

Eficiencia del Mercado

Tipos de Mercado

Se pueden distinguir básicamente **cuatro tipos de mercado** en función del número de intervinientes y, relacionado con ello, de la capacidad de los mismos de influir en el precio.

En la vida real los mercados suelen presentar al mismo tiempo características de varios de estos modelos, si bien uno de ellos suele ser dominante.

a) Competencia perfecta

Este tipo de mercado se caracteriza por:

Los productos que ofrecen los distintos vendedores son básicamente idénticos. A un comprador le dará prácticamente igual adquirir un bien a un vendedor o a otro.

El número de compradores y vendedores es muy numeroso por lo que cada uno de ellos individualmente **no tiene capacidad de influir en el precio**. Se dice que son "precio-aceptantes".

Un ejemplo puede ser el mercado de la leche envasada. Cuando un comprador acude al supermercado encontrará normalmente una gran variedad de marcas de leche, de calidad prácticamente idéntica y de precios muy similares.

Un productor no podrá vender su marca de leche a un precio muy superior al de sus competidores ya que el consumidor sustituiría esta marca por alguna de la competencia.

b) Monopolio

En este tipo de mercado **tan sólo hay un vendedor** por lo que, a diferencia el caso anterior, domina completamente el mercado y **puede fijar el precio** de su productos.

En algunos países sigue habiendo una única compañía de teléfono que controla completamente su mercado, fijando los precios de las llamadas.

c) Oligopolio

En este tipo de mercado hay un **número reducido de vendedores** por lo que no tienen el control total que tiene el monopolista pero tampoco son meros "precio-aceptantes".

Al ser un número reducido de vendedores cabe la **posibilidad de que pacten entre ellos** para tratar de fijar el precio que más les convenga (en perjuicio de los consumidores).

Por ejemplo, el sector petrolífero está dominado por un número reducido de países productores agrupados en una asociación (cartel) llamada OPEP que ejerce un importante control sobre el precio el barril.

d) Mercado monopolísticamente competitivo:

Hay muchos vendedores pero sus productos no son completamente idénticos, hay diferencias entre ellos. Por ello, al comprador no le dará exactamente igual comprar otro producto de la competencia.

Esto permitirá a cada vendedor ejercer cierto control sobre el precio de su producto.

Por ejemplo, las editoriales de libros. Todas ofrecen libro, pero cada libro es diferente. A un lector no le da igual comprar un libro de un autor o de otro sino que busca una obra determinada. Esto permite a las editoriales tener cierto margen a la hora de fijar el precio de sus libros.

Eficiencia del Mercado

La eficiencia de un modelo de mercado, ya sea competencia perfecta, monopolio, oligopolio o competencia monopolística, se puede medir a través del beneficio que obtienen compradores y vendedores.

Para comparar la eficiencia de estos modelos de mercado hay que ver con cual de ellos se maximiza este beneficio.

Beneficio del consumidor

La curva de demanda refleja las decisiones de miles de potenciales compradores.

Cada comprador viene representado por un punto de la curva de demanda. Dicho punto representa el precio máximo que dicho comprador estará dispuesto a pagar, y ese precio máximo no es sino el valor que tiene para dicho comprador ese bien.

Si un esquiador considera que el valor que para él tienen unas determinadas tablas de esquís es de 200 euros, estará dispuesto a pagar por ella como mucho esos 200 euros.

Si el precio del bien es igual o inferior al precio máximo que un comprador está dispuesto a pagar, dicho comprador lo adquirirá ya que dicho bien tiene para él un valor superior al coste que le supone.

Por el contrario, si el precio del bien es superior al precio máximo que está dispuesto a pagar no lo comprará ya que dicho bien tiene para él un valor inferior a su coste.

En definitiva, cuando el mercado fija un precio para un bien lo comprarán todos aquellos potenciales compradores dispuestos a pagar un precio igual o superior, es decir todos aquellos compradores que valoran dicho bien por encima de su precio de mercado.

