El mercado: oferta y demanda

El precio sube cuando falta y baja cuando sobra. Toda la unidad cabe en esa frase; el resto son apuntes para saber usarla.

1 · Qué es un mercado

Para la economía, un **mercado** es **cualquier encuentro entre compradores y vendedores** de un bien o de un servicio, tenga lugar físico o no. Lo son el mercadillo del sábado y la cafetería del instituto, pero también **Wallapop** (segunda mano, nacida en Barcelona en 2013), **Vinted** (ropa usada), **Idealista** (viviendas) o la **Bolsa de Madrid** (acciones de empresas).

Los cuatro elementos de todo mercado

1. Los **demandantes**: quien quiere comprar.
2. Los **oferentes**: quien quiere vender.
3. El **bien o servicio** que se intercambia.
4. El **precio** al que se cierra el trato.

Hay tantos mercados como bienes: el de las alcachofas, el del alquiler, el del trabajo (UD5) y el del dinero y las acciones (UD4).

El precio es información

Un precio resume, en una sola cifra, cuánto valoran el bien los que lo quieren y cuánto cuesta producirlo a los que lo hacen. **Friedrich Hayek** lo explicó en 1945: nadie conoce toda la información de una economía, pero **los precios la reparten**.

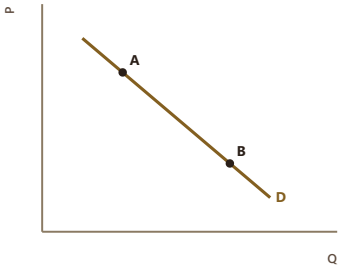
Pones la bici en Wallapop por 300 € y no te escribe nadie: a ese precio *sobra* bici. La pones a 80 € y recibes quince mensajes en una hora: a ese precio *falta*.

2 · La demanda

La **demanda** es la cantidad de un bien que los compradores **quieren y pueden** comprar a cada precio. La **ley de la demanda** dice que, si sube el precio, la cantidad demandada baja; y al revés. Por eso la curva **baja** de izquierda a derecha.

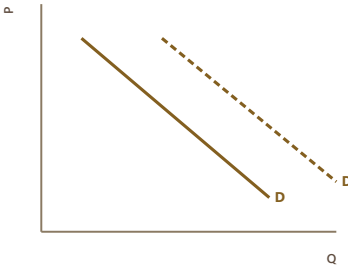
¿Por qué? Por dos motivos: cuando algo se encarece, parte de la gente lo cambia por otra cosa que cumple una función parecida y, además, con el mismo dinero ahora se puede comprar menos.

Movimiento a lo largo de la curva



Cambia **el precio del bien**: se pasa de A a B sobre la **misma** curva. Cambia la **cantidad demandada**, no la demanda.

Desplazamiento de la curva



Cambia **otra cosa**: a cada precio ahora se quiere comprar más (derecha) o menos (izquierda). Cambia **la demanda** entera.

Los cinco factores

1. **La renta.** En los *bienes normales*, más renta, más demanda; en los *bienes inferiores* (marca blanca, autobús), más renta, menos demanda.
2. **Gustos y modas.** Un vídeo viral mueve la demanda en días.
3. **El precio de otros bienes:** *sustitutivos* (sube el té, más café) y *complementarios* (sube la consola, menos juegos).
4. **Las expectativas.** Si esperas que suban los precios, compras ahora.
5. **El número de compradores.**

3 · La oferta

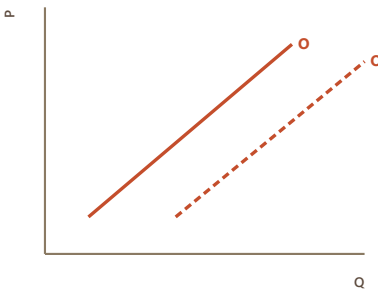
La **oferta** es la cantidad que los vendedores quieren y pueden vender a cada precio. La **ley de la oferta**: si sube el precio, la cantidad ofrecida sube. La curva **sube** de izquierda a derecha.

