gráfica o de tabla. También pueden ser analizados con técnicas matemáticas, como vimos anteriormente.

Supongamos que hemos estudiado la demanda del trigo y que las conclusiones son las que se dan en la figura 10-2. En ella vemos que, si el trigo tiene un precio de 6 dólares por *bushel*, los consumidores querrán comprar 20 millones de *bushels*. A medida que disminuya el precio, querrán comprar más. Si el precio cae a 2 dólares, adquirirán 60 millones de *bushels*. Hemos establecido así la curva de la demanda del trigo, que ejemplifica una hipótesis tentativa sobre cómo se conducirá el público ante los cambios de precio de este artículo. Como veremos luego, esta hipótesis tiene varias aplicaciones en el mundo real.

En resumen, hemos descrito aquí la **ley de la demanda** en forma simplificada, la cual establece lo siguiente:

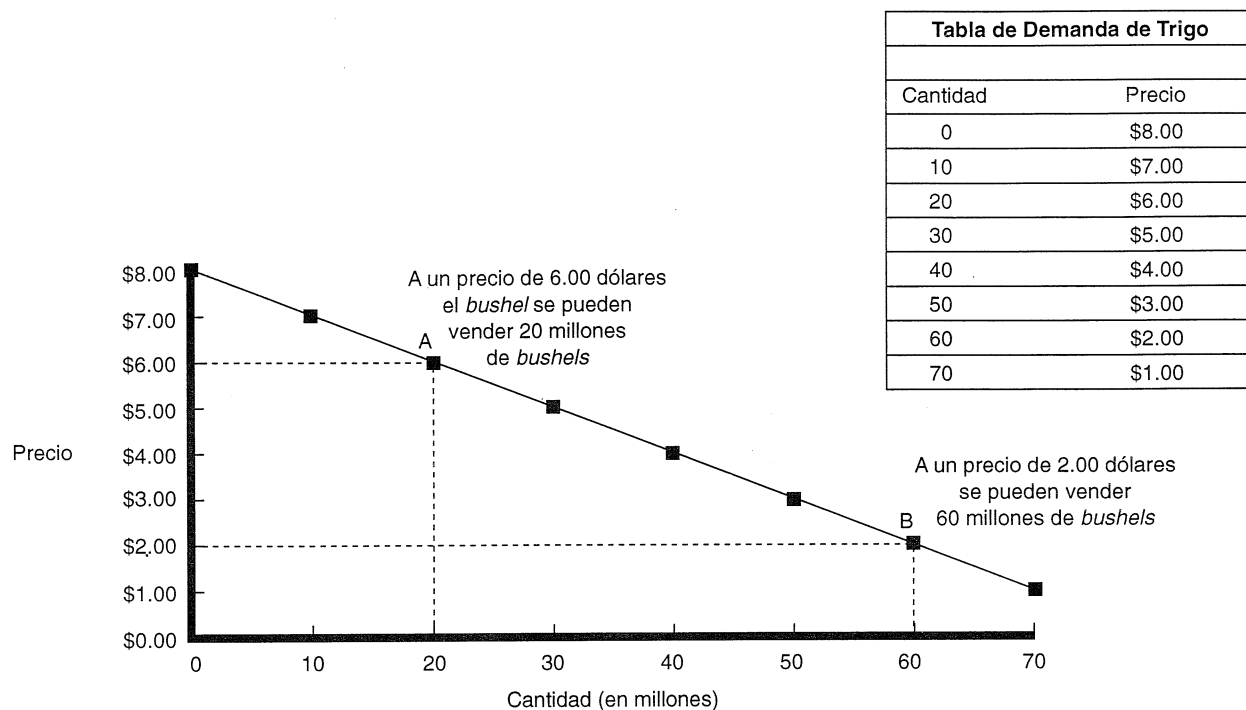


FIGURA 10-2 Curva de la demanda del trigo.

A medida que se reducen los precios, puede venderse una mayor cantidad. O en otras palabras:

Los consumidores comprarán más a precios más bajos.

Ello significa que la demanda es una función del precio, esto es, $D = f(P)$. Dentro de este contexto es importante reconocer que el precio y la cantidad demandada tienen una relación inversa. Cuando el precio disminuye, aumenta la cantidad demandada y, viceversa, cuando el precio aumenta, disminuye la cantidad demandada.

