

CAPÍTULO IV

Lo que venden las empresas: la oferta

Tal como las familias deciden qué cantidad comprarán de un bien a cada precio, las empresas necesitan decidir lo que producirán y pondrán a la venta de un bien determinado a cada precio. Para tomar esta decisión, las empresas cuentan con una información básica acerca de cómo producir el bien en cuestión: esto es la tecnología. Los ingenieros y técnicos le dicen a la empresa cuáles son las distintas maneras posibles de producir un bien o un grupo de bienes, y el empresario tendrá que elegir aquella manera de producir que sea la más barata de acuerdo con los recursos de que dispone. Por ejemplo, una empresa que está considerando comenzar a producir sombreros, podrá fabricarlos usando mucho trabajo manual, o usando más maquinaria. Elegirá entre estas técnicas de manera de lograr los costos más bajos posibles. Pero también buscará obtener el mejor precio posible por su producto, escogiendo las características que más gusten a sus clientes. Así, con los costos más bajos que le sea posible lograr, y el precio más alto que pueda obtener, tendrá las utilidades o ganancias más altas posibles para él, durante el mayor tiempo posible.

Supongamos que los sombreros producidos por una u otra técnica son de la misma calidad y diseño. En ese caso, el empresario preferirá usar el método que resulte más barato. Pero ¿cuál será más barato? Para saberlo, necesitamos conocer los costos de producción en que se incurre con una y otra técnica. Si los materiales que se usan son los mismos, habrá que comparar el costo de todos los elementos que entran en la producción, tales como la mano de obra que utiliza cada uno, el tiempo de uso de la maquinaria, el costo de la energía, el arriendo de los edificios. Si ocurre que el costo de la mano de obra es muy bajo comparado con el costo de usar maquinaria por unidad producida, el empresario elegirá aquella técnica que usa más trabajo, y comprará entonces más trabajo a las familias. En otras palabras, el empresario que considera iniciar la producción de sombreros escogerá aquella técnica que resulte de menor costo por unidad para la cantidad de sombreros que desea fabricar. El costo por unidad producida se llama costo medio de producción, y es igual al costo total de producción dividido por el total de unidades elaboradas.

Por otra parte, el empresario tratará de obtener el mejor precio posible. Si hay muchos empresarios que producen sombreros similares, no podrá cobrar un precio muy distinto de otros productores porque los demandantes no le comprarían a él. La competencia entre los productores impide abusos en los precios (más adelante se desarrolla nuevamente este tema).

A. La oferta individual

Si la empresa ya está instalada y eligió una cierta técnica de producción, entonces la situación es diferente. La empresa ya no puede modificar fácilmente la tecnología que usa, y tendrá que conformarse con hacerlo lo mejor posible con los medios que tiene, es decir, producir aquella cantidad de sombreros que le dé la mayor utilidad posible.

En tal caso, la empresa tendrá que determinar si al aumentar o reducir su producción de sombreros aumentarán sus utilidades. Para ello tendrá que comparar el precio al que puede vender sus sombreros con lo que costaría aumentar o reducir su producción en una unidad. Por ejemplo, si está produciendo 1.000 unidades por mes a un costo total de \$950.000, el costo medio de producción será de \$950. Pero si quiere aumentar su producción en una unidad, a 1.001 por mes, puede tener que cubrir un costo total de \$951.000, lo que significa que el costo de producir una unidad más es de \$1.000 ($951.000 - 950.000$). El aumento del costo por producir una unidad más se llama costo marginal. Si el precio al que vende es mayor que el costo marginal, le convendrá aumentar su producción. Esto es así porque, si el precio es mayor que el costo marginal, con cada unidad adicional que venda aumentarán sus ingresos más que lo que aumentan sus costos totales y, por lo tanto, aumentará sus ganancias.



El empresario enfrentado a una modificación en el precio del producto, si ya está instalado con equipos y técnicas establecidas, que no puede cambiar fácilmente, tendrá que comparar dicho precio con su costo marginal, para saber si le conviene aumentar o reducir su producción.

Tal como en el caso de la demanda, es posible relacionar diversos precios del producto con la cantidad producida de él. Los numerosos estudios hechos muestran que, a medida que una empresa aumenta su producción, llegará un momento en que costará cada vez más producir unidades adicionales: las máquinas estarán trabajando a plena capacidad, y podría ser necesario pagar horas extraordinarias a los trabajadores. Por ese motivo, para producir mayores cantidades de un bien se requieren precios cada vez más altos de dicho bien: mientras más alto es el precio (considerando constantes los demás precios), mayor será la cantidad de él que se producirá y ofrecerá en el mercado en cada período de tiempo, por ejemplo un mes.

