

¿Qué es el mercado?

En los sistemas económicos capitalistas, el mercado es la institución fundamental a través de la cual se realizan los intercambios. De ahí que en las últimas décadas haya pasado a denominarse sistema de "economía de mercado".

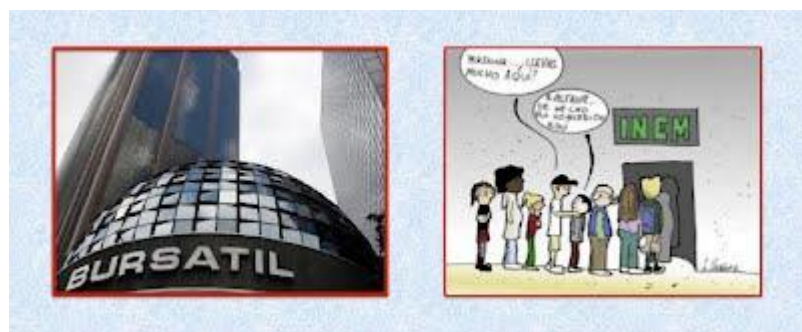
Se llama **mercado** al encuentro entre **compradores** y **vendedores**, entre demandantes y oferentes, consumidores y empresas.



Hoy día la existencia de un mercado no implica un lugar físico, como ha ocurrido durante la mayor parte de la historia. También hay mercados por internet, o por teléfono...



Y existen mercados para bienes y servicios y también para el intercambio de factores productivos, como el capital financiero o el trabajo.



Y un mercado para el dinero...



En la actualidad la mayoría de los mercados son globales, los bienes se producen en una punta del mundo y se transportan para venderlos por todo el globo.



En realidad existen tantos mercados como bienes, servicios y factores tenemos, de manera que se habla del mercado del trigo, del inmobiliario, del transporte, de la electricidad, del trabajo, etc.

La condición para la existencia de un mercado es que haya alguien que esté dispuesto a comprar un bien y alguien que quiera vender ese mismo bien. Si ambas partes se ponen de acuerdo sobre el **precio**, se realiza el intercambio. Hay, por tanto, **tres elementos** fundamentales en cualquier **mercado de un bien o servicio**:

Compradores o demandantes

Vendedores u oferentes

Precio

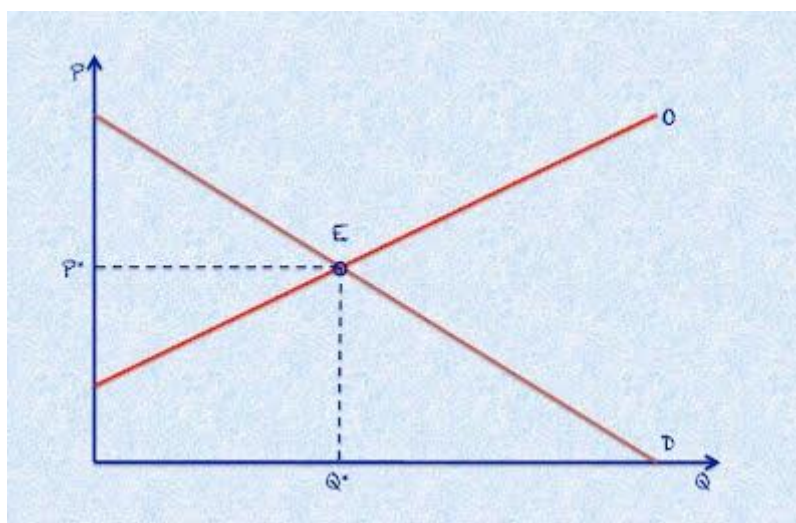
El mercado es cualquier medio que permite que compradores y vendedores se pongan de acuerdo para intercambiar un bien o servicio por un precio.

El precio por el que se intercambia la mercancía en los mercados se mide en dinero generalmente. Sin embargo, es posible, y así ha ocurrido a lo largo de la historia, que el precio se valore en función de otros bienes, como se hace en el **trueque**: por ejemplo, el cambio de una enciclopedia por tres CDs.

El equilibrio del mercado

La teoría económica estudia los mercados a través de un modelo que integra los tres elementos que conforman el mercado de un bien determinado: la demanda de los consumidores, la oferta de las empresas y el precio del bien o servicio.