La curva de la oferta

La pregunta correspondiente es, desde luego, ésta: ¿cuánto están dispuestos a ofrecer los productores? Para contestar esta pregunta podemos estudiar el comportamiento de los proveedores o productores. No debe sorprendernos que éstos siempre estén dis-

puestos a producir —ofrecer— más cantidad de un producto, si pueden venderlo a un precio más elevado. Pero como los recursos son limitados —escasos—, a medida que se utiliza una mayor cantidad de ellos en el proceso de producción, tenderán a encarecerse. En consecuencia, por lo regular los fabricantes producirán más sólo si existe una posibilidad real de que vendan el bien a un precio mayor. Se contrata a ingenieros y contadores de costos para que analicen las posibilidades físicas de la producción y calculen exactamente cuánto costará incrementarla en determinada cantidad. Con esa información, se elaboran un programa y una curva de oferta que, como se aprecia en la figura 10-3, generalmente mostrará una pendiente hacia arriba.

La curva de la oferta del trigo se obtiene del programa de su oferta, que registra una serie de precios y la cantidad correspondiente que puede venderse con cada precio. En la gráfica, a un precio de 2 dólares por *bushel* la cantidad ofrecida es 20

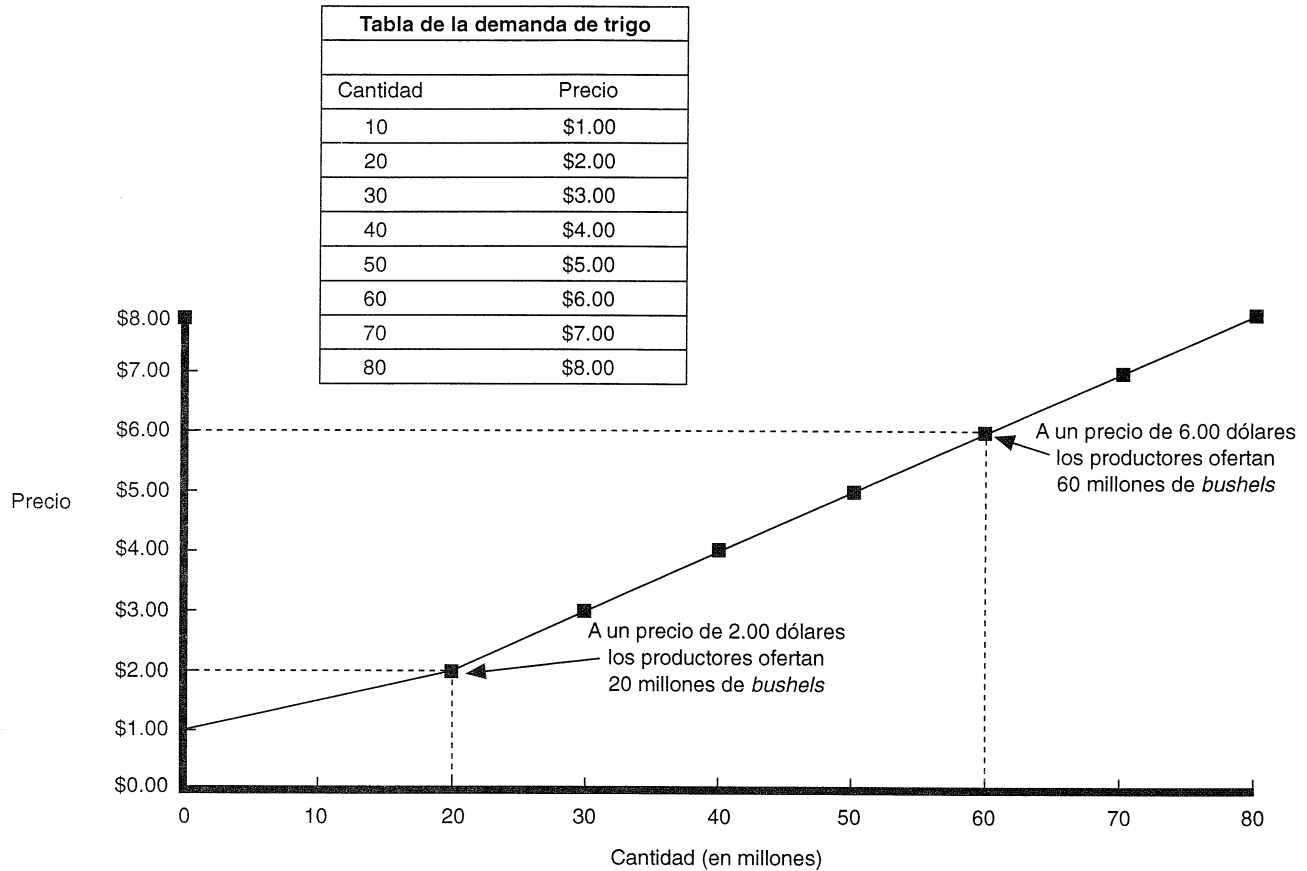


FIGURA 10-3 Curva de la oferta del trigo.

