

CAPITULO IV

EL MERCADO

Definimos al mercado como todo acuerdo entre compradores (demandantes) y vendedores (oferentes) que interactúan para determinar el precio y cantidad del bien.

EQUILIBRIO DEL MERCADO

El equilibrio del mercado se efectiviza cuando a un mismo precio se igualan las cantidades ofrecidas y demandadas.

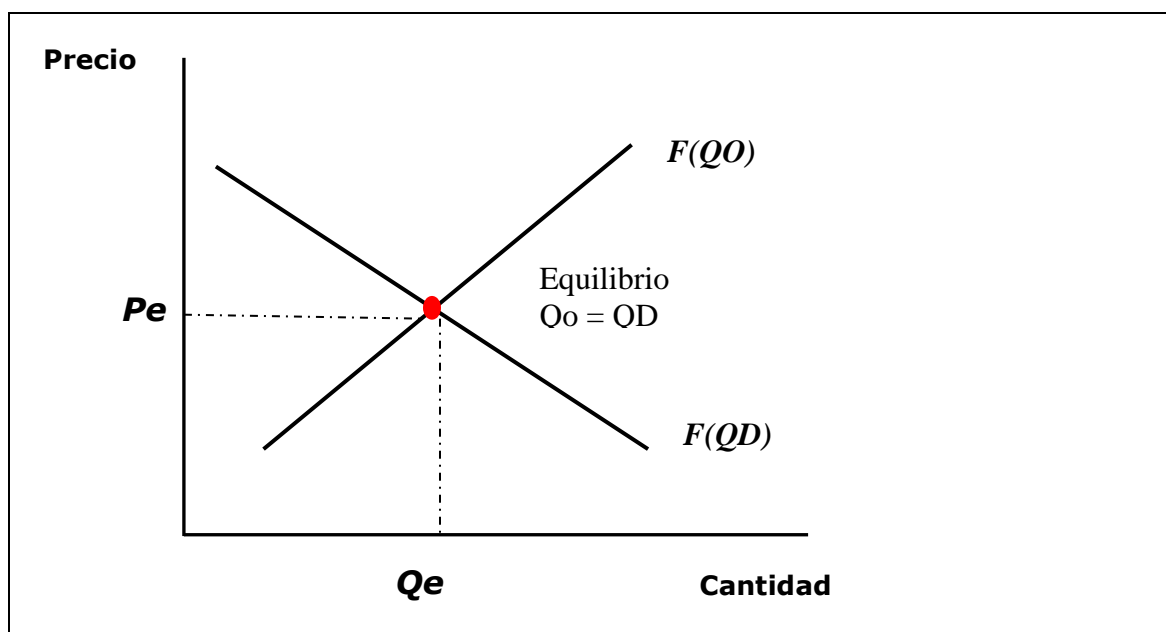
En el equilibrio del mercado, no hay excedente ni escasez, ya sea de oferta y de demanda. Esto quiere decir que las cantidades que los consumidores están dispuestos a comprar coincide con las cantidades que los productores están dispuestos a vender.

Para determinar el equilibrio del mercado debemos igualar la función de oferta y la función demanda

$$f(QO) = f(QD)$$

$$A(oferta) + b(oferta).P = A(demanda) - b(demanda).P$$

De la igualdad surge la cantidad que representa a la compra y venta del bien para un mismo nivel de precios.



Por medio del libre juego de oferta y demanda, las fuerzas del mercado actúan, para que cuando el precio se encuentre por arriba o por debajo del equilibrio, el mercado tienda nuevamente al precio de equilibrio.

Cuando el precio que surge en el mercado está dado por el libre juego de oferta y demanda, sin ningún tipo de intervención, podemos decir que es un mercado libre.

Si por el contrario, los precios fijados en el mercado sufren la intervención del Estado, podemos decir que el mercado es intervenido.

La manera de intervención del estado es mediante la regulación de precios, tales como:

- Precios máximos
- Precios mínimos
- Precios congelados
- Precios administrados
- Precios con impuestos
- Precios con subsidios

Los precios máximos son los que se fijan por debajo del equilibrio con el objetivo de establecer precios más bajos que beneficien al consumidor, se los utiliza en los bienes de primera necesidad. También los conocemos como precios techo.

Este tipo de precios deben ser usados a corto plazo ya que generan consecuencias dentro del mercado como:

- Desabastecimiento
- Mercado negro
- Baja calidad del producto

Los precios mínimos son los que se fijan por encima del equilibrio con el objetivo de favorecer a los productores. También los conocemos como precios piso.

CLASIFICACION DE LOS MERCADOS

Se consideran estructuras de mercado a las distintas condiciones en las que las empresas venden bienes y servicios. Es toda relación entre compradores y vendedores.