¿Por qué? Porque producir cada unidad de más suele salir **más caro** que la anterior —horas extra, materiales peores, máquinas al límite—, igual que pasaba con el coste de oportunidad creciente de la FPP. Si el precio no sube, no compensa.

Qué desplaza la curva entera

1. **Los costes** (energía, materias primas, salarios): si suben, la oferta va a la **izquierda**.
2. **La tecnología:** producir más con lo mismo, hacia la **derecha**.
3. **El número de empresas** que hay en el mercado.
4. **Impuestos y subvenciones** sobre el producto.
5. **El clima y los imprevistos:** una sequía, una helada, una huelga.

Aquí pasa lo mismo que con la demanda: **el precio del propio bien no desplaza nada**, solo mueve a lo largo de la curva.



Oferta que se desplaza a la **derecha**: a cada precio se quiere vender más (por ejemplo, con una máquina nueva).

4 · El equilibrio del mercado

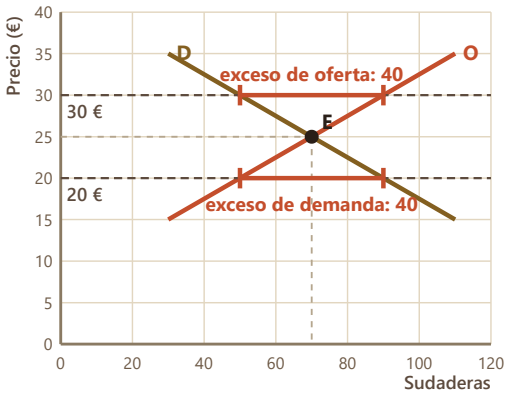
El **precio de equilibrio** es aquel en el que la cantidad demandada y la ofrecida coinciden: no sobra ni falta nada, el mercado se vacía. Ejemplo: las sudaderas del instituto.

PRECIO (€)	15	20	25	30	35
Cantidad demandada	110	90	70	50	30
Cantidad ofrecida	30	50	70	90	110

Equilibrio: 25 € y 70 sudaderas.

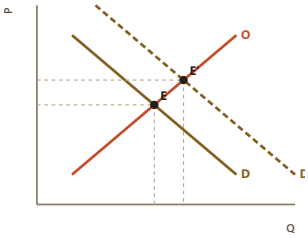
- **A 30 €** (por encima): se demandan 50 y se ofrecen 90 → **exceso de oferta** de 40. Sobran y el precio tiende a **bajar**.
- **A 20 €** (por debajo): se demandan 90 y se ofrecen 50 → **exceso de demanda** de 40. Faltan y el precio tiende a **subir**.

Nadie decide el precio de equilibrio: se llega a él a base de probar. Si sobra género, los vendedores bajan el precio; si se vende todo en una hora y queda gente fuera, lo suben. **Ingresos = precio × cantidad vendida**, y la vendida es siempre **la menor** de las dos: en equilibrio 25 × 70 = 1.750 €; a 30 €, 30 × 50 = 1.500 €.



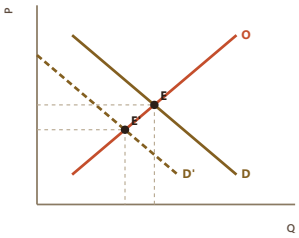
5 · Cuando algo cambia: los cuatro casos

Más demanda



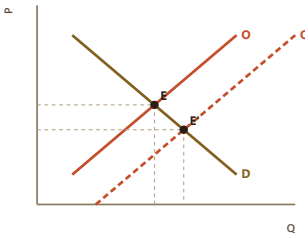
Sube **P** y sube **Q**.

