

# UNIDAD 2

## Las curvas de oferta y demanda

### Objetivo

Al finalizar la unidad, el alumno:

- Describirá los criterios de clasificación de los distintos tipos de mercado, así como sus principales características.
- Examinará el comportamiento de las curvas de demanda y oferta.
- Explicará el equilibrio de mercado mediante el análisis gráfico y el algebraico.

## Guía de aprendizaje

---

---

1. ¿Qué es el mercado?
2. ¿Qué es el precio?
3. ¿Cómo se clasifican los mercados?
4. ¿Cuáles son las características del mercado de competencia perfecta?
5. ¿Cuáles son los mercados que se incluyen en la competencia imperfecta?
6. ¿Cuáles son las características de la competencia monopolista?
7. ¿Cuáles son las características del monopolio?
8. ¿Cuáles son las características del oligopolio?
9. ¿Qué es un monopsonio?
10. ¿Qué es un oligopsonio?
11. ¿Cómo se define la cantidad demandada?
12. ¿Cuál es la relación entre cantidad demanda y precio?
13. ¿Qué representa la función de demanda?
14. ¿Cómo se obtiene la función de demanda?
15. ¿Qué es la cantidad ofrecida de un bien?
16. ¿Qué representa la función de oferta?
17. ¿Cómo se obtiene la función de oferta?
18. ¿Cómo se obtiene el equilibrio del mercado?
19. ¿En qué caso existe un exceso de oferta?
20. ¿En qué caso existe un exceso de demanda?
21. ¿Cómo opera el mecanismo de mercado para corregir un desequilibrio entre oferta y demanda?

## 2.1. Tipos de mercado

---

**U**no de los conceptos más importante en el estudio de la economía es el mercado. Recordemos que: *mercado es un conjunto de mecanismos mediante los cuales los vendedores y los compradores entran en contacto para intercambiar bienes y servicios.*

Podemos hablar de mercado en abstracto o ser más específicos y hablar del mercado de trabajo, del mercado de servicios o del mercado de comestibles.

---

*El precio es el punto de contacto entre vendedores y compradores, ya que mediante él ambos logran un acuerdo que les permite determinar la cantidad de bienes o servicios a intercambiar.*

---

Los mercados se clasifican, principalmente, de acuerdo al número de vendedores y compradores que existen en ellos. Esta característica está estrechamente asociada a la posibilidad de influencia que tenga cada uno de los vendedores y compradores sobre el precio, y ésta a su vez, a las limitaciones a la entrada de nuevos vendedores al mercado. De esta forma, existen mercados de *competencia perfecta* y mercados de *competencia imperfecta* y, dentro de éstos últimos, mercados *monopólicos* y *oligopólicos*.

•Clasificación de los mercados

Veamos las características de cada uno:

TIPOS DE MERCADO Y SUS CARACTERÍSTICAS

	Competencia perfecta	Competencia imperfecta		
Características		Competencia monopolista	Oligopolio	Monopolio
Número de vendedores	Muchos	Muchos	Pocos	Uno
Capacidad para influir en el precio	Ninguna	Limitada	Alguna	Completa
Limitaciones a la entrada de nuevos vendedores	Ninguna	Ninguna	Algunas	No hay entrada de nuevos vendedores
Ejemplos	Lápices	Cosméticos	Automóviles	Energía eléctrica

•Las empresas y la competencia perfecta

Las empresas que participan en mercados de *competencia perfecta* no influyen en el precio de mercado con sus decisiones de oferta.