COMPETENCIA PERFECTA

La competencia perfecta es una estructura de mercado que tiene las siguientes características:

- Existe un gran número de productores o vendedores, cada empresa es tan pequeña en relación al mercado, que no tiene capacidad para determinar el precio.
- El producto es homogéneo, de forma que todas las empresas producen el mismo producto (producto idéntico)

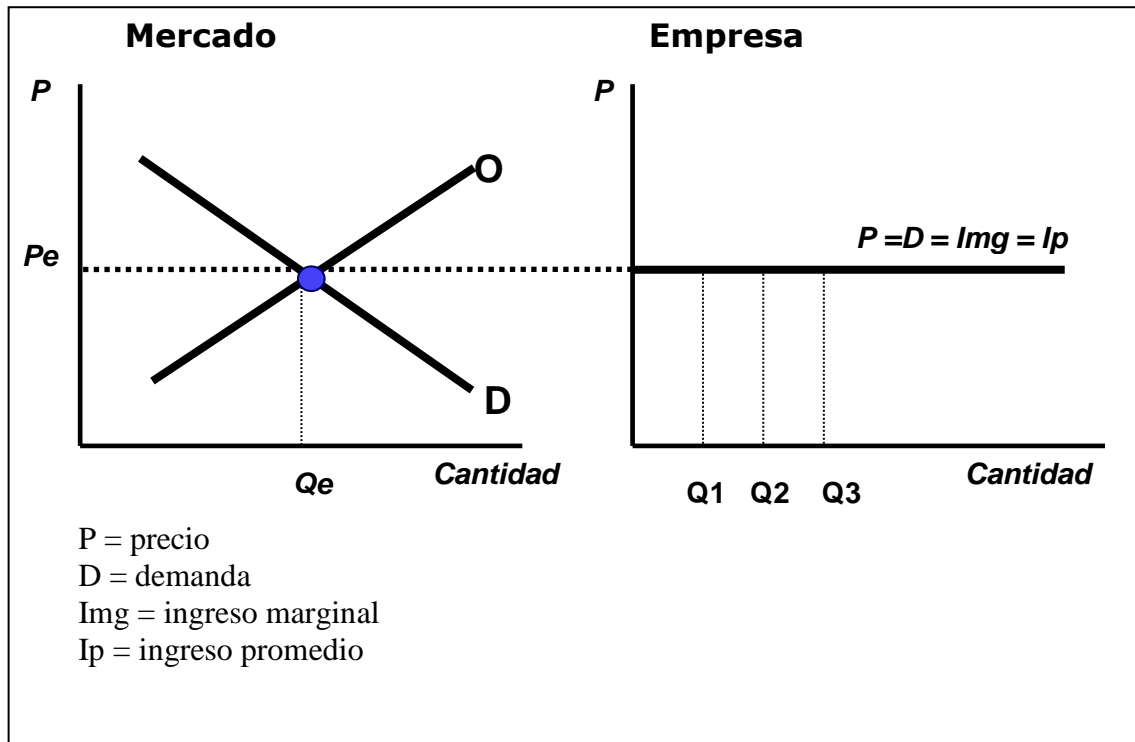
Ejemplo: En la agricultura, los cereales.

- La libre entrada o salida al mercado, implica ausencia de barreras de acceso.
- Libre movilidad de los factores de la producción.
- El productor es precio aceptante.

En realidad, la estructura de mercado de competencia perfecta es un modelo teórico que no se da en la realidad. Encontramos algunos ejemplos en los commodities (fijación del precio del petróleo)

DETERMINACIÓN DEL PRECIO PARA UNA EMPRESA QUE ACTÚA EN UN MERCADO DE COMPETENCIA PERFECTA.

Las empresas del mercado de competencia perfecta son tomadoras de precios, por lo tanto el precio estará determinado por el libre juego de oferta y demanda y se establecerá en el punto de intersección de ambas fuerzas.

GRAFICO 14 EMPRESA EN COMPETENCIA PERFECTA**DETERMINACIÓN DEL RESULTADO ÓPTIMO DE UNA EMPRESA QUE ACTÚA EN UN MERCADO DE COMPETENCIA PERFECTA.**

La determinación del resultado óptimo se puede establecer a través de dos enfoques:

- Enfoque total
- Enfoque marginal.

En el **enfoque total** determinaremos el resultado de la empresa con la expresión que resulta de la diferencia entre los ingresos totales y los costos totales.

Si el resultado arroja un valor positivo consideramos un resultado de máxima ganancia, si por el contrario el valor arrojado fuera un valor negativo estaríamos en presencia de una mínima pérdida.

En el **enfoque marginal** determinaremos el resultado de la empresa pero expresado en función de la diferencia que resulte entre el ingreso marginal y el costo marginal (los pesos de beneficio que obtendrá la empresa por la última unidad)

Entendemos como ingreso marginal a la variación del ingreso total como consecuencia de la salida de un unidad adicional de bien.

Entendemos como costo marginal a la variación del costo total como consecuencia de la producción de una unidad adicional de bien.

Para establecer si la empresa ha logrado una máxima ganancia o mínima pérdida partiremos de la condición de primer orden que resulta de la igualación del ingreso marginal con el costo marginal. El valor obtenido de esta igualación nos marcará la cantidad óptima que la empresa deberá lograr para encontrar la mejor situación posible dentro del mercado.

Esta cantidad representa para el oferente la determinación de un resultado marginal óptimo, es decir, que si resulta positivo el oferente obtendrá una máxima ganancia, y si resulta negativo el oferente obtendrá una mínima pérdida.

En las situaciones de pérdidas es indispensable el análisis de costos medios y variables medios para establecer la conveniencia de la empresa de permanecer en el mercado.

