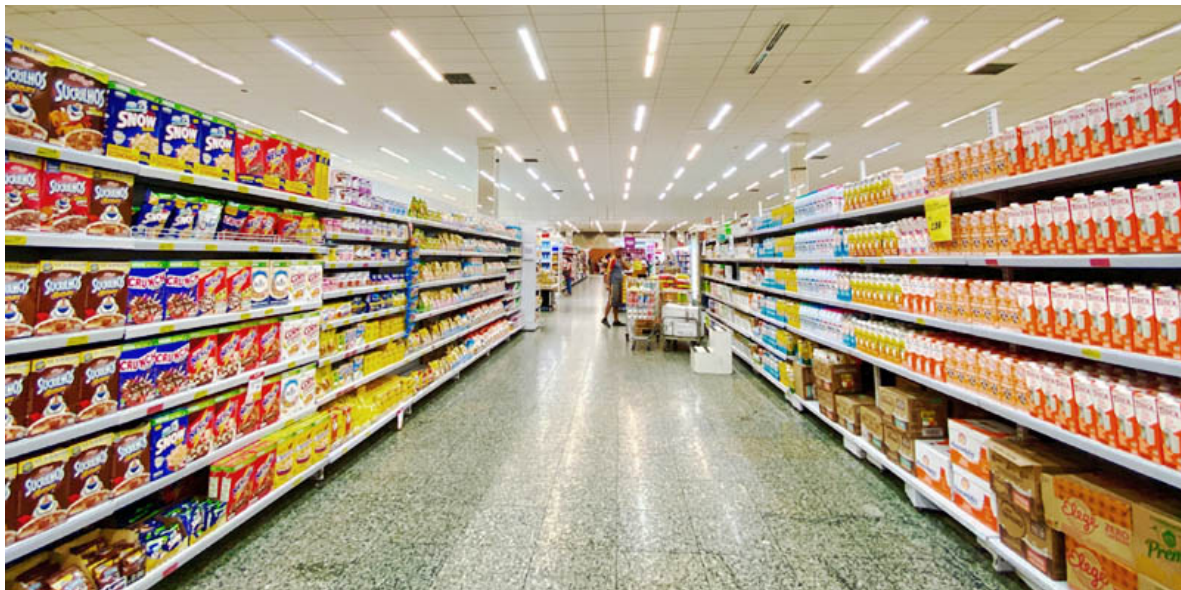


FUNCIONES DE OFERTA Y DEMANDA, EQUILIBRIO, DESPLAZAMIENTOS, MOVIMIENTOS Y EFECTOS DE LOS IMPUESTOS

La oferta y la demanda son, probablemente, los conceptos más fundamentales de la economía. El concepto del mercado se define generalmente como un número de compradores y vendedores (o demandantes y oferentes) de un bien o servicio determinado, que están dispuestos a negociar con el objetivo de intercambiar bienes.

Comenzaremos primero explicándolos de manera separada y después mostraremos sus interacciones conjuntas.



Demanda

La demanda, en economía, es la cantidad de bienes o servicios que la población pretende conseguir para satisfacer sus necesidades o deseos. Estos bienes o servicios pueden ser muy variados, como alimentos, medios de transporte, educación, actividades de ocio, medicamentos, entre muchas otras cosas; es por ello que se considera que prácticamente todos los seres humanos son demandantes.

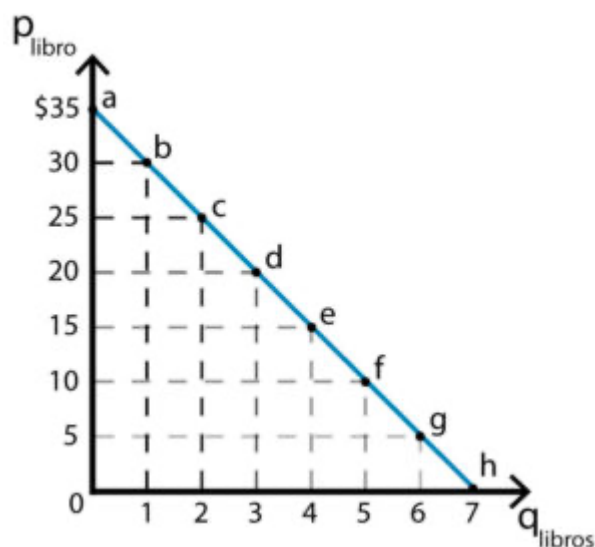
Se considera que la demanda se encuentra influenciada por cinco supuestos que determinarán el aumento o la disminución de esta:

- Precio. En primer lugar, el precio de los bienes y los servicios. Es decir, el valor monetario de los mismos. Generalmente los precios son inversamente proporcionales a la demanda.
- Oferta. El segundo supuesto es la disposición de los bienes y servicios (oferta), es decir, si existe algún individuo o empresa que los ofrece y en qué cantidades lo realiza.
- Lugar. En tercer lugar, puede ser mencionado el lugar, es decir, cuál es el medio en el que se ofrecen los bienes o servicios; este espacio puede ser físico o virtual.
- Capacidad de pago. En cuarto lugar, se encuentra la capacidad de pago del demandante, es decir, si posee los medios monetarios para acceder a los bienes.
- Necesidades. El último supuesto que puede ser mencionado son los deseos y las necesidades. Las necesidades son aquellas que resultan básicas, como alimentos, vestimentas, etc. Los deseos son anhelos más específicos, como la compra de ropa de una determinada marca.

La demanda es estudiada en economía junto a la oferta, es decir, la cantidad de bienes o servicios que se dispone a la venta. Ambas son analizadas de manera conjunta, ya que estas dos son las que determinan la cantidad de bienes y servicios que serán producidos y el valor económico que tendrán.

La curva de la demanda muestra la cantidad de un bien específico que los consumidores o la sociedad están dispuestos a comprar en función del precio del bien y al ingreso disponibles. Esta curva muestra una relación inversa entre el precio del producto y la cantidad demandada, dando lugar a una pendiente negativa. La razón por la que esto ocurre se conoce como la ley de la demanda y, considerando bienes ordinarios, cuanto más alto sea el precio, menor será la demanda y viceversa.

Analizaremos la demanda desde un punto de vista puramente microeconómico: un único individuo, llamémosla Marta. La demanda de Marta de, por ejemplo, libros, se muestra en la siguiente figura. Si el precio del libro son 35 o más, Marta no demandará ningún libro (punto a); dadas sus preferencias, preferirá gastar su dinero en otro bien. No obstante, si el precio del libro se reduce a 30, Marta está dispuesta a comprar uno (punto b). Si se reduce hasta los 20, Marta comprará dos libros (punto c) y así sucesivamente. Si unimos todos los puntos (a-h), obtenemos la curva de la demanda de Marta. Cabe mencionar que, con el objetivo de simplificar, consideramos que la curva de la demanda termina en los ejes.



Oferta

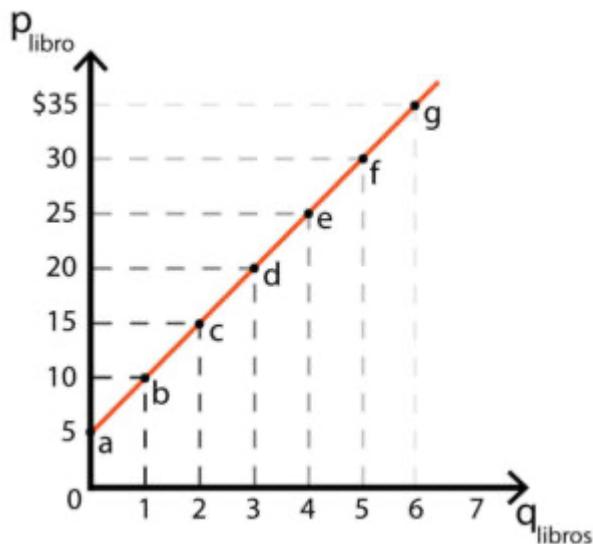
La oferta puede ser definida como la cantidad de bienes y/o servicios que las distintas organizaciones, empresas o personas tienen la capacidad y deseo de vender en el mercado, en un determinado lapso de tiempo y espacio, en un particular valor pecuniario, con el fin de satisfacer deseos y/o necesidades.