¿Por qué el mercado de lápices es de *competencia perfecta*? Podemos encontrar lápices en un sinnúmero de establecimientos: papelerías, autoservicios, tiendas de abarrotes, entre otros. Con esto se cumple la primera característica: un gran número de vendedores. Ahora bien, ¿cuántos lápices venderá cada uno de estos participantes en un cierto periodo, por ejemplo, un mes? Supongamos que 40 ¿qué precio tienen los lápices? Supongamos que \$1.50 cada uno. Si por alguna razón alguno de los vendedores decidiera ofrecer sus lápices a un precio de \$2.00, ¿influiría esto en el precio que establecieron el resto de vendedores? Desde luego que no, el número de vendedores es tan grande que ninguno de ellos puede influir de manera individual en el precio. El razonamiento es sencillo, si los

compradores saben que el precio de los lápices es \$1.50, y en algún establecimiento pretenden venderlos en \$2.00, simplemente no los comprarán puesto que saben que existe un gran número de alternativas para comprar lápices, sencillamente se trasladarán a otro establecimiento en donde el precio sea el que ellos conocen. ¿Qué alternativa tiene el vendedor que decidió elevar el precio? Regresar al precio original si no quiere dejar de vender lápices.

Debemos pensar, además, que estos vendedores ofrecen un producto *razonablemente estándar*, es decir, homogéneo a modo de que a los compradores les resulte prácticamente igual comprar un lápiz en el supermercado que en la tienda de abarrotes o en la papelería, para que puedan trasladarse libremente de un lugar a otro hasta encontrar el precio conocido. Si el producto presentara grandes diferencias de un lugar a otro, esto rompería el mecanismo planteado para el mercado de *competencia perfecta*, es decir, los compradores no se trasladarían a otro lugar a adquirir el producto, puesto que ellos requieren precisamente el que se ofrece en ese establecimiento y esto, de cierta manera, los obligaría a pagar el precio que requiere el vendedor.

•Características del producto en un mercado de competencia perfecta

Las empresas de los *mercados competitivos*, es decir, de *competencia perfecta*, no compiten en el sentido de que el principal objetivo de la empresa **A** sea obtener mejores resultados que la **B**. Tanto **A** como **B** son incapaces por sí solas de influir en el precio y nada de lo que haga **B** producirá efecto alguno en los beneficios de **A**. Así pues, no compiten en el sentido habitual. *La forma en que estas empresas ganan es mediante una operación lo más eficiente posible, que les permita vender la cantidad que maximiza sus beneficios.*

•¿Cómo compiten las empresas de competencia perfecta?

• Entrada de nuevas empresas al mercado

Otro criterio de distinción de los diferentes tipos de mercado se refiere a *la facilidad con que pueden entrar nuevas empresas en la industria*. Si las empresas existentes en una industria se preocupan por la posibilidad de que entren nuevas empresas, no pueden subir sus precios para obtener muchos beneficios, ya que, en ese caso, entrarían nuevas empresas para tratar de obtener algunos de esos beneficios.

• Nuevas empresas y competencia perfecta

Así pues, cuanto más difícil les resulta a las nuevas empresas entrar en una industria, mayor es la libertad que tienen las empresas existentes para influir en el precio. En el caso del mercado de *competencia perfecta*, dado que los vendedores son abundantes y que ninguno de ellos puede influir de manera individual sobre el precio, siempre existe la posibilidad de que nuevos vendedores entren al mercado. Retomando nuestro ejemplo, todo el que quiera vender lápices al precio de \$1.50 cada uno, puede hacerlo.

• Mercados que conforman la competencia imperfecta

*Dentro de la competencia imperfecta, existen tres mercados: la competencia monopolista, el oligopolio y el monopolio.*

• Características de la competencia monopolista

El mercado de *competencia monopolista* tiene características muy similares al de competencia perfecta. Existe también un gran número de vendedores y no existen barreras a la entrada de nuevos vendedores; sin embargo, *el producto no es homogéneo*, como en el caso de la competencia perfecta. En este mercado, el producto que ofrece un vendedor difiere sensiblemente del que ofrece otro. Esto da como consecuencia una *cierta influencia de cada uno de los oferentes en el precio*.

El mercado de cosméticos nos ilustra este caso. Existe en el mercado un gran número de tipos de cosméticos que van desde los más sofisticados hasta los más sencillos; esto cubre la primera característica: un gran número de vendedores. Sin embargo, podrá observarse que los compradores tienen preferencia por ciertas marcas de cosméticos y que cuando acuden a los establecimientos a adquirir alguno seleccionan su marca y no les da igual adquirir otra. Con esto, los vendedores gozan de cierta libertad para establecer el precio. Si el comprador tiene preferencia por una marca, en cierto modo, tendrá que aceptar el precio de la misma, puesto que no tiene alternativa dado que las otras marcas no le satisfacen.