SITUACIÓN DE MÁXIMA GANANCIA

Para determinar la cantidad óptima en cualquier empresa de manera analítica procederemos de la siguiente forma:

$$Rt = It - Ct$$

Realizando la derivada primera a la expresión obtenemos:

$$\begin{aligned} Rmg &= Img - Cmg \\ 0 &= Img - Cmg \\ Img &= Cmg \end{aligned}$$

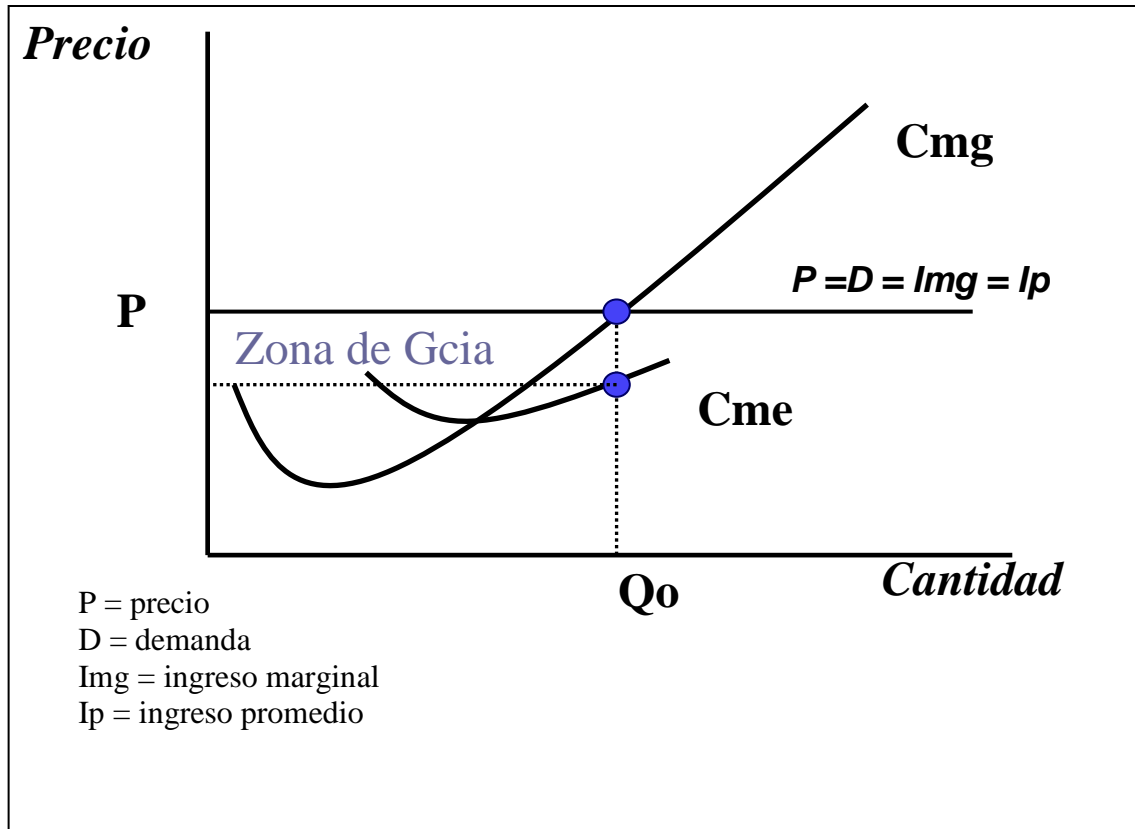
Despejamos de la expresión la variable Q=cantidad

$$Q_o = \text{cantidad óptima}$$

Esta cantidad óptima servirá para establecer la mejor situación posible de la empresa. Para el análisis reemplazaremos en la estructura de costo a la variable cantidad por la cantidad óptima obtenida.

Si el precio es mayor al valor de costo medio para la cantidad óptima estaremos en presencia de una situación de máxima ganancia. (La empresa recupera la estructura de costos obteniendo además un margen de ganancia).