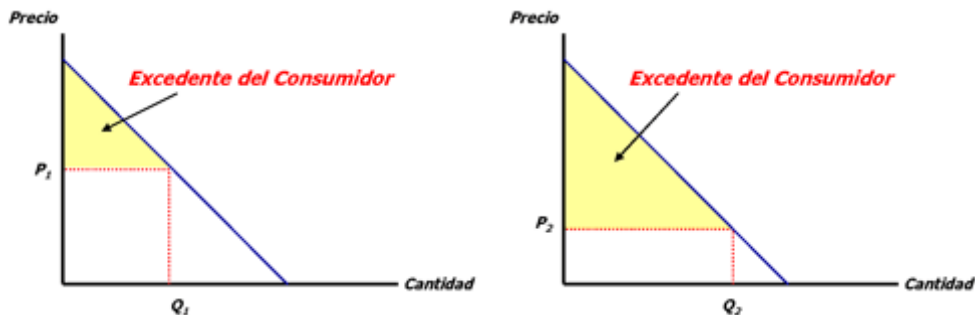
El beneficio que obtiene cada consumidor será la diferencia entre el valor que para él tiene ese bien y el precio que paga.

Beneficio del consumidor = valor del bien - precio pagado

Por ejemplo, si el precio de las tablas de esquís es de 180 euros, el esquiador (que las valora en 200 euros) obtendrá al adquirirlas un beneficio de 20 euros.

El beneficio para todos los compradores equivale al área situada entre la curva de demanda (por arriba del precio) y la línea horizontal que marca el precio. (gráfico)

Si el precio baja aumenta el excedente de los consumidores.



Beneficio del vendedor

Al igual que en el caso anterior, la curva de oferta de un determinado bien representa la disposición a vender de los oferentes. La curva representa las decisiones de miles de potenciales vendedores de dicho bien.

Cada vendedor viene representado por un punto de la curva de oferta. Dicho punto representa el precio mínimo que dicho vendedor va a exigir por el bien.

Ese precio mínimo que un vendedor estará dispuesto a cobrar será igual al coste que tiene para él la producción de dicho bien, incluyendo dentro de ese coste un coste de oportunidad (igual a aquel beneficio mínimo que le compense de asumir los riesgos de realizar dicha actividad y de haber invertido tiempo y recursos en ese negocio).

Si el precio del mercado es igual o superior al precio mínimo que exige un vendedor, dicho vendedor estará dispuesto a vender ya que va a obtener un importe superior a su coste de producción.

Por el contrario, si el precio del mercado es inferior al precio mínimo que exige un vendedor, dicho vendedor no estará dispuesto a vender ya que recibiría un importe que no cubriría su coste de producción.

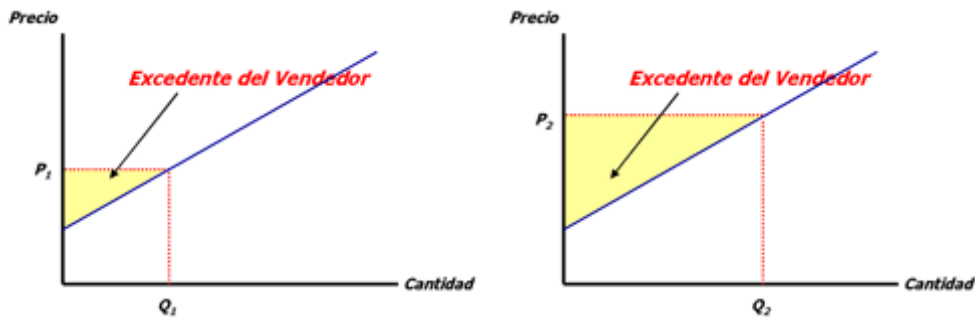
Por tanto, cuando el mercado fija un precio para un bien, lo venderán todos aquellos potenciales vendedores cuyos costes de producción sean inferiores a dicho precio.

El beneficio que obtiene cada vendedor será la diferencia entre el precio que va a cobrar y su coste de producción.

Beneficio del vendedor = importe cobrado - coste del bien

Por ejemplo, si para un vendedor el coste de producción de un balón de fútbol es de 10 euros y lo vende en el mercado por 18 euros obtiene un beneficio de 8 euros.

El beneficio que obtienen todos los vendedores equivale al área situada entre la línea que marca el precio y la curva de oferta por debajo de dicha línea. Si el precio sube aumenta el excedente de los vendedores.



Beneficio total

Es la suma del beneficio de los consumidores y de los vendedores.