Menos demanda



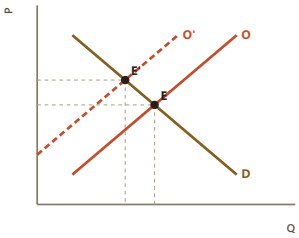
Baja **P** y baja **Q**.

Más oferta



Baja **P** y sube **Q**.

Menos oferta



Sube **P** y baja **Q**.

Cómo leer una noticia de precios en cuatro pasos

a) **Identifica el mercado:** de qué bien habla y quién compra y quién vende.

b) **Mira qué ha cambiado** y si afecta a los que compran (renta, gustos, otros precios, expectativas, número) o a los que venden (costes, tecnología, empresas, impuestos, clima).

c) **Decide qué curva se mueve y hacia dónde:** a cada precio, ¿ahora se quiere comprar (o vender) más o menos que antes?

d) **Predice el nuevo equilibrio** con los cuatro casos de arriba.

¿Y si se mueven las dos a la vez?

Entonces **una de las dos cosas queda indeterminada**. Si suben demanda y oferta, la cantidad seguro que sube, pero el precio depende de qué movimiento sea más fuerte. Si sube la demanda y baja la oferta, el precio seguro que sube y lo que queda en el aire es la cantidad.

En un examen, cuando hay dos cambios, di siempre **qué es seguro y qué depende**.

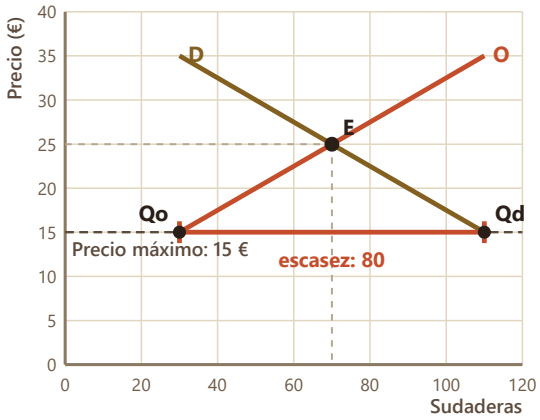
6 · Cuando el Estado fija el precio

Precio máximo (un techo)

Precio por encima del cual está **prohibido vender**. **Solo tiene efecto si se fija por debajo del equilibrio**; si se fija por encima, no cambia nada. Cuando actúa, provoca **exceso de demanda**, es decir, **escasez**.

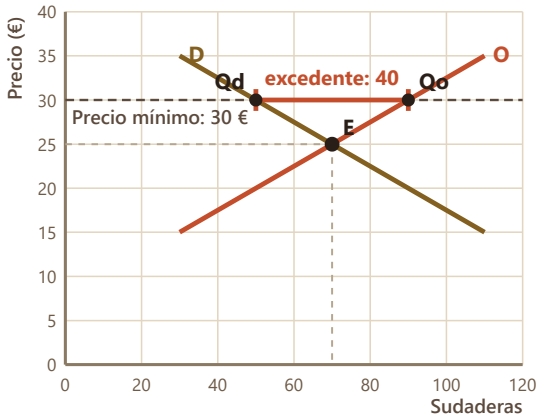
Precio mínimo (un suelo)

Precio por debajo del cual está **prohibido vender**. Es la imagen invertida: **solo tiene efecto si se fija por encima del equilibrio**, y entonces provoca **exceso de oferta**, es decir, **excedentes** que nadie compra.



Con el tope de 15 €: se demandan 110 y solo se ofrecen 30. Se venden **30** y **80 personas se quedan sin**. Antes del tope llegaban 70: la norma reduce las sudaderas que llegan al alumnado.

Efectos secundarios: colas, reparto por orden de llegada o por amistad, reventa a 25 o 30 € (mercado paralelo) y bajada de calidad (tela más fina, un solo color).



A 30 € se quieren vender 90 y solo se compran 50: se venden **50** y sobran **40**. Quien consigue vender gana; el problema es lo que sobra y quién se queda fuera del mercado.

