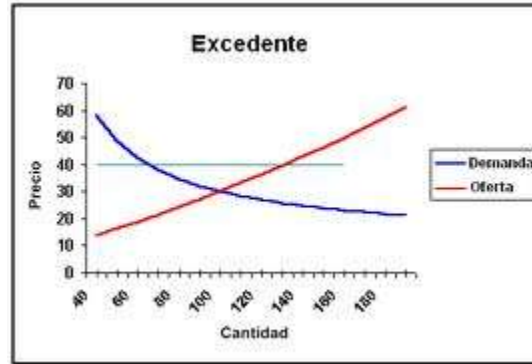


## OFERTA Y DEMANDA



### **Demanda:**

Es la cantidad de unidades de un bien o servicio que los consumidores desean adquirir en un determinado momento.

### **Oferta:**

Es la cantidad de unidades de un bien o servicio que los productores están dispuestos a fabricar y vender en un determinado momento.

### **Mercado:**

Es el ámbito donde se realizan las actividades por medio de las cuales se ponen en contacto la oferta y la demanda. En él se realiza la lucha entre dos fuerzas contrarias (la oferta y la demanda) a fin de conseguir el precio más conveniente para cada una de ellas.

### **Clasificación de los mercados**

Mercado es el ámbito donde se ponen en contacto los compradores y vendedores de un determinado bien.

Según los bienes negociados en él:

☐ **Mercado real:**

1. **Bienes de consumo:** cuando se negocian en él bienes de consumo (vestimenta, automotores, alimentos)
2. **Medios de producción:** se negocian maquinarias, herramientas, instrumental, o sea, medios de producción.

☐ **Mercado financiero:** el mercado financiero se ocupa de las negociaciones con dinero o sus títulos representativos considerándolo como una mercancía más. En este mercado intervienen personas interesadas en obtener dinero y las que pueden ofrecerlo a cambio de un interés. Abarca también la moneda extranjera que es solicitada por importadores, turistas e inversores y es ofrecida por exportadores, turistas e inversores.

1. **De dinero:** permite cubrir las necesidades financieras de las empresas a corto plazo.
2. **De capitales:** atiende las necesidades de las empresas de equipamiento e inversión a largo plazo.
3. **De títulos:** los títulos son documentos representativos de partes de capital de una empresa (acciones) o de un préstamo privado (debentures) o público (bonos).

Según la localización del mercado:

☐ **Interno:**

1. **Local:** el mercado se encuentra ubicado en una zona de una ciudad o pueblo, donde se concentran entidades que se dedican a la misma actividad (instituciones bancarias, casas de ventas de muebles).

2. **Provincial:** abarca toda una provincia que se dedica a la producción de un determinado bien. Por ejemplo: el azúcar tucumano.
3. **Regional** (dentro del país): abarca varias provincias que se dedican a la producción de un mismo bien: las provincias de cuyo y su producción de uva y vino.
4. **Nacional:** se refiere a toda la producción de un país: las carnes argentinas, los perfumes franceses.

☐ **Externo:**

1. **Nacionales:** distintos países de igual producción.
2. **De integración regional:** varios países.
3. **Internacional:** todos los países.

Según el tiempo en que se realizan las operaciones:

*Según la periodicidad:*

- ☐ **Continuo:** opera diariamente (productos alimenticios).
- ☐ **Discontinuo:** opera periódicamente (el mercado de determinados productos agrícolas funciona en época de cosecha).

*Según el plazo:*

- ☐ **Presente:** opera con bienes ya terminados y valores presentes.
- ☐ **A término:** opera con bienes no producidos (cosechas no levantadas o el valor de la moneda extranjera a cierta fecha posterior).

### Según la forma de organización:

- De acuerdo con normas legales.**
  
- Mercado paralelo o en negro.**

### Estructura de los mercados:

Para analizar la estructura de los mercados se considera:

- a) **La cantidad de compradores y vendedores.** Si hay pocos vendedores, cada uno observa las actitudes de los demás en el mercado y reacciona de una determinada manera. Si un vendedor cambia los precios, los demás también lo hacen. Si hay muchos vendedores, ninguno de ellos es tan importante (generalmente) como para manejar el mercado ni para que los otros se preocupen cuando alguno decide cambiar los precios. Cuando los vendedores son pocos, rivalizan entre sí, compitiendo con campañas publicitarias, estrategias de precios, creación de productos diferentes, sorteos, etc. Cuando los vendedores son muchos, no consiguen llamar la atención del público y suelen unirse entre sí realizando ciertas actividades en conjunto, como campañas publicitarias.
  