Algunos elementos clave de la oferta son los siguientes:

- Disposición de venta. En este caso, se habla de los deseos del vendedor o productor de ofrecer su mercancía o servicio. Estos deseos suelen ser determinados por los precios de la oferta. Si los precios son altos, los vendedores desean ofrecer su bien o servicio. En caso contrario, muchas veces se opta por conservarlo.
- Vendedores. Cuando se habla de vendedores se hace referencia a sujetos físicos, o bien a cualquier tipo de organización o empresa que posea la capacidad para ofrecer los bienes y/o servicios.
- Cantidad. En este caso, se hace referencia al número preciso de cada producto o servicio que los vendedores desean ofrecer en el mercado.
- Capacidad de venta. Este elemento no depende de la voluntad de los vendedores, sino más bien de aquello que tienen la posibilidad de producir u ofrecer en un determinado lapso de tiempo y a cierto precio.
- Deseos y necesidades. Cuando se habla de deseos de los compradores no se habla de necesidades concretas, sino más bien de anhelos. Por ejemplo, deseo una blusa o saco de determinada marca. En cambio, las necesidades son ciertos requerimientos básicos de las personas de los cuales se hallan privados, por ejemplo, la necesidad de abrigo.
- Mercado. Este es el lugar donde pueden ser intercambiados bienes y/o servicios a cambio de dinero. Este espacio puede ser físico o virtual, por ejemplo, por medio de internet.

- Lapso de tiempo. En este caso se hace referencia al ciclo en que los bienes y/o servicios pueden ser encontrados en el mercado. Pueden ser semanas, meses, años.
- Precio. Cuando se habla de precios se hace referencia al valor pecuniario expresado en una determinada moneda que poseen los productos y/o servicios.

Veamos ahora cómo se construye una **curva de oferta**, empezando con la oferta de un único individuo, cuyo nombre es Ana. Ana está dispuesta a ofertar libros por 10 o más, esto es, Ana no oferta ningún libro por 5 (punto a). Sin embargo, si el precio del libro aumenta a 10, Ana está dispuesta a vender un libro (punto b). Si aumenta hasta los 15, Ana venderá dos libros (punto c), y así sucesivamente. Si unimos todos los puntos (a-g), tendremos como resultado la curva de oferta de Ana. Nótese que la curva de oferta continua hacia arriba y parece no tener límite, una hipótesis hecha para simplificar. Por supuesto, Ana tendrá dificultades en ofertar más de cierta cantidad de libros, pero mantengámoslo simple y no pensemos en el límite máximo de la curva de la oferta.



La oferta y la demanda son dos términos que se encuentran vinculados de manera estrecha. Cuando se habla de demanda, se hace referencia a la cantidad de bienes y/o servicios que la gente desea adquirir. La oferta es otro de los motores del mercado.

Cuando estas dos fuerzas de mercado se unen, son los determinantes de la cantidad de bienes y/o servicios que se producirán y a qué precio serán vendidos. No es necesaria la presencia de ningún otro agente para que fije los precios en caso de que se hable de libre oferta y demanda.