El precio mínimo más importante de vuestra vida será el **salario mínimo interprofesional**, que es un precio mínimo en el mercado de trabajo: el precio más bajo al que se puede comprar una hora de trabajo. En 2025 estaba en **1.184 € al mes en 14 pagas** (RD 87/2025).

Quién gana y quién pierde

MEDIDA	QUIÉN GANA	QUIÉN PIERDE	EFECTO TÍPICO
Precio máximo (por debajo del equilibrio)	Quien consigue comprar al precio bajo	Quien se queda sin y los vendedores	Escasez, colas, reventa, menos calidad
Precio mínimo (por encima del equilibrio)	Quien consigue vender al precio alto	Quien no llega a vender y los compradores	Excedentes que sobran

Ninguna de las dos medidas es «buena» o «mala» por sí misma: depende de lo que se quiera conseguir y de quién pague el coste. Los topes al alquiler aplicados en Cataluña, por ejemplo, bajaron el precio de los contratos que se firmaron y a la vez redujeron su número. Y el mercado de trabajo no funciona exactamente como el de las sudaderas: las personas no son sudaderas y los efectos del salario mínimo se discuten con datos, no con el dibujo.

7 · El modelo tiene límites

Cuando el dibujo no acaba de acertar

1. Cuando **se mueven las dos curvas** a la vez (apartado 5).
2. Cuando hay un **precio fijado por ley** (apartado 6).
3. Cuando el mercado **no es competitivo**: si solo hay un vendedor o unos pocos que se ponen de acuerdo, el precio no sale de un encuentro, lo pone quien manda (**anexo**).

Y el comprador no siempre es racional

El modelo supone que los compradores conocen los precios y comparan. Las empresas saben que no es del todo cierto: la **publicidad** crea deseos (en España, más de 13.000 millones de euros en 2024, InfoAdex) y los **precios psicológicos** aprovechan cómo leemos los números: una camiseta a 19,99 € no cuesta 20 €, pero el cerebro registra primero el «19». Es el**efecto del dígito de la izquierda**, demostrado por Thomas y Morwitz en 2005.

Anexo · Los tipos de mercado según la competencia

Todo el modelo de oferta y demanda supone competencia perfecta

Los siete apartados anteriores dan por hecho, sin decirlo, cuatro cosas: que hay **muchos compradores y muchos vendedores**, que el **producto es igual** se lo compres a quien se lo compres, que **se conocen los precios** y que **entrar a vender es libre**. Si eso se cumple, ningún vendedor puede subir su precio por su cuenta, porque se quedaría sin clientes: se irían al de al lado. Decimos que los vendedores son **precio-aceptantes**, no ponen el precio, se lo encuentran hecho.

Ese mercado tiene un nombre: **competencia perfecta**, y es lo que describe el dibujo de las dos curvas. Cuando el supuesto falla —quedan pocos vendedores, o solo uno— aparece el **poder de mercado**: la empresa *elige* el precio en lugar de aceptarlo, y lo elige **más alto** vendiendo **menos cantidad** que si tuviera que competir.

Los mercados se clasifican según **cuántos vendedores** hay, si el **producto** es igual o distinto entre ellos y si **entrar a competir** es fácil o difícil. De eso depende quién manda sobre el precio.

ESTRUCTURA	VENDEDORES	PRODUCTO	ENTRADA	QUIÉN FIJA EL PRECIO	EJEMPLOS EN ESPAÑA
Competencia perfecta	Muchísimos	Idéntico	Libre	El mercado	Lonjas y mercados agrícolas mayoristas, la Bolsa
Competencia monopolística	Muchos	Diferenciado	Fácil	Cada empresa, un poco	Restaurantes, ropa, peluquerías, gimnasios

ESTRUCTURA	VENDEDORES	PRODUCTO	ENTRADA	QUIÉN FIJA EL PRECIO	EJEMPLOS EN ESPAÑA
Oligopolio	Pocos	Igual o diferenciado	Difícil	Pocas empresas, vigilándose	Electricidad, telefonía, gasolineras, AVE
Monopolio	Uno	Único, sin sustitutivos	Bloqueada	La empresa (o el regulador)	Adif, Aena, estancos, red de agua

De arriba abajo, cada vez menos competencia y cada vez más poder de mercado: se pasa de aceptar el precio a decidirlo.