millones de *bushels*. A un precio de 6 dólares por bushel la cantidad es de 60 millones de *bushels*. La curva ejemplifica la ley de la oferta, la cual establece la relación entre el precio y la cantidad que ofrecen los proveedores. Al aumentar el precio, crece la cantidad ofrecida, y al disminuir el precio, disminuye también la cantidad ofrecida.

Ésta es, pues, en su forma simple la explicación de la **ley de la oferta**, la cual establece que:

Los productores ofrecerán una mayor cantidad de determinado producto cuando aumenta el precio.

Por lo tanto, la oferta (igual que la demanda) es también una función del precio, esto es, $O = f(P)$. Dentro de un contexto de oferta, el precio y la cantidad ofrecida tienen una relación directa. A medida que aumenta el precio, los fabricantes estarán

más dispuestos a producir mayores cantidades; al disminuir el precio, querrán producir menos.

Equilibrio del mercado

Combinemos ahora estos dos conceptos contrarios —la teoría según la cual las curvas de la demanda muestran una pendiente hacia abajo, mientras que las de la oferta tienen una pendiente hacia arriba— en una gráfica, como se observa en la figura 10-4. Ello nos indicará cómo las fuerzas del mercado de libre competencia llegarán, tarde o temprano, a un punto donde la curva de la demanda cruza la de la oferta. Este punto indica el precio y la cantidad que satisfarán tanto a los consumidores como a los productores y optimizarán los intereses de unos y otros.