La ley de oferta y demanda establece que:

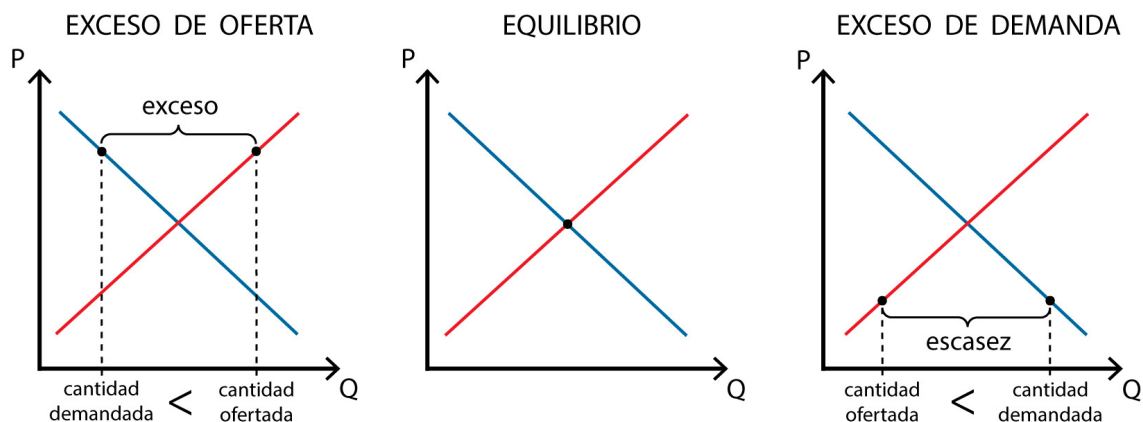
- Si la demanda es mayor a la oferta, es decir, hay escasez de productos, se genera una subida de los precios, porque no hay suficientes productos para todos los compradores.
- Si la oferta es mayor que la demanda, es decir, hay sobreproducción de productos, se genera una baja de los precios para que se puedan vender y no sean desechados.
- El precio del libre mercado tiende a equilibrar la cantidad demandada y la oferta, además de algunas restricciones que suelen aplicar los Estados.

Equilibrio del mercado

Las curvas de oferta y demanda definen el equilibrio de mercado, esto es, donde la demanda del producto se cruza con la oferta. En este punto se da lo que conocemos como el punto de equilibrio, con su correspondiente precio y cantidad de equilibrio.

Es posible que existan desequilibrios cuando las cantidades demandadas no igualan las cantidades ofertadas. Existen una serie de escenarios donde esto puede ocurrir. En aquellas situaciones en las que la cantidad demandada es mayor a la cantidad ofertada, el mercado se encuentra en una situación de exceso de demanda. Cuando lo contrario ocurre, estaremos hablando de un exceso de oferta. Los precios se tendrán que ir

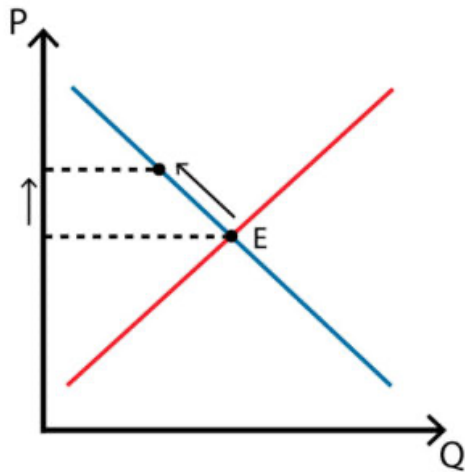
ajustando gradualmente a través de diferentes mecanismos de mercado hasta que se dé con el precio de equilibrio.



Movimientos y desplazamientos

Cuando se analizan la oferta y demanda y sus respectivas curvas, es importante saber entender y discernir dos aspectos: movimientos a lo largo de las curvas y desplazamientos de las curvas.