Competencia monopolística

Es donde compráis casi todo: muchas empresas y entrada fácil, pero cada una vende algo un poco distinto por la **marca, la calidad, el diseño o la ubicación**.

Por eso cada una tiene un poder *pequeño* sobre su precio: la pizzería del barrio puede cobrar 2 € más que la de la calle de al lado si los clientes la prefieren, pero no 20 € más, porque la de al lado existe. Y por eso gastan tanto en diferenciarse: publicidad, decoración, redes sociales, un nombre que se recuerde (apartado 7).

Oligopolio

Pocas empresas grandes, y lo que las define es la **interdependencia**: cada una sabe que lo que haga afectará a las otras y que las otras reaccionarán. Si una gasolinera baja 5 céntimos, la de enfrente lo hace al día siguiente.

Esa vigilancia puede acabar en **guerra de precios**, que beneficia al cliente (los billetes desde 9 € de Ouigo en 2021), o en lo contrario: que aprendan a no molestarse y suban los precios a la vez sin necesidad de hablar de ello.

Iberdrola, Endesa y Naturgy tenían en 2024 más del 80 % de los puntos de suministro doméstico (CNMC).

Monopolio

Un único vendedor y sin sustitutivos cercanos. Como no tiene competencia, **fija el precio que más le conviene**, que siempre es más alto, y vende **menos cantidad** que en un mercado competitivo.

Muchos son públicos o regulados, porque son **monopolios naturales**: poner dos redes de tuberías bajo la misma calle sería un absurdo, así que se permite una y se le regulan las tarifas (Adif, Aena, el agua, la distribución eléctrica).

Lo que tenéis más cerca es el **tabaco**: venderlo al por menor es monopolio del Estado y se ejerce a través de los **estancos** (12.795 a finales de 2024). El precio de cada marca se publica en el **BOE** y un 80 % son impuestos: aquí el precio no sale de ningún encuentro, sale de una lista oficial.

Quién vigila que haya competencia: la CNMC

Si la competencia es lo que mantiene los precios bajos, alguien tiene que vigilar que la haya. En España lo hace la **Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia** (CNMC), creada por la Ley 3/2013: sanciona a las empresas que pactan precios o se reparten clientes, revisa las fusiones y supervisa sectores regulados. La Ley 15/2007 le permite multas de hasta el **10 % de la facturación anual**.

Cuando unas pocas empresas se ponen de acuerdo para fijar precios o repartirse los clientes, eso es un **cártel**, prohibido en la Unión Europea: es un monopolio disfrazado. Para destaparlos existe el **programa de clemencia**: la primera que lo confiese y aporte pruebas se queda sin multa —a cada miembro le interesa traicionar a los demás antes de que los demás lo traicionen a él.

El caso más grande, el **cártel de los pañales**: en 2016 la CNMC multó con **128,8 millones de euros** a ocho fabricantes de pañales para adultos que desde 1996 y hasta 2014 habían pactado el precio de los que se venden en la farmacia con receta. Controlaban el 95 % del mercado y quien pagaba el sobreprecio era la sanidad pública. **Cuando las empresas dejan de competir, el precio deja de decir la verdad.**

Vocabulario de la unidad

Mercado — encuentro entre compradores y vendedores.

Demanda — cantidad que se quiere y se puede comprar a cada precio.

Oferta — cantidad que se quiere y se puede vender a cada precio.

Cantidad demandada — la de un precio concreto; se mueve por la curva.