- b) **Los bienes que se negocian en el mercado,** que pueden ser: **homogéneos**, los productos son sustituibles entre sí y la demanda no hará distinciones entre los vendedores (la harina común que puede adquirirse en cualquier comercio sin diferenciación alguna); o **heterogéneos**, el producto es diferenciado, no es sustituible por otro (las distintas marcas de cigarrillos o jabones de tocador, cada persona tiene sus preferencias y no sustituirá una marca por otra). Aunque muchas veces la diferenciación de los productos está en la mente del comprador, y el vendedor se encarga de afianzarla cambiando el color o la forma y realizando campañas publicitarias.

### **Principales estructuras tomando en cuenta el vendedor:**

- Monopolio:** existe un solo vendedor del producto.
  
- Oligopolio:** hay pocos vendedores que ofrecen grandes cantidades del producto.

☐ **Competencia monopolística:**

- a) Hay muchos vendedores de productos diferenciados.
- b) El mercado está compuesto por oferentes que forman una mayoría poderosa y otros que forman una minoría que no tiene mucho peso en él. En ambos casos el producto es homogéneo o ligeramente diferenciado.

☐ **Competencia perfecta:** hay muchos vendedores de un producto homogéneo.

**Principales estructuras tomando en cuenta el comprador:**

☐ **Monopsonio:** hay un solo comprador del producto.

☐ **Oligopsonio:** hay pocos compradores que demandan grandes cantidades.

☐ **Competencia monopsonista:** el mercado está compuesto por compradores mayoritarios de gran importancia en él, y otros minoritarios que no tienen peso alguno.

☐ **Competencia perfecta:** existen muchos compradores que demandan cantidades pequeñas.

La estructura del mercado tiene vital importancia en la determinación de los precios.

**Relaciones entre oferta, demanda y mercado:**

**Factores que condicionan la demanda:**

- ☐ **Precio del bien demandado:** si el precio aumenta, la demanda disminuye. Si el precio disminuye, la demanda aumenta. Se trata de una relación inversa.

- **Precio de los otros bienes:** si el precio de un bien aumenta, su demanda se reducirá, pero aumentará la demanda de los bienes sustitutos. Por otra parte, la demanda de los bienes complementarios también disminuirá.
  
- **Ingreso del consumidor:** el consumidor ve limitadas sus posibilidades de consumo por la magnitud de su ingreso. Si los ingresos aumentan, existe la posibilidad de aumentar la demanda de bienes. Si el ingreso disminuye, la demanda se reduce.
  
- **Preferencias del consumidor:** el consumidor adecuará su demanda a sus gustos personales (su preferencia por unos bienes u otros), la posibilidad de sustituirlos y, fundamentalmente, a la utilidad que le proporcionan para satisfacer sus necesidades.
  
- **Tamaño de la población:** cuanto mayor es el número de consumidores mayor será la cantidad demandada de bienes.
  
- **Expectativas de precios:** las expectativas se refieren a aquello que en general la población espera que ocurra. Si el público piensa que los precios van a aumentar, adelantará sus compras. Si las expectativas son que los precios van a bajar, las compras se postergarán.

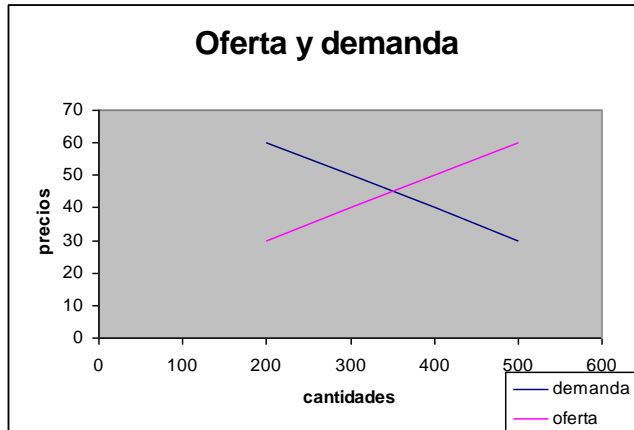
#### **Factores que condicionan la oferta:**

- **Precio del bien:** cuanto más alto es el precio del bien, mayores posibilidades le brinda al ofertante de obtener utilidades, que se ve impulsado a aumentar la oferta en el mercado.
  