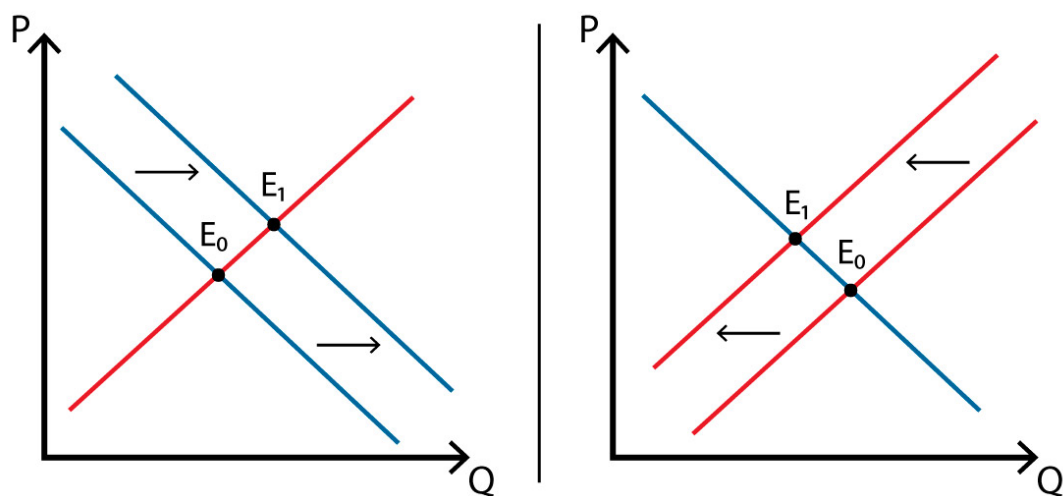
Un movimiento hace referencia a un cambio en cualquiera de las dos curvas, ya sea la de oferta o demanda, que se da cuando existe un cambio en la cantidad causado por un cambio en el precio o viceversa. Un incremento en el precio del bien o servicio causará un movimiento a lo largo de la curva de la demanda, disminuyendo la cantidad demandada. En el caso de las curvas de oferta, como hemos visto anteriormente, un incremento en el precio también aumentaría la cantidad ofertada. Es importante entender que los movimientos a lo largo de las curvas nunca cambian al precio de equilibrio, puesto que los movimientos a lo largo de las curvas nunca le afectan. En la siguiente figura podemos ver un incremento en el precio (digamos que debido a un incremento en el IVA), que causa un movimiento a lo largo de la curva de la demanda.



A veces el mercado sufre por cambios debido a desplazamientos de la curva de la oferta y/o demanda. Estos desplazamientos de las curvas siempre resultan en un nuevo equilibrio de mercado. Cuando se da uno de estos desplazamientos, la curva entera se desplaza, lo que significa que para cada precio existe una nueva cantidad ofertada o demandada. Este desplazamiento de la curva puede ocurrir en dos direcciones, hacia arriba o hacia abajo, o si se prefiere hacia la izquierda o hacia la derecha. Dependiendo de la curva que estemos considerando, utilizaremos una o la otra.

La curva de la demanda puede desplazarse por múltiples razones, como, por ejemplo, un incremento en los niveles de ingreso de los consumidores que se traduce en un incremento de la demanda agregada de un bien normal para cada nivel de precio, y, por tanto, hace que se desplace toda la curva de la demanda hacia la derecha (figura de la izquierda). Otros ejemplos incluyen cambios en los precios de los competidores (bienes sustitutivos), cambios en bienes complementarios, gustos, expectativas, número de compradores, estacionalidad, etc. Los desplazamientos de las curvas de oferta también son motivados por una variedad de razones diferentes, tales como el precio de los factores productivos. Utilizando el ejemplo anterior de los libros, el aumento del precio del papel hace que la curva de oferta se desplace hacia la izquierda, puesto que la misma cantidad de libros se tiene que vender a un precio mayor (figura de la derecha). Otras

variables que pueden desplazar la curva de la oferta incluyen el progreso tecnológico, las expectativas, el número de vendedores, etc.



¿Cómo influyen los impuestos en la oferta y la demanda?