El cuadro 3 muestra un ejemplo de esta situación, para un bien Q.

CUADRO 3

Precio y cantidad producida del bien Q

Precio por unidad	Cantidad producida por mes
30	40
60	85
90	150
120	170
150	180

Este cuadro muestra las posibilidades de producción de la empresa a distintos precios, que le permiten cubrir sus costos marginales, dentro de la restricción de los recursos que la empresa posee. La línea que une todos los puntos de oferta alcanzables para la empresa se llama curva de oferta individual, o de la empresa.

B. La oferta total

Para obtener la producción total que se ofrece en el mercado en cada período de tiempo, llamada oferta total, es necesario sumar las cantidades que diversas empresas ofrecerían a cada precio. Por ejemplo, si hay 10 empresas idénticas en el mercado, la oferta total del producto a cada precio sería igual a la señalada en el cuadro 3 multiplicada por 10. El cuadro 4 muestra esta situación.

CUADRO 4

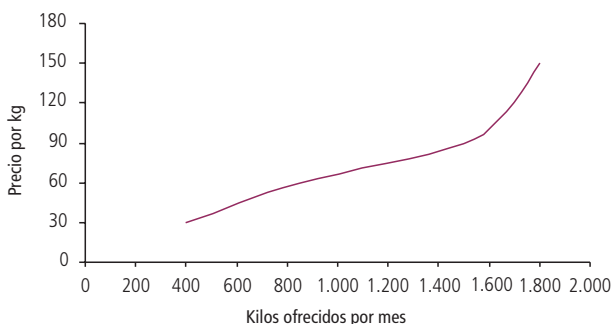
Precio y cantidad producida del bien Q

Precio por unidad	Cantidad producida por mes
30	400
60	850
90	1.500
120	1.700
150	1.800

Es posible dibujar una línea que muestre las combinaciones de precios y cantidades que son posibles para las empresas. Esta línea es la que se presenta en el gráfico 9.

GRÁFICO 9

Precios y cantidades posibles para las empresas: oferta total



Esta línea se llama también curva de oferta total o de la industria del bien Q en el mercado.

Ocurre generalmente que las empresas no son idénticas y que, a medida que sube el precio de un bien, se hace posible que más empresas entren a producirlo. En este caso, la curva de oferta total del bien tenderá a inclinarse más hacia la derecha.