Por su parte, el *oligopolio* se caracteriza por la presencia de pocos oferentes en el mercado que establecen barreras de entrada a nuevos vendedores y que, al presentar cierto grado de diferenciación en sus productos, tienen también cierta libertad para establecer precios.

•Características del oligopolio

El mercado de autos se comporta como un *oligopolio*. Los vendedores que se encuentran en el mercado son pocos, cada uno de ellos fija de manera individual el precio que desea por sus automóviles y es difícil que nuevos vendedores puedan entrar al mercado. En el caso de México, las empresas que operan en este mercado es reducido (General Motors, Ford, Chrysler, Nissan y Volkswagen) no obstante el reciente ingreso de la Mercedes Benz, la BMW y la Toyota, seguimos hablando de un oligopolio.

Respecto al *monopolio*, éste se caracteriza por la existencia de un sólo vendedor. Un ejemplo de monopolio en el caso de México, es el suministro de la energía eléctrica sobre el cual el estado tiene un control total y ello le permite fijar libremente el precio

•Características del monopolio

que él considera adecuado. Sucede de igual manera, con el resto de servicios públicos que son ofrecidos por el estado, como agua y alumbrado público, entre otros.

•La conducta de los consumidores y los tipos de mercado

Las anteriores estructuras de mercado están definidas de acuerdo con la conducta de los vendedores de los bienes. Sin embargo, la estructura del mercado también puede definirse según la conducta de los compradores. En este sentido al *oligopolio* y al *monopolio* les corresponden el *oligopsonio* y el *monopsonio*, términos que significan que hay pocos compradores y un solo comprador, respectivamente. Respecto a la *competencia perfecta*, suponemos que existe también un gran número de compradores y ninguno de ellos puede influir de manera determinante en el precio.

•Ejemplos de oligopsonio y monopsonio

El mercado de autopartes es un ejemplo de *oligopsonio*, porque los únicos compradores son los productores de automóviles y son un número reducido. En el caso de México, el mercado de materiales para la extracción de petróleo es un ejemplo de *monopsonio*, dado que el gobierno es el único comprador de ellos, no existe nadie más en el país que realice actividades de extracción de petróleo.

Las relaciones en las que existen pocos compradores son menos frecuentes que en las que existen pocos vendedores. Usualmente se analiza a los mercados desde la perspectiva de los vendedores.



## 2.2. La curva de demanda

---

**L**a cantidad demandada de un bien es la cantidad que el comprador está dispuesto a adquirir en el mercado a un precio determinado.

La cantidad que se demanda de un bien en el mercado depende de varios factores, entre ellos destacan: su precio, los gustos, los ingresos de los compradores, el precio de otros bienes relacionados y las expectativas de los precios futuros del mismo bien. En esta sección se estudiará *la relación entre la cantidad que se demanda de un producto y su precio*, y en la siguiente unidad, abordaremos el estudio de los otros factores.

•Determinantes de la demanda

La cantidad que la gente compra de un bien en un momento dado depende del precio del mismo: *cuanto mayor es el precio de un artículo la gente está dispuesta a comprar menor cantidad de él y cuanto más bajo es el precio más unidades del mismo se demandarán*. Por tanto, *existe una relación inversa entre el precio del mercado de un bien y la cantidad demandada del mismo, a medida que uno sube, la otra baja*.

•Relación entre el precio del mercado y la cantidad demandada de un bien

A esta relación entre el precio y la cantidad se le denomina tabla de demanda y a su expresión gráfica, *curva de la demanda*. Veamos un ejemplo.