GRAFICO 15 SITUACIÓN GANANCIA

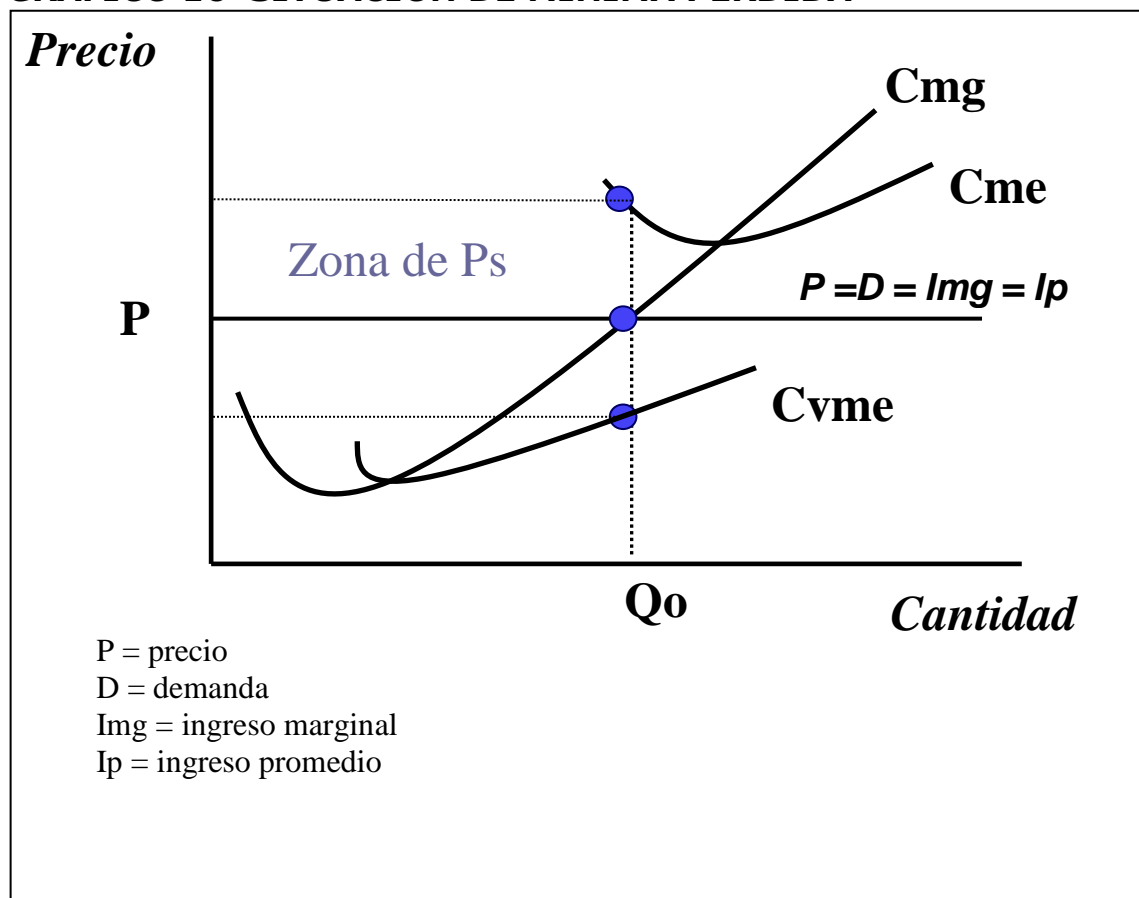


SITUACIÓN DE MÍNIMA PÉRDIDA

Cuando el precio resulta inferior al valor de costo medio para la cantidad óptima nos encontramos en una situación de mínima pérdida, pero debemos también analizar al precio en relación al costo variable medio.

- Si el precio es inferior al valor de costo medio pero superior al valor de costo variable medio, la empresa tendrá una situación de mínima pérdida.
- Si el precio es igual al valor de costo medio, la empresa se encontrará en una situación de punto crítico con un resultado total igual a cero.

- Si el precio es inferior al valor de costo medio y a la vez el precio es igual al valor del costo variable medio, la empresa presentará una situación de punto mínimo de explotación.
- Si el precio es inferior al valor del costo medio y es inferior al valor del costo variable medio, la empresa presentará una situación de pérdida, sin recupero de la estructura de costos.

GRAFICO 16 SITUACIÓN DE MÍNIMA PÉRDIDA**SITUACIÓN DE MÍNIMA PÉRDIDA: PUNTO CRÍTICO**

El precio resulta igual al valor del costo medio lo que nos indica que el resultado total será cero.