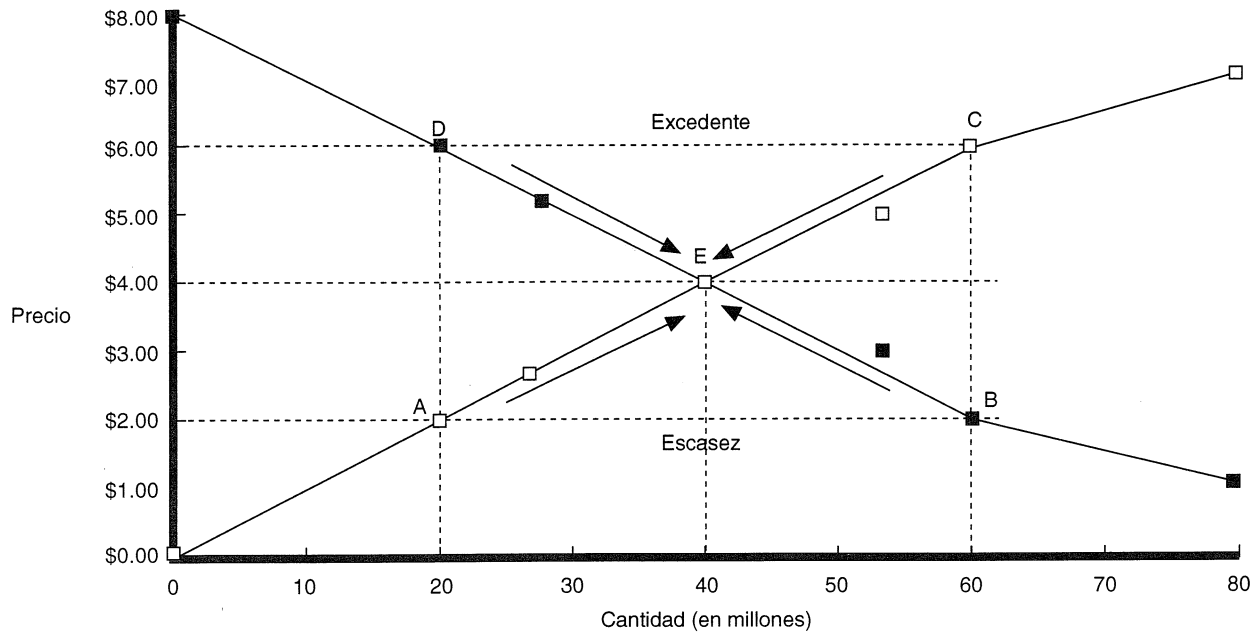


FIGURA 10-4 La oferta y demanda del trigo.

Recuérdese lo que hemos dicho antes: la oferta y la demanda dependen de diversos factores. Los agentes del mercado no hacen más que luchar por sus propios intereses: los compradores tratan de ahorrar y comprar a los precios más baratos posibles; los productores tratan de maximizar sus ingresos vendiendo a los precios más altos posibles. En un mercado libre, la competencia entre unos y otros (y también la que se da entre los miembros de cada grupo) con el tiempo llega a establecer el precio real del mercado al cual se venderá el producto, es decir, el precio predominante en el mercado. A esto se le llama comúnmente **precio de equilibrio**.

Equilibrio de la oferta y la demanda

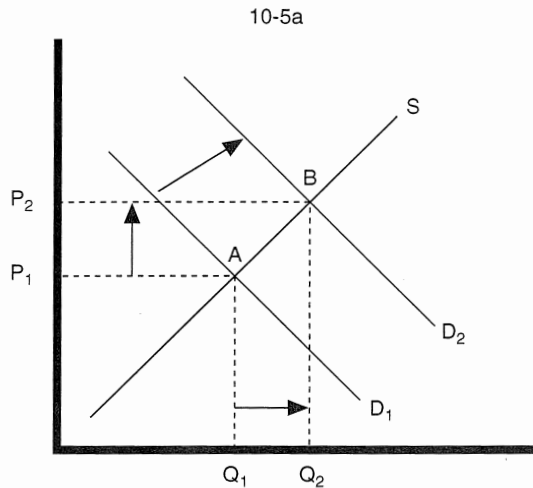
Como hemos visto (figuras 10-2 y 10-3), las curvas de la oferta y la demanda del trigo indican que los consumidores comprarán más trigo a precios más bajos y que los productores ofrecerán mayores cantidades de él a precios más altos. La interacción entre ambas fuerzas darán origen a un precio y a una cantidad que reflejen los intereses de consumidores y productores. La figura 10-4 muestra el me-

canismo de mercado, que en este caso genera un precio de equilibrio de 4 dólares por *bushel* y un nivel de producción de 40 millones de *bushels*.

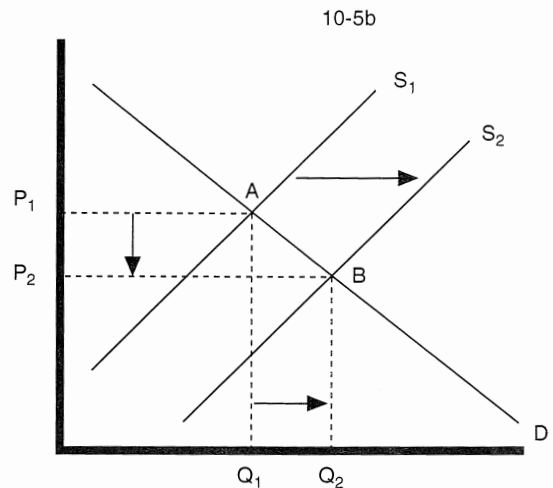
Podemos entender la dinámica del mecanismo de mercado si analizamos la relación entre el precio y la cantidad desde el punto de vista de un excedente o de una escasez. A un precio de 6 dólares por *bushel* los proveedores están dispuestos a producir 60 millones de *bushels*; pero los consumidores están sólo dispuestos (o pueden) comprar 20 millones, de modo que queda un excedente. Por otra parte, a un precio de 2 dólares los consumidores demandan 60 millones y los proveedores están dispuestos a producir sólo 20 millones de *bushels*; existe, pues, una escasez.