•Demanda

Una escuela requiere de cuadernos especiales para el registro de la asistencia y las calificaciones de sus estudiantes. La escuela compraría 10 cuadernos si el precio es de \$5.00 cada uno, pero adquirirá 20 a un precio de \$4.00, a un precio menor comprará más, y así sucesivamente hasta un punto en el que ya no le fuera útil comprar más cuadernos cualquiera que fuese el precio de ellos. Con estos datos y algunos adicionales para completar un ejercicio, podemos construir una *tabla de demanda* para este bien particular:

Cantidad demandada de cuadernos (unidades)	Precio por cuaderno (\$)
0	6.00
10	5.00
20	4.00
30	3.00
40	2.00
50	1.00

En la tabla se observa claramente la relación inversa entre el precio y la cantidad demandada. Es decir, a mayor precio menor cantidad y viceversa.

Con estos datos contamos con información suficiente para poder elaborar una función de demanda.

---

***La función de demanda expresa la relación entre la cantidad demandada y el precio de un bien.***

---

Estudiaremos a la función de demanda como una función lineal, es decir, como una recta. Ampliaremos este tema en la unidad 10. La ecuación de la recta es:

$$y = mx + b$$

**Donde:**

$m$  = Pendiente

$b$  = Ordenada al origen

*Recuerda que la pendiente indica el grado de inclinación de la recta y la ordenada al origen es el valor en el que la función corta al eje de las ordenadas, dicho de otra manera, es el valor que tendría  $y$  si  $x$  fuera cero. Efectivamente, si sustituimos un valor de cero en  $x$ ,  $y$  tendría un valor de:*

$$y = m(0) + b$$

$$y = b$$

•¿Qué es la pendiente y ordenada al origen de una recta?

La forma de obtener la pendiente es mediante esta sencilla fórmula:

$$m = \frac{y_2 - y_1}{x_2 - x_1}$$

**Donde:**

$m$  = Pendiente

$y_1$  = Cantidad en el punto 1

$y_2$  = Cantidad en el punto 2

$x_1$  = Precio en el punto 1

$x_2$  = Precio en el punto 2

Para obtener la ecuación de cualquier recta, sólo es necesario conocer un punto y la pendiente, o bien, dos puntos que permitan conocer la pendiente.

•¿Cómo se obtiene la ecuación de una recta?

Sustituimos en la ecuación de la recta nuestras variables precio y cantidad, para representar una función de demanda lineal así:

$$Q = -mP + b$$

**Donde:**

P = Precio

Q = Cantidad demandada  
 m = Pendiente  
 b = Ordenada al origen

• ¿Por qué la función de demanda tiene un signo negativo?

El signo negativo de la pendiente (-m) indica que la cantidad demandada está en función inversa al precio. Esto es, según dijimos antes, a mayor precio menor cantidad demandada y viceversa.

Vamos a obtener la función de demanda para el ejemplo de los cuadernos. Necesitamos dos puntos o un punto y la pendiente. Tomemos al precio de 4 pesos con su respectiva cantidad de 20 cuadernos como punto 1 (4,20) y al precio de 2 pesos con su cantidad de 40 cuadernos como punto 2 (2,40). Con esto podemos calcular la pendiente:

**Datos:**

$y_1 = 20$   
 $y_2 = 40$   
 $x_1 = 4$   
 $x_2 = 2$

**Fórmula:**

$$m = \frac{y_2 - y_1}{x_2 - x_1}$$

Sustituimos en la fórmula:

$$m = \frac{40 - 20}{2 - 4} = -10$$

Esto indica que la función de demanda para los cuadernos tiene una pendiente de -10.

Veamos ahora qué sucede con la ordenada al origen, que es el

valor que tomaría la cantidad si el precio fuera cero. Conocemos la pendiente (-10) y tenemos un punto que puede ser el 1 (4,20) o el 2 (2,40). Tomemos el punto 1. Si sustituimos los valores tanto de la pendiente como del punto 1 en la ecuación:

$$Q = -10P + b$$

Así, tenemos:

**Datos:**

$$Q = 20$$

$$P = 4$$

Sustitución:

$$20 = -10(4) + b$$

Ahora podemos despejar a  $b$  para conocer su valor:

$$20 = -40 + b$$

$$20 + 40 = b$$

$$b = 60$$

Tenemos así los elementos suficientes para encontrar la función de demanda de cuadernos que está dada por:

$$Q = -10P + 60$$

Con ella podemos encontrar la cantidad demandada de cuadernos para cualquier precio, por ejemplo, ¿cuántos cuadernos se demandarán si el precio es de \$4.50 cada uno?

