**Escuela: CENS ZONDA**
**Docente: Páez César Daniel**
Curso 3er Año-
Nivel Secundario de Adultos
Turno: Noche
Área curricular: Economía Política

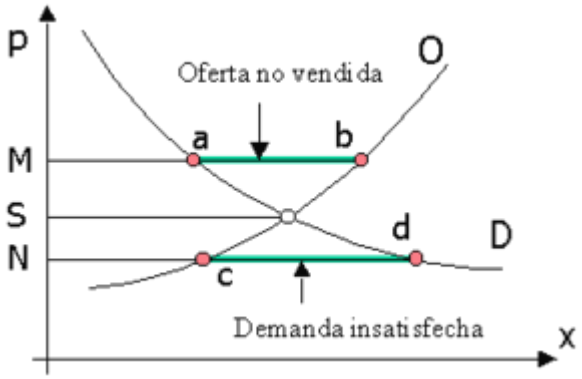
**Título de la Propuesta:** "El Mercado y la Demanda. Cantidades demandadas, aumento y disminución. Curvas. Desplazamientos. El Mercado y la Oferta. Cantidades ofrecidas, aumento y disminución. Curvas. Desplazamientos".

**Lea atentamente los textos, responda a las distintas propuestas.**

## Demanda y Oferta

El Mercado y la Demanda.

La ley de la **oferta y demanda** es un modelo económico básico postulado para la formación de precios de mercado de los bienes dentro de la escuela neoclásica y otras afines, usándose para explicar una gran variedad de fenómenos y procesos tanto macro como microeconómicos. Además, sirve como base para otras teorías y modelos económicos




## Formulación básica

El modelo en su versión más sencilla se basa en la relación entre el precio de un bien y las ventas del mismo, y asume que en un mercado de competencia perfecta, el precio de mercado se establecerá en un punto —llamado punto de equilibrio precio— en el cual se produce un vaciamiento del mercado, es decir, todo lo producido se vende y no queda demanda no satisfecha. El postulado de la oferta y la demanda implica tres leyes:

1. Cuando, al precio corriente, la demanda excede la oferta, aumenta el precio. Inversamente, cuando la oferta excede la demanda, disminuye el precio.
2. Un aumento en el precio disminuye, más tarde o más temprano, la demanda y aumenta la oferta. Inversamente, una disminución en el precio aumenta, más tarde o más temprano, la demanda y disminuye la oferta.
3. El precio tiende al nivel en el cual la demanda iguala la oferta.

Naturalmente cuando falla algunas de las asunciones el comportamiento observado y el predicho resultan algo discrepantes, se han intentado versiones más complicadas del modelo substituyendo los supuestos básicos por otras asunciones lógicamente menos restrictivas, pero en esos casos el modelo puede llegar a ser notoriamente más complicado.

Actividades

Para un aumento del precio se produce ……..…… de las cantidades demandadas.

Si disminuye el precio las cantidades demandadas…….

Cuando muchos compradores quieren comprar un bien que está de moda, el precio …….

Si la producción de un bien aumentó, el precio ……..

Es enero, la producción de tomates está en su máximo nivel, ¿qué sucederá con el precio del tomate? ……

Es Junio, averigüe el precio del kg. De tomate y diga si está más caro o más barato, diga también las causas que usted piensa que ha hecho determinar ese precio.

……
……
……
……..

Observe el gráfico anterior, explique que sucede en el Precio M y en el Precio N, ¿cómo es que se llegaría al punto S?

……
……

## Orígenes del modelo

A pesar de que el modelo es generalmente atribuido a Alfred Marshall (debido a que ese autor formalizó, analizó y extendió su aplicación), el origen del concepto es anterior..

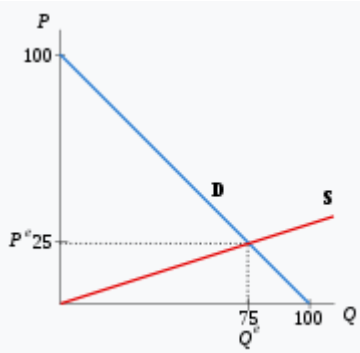
La expresión 'oferta y demanda' fue acuñada por James Steuart Denham en su obra Estudio de los principios de la economía política, publicada en 1767. Adam Smith usó esta frase en su libro de 1776 La riqueza de las naciones, y David Ricardo, en su libro Principios de política económica e impositiva de 1817, tituló un capítulo "Influencia de la demanda y la oferta en el precio".Fue explicada en 1730 por el economista Irlandés Richard Cantillón, en su "Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general."

En La riqueza de las naciones, Smith asume, en general, que la demanda es relativamente fija en el plazo corto y mediano (dependiendo últimamente de la cantidad de personas), y que, consecuentemente, es únicamente la oferta la que hace que el precio suba o baje. Conviene recordar que en aquellos tiempos las empresas eran pequeñas, y solo podían contribuir, cada una, fraccionalmente a satisfacer la demanda. Esto, junto a la existencia de libre competencia, hacia que los precios de mercados disminuyeran al máximo posible, tendiendo al costo de producción, el que, a su vez, depende de consideraciones técnicas, no de la demanda.

David Ricardo va aún más lejos afirmando: «Por abundante que sea la demanda, nunca puede elevar permanentemente el precio de una mercancía sobre los gastos de su producción, incluyendo en ese gasto la ganancia de los productores. Parece natural por lo tanto buscar la causa de la variación del precio permanente en los gastos de producción. Diminuyase esos y (el precio de) la mercadería debe finalmente decaer, auméntense y seguramente subirán. ¿Qué tiene todo eso que ver con la demanda?».