$$Rmg = lmg - Cmg$$

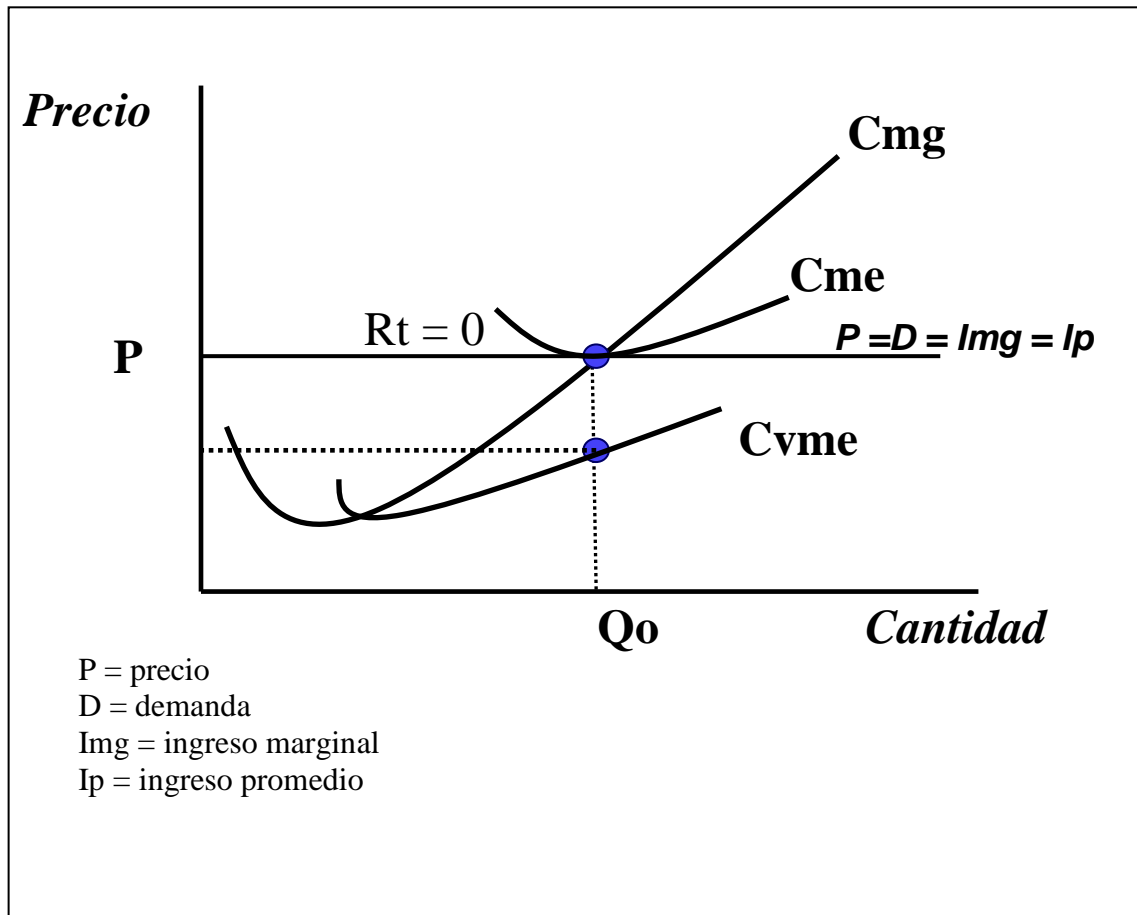
Qo = cantidad óptima

Al reemplazar el valor de cantidad óptima obtenida en la expresión :

$$R_t = I_t - C_t \quad \text{el valor obtenido es cero}$$

La empresa no gana ni pierde, ya que el precio es igual al valor de costo medio para la cantidad óptima obtenida.

GRAFICO 17 Punto crítico

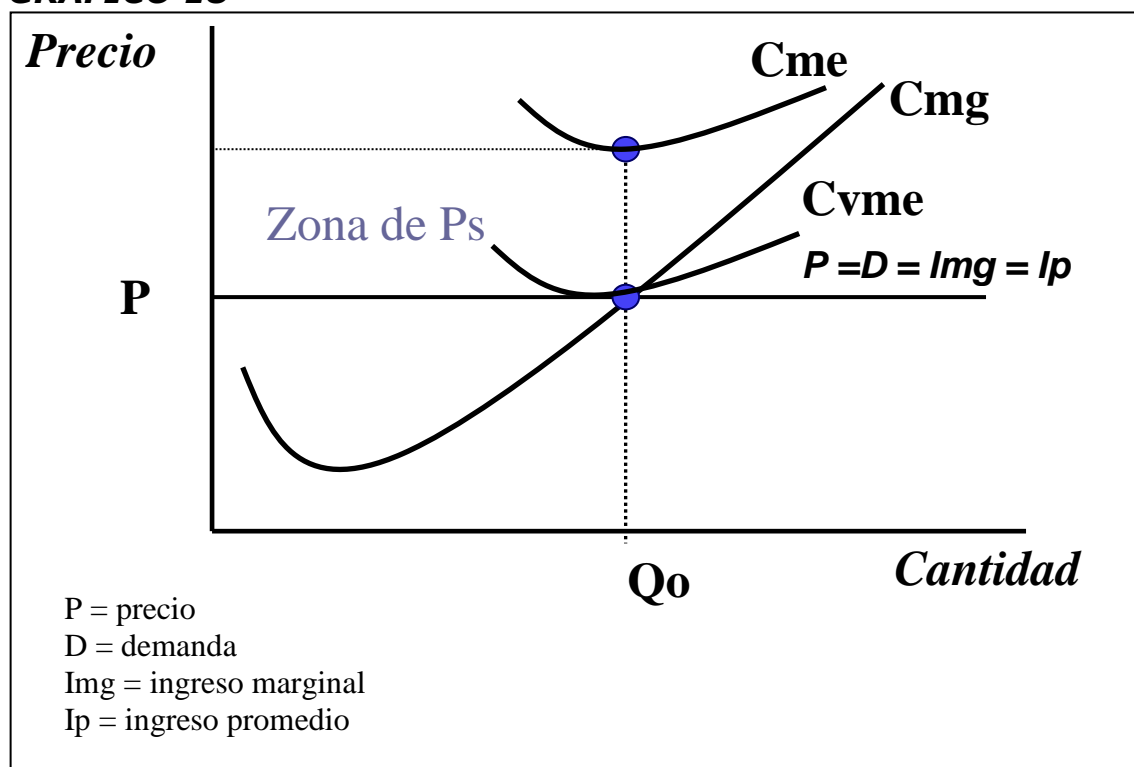


Si la empresa ubicara en el mercado una unidad más o una unidad menos se encontraría en una situación de pérdida, de esta manera, en esta cantidad, lograría un resultado cero (Recupera los costos variables medio y los costos fijos medio).

SITUACIÓN DE MÍNIMA PÉRDIDA: PUNTO MÍNIMO DE EXPLOTACIÓN O CIERRE.

El precio resulta inferior al costo medio pero a la vez igual al costo variable medio, lo que nos indica que solamente puede recuperar la estructura de costos variables medio. Por lo tanto el resultado será negativo igual en valores absolutos a los costos fijos.