- **Precio de los otros bienes:** si existen bienes similares, a menor precio, el productor no se encuentra en condiciones de competir con ellos a menos que pueda reducir sus márgenes de rentabilidad. Otro caso es el de la oferta de diversos productos que son derivados de una misma materia prima. Por ejemplo, en los lácteos: si la rentabilidad es mayor en los derivados como el queso y la manteca, el productor se interesará en aumentar la oferta de esos derivados y disminuirá la oferta de leche. Por otra parte, los productores (en general) tiene cierta flexibilidad para utilizar su capacidad de oferta en un determinado tipo de bienes y en ciertos períodos podrán dedicarse a fabricar uno u otro bien de acuerdo al estímulo de los precios. Un caso típico es el del agricultor: puede sembrar trigo o maíz. Si está sembrando maíz y el precio baja en relación al trigo, al año siguiente sembrará trigo. De esta manera desafectará sus recursos productivos dedicados a un cultivo para emplearlos en otro.

- **Costo de producción de los bienes:** el elemento más importante del precio de un producto es su costo de producción. Si éste aumenta, el productor debe aumentar el precio de venta para mantener su margen de utilidad.
  
- **Riesgo empresarial:** la colocación de los bienes en el mercado implica un riesgo para el empresario: pueden tener aceptación y generar beneficios o tener poca venta y producir pérdidas. El empresario suele reducir la oferta de los bienes que implican mayores riesgos y aumenta la oferta de aquellos que le brindan mayor seguridad.
  
- **Tecnología:** la tecnología se refiere al “estado del arte”, a la manera de hacer las cosas. Los avances tecnológicos han hecho posible incrementar las cantidades de bienes que pueden producirse. Cuando una empresa incorpora una innovación tecnológica es porque le permite producir una mayor cantidad de bienes a un costo similar o inferior al que lo hacía inicialmente. Si en la fabricación de un mis producto aparece una innovación tecnológica que es incorporada por varias empresas de esta industria, la curva de oferta de este bien se desplazará hacia la derecha. Es difícil pensar que esta variable ocasione un desplazamiento hacia la izquierda de la curva de oferta, s decir, que disminuya la capacidad productiva de la industria. Un ejemplo de esta situación podrían ser los virus informáticos que afectan a los sistemas de las empresas.
  
- **Disposiciones del gobierno:** algunas disposiciones del gobierno pueden afectar las condiciones de producción al repercutir en los costos de fabricación de las empresas (impuestos sobre las ventas, al valor agregado o sobre determinados bienes, medidas de protección del medio ambiente, cobro de peajes; o la construcción de puentes o caminos que faciliten el intercambio y reduzcan costos).

**Representación gráfica de la oferta y la demanda:**

Precio	Cantidad demandada	Cantidad ofrecida
30	500	200
40	400	300
50	300	400
60	200	500



La **curva de demanda individual** muestra la relación existente entre el precio de un bien y la cantidad demandada de éste por parte de un individuo, durante un período de tiempo determinado.

Si sumamos, para cada precio, las cantidades de ese bien que cada uno de los individuos estaría dispuesto a comprar, obtenemos la curva de demanda del mercado.

La **curva de demanda del mercado** muestra la relación entre la cantidad demandada de un bien por todos los individuos y su precio, manteniendo constantes otros factores (gustos, ingresos, precios de bienes relacionados).

La tabla y curva decreciente de demanda muestran que cuanto mayor es el precio de un bien, menor es la cantidad que de ese bien estarían dispuestos a comprar los consumidores y, paralelamente, cuanto más bajo es el precio de este bien más unidades del mismo se demandarán.

Existen dos tipos de razones por las que, cuando el precio aumenta, la cantidad demandada por los consumidores disminuye. Por un lado, cuando aumenta el precio de un bien algunos consumidores que previamente lo adquirirían dejarán de hacerlo y buscarán otros bienes sustitutos. También existen consumidores que, aún sin dejar de comprarlo, demandarán menos unidades.

Al igual que en el caso de la demanda, si suponemos que permanecen constantes todos los otros factores que la condicionan (tecnología, costo de producción) menos el precio del bien que se ofrece, obtendremos la relación que existe entre el precio y la cantidad de ese bien que un determinado productor desearía ofrecer.