Desplazamiento — la curva entera se mueve por otro factor.

Equilibrio — donde oferta y demanda coinciden.

Exceso de oferta — a ese precio sobra; el precio baja.

Exceso de demanda — a ese precio falta; el precio sube.

Bien normal / inferior — la demanda sube / baja cuando sube la renta.

Sustitutivos / complementarios — se cambian / se usan juntos.

Precio máximo — techo legal; si actúa, provoca escasez.

Precio mínimo — suelo legal; si actúa, provoca excedentes.

Competencia perfecta — muchos vendedores, producto idéntico, entrada libre.

Poder de mercado — poder de fijar el precio en lugar de aceptarlo.

Competencia monopolística — muchos vendedores, producto diferenciado.

Oligopolio — pocos vendedores grandes que se vigilan entre ellos.

Monopolio — un solo vendedor, sin sustitutivos cercanos.

Cártel — acuerdo ilegal entre empresas para no competir.

Ejercicios

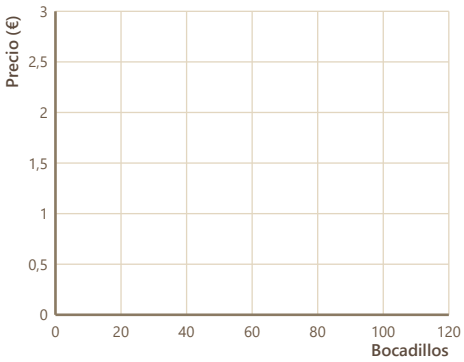
Nombre y apellidos _____ Grupo _____ Fecha _____

Se contesta **aquí mismo**. En cada ejercicio de gráfica, pon nombre a los dos ejes y marca el punto de equilibrio con una **E**. Los cálculos, escritos.

1 Los bocadillos del bar

Estas son las cantidades de bocadillos que el alumnado quiere comprar cada día y las que el bar quiere vender, según el precio:

PRECIO (€)	1,00	1,50	2,00	2,50	3,00
Cantidad demandada	120	100	80	60	40
Cantidad ofrecida	40	60	80	100	120



a) ¿Cuál es el **precio de equilibrio** y la **cantidad de equilibrio**?

b) Si el bar los pone a **3,00 €**, ¿qué pasa? Calcula el exceso y di de qué tipo es.

c) ¿Y si los pone a **1,00 €**? ¿Cuánta gente se queda sin bocadillo?

d) Calcula los **ingresos** del bar en los tres casos. Recuerda: precio × cantidad vendida, que es siempre la menor de las dos.

Dibuja las dos curvas en la cuadrícula, marca el equilibrio y pinta con una flecha la distancia del exceso a 3,00 €.

2 ¿Qué curva se mueve y hacia dónde?

Para cada cambio en el mercado de bocadillos del bar, marca la curva que se desplaza y la dirección. Ojo: alguno de estos **no** desplaza ninguna curva.

QUÉ PASA	DEMANDA	OFERTA	DERECHA O IZQUIERDA
1. Sube el precio de la harina.			
2. Un vídeo del bar se hace viral en el instituto.			
3. Abre otro puesto de bocadillos al lado.			
4. Las familias recortan la paga semanal.			
5. El bar compra una plancha que hace el doble de bocadillos en el mismo tiempo.			
6. El instituto cobra 0,20 € al bar por cada bocadillo vendido.			
7. Corre la voz de que la semana que viene subirán de precio.			
8. El bar sube el precio del bocadillo de 2,00 € a 2,50 €.			

3 Seis titulares

Aplica los cuatro pasos de los apuntes. Escribe qué se mueve y qué le pasa al precio y a la cantidad (usa ↑, ↓ o =).