GRAFICO 18



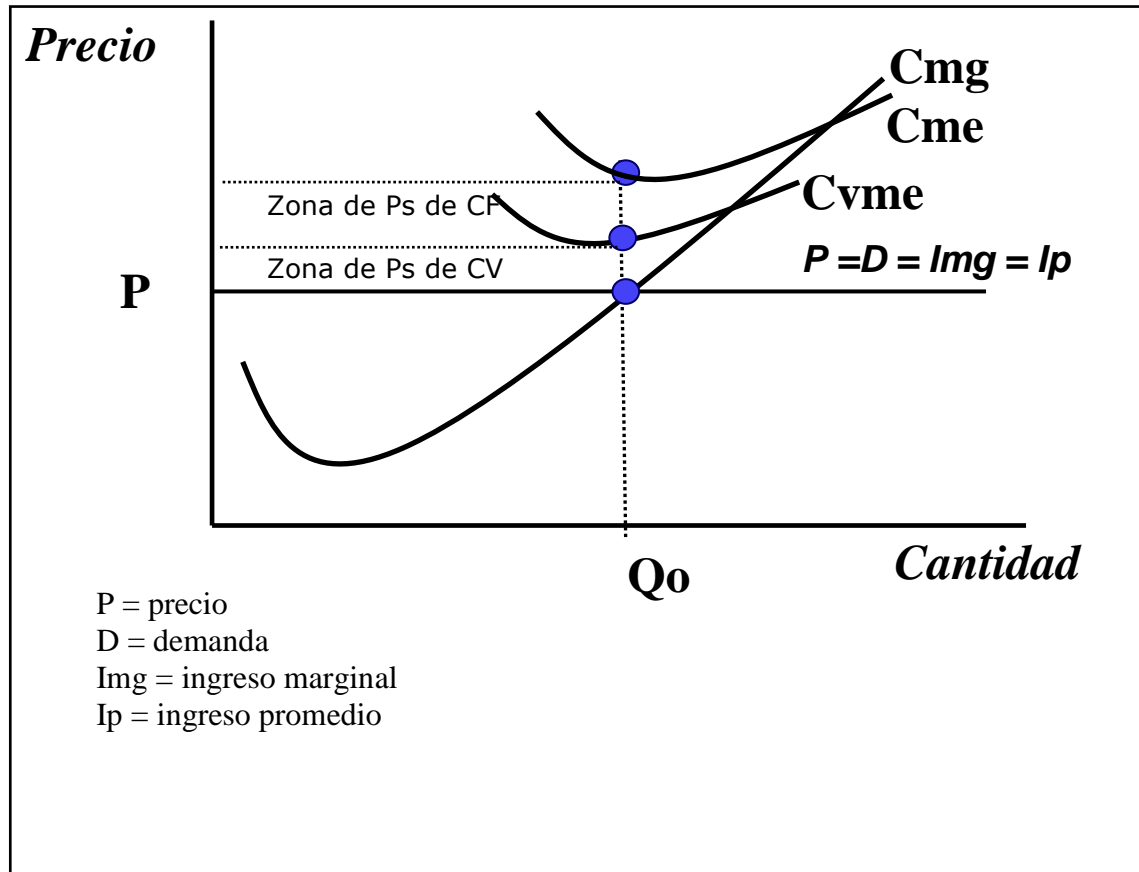
SITUACIÓN DE MÍNIMA PÉRDIDA SIN RECUPERO DE COSTOS.

El precio resulta menor al costo medio y menor al costo variable medio, por lo tanto la empresa no puede recuperar ninguna estructura de costos.

La cantidad óptima arroja valores de costo medio y costos variables medio que superan al precio al cual la empresa puede comercializar el producto (Situación de cierre de la empresa).

El resultado total que se obtiene es negativo. Este valor representa que la empresa no logra recuperar su estructura de costos y excede sus posibilidades de continuidad en este mercado.

GRAFICO 19



La empresa pierde toda la estructura de costos fijos y pierde también una proporción de costos variables (valores que se encuentran por encima del precio).

La empresa recupera una proporción de costos variables (valores que se encuentran por debajo del precio).

CUADRO COMPARATIVO DE RESULTADOS DE LA EMPRESA

$P > C_{me}$	Situación de ganancia
$P < C_{me}$	Situación de pérdida (Debemos analizar los C_{vme})
$> C_{vme}$	Situación de pérdida con recupero de costos
$P = C_{me}$	Situación de punto crítico
$P < C_{me}$ $= C_{vme}$	Situación de punto mínimo de explotación
$P < C_{me}$ $< C_{vme}$	Situación de cierre

A partir del cuadro podemos observar la relación existente entre el precio que ha fijado el mercado, precio que es tomado por la empresa que actúa en competencia perfecta, y las estructuras de costo.

No debemos olvidar que en competencia perfecta el precio determina también el ingreso promedio (pesos obtenidos por unidad vendida) y el ingreso marginal (pesos obtenidos por la última unidad vendida).

Las relaciones establecidas en el cuadro pueden ser cambiadas por las variables ingreso promedio (IP) o ingreso marginal (Img).

COMPETENCIA IMPERFECTA

MONOPOLIO

La estructura del mercado tiene las siguientes características:

- Único vendedor o productor, una sola empresa es la industria.
- Una sola empresa concentra toda la oferta pero considera la demanda del mercado.
- El producto es único, quiere decir que no tiene sustitutos.
Ejemplo: Servicios públicos como gas, energía eléctrica, etc.
- Existen restricciones que hacen que resulte muy difícil la entrada de nuevos competidores.
- Los monopolios poseen la posibilidad de discriminar precios.