Durante los últimos años del siglo XIX surgió la escuela de pensamiento marginal. Este campo fue iniciado por Stanley Jevons, Carl Menger y Léon Walras. La idea principal es que el precio se establecía a partir de la demanda: los consumidores solo pagan lo que consideran adecuado por la utilidad que perciben recibirán de los bienes, cualquiera sea

el costo de producción. Esto fue un cambio sustancial respecto a las ideas de Adam Smith sobre la determinación del precio de venta.




"Tijeras de Marshall". P = precio. Q = cantidad producida. D (línea azul) = demanda. S (línea roja) = oferta.

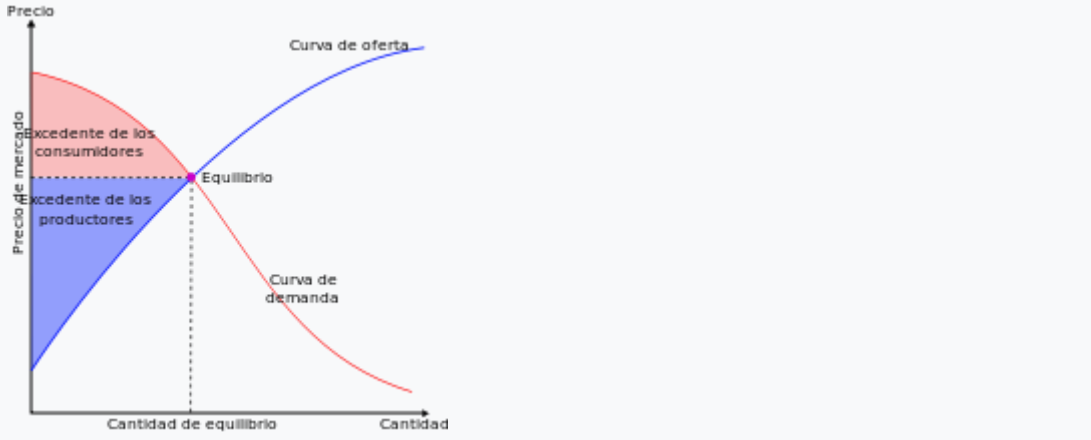
Este modelo fue criticado más tarde por Alfred Marshall en su *Principios de economía*. Marshall re-introduce a la visión marginalista, a través de la metáfora conocida como las **tijeras de Marshall**, la consideración del efecto de la oferta, formalizando el modelo de la oferta y la demanda.

> Podríamos con la misma sensatez discutir acerca de si es la hoja superior o la inferior de una tijera la que corta un pedazo de papel que si el valor está controlado por la utilidad o por el costo de producción.

Desde finales del siglo XIX, esta teoría de la oferta y la demanda se ha mantenido prácticamente inamovible. La mayoría de los estudios posteriores se han centrado en buscar adecuar el modelo a situaciones más reales, incorporando aspectos tales como los costes de transacción, la racionalidad limitada o incluso el principio de no racionalidad, etc. basados en la percepción que es el caso que la situación real del mercado corresponde a una de competencia imperfecta.

Por ejemplo –desde las primeras décadas del siglo XX– una variedad de autores, tales como Joan Robinson,[12] Edward Hastings Chamberlin; Heinrich Freiherr von Stackelberg, Jan Tinbergen, Wassily Leontief, etc., introdujeron una serie de adecuaciones o modificaciones parciales a la formalización de Marshall.

## Teoría fundamental




Excedente de los consumidores y los productores en el punto de equilibrio para las curvas de oferta y demanda.

El modelo establece que en un mercado libre, la cantidad de productos ofrecidos por los productores y la cantidad de productos demandados por los consumidores dependen del precio de mercado del producto. La ley de la oferta indica que la oferta es directamente proporcional al precio; cuanto más alto sea el precio del producto, más unidades se ofrecerán a la venta. Por el contrario, la ley de la demanda indica que la demanda es inversamente proporcional al precio; cuanto más alto sea el precio, menos demandarán los consumidores. Por tanto, la oferta y la demanda hacen variar el precio del bien.

Según la ley de la oferta y la demanda, y asumiendo esa competencia perfecta, el precio de un bien se sitúa en la intersección de las curvas de oferta y demanda. Si el precio de un bien está demasiado bajo y los consumidores demandan más de lo que los productores pueden poner en el mercado, se produce una situación de escasez, y por tanto los consumidores estarán dispuestos a pagar más. Los productores subirán los precios hasta que se alcance el nivel al cual los consumidores no estén dispuestos a comprar más si sigue subiendo el precio. En la situación inversa, si el precio de un bien es demasiado alto y los consumidores no están dispuestos a pagarlo, la tendencia será a que baje el precio, hasta que se llegue al nivel al cual los consumidores acepten el precio y se pueda vender todo lo que se produce.

Actividades:

Cuáles son los supuestos de este modelo?

……
……
……
……
……

¿Qué sucede si el precio de un bien está demasiado bajo y los consumidores demandan más de lo que los productores pueden poner en el mercado?

……
……
……
……..

A qué se le denomina el enunciado que dice que la oferta es directamente proporcional al precio; cuanto más alto sea el precio del producto, más unidades se ofrecerán a la venta

……
……..

La ley de la demanda indica que la demanda es …… proporcional al ……; cuanto más …….. sea el precio, menos ……. los consumidores.