Beneficio total = beneficio del consumidor + beneficio del vendedor

Vimos anteriormente que:

Beneficio del consumidor = valor del bien - precio pagado

Beneficio del vendedor = importe cobrado - coste del bien

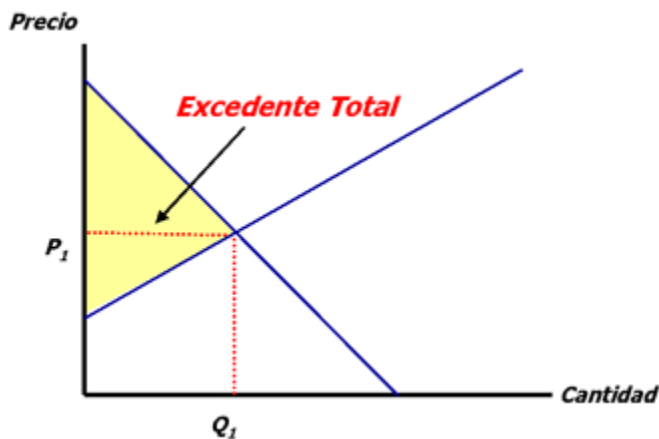
Luego:

Beneficio total = valor del bien - precio pagado + importe cobrado - coste del bien

Como el precio pagado y el importe cobrado es la misma cantidad ambas se anulan.

Beneficio total = valor del bien - coste del bien

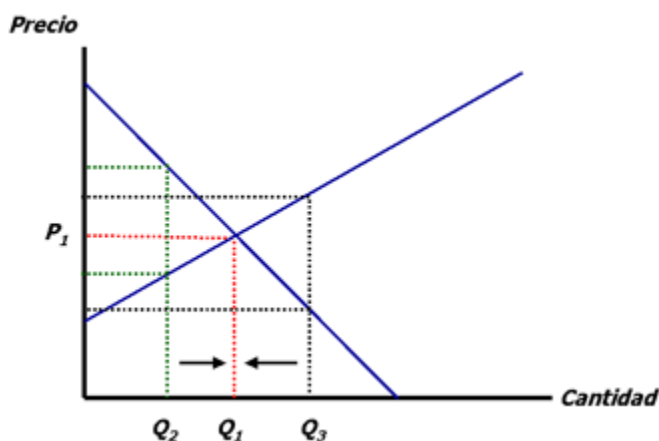
El valor del bien viene representado por la curva de demanda y el coste del bien por la de oferta, luego el **beneficio total** será el área situada entre la curva de demanda y la curva de oferta.



El mercado competitivo logra maximizar el beneficio total cuando se encuentra en equilibrio.

A la izquierda del punto de equilibrio habría compradores para quienes el bien tendría un valor superior al coste de producción de los vendedores. Ambos colectivos incrementarían su beneficio si aumentara la cantidad (desplazamiento hacia la derecha hasta el punto de equilibrio).

En cambio, a la derecha del punto de equilibrio las transacciones que se realizaran implicarían un coste para el vendedor superior al valor que obtiene el comprador. Serían transacciones que en lugar de generar beneficio estarían produciendo pérdidas. El beneficio total aumentaría si se dejarán de realizar (desplazamiento hacia la izquierda hasta el punto de equilibrio).



El mercado perfectamente competitivo es un sistema de asignación eficiente. Por paradójico que resulte, aunque el punto de equilibrio se alcance como resultado de miles de decisiones de compradores y vendedores que buscan exclusivamente su propio beneficio, el resultado obtenido logra maximizar el beneficio de las sociedad.

*Otros modelos de mercado (por ejemplo, regulado por el Estado) podrían tratar de buscar un reparto más equitativo del beneficio entre compradores y vendedores, lo que **no podrían pretender es aumentar el beneficio total** ya que este se maximiza con el mercado perfectamente competitivo.*

Controles de Precios

Controles de precio

A veces las autoridades intentan que **el precio de algunos bienes oscile dentro de un determinado rango** y no fluctúe libremente.

Con ello busca en algunos casos defender a los consumidores (evitando que el precio se eleve en demasía) y en otros proteger a los productores (impidiendo que el precio sea demasiado bajo), según considere cual de los dos colectivos presenta una situación más débil.

Esta protección la realiza el gobierno estableciendo límites a los precios:

Límite inferior: es el **precio mínimo al que se puede vender un bien**. Es una medida destinada a **proteger los intereses de los vendedores**.

En algunos países el gobierno fija un precio mínimo para determinados productos agrícolas y ganaderos, tratando de asegurarle a estos colectivos unos ingresos mínimos.

Límite superior: es el **precio máximo al que se puede vender un bien**. Es una medida destinada a **proteger los intereses de los compradores**.