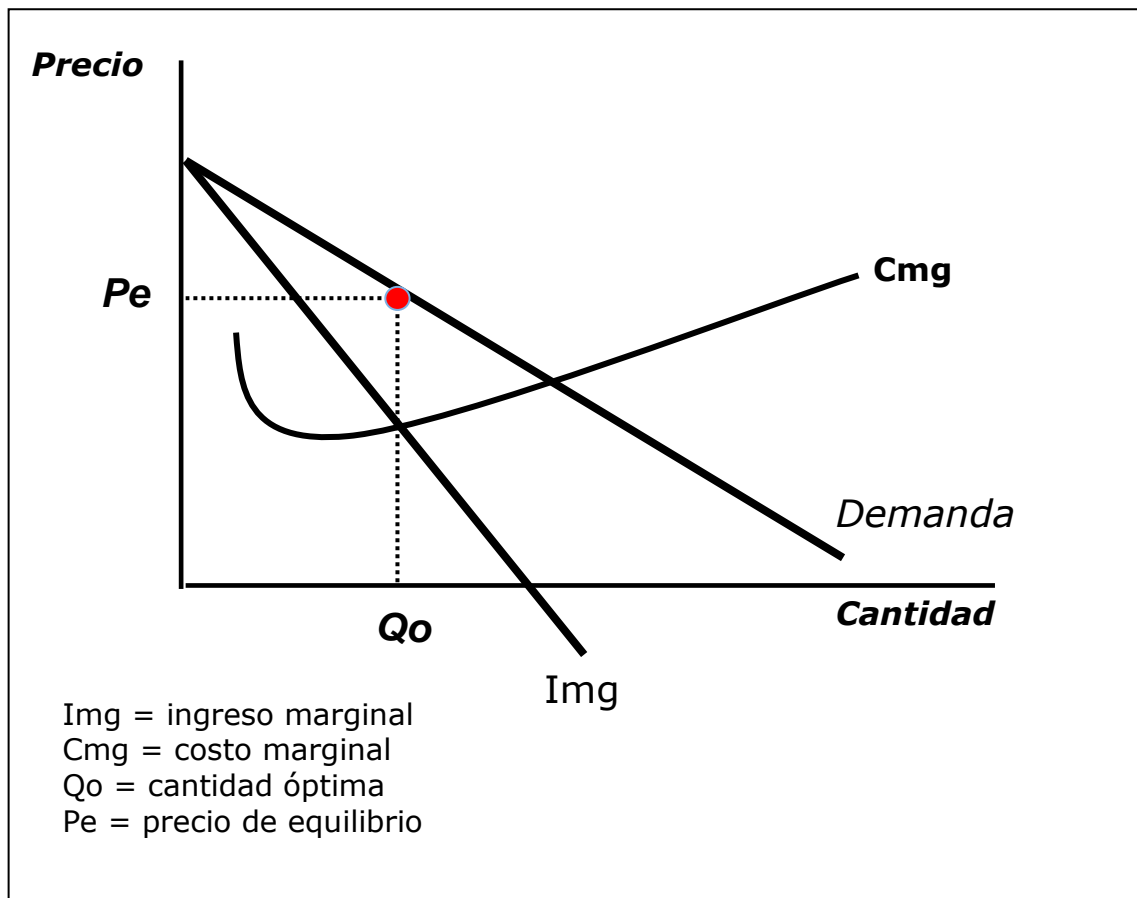
El monopolio discriminador de precios se encontrará en la situación de realizar el análisis de beneficio para el mercado global y el mercado discriminado.

Para determinar la mejor posición buscará los valores de ingreso marginal en cada una de las situaciones (para el mercado global y para el mercado discriminado).

$$QD = A - b.P \quad \text{Mercado global}$$

$$\left. \begin{array}{l} Qd(1) = A1 - b1.P \\ Qd(2) = A2 - b2.P \end{array} \right\} \quad \text{Mercado discriminado}$$

Si realizamos la sumatoria miembro a miembro de las demandas individuales, obtendremos la función de demanda del mercado global.

GRAFICO 20 FIJACIÓN DE PRECIO EN EL MONOPOLIO**OLIGOPOLIO**

Esta estructura de mercado, reúne las siguientes características:

- Pocos vendedores o productores, esta característica se manifiesta cuando hay pocas empresas que son grandes en relación con el mercado total, y pueden por lo tanto afectar el precio del mercado.
- Los productos son levemente diferenciados.
Ejemplo: gaseosas, golosinas, electrodomésticos.
- Existe una empresa líder que fija el precio de la industria y las demás empresas la siguen como precio aceptante.

COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA

Las características de esta estructura de mercado son las siguientes:

- Muchos vendedores pequeños, que hacen que sus decisiones de precios, tengan un efecto poco significativo en el precio de mercado.
- El producto tiene diferencias reales o imaginarias.
- Las empresas compiten básicamente con publicidad, empaque, calidad y desarrollo de nuevos productos, etc en lugar de modificar los precios.