TITULAR	CURVA QUE SE MUEVE	HACIA DÓNDE	PRECIO	CANTIDAD
«La sequía deja la peor cosecha de aceituna en décadas»				
«Ouigo e Iryo entran a competir con Renfe en la línea Madrid-Valencia»				
«Una cantante enseña una botella de agua y se agota en dos días»				
«La luz y el gas se disparan: panaderías y cerámicas apagan los hornos»				
«Las marcas blancas ganan cuota mientras las familias recortan»				
«Llega la ola de calor: las heladerías no dan abasto»				

4 Cuando manda la ley

Vuelve a la tabla de los bocadillos del ejercicio 1.

a) La dirección fija un **precio máximo de 1,00 €** porque «llegan a todos». ¿Cuántos bocadillos se venderán? ¿Cuánta gente se quedará sin? Compáralo con el equilibrio.

b) ¿Y si el precio máximo fuera de **2,50 €**? Razona por qué.

c) Ahora la AMPA fija un **precio mínimo de 2,50 €** para «cubrir costes». ¿Qué pasa? ¿Qué exceso aparece y de cuánto?

d) Escribe la regla general: ¿cuándo tiene efecto un precio máximo y cuándo uno mínimo?

5 Encuentra el error

Todas estas frases tienen algo mal dicho. Corrígelas.

1. «Ha subido el precio del pan, así que la curva de demanda del pan se ha desplazado a la izquierda.»
2. «Si todo el mundo quiere comprar más de un producto, el precio bajará.»
3. «Un precio máximo por debajo del equilibrio hace que el producto llegue a más gente.»
4. «La oferta es la cantidad de producto que hay en la tienda.»
5. «Como ha bajado el coste de la materia prima, la demanda se desplaza a la derecha.»

6 Tu mercado

Elige un producto que compres tú (un videojuego, unas zapatillas, el pan, un abono). Explica en cinco líneas: quién lo demanda, quién lo ofrece y **un cambio** que le ha hecho subir o bajar el precio este año. Di qué curva se ha movido y hacia dónde.

7 Dibuja el mercado de las entradas de cine

El cine del pueblo ha preguntado cuántas entradas se comprarían y cuántas querría vender cada semana a cada precio:

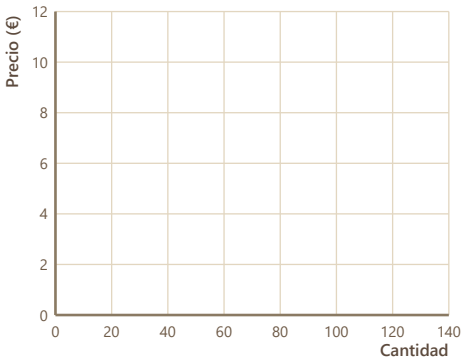
PRECIO (€)	2	4	6	8	10
Cantidad demandada	120	100	80	60	40
Cantidad ofrecida	40	60	80	100	120

a) Dibuja las **dos curvas** en la cuadrícula y ponle nombre a cada una (D y O).

b) Marca el punto de equilibrio con una **E** y escribe al lado **P* = ___ €** y **Q* = ___ entradas**.

c) Marca encima de la gráfica, con una flecha de doble punta, el**exceso que hay a 10 €**. ¿De cuánto es? ¿De qué tipo?

d) Pinta con una cruz un punto que esté **fuera de las dos curvas** y explica en una línea por qué ese precio no se mantiene.

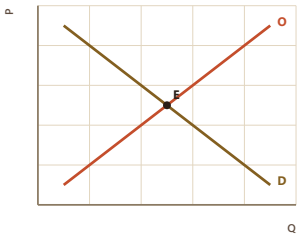


Ejes ya puestos: los precios van de 0 a 12 € y las cantidades de 0 a 140.