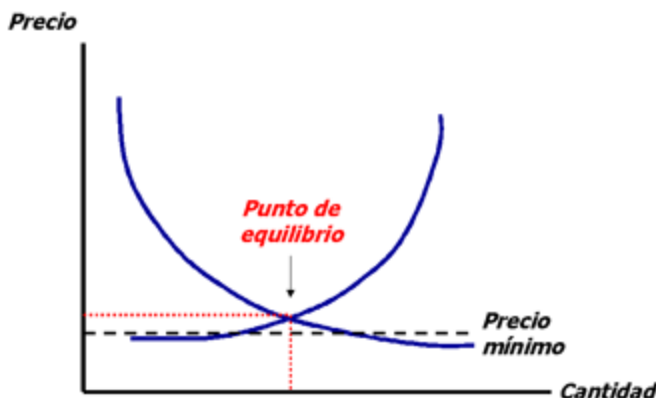
Algunos gobiernos establecen un precio máximo para algunos fármacos.

Estos toques mínimos y máximos pueden afectar tanto a la cantidad demandada como a la cantidad ofertada.

Precio mínimo

El impacto del precio mínimo sobre el funcionamiento del mercado va a depender de si dicho precio se sitúa por debajo o por arriba del precio de equilibrio (aquel al que tendería libremente el mercado si no hubiera intervención pública).

Si el precio mínimo está por debajo del precio de equilibrio no tiene ningún impacto ya que el mercado de modo natural se situará por encima de dicho precio mínimo.



En cambio, si el precio mínimo es superior al precio de equilibrio este tope impedirá al mercado alcanzar su punto de equilibrio. El precio se situará en dicho nivel mínimo donde la cantidad ofrecida será mayor que la cantidad demandada, lo que provocará un exceso de oferta que quedará sin vender.

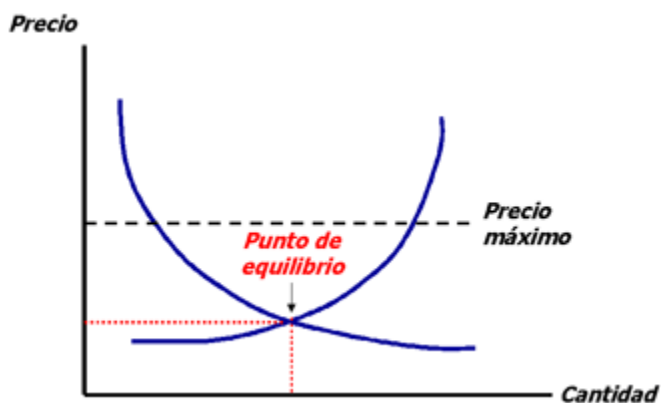


La paradoja de esta medida es que el gobierno trata con ella de favorecer a los vendedores pero el resultado es que este colectivo se encuentra con un stock invendido.

Precio máximo

Al igual que en el caso anterior su impacto dependerá de si dicho precio se sitúa por debajo o por encima del precio de equilibrio.

Si el precio máximo está por encima del precio de equilibrio no tendrá ningún impacto ya que el mercado de forma natural tenderá a situarse por debajo de dicho límite máximo.



Si por el contrario, el precio máximo es inferior al precio de equilibrio entonces este límite impedirá al mercado alcanzar el equilibrio. El precio se situará en dicho tope donde la cantidad ofertada será menor que la cantidad demandada. Esto provocará un exceso de demanda por lo que parte de la misma quedará sin satisfacer.



Al igual que en el caso anterior se produce la paradoja de ser una medida destinada a favorecer a los consumidores pero cuyo resultado es que muchos de ellos se quedarán sin poder adquirir el bien.

En definitiva, el control de precios a veces tiene un efecto perverso, perjudicando en última instancia a aquellos a los que trata de proteger.

Impuestos

Impuestos

Cuando el Estado grava un bien con un impuesto altera el precio de dicho bien, ya a que a su precio de mercado (precio de equilibrio) habrá que sumarle el importe del impuesto.

El impuesto recae a veces sobre el comprador.

Cuando un fumador adquiere una cajetilla de cigarros en el precio que paga va incluido el impuesto sobre el tabaco.

Y otras veces sobre el vendedor.

Los productores de bebidas alcohólicas deben pagar un impuesto especial por cada unidad vendida.

No obstante, con independencia de sobre quien recaiga inicialmente el impuesto su impacto final (quien es el que finalmente soporta la carga del impuesto) puede ser diferente al pretendido.