Ejemplo de estas empresas son: restaurantes

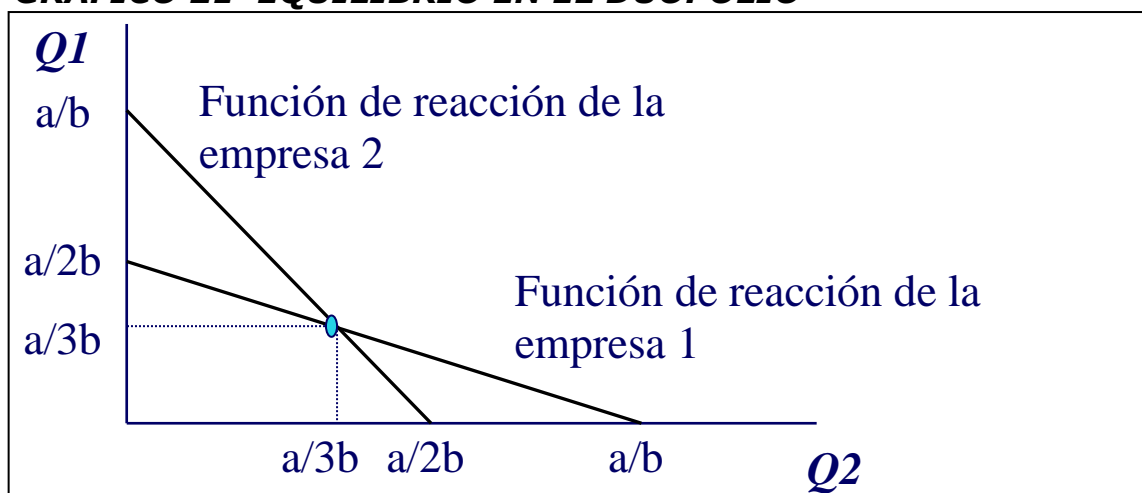
MODELO DE COURNOT

Considera el caso en el que existen dos empresas en el mercado, caso de duopolio, aunque el modelo puede ser generalizado para más vendedores.

Supone:

- Dos empresas, empresa I y Empresa II
- Ambas empresas producen el mismo producto
- Ambas empresas tienen la misma estructura de costos
- Conocen la función de demanda de su producto (Suponemos es lineal) y ambas maximizan beneficios.

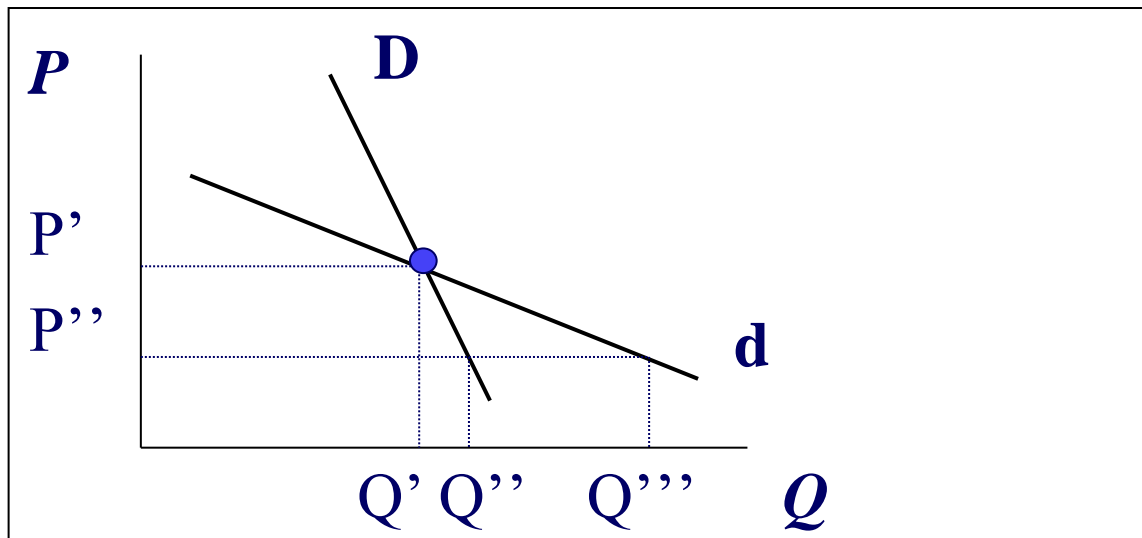
GRAFICO 21 EQUILIBRIO EN EL DUOPOLIO



Igualando las dos funciones de reacción podemos hallar el equilibrio del modelo representado por la expresión $a/3b$.

MODELO DE CHAMBERLIN

- Perfecta simetría de la posición de todas las empresas en la industria.
- La empresa se enfrenta a dos curvas de demanda diferentes: una indica lo que ocurriría si ella es la única que altera el precio y otra indica la ocurrencia si todas varían al mismo tiempo.

GRAFICO 22

Es un modelo más realista que parte de los mismos supuestos que el modelo de Cournot.

La empresa I es la primera en actuar y elige el producto de monopolio, la empresa II tomando el precio de la empresa I toma la cantidad de demanda restante. La empresa I no supone que la empresa II mantendrá su producción y reconoce que reaccionará a sus acciones.

Las conclusiones de este modelo proponen que lo mejor para ambas empresas es repartir los beneficios monopolísticos, por lo tanto la empresa I reduce sus nivel de producción al volumen considerado por la empresa II.

Se predice entonces que los precios tienden a ser bastante estables. Las empresas pueden fijar precios idénticos y maximizar sus beneficios.