Un excedente pone en juego las fuerzas del mercado (por la competencia) entre los vendedores, que los obliga a reducir los precios y eliminar el excedente. En una situación de escasez, los consumidores compiten entre sí y hacen que se incremente el precio.

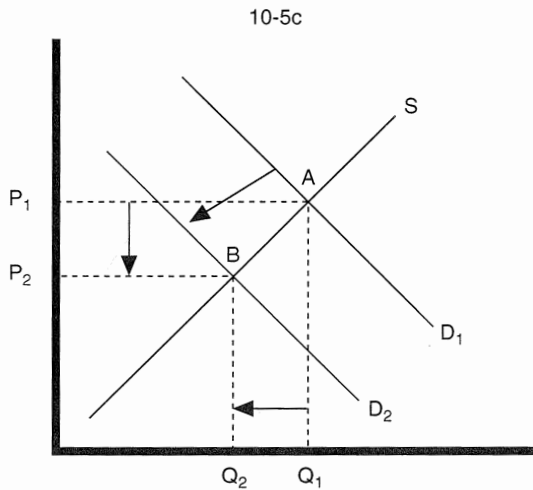
¿Cuándo y dónde termina todo esto? Termina cuando las fuerzas de la oferta y la demanda alcanzan un punto de equilibrio, que en la gráfica es el punto donde las dos curvas se intersecan en E. En



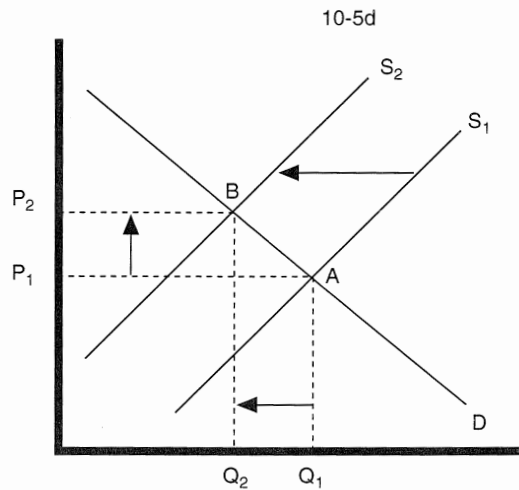
Aumenta la demanda
No hay cambio en la oferta
Precio sube, cantidad sube



Aumenta la oferta
No hay cambio en la demanda
Precio baja, cantidad sube



Disminuye la demanda
No hay cambio en la oferta
Precio baja, cantidad baja



La oferta decrece
No hay cambio en la demanda
Precio sube, cantidad baja

FIGURA 10-5 Cuatro posibles cambios de la oferta o la demanda.

ese punto el precio predominante de mercado será de 4 dólares; la cantidad producida y consumida será de 40 millones de *bushels*. ¿Cuánto tiempo durará ese precio? Prevalecerá hasta que alguna perturbación externa venga a cambiar la disposición

de los productores a vender trigo o la disposición del consumidor a adquirirlo. En igualdad de circunstancias, el precio de 4 dólares estará vigente hasta que “lo demás no sea igual”, es decir, hasta que algún factor externo intervenga y modifique la situa-

ción. Por lo tanto, el equilibrio de un mercado es el punto donde no existe ni escasez ni excedentes.

CAMBIOS DE LA CURVA DE LA DEMANDA

En el mundo real, las circunstancias no suelen ser iguales. En consecuencia, aunque el concepto de que la demanda es una función de precio tiene bastante elegancia teórica, no explica muy satisfactoriamente la determinación de los precios. Ello se debe a que hay muchos otros factores, aparte del precio, que influyen en el comportamiento del productor y del consumidor. Hemos demostrado que, en ciertas condiciones rigurosamente especificadas, un cambio del precio ocasionará también un **cambio en la cantidad demandada** o en la ofrecida. Dicho de otra manera, el cambio del precio ocasionará un movimiento ascendente o descendente en la curva de la demanda, según si es que el precio aumente o disminuya. ¿Pero que ocurrirá si cambia el deseo de todos de comprar este producto? Nos hallaremos entonces ante una situación diferente. En la figura 10-5 se indican cuatro formas en que podrían cambiar la oferta y la demanda, prescindiendo por completo de los cambios del precio.