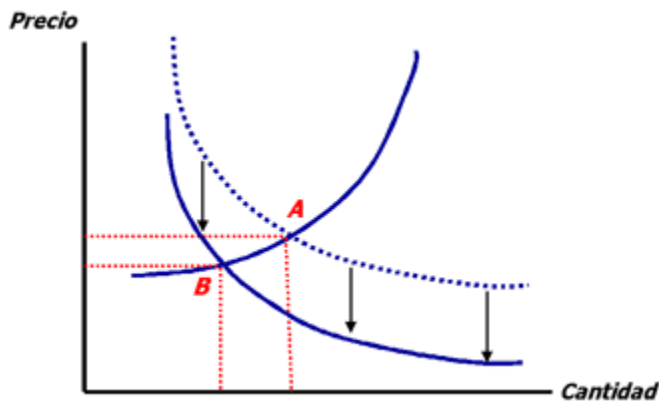
Impuesto sobre el comprador

Partiendo de una posición de equilibrio, este impuesto provoca en primera instancia un desplazamiento hacia abajo de la curva de demanda en la misma cuantía que el impuesto (la curva de oferta no se altera).

Si en situación de equilibrio los compradores estaban dispuestos a adquirir 100.000 ordenadores a un precio de 900 euros.

Si se establece un impuesto especial que graba cada ordenador con 100 euros, los compradores estarán dispuestos a comprar la misma cantidad que antes (100.000 unidades) siempre que su precio sea ahora de 800 euros, ya que a este precio habrá que sumarle otros 100 euros del impuesto, lo que dará un total de 900 euros (coste que finalmente tendrá el ordenador para el comprador).

*El desplazamiento de la curva de demanda hacia abajo conlleva que el punto de equilibrio pase de **A** a **B**.*



En este nuevo punto de equilibrio **la cantidad comprada será menor que la inicial** (el impuesto afecta negativamente a la actividad del mercado), lo mismo que el precio.

En el ejemplo de los ordenadores, el nuevo punto de equilibrio se situará en 90.000 ordenadores a un precio de 860 euros.

Esto quiere decir que el comprador (que antes pagaba 900 euros) tendrá ahora que pagar 960 euros ($860 + 100$ de impuestos), con lo que su coste inicial habrá aumentado en 60 euros.

Por su parte, el vendedor, que antes recibía 900 euros, ahora tan sólo recibirá 860 euros (40 menos).

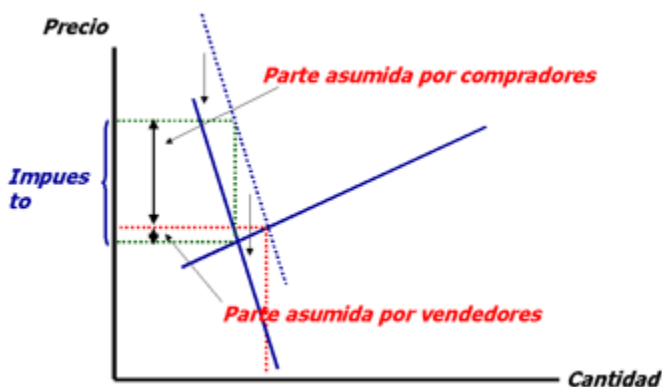
En definitiva **la carga del impuesto se ha repartido entre comprador y vendedor.**

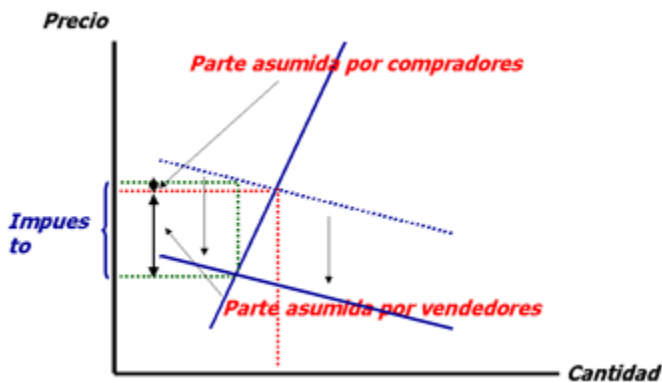
En nuestro ejemplo, el 60% del impuesto ha recaído finalmente sobre el comprador y el 40% restante sobre el vendedor.

¿Quién soporta más carga?

