

Oferta, demanda, y mercado

6 Oferta

Ofrecer es tener la intención o estar dispuesto a vender, mientras que vender es hacerlo realmente. La oferta recoge las intenciones de venta de los productores.

El lado de la oferta tiene que ver con los términos en los que las empresas desean producir y vender sus productos.

7 Ley de la oferta

La ley de la oferta expresa la relación directa que existe entre el precio y la cantidad ofrecida: al aumentar el precio se incrementa la cantidad ofrecida.

debemos centrarnos en las variaciones de las otras variables distintas al precio, tales como:

- El precio de los factores productivos. Tiene lugar una reducción en el precio de los fertilizantes, los agricultores se sentirán dispuestos a producir más cereales que al precio anterior a la disminución.

- La tecnología existente. Asimismo, una mejora en la tecnología puede, por ejemplo, contribuir a reducir los costes de producción y a incrementar los rendimientos

- El número de empresas oferentes. Un aumento del número de empresas, que se puede producir por lo atractivo del precio o por otras razones como las facilidades que encuentran para establecerse en una zona o país, también se traduce en un aumento de la oferta

3 Equilibrio en el mercado

En el equilibrio, dado que la cantidad ofrecida y la demanda se igualan, no hay ni escasez ni excedente.

En Economía entendemos por equilibrio aquella situación en la que no hay fuerzas inherentes que inciten al cambio.

Se tendrá una combinación de equilibrio de precio, cantidad ofrecida y demandada, cuando rijan en el mercado un precio para el que no haya ni compradores ni vendedores frustrados que tiendan a empujar los precios al alza o a la baja para adquirir las cantidades deseadas o estimular sus ventas.

4 El funcionamiento de los mercados y asignación de los recursos

Si se cumplen determinadas condiciones sobre el comportamiento de los agentes, se puede guiar la asignación de los recursos entre los diferentes sectores.

Este cambio puede hacer que aparezca escasez de un bien y exceso de oferta de otro. La escasez generará un aumento del precio, y el exceso de oferta un descenso.

Precios bajos estimulan el consumo y desaniman la producción, mientras que precios altos tienden a reducir el consumo y estimulan la producción.

5 Los efectos del establecimiento de un precio máximo

Con un precio máximo el gobierno pretende mantener el precio de un bien por debajo de un determinado nivel.

Para que un precio máximo sea relevante éste debe ser inferior al precio de equilibrio.