Gráficamente se representa mediante la **unión de las funciones de demanda y de oferta**, que reflejan los **intereses del conjunto de compradores y vendedores respecto al precio**:



El **equilibrio** (E) es el **precio** de mercado (**P***) que hace que **confluyan los intereses** de compradores y vendedores: la demanda y la oferta se igualan y **el mercado se vacía**, es decir, la cantidad del bien que se intercambia (**Q***) coincide con la cantidad que los consumidores quieren comprar a ese precio y con la cantidad que las empresas están dispuestas a vender.

El **equilibrio**, por tanto, se define por **un precio y una cantidad** intercambiada (**P*, Q***).

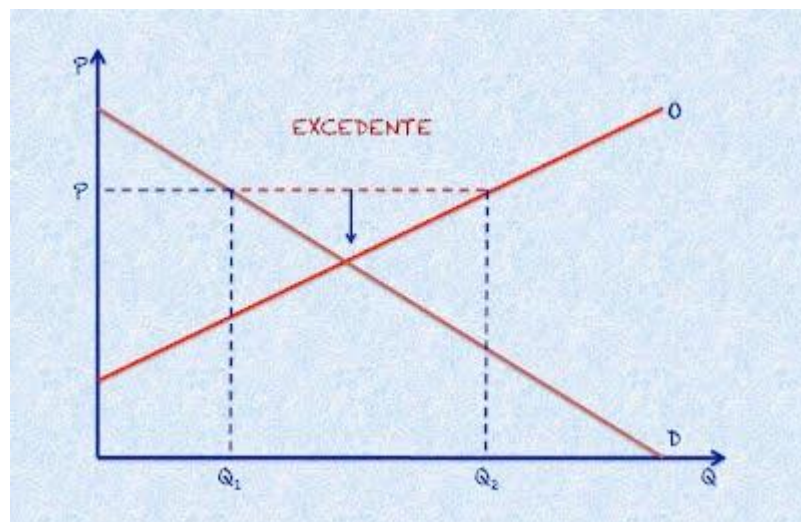
Un **ejemplo** puede ser el **mercado del tomate** de pera en **Navarra**. Una situación de equilibrio en plena temporada se podría corresponder con un precio de 1 €/Kgr. y una cantidad intercambiada de 2.000 Kgr. diarios. Para este precio de equilibrio el mercado se vacía: los agricultores recogen cada día 2.000 Kgr., que es exactamente la cantidad que compran los consumidores de tomate de pera. Nada sobra y nada falta en el equilibrio (para simplificar la situación suponemos que los agricultores venden directamente su producto).

La situación de equilibrio cumple con las expectativas de las dos partes que intercambian, y siempre que las condiciones se mantengan iguales, no hay incentivos para cambiarla. Sin embargo, esto **no significa que el equilibrio sea justo** desde un punto de vista social, porque aquellos consumidores que no puedan pagar el precio de equilibrio se quedarán sin el bien o servicio de que se trate, incluso si es de primera necesidad. Es decir, el mercado en equilibrio

cumple las expectativas medias del conjunto de la sociedad, pero no se puede ignorar el hecho de que **una parte**, mayor o menor, de esa sociedad no tiene acceso al mercado por no poder pagar el precio, quedando **excluidos** del mismo.

Situaciones de desequilibrio: excedentes y escasez de producto

¿Y si el precio en el mercado no es el de equilibrio? Por ejemplo, puede ocurrir que el **precio** sea **superior al de equilibrio**, como en la siguiente gráfica:

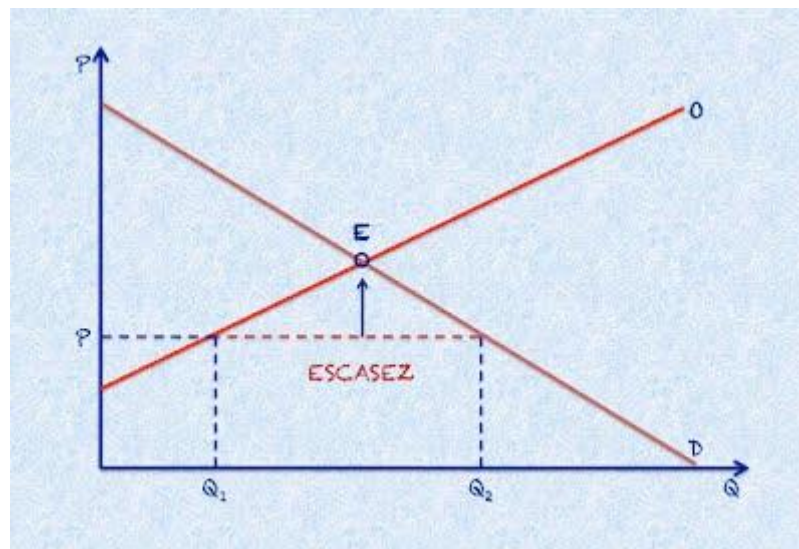


En este caso el precio vigente en el mercado no iguala la demanda y la oferta: las empresas están dispuestas a vender Q_2 , mientras que los consumidores quieren comprar Q_1 , una cantidad menor que la oferta. Ésta es una situación de **desequilibrio** en la que sobra una cantidad de bienes en el mercado al precio P , es decir, hay un **excedente** ($Q_2 - Q_1$) o **exceso de oferta** ($O > D$; $Q_2 > Q_1$)

Ahora bien, el desequilibrio no interesa a las empresas productoras del bien, ya que no pueden vender toda la cantidad que quisieran. Por ello, comenzarán a **bajar el precio** y a reducir la cantidad de producto, de manera que más consumidores se animen a comprar. Y seguirán bajándolo hasta que se alcance el precio de equilibrio y se consiga vaciar el mercado, igualando la oferta con la demanda.

En el **ejemplo** anterior del mercado de tomate de pera, si el precio es 2 €/Kgr., los consumidores sólo están dispuestos a comprar, por ejemplo, 1.500 Kgr. diarios, mientras que a los agricultores les gustaría vender 2.500 Kgr. a ese precio. Hay un excedente, por tanto, de 1.000 Kgr. cada día. ¿Cómo deshacerse de esta cantidad sobrante? Los vendedores prueban con un precio más bajo, 1,5 €/Kgr. y observan que aumentan las ventas hasta 1.750 Kgr., pero aún les sobran 500 Kgr. Las reducciones de precio continuarán hasta llegar al equilibrio, a un precio de 1 €/Kgr. y se encuentren la oferta y la demanda.

Cuando el **precio** de mercado es **inferior al de equilibrio** se produce una situación contraria a la anterior, con un **desequilibrio** que provoca **escasez**: el bajo precio atrae a los consumidores, que demandan una cantidad (Q_2) superior a la que las empresas están dispuestas a vender (Q_1), es decir, hay un **exceso de demanda** ($D > O$; $Q_2 > Q_1$). El desequilibrio se traduce en este caso en una falta o escasez de producto ($Q_2 - Q_1$), como se representa en la gráfica siguiente:



La reacción de las empresas ante la **escasez** es la **subida del precio**, que llevará a que una parte de los consumidores dejen de comprar el bien en cuestión. Y el incremento del precio continuará hasta que nuevamente se llegue a la situación de equilibrio.

En el mercado del tomate de pera, supongamos ahora que el precio de venta es 0,5 €/Kgr. Los consumidores querrían comprar 2.500 Kgr., pero cuando acuden al mercado se encuentran con que sólo hay 1.500 Kgr. para vender, y los últimos que llegan se quedan sin tomates. El vendedor, al observar esta demanda insatisfecha, ve la posibilidad de subir el precio, y lo hará hasta que se restablezca el equilibrio.

En definitiva, la **tendencia** de los mercados es **hacia el equilibrio**, pues cualquier otra situación lleva a las empresas a ajustar el precio, hacia arriba o hacia abajo, para que no se produzcan escasez ni excedentes. Los consumidores y las empresas, movidos por el incentivo de los precios, toman las decisiones que restauran el equilibrio en el mercado, tal como se representa en las siguientes gráficas:



Cambios en la oferta y en la demanda

¿Es realista la situación de equilibrio de un mercado? En muchos mercados el equilibrio, si se alcanza, se mantiene durante poco tiempo, debido a que cambian las condiciones del mercado, tanto por el lado de la oferta como por el de la demanda.