Esto **dependerá de las elasticidades de las curvas de demanda y de oferta.**

Cuanto más inelástica sea una curva (de demanda o de oferta) más parte del impuesto soportará, y mientras más elástica sea menos parte del impuesto absorberá.



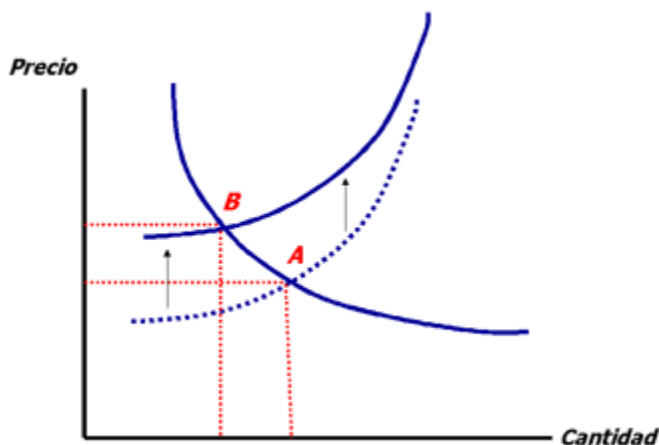


Impuesto sobre el vendedor

Su efecto es muy similar al anterior. Partiendo de una posición de equilibrio este impuesto provoca inicialmente un **desplazamiento hacia arriba de la curva de oferta** en la misma cuantía que la del impuesto (la curva de demanda no se altera).

Si en situación de equilibrio los vendedores estaban dispuestos a vender 100.000 ordenadores a un precio de 900 euros, con este nuevo impuesto que graba cada ordenador con 100 euros, los vendedores estarán dispuestos a vender la misma cantidad que antes (100.000 unidades) a un precio de 1.000 euros, ya que de este importe tendrán que pagar a Hacienda 100 euros con lo que se quedarán con un neto de 900 euros.

El desplazamiento de la curva de oferta hacia arriba conlleva que el **punto de equilibrio se desplace de A a B**.



En este nuevo punto de equilibrio **la cantidad vendida será menor** (igual que ocurría cuando el impuesto grababa a los compradores) pero **el precio será más elevado**.

El nuevo punto de equilibrio implica una venta de 90.000 ordenadores a un precio de 960 euros.

El comprador, que antes pagaba 900 euros, tendrá que pagar ahora 960 euros, mientras que el vendedor, que antes percibía 900 euros, recibirá ahora 960 euros de los que, tras pagar 100 euros de impuestos a Hacienda, le quedará un neto de 860 euros.

Al igual que en el caso anterior la carga del impuesto se ha repartido entre comprador y vendedor.

En este ejemplo el 60% del impuesto ha recaído finalmente sobre el comprador y el 40% restante sobre el vendedor.

¿Quién soporta más carga?

También en este caso dependerá de las elasticidades de las curvas de demanda y de oferta.

En definitiva:

*Con independencia de quien tiene que pagar directamente el **impuesto** al Estado, su impacto se repartirá entre comprador y vendedor.*

*Por otra parte, hemos visto que el establecimiento de un impuesto produce una **disminución de la actividad comercial**.*

Salario Mínimo

Salario Mínimo

*El **salario mínimo** es un límite que fija el gobierno con el fin de asegurarle al trabajador unos ingresos mínimos.*

Esta medida esta dirigida a proteger al trabajador, especialmente al de menor cualificación.

*No obstante existe **controversia** sobre su efectividad.*

Según algunos economistas el salario mínimo beneficia a los trabajadores que se encuentran ya dentro del mercado laboral, pero puede perjudicar a aquellos que están fuera, a los que están buscando trabajo, ya que ante el encarecimiento de la mano de obra algunas empresas decidirán no contratar.

Según estos economistas la demanda de trabajo poco cualificado es muy elástica al precio, por lo que una subida del mismo (establecimiento de un salario mínimo) producirá una fuerte reacción a la baja de la demanda de empleo. Las personas más perjudicadas serán aquellas con un acceso más difícil al mercado de trabajo (mayores, jóvenes, y trabajadores de baja cualificación).

*Otros economistas sostienen en cambio que la demanda de trabajo poco cualificado no es tan elástica, por lo que una subida del precio tiene un efecto muy limitado en la cantidad demandada de empleo. Para estos economistas **un salario mínimo beneficia tanto al trabajador en activo como a aquel que está buscando trabajo.***