Sustituimos este precio en la función:

$$Q = -10(4.50) + 60$$

$$Q = 15$$

Entonces, si el precio de los cuadernos fuera de \$4.50 se demandarían 15. ¿Y si el precio fuera \$1.20?

Sustituimos nuevamente:

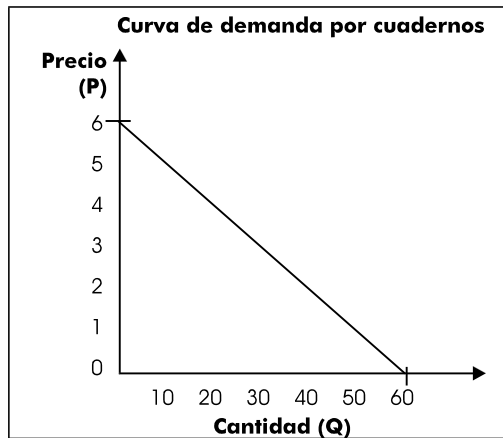
$$Q = -10(1.20) + 60$$

$$Q = 48$$

Este resultado es congruente con lo que planteamos. A menor precio (\$1.20), mayor demanda (48) y a mayor precio (4.50) menor demanda (15).

•Curva de demanda

A la representación gráfica de la función de demanda se le conoce como curva de demanda. En la gráfica siguiente se ilustra la función de demanda por cuadernos, el eje de las  $x$  medirá la cantidad de los cuadernos demandados  $Q$ , y el eje de las  $y$  los precios del mercado  $P$ .



## 2.3. La curva de oferta

---

Los vendedores o productores de un bien acuden al mercado para ofrecer una cierta cantidad del mismo, con el fin de que sea adquirido por los demandantes. Así como la demanda relaciona los precios con las cantidades que los consumidores desean comprar, *una tabla de oferta representa la relación entre los precios y las cantidades que los productores están dispuestos a ofrecer y su gráfica representa la curva de oferta. A diferencia de la curva de demanda, la curva de oferta es normalmente creciente, esto es, a mayor precio mayor cantidad ofrecida y de igual manera, a menor precio menor cantidad ofrecida.*

•Curva de oferta

---

***La cantidad ofrecida de un bien es la cantidad que están dispuestos a ofrecer los productores a un precio dado.***

---

La cantidad ofrecida dependerá, entre otras cosas, del precio que estén dispuestos a pagar los demandantes por el bien y del precio que requieran los oferentes en función de sus costos, es decir, de lo que pagaron por los insumos y factores utilizados en la producción.

La cantidad ofrecida puede no coincidir con la cantidad vendida, es probable que no haya coincidencia entre los intereses de oferentes y demandantes. Por ejemplo, un productor que ofreciera un lápiz con un precio de \$150, sería difícil que encontrara un demandante. En este caso, la cantidad ofrecida sería diferente a la cantidad vendida.

Al igual que la demanda, la oferta puede ser representada mediante una función.

---

*La función de oferta expresa la relación que existe entre la cantidad ofrecida de un bien y el precio del mismo.*

---

Esta función representa siempre el punto de vista del productor.

•¿Por qué es positiva la pendiente de la curva de oferta?

La función de oferta también puede ser obtenida mediante la ecuación de la recta que presentamos antes, sólo que ahora tendrá pendiente positiva, para indicar que, a mayor precio, mayor cantidad ofrecida y viceversa. La función de oferta es entonces:

$$Q = mP + b$$

**Donde:**

Q = Cantidad ofrecida

P = Precio

m = Pendiente

b = Ordenada al origen

Cantidad ofrecida de cuadernos (unidades)	Precio por cuaderno (\$)
60	6.00
50	5.00
40	4.00
30	3.00
20	2.00
10	1.00

Continuemos con el ejemplo de los cuadernos pero ahora bajo la perspectiva de la empresa que los produce. Pensemos que las cantidades que el productor desea ofrecer en el mercado son las que se ilustran en la tabla siguiente y que corresponden a los precios ahí presentados:



Es fácil observar que, entre más elevado es el precio, mayor es el número de cuadernos que se ofrecerá.