P. Samuelson, premio Nobel de Economía, afirma en su manual *Economía*, que las curvas de oferta y de demanda sólo permanecen quietas en los libros de texto. En la realidad se producen cambios frecuentes que afectan a una u a otra: variaciones en los precios de los factores, cambios en las modas, avances tecnológicos, etc.

Por otra parte, el análisis económico supone situaciones de competencia perfecta, en las que la oferta del mercado la realizan un gran número de empresas que compiten entre ellas, de forma que ninguna es tan poderosa como para establecer el precio. Lo que encontramos en la realidad, por el contrario, son mercados con pocas empresas que tienen poder de decisión sobre los precios, utilizando la estrategia de reducir la producción para conseguir elevados precios y beneficios.

En los temas anteriores hemos visto que, cuando cambia alguna variable de las que determinan la oferta o la demanda distinta al precio del bien, las curvas se desplazan, cambian de posición en las coordenadas referidas al precio. Lógicamente, si esto sucede, el punto de equilibrio también cambiará, dando lugar a un nuevo precio y cantidad intercambiada (P^* y Q^*) en el equilibrio.

El mercado y la competencia

Los mercados que existen en la realidad económica son muy diversos, y no todos tienen la misma estructura respecto a cuestiones como tamaño de la demanda, número de empresas, tecnología utilizada o existencia de bienes sustitutivos.

Esta gran variedad obliga a una categorización de los mercados para facilitar su estudio.

El análisis económico los diferencia principalmente por el número de empresas que operan en ellos, por lo que también los denomina industrias o sectores: **a mayor número de empresas, mayor es la competencia en el mercado** o industria, y viceversa. En cuanto a la demanda, supondremos para simplificar que el número de consumidores siempre es elevado.

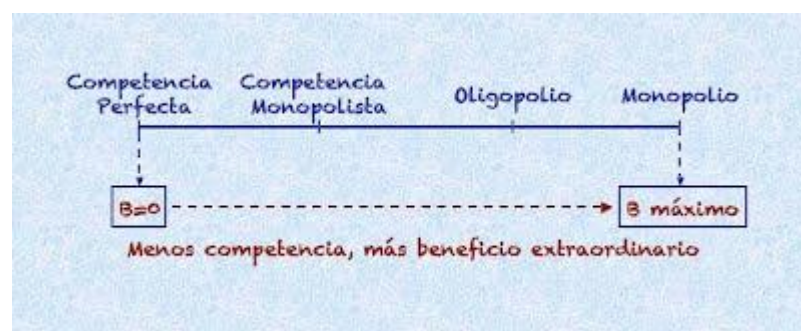
La tipificación de mercados **según su grado de competencia** se basa en la definición de dos modelos extremos y contrarios:

- **Competencia perfecta**: máximo grado de competencia (muchas empresas) que producen un bien homogéneo, idéntico.
- **Monopolio**: ninguna competencia (una empresa) que produce un bien único.

Entre ambos extremos se sitúan las estructuras o modelos de mercado intermedios, y para precisar la clasificación se definen otras dos estructuras:

- **Competencia monopolista**: elevado grado de competencia (muchas empresas) pero con cierto poder de monopolio conseguido al diferenciar el producto.
- **Oligopolio**: bajo nivel de competencia (pocas empresas) con un bien homogéneo o diferenciado.

La tipología de mercados basada en el grado de competencia puede representarse mediante una línea continua acotada por los modelos extremos, de la siguiente forma:





Es importante entender la **relación entre el grado de competencia** en el mercado **y la obtención de beneficio extraordinario** por parte de la empresa. En el extremo inferior, en los mercados de competencia perfecta, en los que hay muchas empresas, no hay beneficio extraordinario a largo plazo. Pero a medida que disminuye la competencia, y el número de empresas, este beneficio va aumentando, hasta llegar al máximo en la situación de monopolio. Esta relación significa que cualquier empresa tiene **incentivos para alejarse de la competencia** en busca de ese beneficio extraordinario, y adquirir, de una u otra forma, algún grado de monopolio.