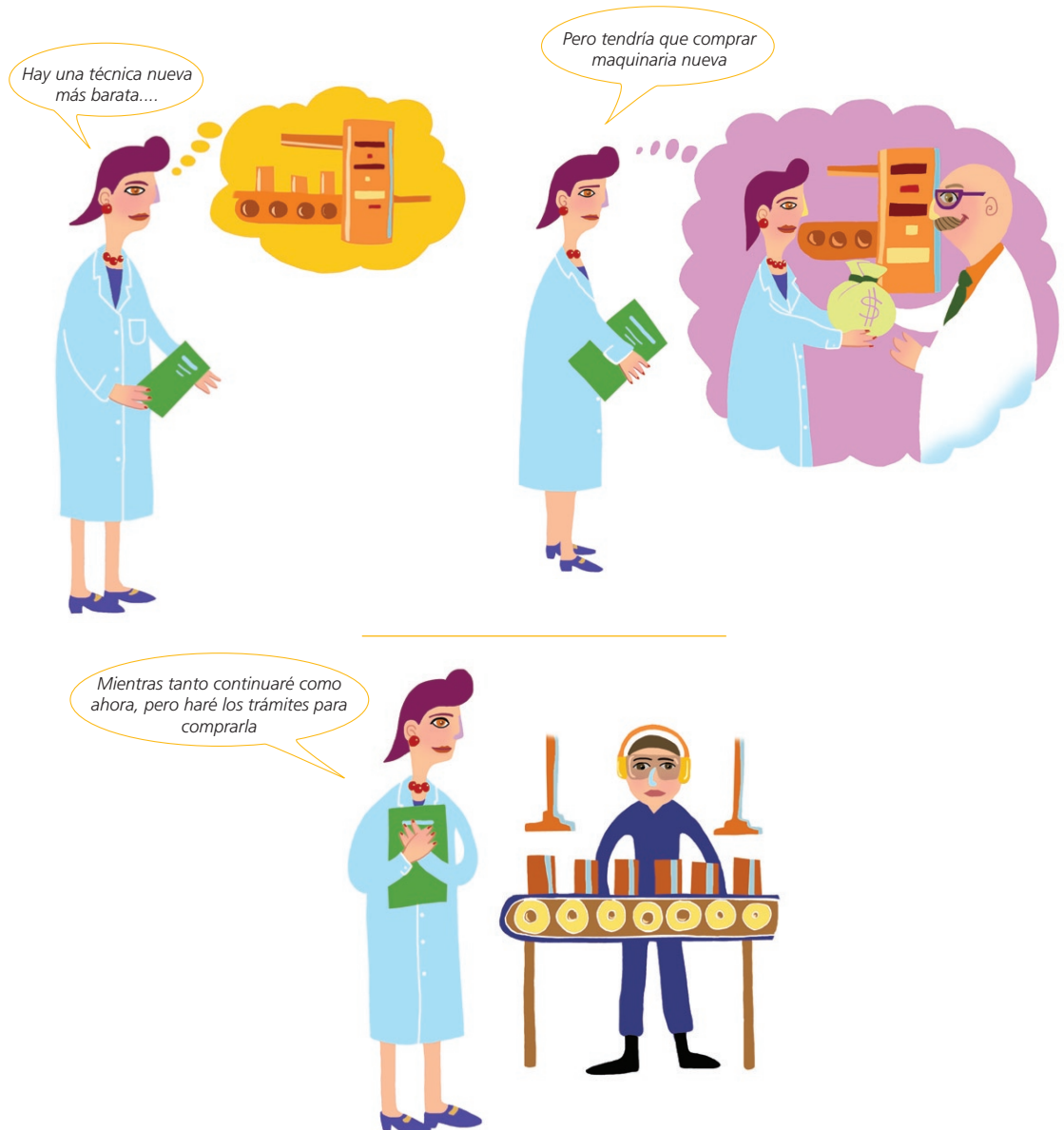
También en el caso de la oferta puede medirse cuánto cambia la producción frente a una variación dada en el precio. Esta medida es la elasticidad precio de la oferta, que se calcula dividiendo el porcentaje de variación de la cantidad por el porcentaje de variación del precio:

Elasticidad precio de la oferta = (Porcentaje de cambio en cantidad) / (Porcentaje de cambio en el precio).

En ciertos productos se necesitará un cambio muy fuerte en el precio para lograr una modificación pequeña en la producción. Por ejemplo, los asientos en el Estadio Nacional están fijos y, una vez que se llena el Estadio, aunque suba el precio de la entrada no habrá más asientos disponibles. Naturalmente, habrá quienes elijan no ir al estadio y vender su entrada, pero con eso no cambia el número de asientos del estadio. En un caso como este se dice que la oferta es muy inelástica.

En otros productos ocurrirá que pequeños cambios en los precios alterarán bastante la producción. Por ejemplo, si sube el precio de los cuchufliés habrá muchos empresarios artesanales que se interesarán por producirlos, y la cantidad producida aumentará notablemente. En estos casos, se dice que la oferta es muy elástica.

Tal como en el caso de la demanda, la reacción de los empresarios ante cambios en los precios será, al comienzo, relativamente pequeña, pero luego podrán incluso modificar sus plantas o cambiar de giro. Por esto, la oferta es, al comienzo, relativamente menos elástica que una vez que se han podido hacer todos los ajustes necesarios. La oferta de corto plazo es menos elástica que la de largo plazo.



Si mejora la tecnología disponible, tanto una empresa como una industria podrán producir más con los recursos de que disponen. A cada precio de un bien, será posible producir más de él. Esto significa que toda la curva de oferta se desplaza a la derecha. Ha crecido la oferta. Cambios en toda la curva de oferta también pueden producirse por cambios en los precios de los factores que se utilizan en la producción, o por cambios en los precios de bienes que se producen conjuntamente con el bien en cuestión. Un ejemplo de este último caso es el de la lana y la carne de cordero: un aumento del precio de la carne de cordero inducirá una mayor producción de carne, lo que conlleva un crecimiento de los rebaños de ovejas y, por tanto, de la oferta de lana.

Palabras claves

Costo medio de producción

Costo marginal

Curva de oferta

Oferta total

Elasticidad de la oferta

Oferta elástica

Oferta inelástica

Oferta de corto plazo

Mejoramiento tecnológico