Como en el caso de la demanda, podemos, partiendo de estos datos, encontrar la función de oferta. Sabemos que, para ello, requerimos conocer dos puntos o bien un punto y la pendiente, tomemos como punto 1 a (5,50) y a (2,20) como punto 2.

Obtengamos, en primer lugar, la pendiente:

**Datos:**

$$y_1 = 50$$

$$y_2 = 20$$

$$x_1 = 5$$

$$x_2 = 2$$

Sustituimos en la fórmula de la pendiente:

$$m = \frac{50 - 20}{5 - 2} = 10$$

La función de oferta de los cuadernos tiene, entonces, una pendiente de 10, que en contraste con la de demanda, ahora es positiva.

Pasemos a calcular la ordenada al origen (el valor que tomaría la cantidad ofrecida si el precio fuera cero) tomando al punto 2 (2,20) y la pendiente (10). Sustituimos estos valores en la ecuación de oferta:

**Datos:**

$$Q = 20$$

$$P = 2$$

$$m = 10$$

**Sustitución:**

$$20 = 10(2) + b$$

Despejando  $b$ , tenemos:

$$20 = 20 + b$$

$$20 - 20 = b$$

$$b = 0$$

La ordenada al origen es ahora cero, lo que significa que si el precio de los cuadernos es cero, el productor no está dispuesto a ofrecer ninguna cantidad en el mercado, lo que parece perfectamente lógico.

Contamos ahora con todos los elementos para construir la función de oferta de cuadernos así:

$$Q = 10P + 0$$

¿Cuántos cuadernos se ofrecerán si el precio es de \$7.80 pesos cada uno?

Sustituimos el precio en la función de oferta:

$$Q = 10(7.80) + 0$$

$$Q = 78$$

¿Qué sucede con la cantidad ofrecida si el precio es ahora de \$9.70?

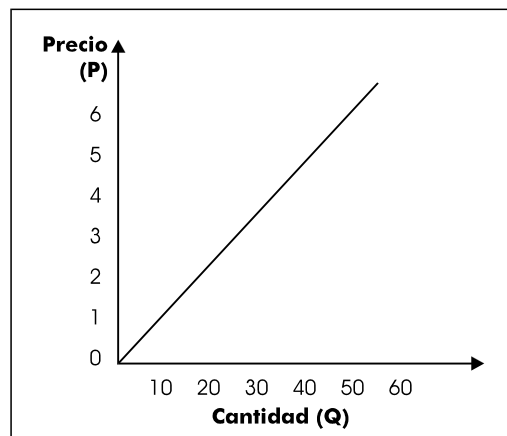
Sustituimos este precio en la función:

$$Q = 10(9.70) + 0$$

$$Q = 97$$

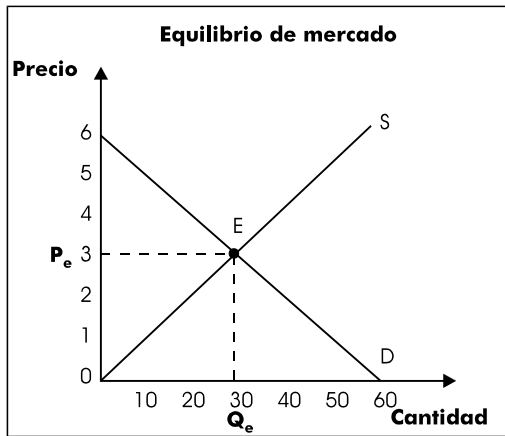
Esto confirma que a mayor precio (\$9.70) mayor cantidad ofrecida (97).