Los impuestos desempeñan un papel crucial en la regulación de los mercados al influir en el comportamiento tanto de los consumidores como de los productores. Al imponer impuestos a ciertos bienes y servicios, los gobiernos pueden impactar directamente la dinámica de la oferta y la demanda en el mercado. Los impuestos pueden utilizarse para desalentar el consumo de productos nocivos o socialmente indeseables, promover el consumo de bienes beneficiosos y generar ingresos para el gasto público. Comprender cómo los impuestos afectan la oferta y la demanda es esencial tanto para los formuladores de políticas como para los participantes del mercado.

Cuando se aplica un impuesto a un bien o servicio específico, puede afectar el precio y la cantidad de equilibrio en el mercado. Si la demanda de un producto es relativamente inelástica, lo que significa que los consumidores no responden mucho a los cambios de

precios, es probable que soporten una proporción mayor de la carga tributaria. Por el contrario, si la oferta es inelástica, los productores soportarán una carga mayor.

Por ejemplo, consideremos el mercado de los cigarrillos. Si el gobierno impone un impuesto más alto a los cigarrillos, el precio de los cigarrillos aumentará. Sin embargo, dado que la demanda de cigarrillos suele ser inelástica, los fumadores pueden seguir comprándolos a pesar del precio más alto. Como resultado, los consumidores soportan una parte importante de la carga fiscal. Por otro lado, si el impuesto a los cigarrillos reduce los márgenes de ganancia de las empresas tabacaleras, estas pueden decidir reducir la producción o salir del mercado por completo. Esta reducción de la oferta puede aumentar aún más el precio, trasladando una mayor parte de la carga fiscal a los consumidores.

Si bien los impuestos pueden usarse para desalentar ciertos comportamientos, los subsidios fiscales pueden emplearse para alentar otros. Un subsidio fiscal es un incentivo financiero ofrecido por el gobierno para promover el consumo o la producción de bienes o servicios específicos. Al reducir el costo de producción o consumo, los subsidios fiscales pueden estimular la demanda y la oferta en la dirección deseada.

Por ejemplo, muchos gobiernos ofrecen subsidios fiscales para fuentes de energía renovables como paneles solares o turbinas eólicas. Estos subsidios reducen el costo de instalación y operación de estas tecnologías, haciéndolas más asequibles para los consumidores. Como resultado, aumenta la demanda de energía renovable, lo que provoca un cambio en el equilibrio del mercado. Este cambio fomenta la producción y el desarrollo de tecnologías de energía renovable y, en última instancia, promueve un sector energético más sostenible.

Un caso notable de regulación del mercado a través de impuestos es la implementación de impuestos al carbono. Los impuestos al carbono se aplican al contenido de carbono de los combustibles fósiles y tienen como objetivo reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y combatir el cambio climático. Al aumentar el costo del uso de combustibles

fósiles, los impuestos al carbono incentivan a los consumidores y productores a optar por alternativas más limpias.

Por ejemplo, en Canadá, el gobierno federal ha implementado un impuesto al carbono, que aumenta el precio de la gasolina y otros productos intensivos en carbono. Como resultado, es más probable que los consumidores opten por vehículos eléctricos o transporte público, lo que reduce la demanda de gasolina. Por el lado de la oferta, los impuestos al carbono alientan a las empresas a invertir en fuentes de energía renovables y adoptar métodos de producción más limpios. Este cambio de comportamiento ayuda a mitigar el impacto ambiental de las emisiones de carbono e impulsar la transición hacia una economía más verde.

Referencia:

Policonomics (s.f.). Oferta y demanda. Recuperado de: <https://policonomics.com/es/oferta-demanda/>

Equipo Editorial, Etecé (2021). Demanda. Enciclopedia Concepto. Recuperado de: <https://concepto.de/demanda/>

Equipo Editorial, Etecé (2025). Oferta. Enciclopedia Concepto. Recuperado de: <https://concepto.de/oferta/>

FasterCapital (s.f.). Cómo Los Impuestos Influyen en la Oferta y la Demanda. Recuperado de: <https://fastercapital.com/es/preguntas-emprendedoras/c%C3%B3mo-los-impuestos-influyen-en-la-oferta-y-la-demanda.html/1>