- En el panel A, un cambio de la demanda modifica la posición de la curva de la demanda de D1 a D2. Éste hace que el mercado pase del punto de equilibrio A al punto B, elevando tanto el precio como la cantidad demandada.
- El panel B muestra un cambio de la curva de la oferta de S1 a S2. El punto de equilibrio del mercado pasa de A a B, ocasionando una disminución del precio y un incremento en la cantidad demandada.
- El panel C muestra un cambio en la curva de la demanda de D1 a D2. La disminución de la demanda, sin cambio alguno de la oferta, hace que disminuyan tanto el precio como la cantidad. El precio cae de P1 a P2 y la cantidad desciende de Q1 a Q2.
- El panel D muestra una disminución de la oferta de S1 a S2.

Con una menor oferta y sin cambio alguna en la demanda, el precio de equilibrio aumenta de P1 a P2 y la cantidad disminuye de Q1 a Q2.

Aquí lo importante es que los cambios de las curvas de la demanda y la oferta originarán un movimiento a lo largo de la otra curva.

Causas de los cambios de la demanda

Hay varias razones por las cuales cambian las curvas de la demanda. Entre ellos se encuentran los cambios de gustos, del precio de los bienes relativos (como los artículos complementarios o sustituibles) y de los ingresos. Veamos cada uno con más detenimiento.

Gustos

Supongamos, por ejemplo, que aparece una nueva moda que busca ante todo la salud —como sucedió a fines de los años 80— y que la gente empieza a sustituir el trigo por el maíz. Ello significa que la curva de la demanda de maíz (sin importar el precio) se desplazará hacia la izquierda, en tanto que la del trigo lo hará hacia la derecha. Así pues, un cambio en los gustos del público cambiará totalmente el programa de la demanda y colocará en un nivel más alto o más bajo el precio de equilibrio. Hay muchos otros ejemplos. La invención de las cintas de reproducción y luego de los discos compactos provocaron un cambio impresionante en la demanda de los discos de acetato, al punto que éstos prácticamente han desaparecido de las tiendas de discos. Los gustos por varios tipos de música, que se caracterizan por ser muy mudables, cambian las curvas de la demanda de un género musical cada cierto número de años. Por otra parte, en los últimos años, los cambios en los hábitos de fumar han disminuido la demanda de los cigarros en forma similar.

Ahora bien, en las últimas páginas hemos explicado dos conceptos que a veces se confunden. Es importante distinguir entre cambios de la cantidad demandada y cambios de la demanda global. ¿Qué significan esas dos designaciones? La primera, un cambio de la cantidad demandada, se debe a cambios de precios. Se representa por un movimiento ascendente o descendente a lo largo de la curva de la demanda. Por el contrario, un cambio de la deman-

da global se debe a cambios en factores ajenos al precio; por ejemplo, los gustos. Esto ocasiona un desplazamiento de la curva entera de la demanda. Por lo tanto, conviene recordar que los cambios de la cantidad demandada y los de la demanda no son la misma cosa.

Complementos y sustitutos

Además de los cambios en el gusto del público, las curvas de la oferta y la demanda pueden cambiar por muchos otros factores ajenos a la relación básica entre precio y cantidad; por ejemplo, los cambios de precio de productos afines pueden alterar las curvas de la oferta y la demanda. Por lo menos provocan un verdadero desastre en los planes de producción de las empresas. Por ejemplo, una extensa gama de productos comunes tienen relaciones complementarias con otros. En parte, las ventas del café preparado dependen del precio de la crema y el azúcar. Una alteración en el mercado del azúcar hará que aumenten los precios de ese insumo y disminuya la demanda del café. Es decir, hará que la curva de la demanda del café se desplace hacia abajo y hacia la izquierda. Los grandes incrementos del precio del café, como ha ocurrido varias veces en los diez últimos años, incide en la demanda de crema y azúcar. Hay muchos otros ejemplos de **bienes complementarios**: cerveza y tacos, automóviles, llantas y gasolina, etc. Entre ellos se da una relación inversa, en el sentido de que una disminución del precio de uno de ellos causa un aumento en la demanda del otro. Los bienes complementarios son aquellos en que un cambio en el precio de uno hará que la demanda de los dos se desplace en dirección opuesta al cambio del precio. Es decir, se da una relación inversa entre el precio y la cantidad demandada.