La representación gráfica de la función de oferta es conocida como la *curva de oferta* (S). En la gráfica siguiente se representa la curva de oferta construida con los datos contenidos en la tabla anterior:



## 2.4. El equilibrio en el mercado

**A**l reunir las dos curvas, la de oferta y la de demanda, obtenemos *la representación gráfica de un mercado*. Traslademos las gráficas de demanda y oferta de cuadernos a un solo sistema de ejes para encontrar el equilibrio del mercado:



El punto de intersección de la oferta (S) y la demanda (D), es el que denominamos punto de equilibrio (E). En él, encontramos un precio  $P_e$  (\$3.00) y una cantidad  $Q_e$  (30), a éstos los denominamos precio y cantidad de equilibrio respectivamente y son aquellos en que los demandantes y los oferentes

coinciden y realizan el intercambio.

•¿Cuándo está en equilibrio el mercado?

*Cuando la cantidad ofrecida de un bien es igual a la cantidad demandada del mismo se dice que el mercado está en equilibrio.*

El equilibrio puede calcularse también en forma algebraica. Recordemos las funciones obtenidas, tanto para oferta como para demanda:

**Función de demanda**

$$Q = -10P + 60$$

**Función de oferta**

$$Q = 10P + 0$$

Este par de ecuaciones conforman *un sistema de ecuaciones simultáneas*, de modo que pueden ser resueltas por cualquiera de los métodos conocidos (igualación, sustitución o suma y resta). La solución nos dará el punto de equilibrio para el mercado de cuadernos, con un precio y una cantidad que ya conocemos por el método gráfico.

Encontremos el precio y la cantidad de equilibrio por medio del método de sustitución. Despejamos de una de las ecuaciones a la variable **P** y la sustituimos en la otra.

Despejemos **P** de la función de oferta.

$$Q = 10P + 0$$

$$Q = 10P$$

$$P = \frac{Q}{10}$$

Ahora sustituimos ese valor encontrado en la ecuación de demanda:

$$Q = -10\left(\frac{Q}{10}\right) + 60$$

$$Q = \frac{-10Q}{10} + 60$$

$$Q = -Q + 60$$

$$Q + Q = 60$$

$$2Q = 60$$

$$Q = \frac{60}{2}$$

$$Q = 30$$

Esta cantidad es la cantidad de equilibrio, cuyo valor ya conocíamos desde la representación gráfica y que podemos representar como  $Q_e = 30$ . Ahora procedemos a encontrar el precio de equilibrio sustituyendo la cantidad de equilibrio en cualquiera de las funciones; hagámoslo en la demanda:

**Función de demanda:**

$$Q = -10P + 60$$

Si  $Q = 30$

**Entonces:**

$$30 = -10P + 60$$

$$30 - 60 = -10P$$

$$-30 = -10P$$

$$\frac{-30}{-10} = P$$

$$P = 3$$

Entonces, el precio de equilibrio es \$3.00 que podemos representar como  $P_e = 3$  y que coincide igualmente con el que encontramos en el análisis gráfico.

Los oferentes y los demandantes de cuadernos coinciden en intercambiar 30 cuadernos a un precio de \$3.00 cada uno.

En la siguiente tabla hemos conjuntado las cantidades ofrecidas y demandadas en cada nivel de precios:

Precio unitario (\$)	Cantidad ofrecida de cuadernos	Cantidad demandada de cuadernos
5	50	10
4	40	20
<b>3</b>	<b>30*</b>	<b>30*</b>
2	20	40
1	10	50

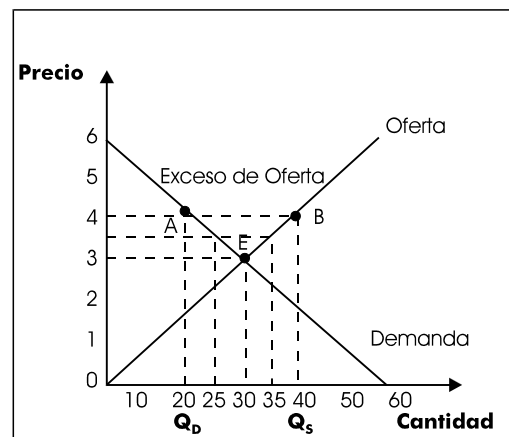
Podemos observar que el punto en el que coinciden la oferta y la demanda es precisamente el que encontramos tanto gráfica como algebraicamente.