8 Mueve la curva que toca

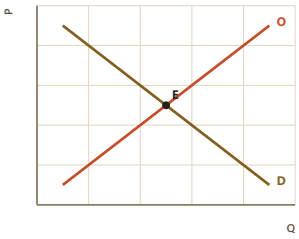
En cada recuadro ya está dibujado el mercado de los **helados** en equilibrio. Dibuja **con puntos** la curva nueva, marca el nuevo equilibrio con **E'** y completa las flechas.

a) Ola de calor



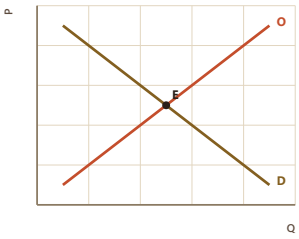
P ___ · Q ___

b) Sube el precio del cacao



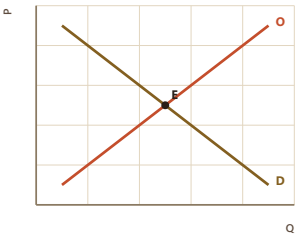
P ___ · Q ___

c) Abren dos heladerías



P ___ · Q ___

d) Pasa la moda



P ___ · Q ___

Pregúntate siempre lo mismo: **a cada precio**, ¿ahora se quiere comprar (o vender) más o menos que antes?

9 El tope, dibujado

Aquí tienes el mismo mercado de las entradas, ya dibujado. El ayuntamiento quiere que el cine llegue a todos y fija un **precio máximo de 4 €**.

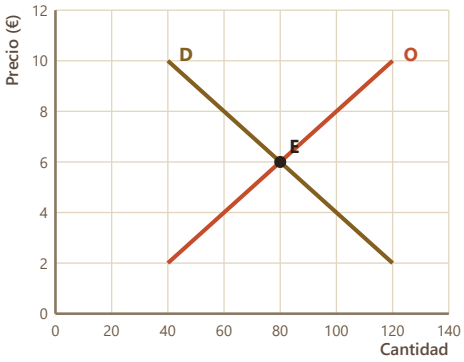
a) Traza una **línea horizontal** a 4 € y marca encima de la gráfica la **Qd** y la **Qo** que corresponden a ese precio.

b) ¿Cuántas entradas se venden de verdad? Pinta el segmento de la**escasez** y escribe de cuánto es.

c) Comparado con el equilibrio, ¿va **más gente** al cine o menos? ¿Por qué?

d) Ahora dibuja, con otro color, un **precio mínimo de 10 €**: marca el exceso y di de qué tipo es.

e) Un precio máximo de **8 €** ¿cambiaría algo? Razónalo mirando el dibujo.

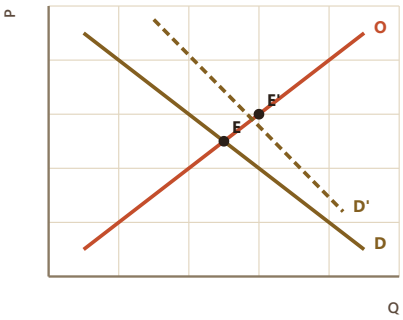


Las dos curvas ya están: tú solo añades las líneas de precio.

10 Lee la gráfica y escribe la noticia

Cada gráfica muestra un mercado que ya se ha movido. Di **qué curva** se ha desplazado y **hacia dónde**, qué le pasa al precio y a la cantidad, y escribe un **titular de noticia** que lo pueda explicar.

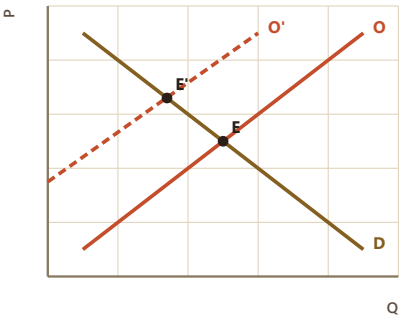
Mercado A · las bicicletas eléctricas



Curva: _____ hacia _____ · Precio ___ · Cantidad ___

Titular: _____

Mercado B · el aceite de oliva



Curva: _____ hacia _____ · Precio ___ · Cantidad ___

Titular: _____