Asimismo, los cambios de precio de los **bienes sustituibles**, que son bastante comunes, hará que se desplace la curva de la demanda. Por ejemplo, el café y la Coca-Cola son, hasta cierto punto, sustitutos uno del otro, en el sentido de que ambos contienen cafeína y suelen emplearse como estimulantes. La disminución del precio de uno desplazará hacia abajo y a la izquierda la curva de la demanda

del otro, a medida que los consumidores inviertan su dinero en el producto más barato. Dicho de otra manera, existe una relación directa entre el precio y la cantidad demandada de los bienes sustitutos.

Cambios de los ingresos

Es evidente que, cuando cambian los ingresos de los consumidores, también cambia su patrón de demanda de varios productos. Pero existe una diferencia sutil en la forma en que los cambios del ingreso influyen en la demanda. Por lo regular, cuando se incrementan nuestros ingresos, tendemos a comprar más de todos los bienes aunque no siempre. Con un nivel más alto de ingresos, quizá compremos más boletos para viajar por avión, comamos más filetes mignon, más discos compactos o más ropas caras. A esos productos se les llama **“bienes normales”** porque es normal adquirirlos en mayores cantidades cuando recibimos mayores ingresos.

Pero algunos productos no son normales respecto a los cambios de ingreso: con un ingreso más alto, lo más seguro es que adquiramos menor cantidad de ellos. Por ejemplo, con mayores ingresos las probabilidades de que compremos menos tortillas, menos boletos del tren subterráneo y menos ropas baratas aumentan. A esos productos se les da el nombre de **“bienes inferiores”**, en el sentido de que se comprarán en menores cantidades cuando tengamos más ingresos. La diferencia entre ambos tipos de bienes es sutil pero importante, sobre todo si usted es un hombre de negocios que quiere saber cómo responderá el público a su producto en una situación de mayores o menores ingresos.

Cambios de la curva de la oferta

Las curvas de la oferta, igual que las de la demanda, están sujetas a los factores externos que pueden hacer que se desplacen hacia arriba o hacia abajo. Pero las causas de ello son diferentes. Por lo regular, en las condiciones de la oferta inciden los mejoramientos de las técnicas de producción, la

nueva tecnología (TK) que permite producir más con los mismos costos o a un costo más bajo. En los últimos años los nuevos adelantos (como los robots, las computadoras y otras técnicas de producción automatizada) han reducido de manera impresionante el precio de muchos productos, especialmente en la industria de aparatos electrónicos de consumo. Esos avances hacen más productivas a las compañías y desplazan las curvas de la oferta hacia la derecha (hacia abajo), porque entonces están en condiciones de producir más con menores costos, en cualquier nivel de producción.

Por otra parte, las alteraciones en los mercados de los recursos (R) utilizados en el proceso de producción pueden desplazar las curvas de la oferta hacia arriba. Una sequía en los estados agrícolas del oeste medio provocará incrementos en los precios de los alimentos. Un aumento imprevisto de los precios del petróleo, como ocurrió en los años 70 y a principios de los 90, elevará los costos de producción de casi todas las industrias, desplazando la curva de la oferta hacia la izquierda. Y, en cambio, una disminución de los precios de los insumos hará que la curva se desplace hacia la derecha.

Ahora el lector ya debería ser capaz de identificar las causas de un decremento de la demanda y un aumento de la oferta como se indica en los paneles C y D de la figura 10-5. La pregunta más importante será entonces: ¿por qué cambian las curvas de la oferta y la demanda? Para contestarla hay que realizar antes un estudio muy completo.

Nótese que hemos ampliado la definición original de las curvas de la oferta y la demanda para incluir más variables. De este modo nos aproximamos más al mundo real. En un principio, sugerimos que la cantidad demandada era una función del precio, lo mismo que la cantidad ofrecida. Ahora podemos decir en una forma más refinada que la cantidad demandada (Q_d) depende también de otros factores, a saber: gustos del consumidor (T), el precio de productos afines como los complementarios (P_c) y sustitutos (P_s) y los cambios de los ingresos (Y). En la cantidad ofrecida (Q_s) también influyen otros elementos aparte del precio. Depende, además, de elementos como la tecnología (Tk) y los cambios de los precios de insumos (R).