Pero, ¿cuál es el mecanismo que permite llegar a este punto? ¿Qué sucede antes de llegar al equilibrio? ¿Y después de él? Antes del punto de equilibrio, observamos que la cantidad ofrecida de cuadernos es mayor a la demandada, por lo que no hay acuerdo entre compradores y vendedores. En tanto que, después del punto de equilibrio, la cantidad demandada es mayor a la ofrecida, por tanto, tampoco puede haber acuerdo. En estas situaciones existe *un exceso de oferta* y *un exceso de demanda* respectivamente.

Un *exceso de oferta* tiene lugar cuando, a un precio dado, los vendedores ofrecen en el mercado más bienes de los que los demandantes están dispuestos a adquirir. Podemos apreciar esta situación en la gráfica que se presenta en seguida:

• ¿Cuándo hay un exceso de oferta?

Supongamos que los compradores demandan 20 cuadernos a un precio de \$4.00, esto nos sitúa en el punto **A** de la demanda. A ese precio, trazamos una línea hasta encontrar a la oferta, en el punto **B**, observamos que los vendedores desean ofrecer 40 cuadernos, obviamente, este precio no es el de equilibrio. El mecanismo de mercado empieza a operar

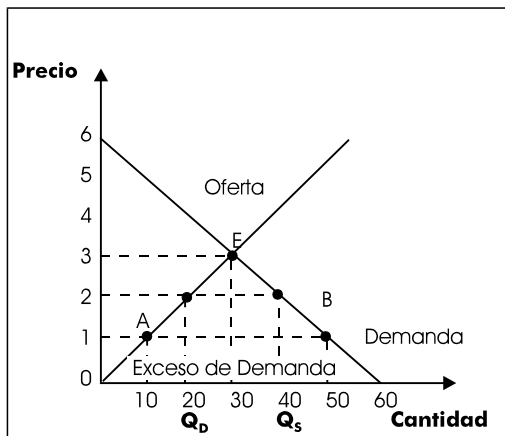


ahora, los oferentes, al encontrarse con que no pueden vender a ese precio, tendrán que disminuirlo a fin de que los compradores adquieran cuadernos. La disminución en el precio puede ser, por ejemplo de 0.50 centavos, y cada cuaderno se ofrecerá a \$3.50, ¿qué cantidad se ofrecerá a ese precio? Observemos la gráfica, aproximadamente 35 cuadernos. Ahora bien, ¿qué cantidad se demandará a ese precio? cerca de 25.

Nuevamente éste no es un punto de equilibrio, puesto que la cantidad demandada es diferente de la ofrecida. Continuamos, otra vez, los oferentes, al ver que sus expectativas de venta no son cubiertas, disminuirán nuevamente el precio, ahora a \$3.00. ¿Qué cantidad se ofrece a ese precio? 30 cuadernos, ¿qué cantidad se demanda? 30 cuadernos; pues bien, hemos llegado al punto de equilibrio.

•¿Cuándo hay un exceso de demanda?

Un *exceso de demanda* aparece cuando a un precio dado los consumidores demandan más bienes en el mercado de los que los vendedores están dispuestos a ofrecer. Observemos la gráfica siguiente:



Si los productores desearan vender 10 cuadernos a un precio de \$1.00 cada uno (punto **A**), se encontrarían con que los demandantes desean adquirir 50 unidades a ese precio (punto **B**), en este caso ellos enfrentarían un problema de exceso de demanda.

Como en el caso de un *exceso de oferta*, el mecanismo de mercado empieza a operar. Los productores en tal situación, tendrán un incentivo para elaborar más cuadernos, puesto que hay una demanda insatisfecha. Elevarán su producción a 20 cuadernos, pero a ese nivel de oferta corresponde un precio de \$2.00, con el que los demandantes desean comprar 40 cuadernos; aún existe una demanda insatisfecha. Ahora los productores elevarán nuevamente su oferta y pondrán en el mercado 30 cuadernos a un precio de \$3.00 (punto **E**), en ese precio los demandantes desean igualmente comprar 30 cuadernos a un precio de \$3.00. Hemos llegado nuevamente al equilibrio.