La relación numérica entre el precio y la cantidad ofrecida es la **tabla de oferta**. La expresión gráfica de esta relación se conoce como **curva de oferta individual**.

La **curva de oferta del mercado** muestra la relación ente la cantidad ofrecida de un bien por todos los productores y su precio, manteniendo constantes otros factores (tecnología, precio de los factores productivos, etc.).



La tabla y curva creciente de oferta muestran cómo la cantidad ofrecida aumenta al crecer el precio, reflejando el comportamiento de los productores.

### **El equilibrio del mercado:**

En el punto de intersección de las curvas de oferta y de demanda coinciden los planes de los oferentes y los demandantes, y solamente a un precio se da esta coincidencia de planes. A este precio lo denominamos **precio de equilibrio**, y la cantidad ofrecida y demandada (comprada y vendida) **cantidad de equilibrio**.

En la situación de equilibrio se igualan las cantidades ofrecidas y demandadas. A cualquier precio mayor que el de equilibrio, la cantidad que los productores desea ofrecer excede la cantidad que los demandantes desea adquirir, esto es, hay un **exceso de oferta**, y, debido a la presión de las existencias invendidas, la competencia entre los vendedores hará que el precio descienda hasta la situación de equilibrio.

Por el contrario, si el precio es menor que el de equilibrio, la cantidad que los demandantes desea adquirir es mayor que la ofrecida por los productores, es decir, hay **exceso de demanda**. En este caso, los compradores que no hayan podido obtener la cantidad deseada del producto presionarán al alza el precio.

El **precio de equilibrio**, entonces, es aquel en el que coinciden los planes de los demandantes o consumidores y de los oferentes o productores.

### **Desplazamientos de la curva de demanda:**

La curva de demanda de un bien se traza manteniendo constantes todos los factores que inciden sobre la demanda, excepto el precio del bien considerado (principio ceteris paribus).

En realidad, es frecuente que el resto de los factores que influyen en el comportamiento de los consumidores (preferencias, ingresos, etc.) no permanezca inalterado, lo que motivará **desplazamientos** de la curva de demanda.

Los **movimientos a lo largo** de la curva de demanda de un bien tienen lugar como consecuencia de un cambio en el precio.

*Los **desplazamientos** de la curva de demanda se deben a alteraciones de algunos de los otros factores distintos del precio.*

## Cambios en el ingreso:

Precisamente, los cambios en el ingreso de los consumidores, nos permite clasificar a los bienes en:

- **Bien inferior:** es aquel cuya cantidad demandada disminuye cuando aumenta el ingreso.
  
- **Bien normal:** es aquel cuya cantidad demandada a cada uno de los precios aumenta cuando aumenta el ingreso.

Ejemplos de bienes inferiores pueden ser la margarina, la mortadela, el transporte en colectivo. Cuando aumenta el ingreso de los individuos, generalmente se consume menos de estos bienes.

Dentro de los bienes normales, podemos distinguir entre:

- **Bien de primera necesidad:** cuando, al aumentar el ingreso, la cantidad demandada del bien aumenta en menor proporción.
  
- **Bien de lujo:** cuando, al aumentar el ingreso, la cantidad demandada del bien aumenta en mayor proporción.

Un ejemplo de un bien de primera necesidad podría ser la leche, mientras que un bien de lujo podrían ser los automóviles deportivos o los discos.

## Cambio en los precios de los bienes relacionados:

La cantidad demandada de un bien depende de las variaciones de los precios de los bienes relacionados con él. La influencia de una variación del precio de un bien en la curva de demanda de otro depende de que ambos sean sustitutos o complementarios.

- **Bienes sustitutos:** si el alza del precio de uno de ellos eleva la cantidad demandada del otro, cualquiera sea el precio.

- **Bienes complementarios:** si el alza del precio de uno de ellos reduce la cantidad demandada del otro.

Ejemplos de bienes que se utilizan conjuntamente son los equipos de música y los discos, los automóviles y la nafta, el café y la leche, los zapatos y los cordones, la cerveza y las aceitunas. Ejemplos de bienes sustitutos son: la carne de cerdo y la de ternera, el té y el café, los taxis y los colectivos, la manteca y la margarina.

<http://server2.southlink.com.ar/vap/UN3-ECO.htm>