Por partes, si expresamos lo anterior en forma matemática, podemos decir que:

$$Q_d = f(P, T, P_c, P_s, Y)$$

y

$$Q_s = f(P, T_k, P_R).$$

Más adelante veremos que intervienen más factores al explicar el comportamiento de los consumidores y de las empresas de negocios, a medida que cada uno actúa de manera racional en la búsqueda de sus propios intereses. Y veremos también cómo el análisis de la oferta y la demanda sirve para explicar varias otras cuestiones, como los efectos de los controles de precios impuestos por el gobierno, las consecuencias de las leyes de los salarios mínimos, las tarifas y los controles sobre el intercambio con el extranjero.

Perspectivas

En el presente capítulo hemos visto que la microeconomía tiene mucho que decir acerca de cómo funciona el mundo. Las teorías económicas nos permiten conocer cómo funcionan los mercados, además de cómo y por qué están organizados los sistemas económicos. Gracias a las aplicaciones prácticas de las leyes de la oferta y la demanda, podemos penetrar en muchas cuestiones y problemas económicos que repercuten directamente en nuestra vida diaria. Sin embargo, como veremos más adelante, el análisis microeconómico no se reduce a un simple análisis de los mercados, de las posibilidades de producción o de la oferta y la demanda. Nos ayuda a entender muchas preguntas fundamentales que plantea cualquier economía. Pero antes de abordar su estudio, hemos de conocer mejor cómo la oferta y la demanda responden a los cambios de precios y lo que se encuentra en el fondo de las aparentemente simples curvas de la oferta y la demanda. También debemos intentar contestar la pregunta de por qué los economistas piensan que las curvas de la demanda tienen pendiente negativa y las de la oferta tienen pendiente positiva. Al hacerlo podremos explicar en gran parte las razones del comportamiento de los consumidores y las empresas de negocios.

RESUMEN

La microeconomía estudia las unidades más pequeñas de la economía, cuya totalidad constituye a la economía como un todo. También explica cómo funciona el sistema capitalista. Es la ciencia de la decisión que ofrece directrices para asignar eficientemente recursos escasos.

En una economía capitalista, el mecanismo del mercado es el que toma las decisiones de asignación. En realidad, dos mercados intervienen en el proceso. En el mercado de productos, los consumidores y los fabricantes intercambian productos por dinero. En el mercado de factores, los fabricantes adquieren terrenos, mano de obra, capital y conocimientos prácticos de las familias a cambio de ingreso. Las decisiones referentes a la asignación de recursos las toma el mecanismo de precios, que funciona conforme a las leyes de la oferta y la demanda.

En una economía capitalista, el mecanismo del mercado rige la asignación de recursos escasos. La libre interacción de la oferta y la demanda deter-

mina el precio y los niveles de producción de los bienes y servicios.

La exposición de los desplazamientos de las curvas de la oferta y de la demanda hacia arriba y hacia abajo nos permite analizar el comportamiento del consumidor y del productor en diversas situaciones generalizadas. Pero se requiere un análisis más detallado para entender cabalmente cómo unos y otros tratan de cumplir racionalmente la función de maximizar su bienestar económico.

Un cambio de la cantidad demandada u ofrecida es resultado de un cambio del precio de un bien, que ocasiona un movimiento a lo largo de la curva de la oferta o la demanda. Los determinantes básicos de la demanda son los gustos y preferencias, el precio de los complementos o sustitutos, los ingresos y el precio del bien; todo ello origina un desplazamiento de la curva entera. Los determinantes básicos de la oferta son la tecnología, el precio de los insumos y el precio del bien.

VOCABULARIO

microeconomía
 ganancias
 teoría de precios
 mercado de productos
 mercado de factores
 oferta
 demanda
 ley de la demanda

ley de la oferta
 precio de equilibrio
 cambio en la cantidad demandada
 bienes complementarios
 bienes sustituibles
 bienes normales
 bienes inferiores