

## Capítulo 10: eficiencia y fallas del Mercado

### La interrelación de todos los mercados

En capítulos anteriores, hicimos un **análisis de equilibrio parcial**, es decir, sin tener en cuenta las **interrelaciones que se establecen entre los distintos mercados**. Ahora vamos a adoptar un enfoque **de equilibrio general**, es decir, como, al interrelacionarse simultáneamente todas las economías domésticas, las empresas y los mercados, se da respuesta a las 3 cuestiones de todo sistema económico: que, como y para quien.

#### Equilibrio general

Lo característico de la vida real es la **simultaneidad y la interrelación**. La 1ra visión del funcionamiento de una economía y del equilibrio general se presenta al analizar el **sistema de precios y el flujo circular**, constituido por los factores, la producción, el producto y el comercio. El equilibrio general relaciona las ofertas y demandas de un gran número de factores y productos.

Los hogares demandan productos para consumirlos en función de los ingresos que perciben y ofertan factores, mientras que las empresas ofertan bienes y servicios y demandan factores productivos. Como contraprestación de estos flujos de producto y factores, hay un flujo de dinero.

#### Equilibrio general competitivo: supuestos y propiedades

**Supuestos:** todos los mercados son perfectamente competitivos. No hay limitación para la entrada de empresas. Todos los precios de los productos equilibran la oferta y la demanda en todo momento. No hay contaminación ni otras externalidades. Todos están perfectamente informados sobre los precios.

**Equilibrio competitivo:** conjunto de precios y cantidades de equilibrio en los cuales los consumidores maximizan su satisfacción y los productores maximizan su beneficio. Coincidencia de la oferta con la demanda.

Analizando conjuntamente las **condiciones de los consumidores y los productores**, la utilidad marginal del consumo de c\bien es proporcional al costo marginal y la utilidad marginal del ultimo peso gastado en c\bien es la misma en el caso de todos los bienes.

El equilibrio general de los mercados determina los precios y los niveles de producción de forma tal que la utilidad marginal de c\bien para los consumidores es igual al costo marginal que tiene para la sociedad. Dado que los precios son señales de escasez económica para los productores y de la utilidad social para los consumidores, este análisis nos dice que un **mecanismo de precios competitivo** permite optimizar la producción y la satisfacción con los recursos y la tecnología de la sociedad. Este resultado muestra como los mercados competitivos contribuyen a asignar eficientemente los recursos.

#### El equilibrio competitivo y los precios

Curva de demanda: recoge el valor marginal que los consumidores dan a un bien. Muestra lo que los consumidores están dispuestos a pagar, por c\nivel de consumo, por una unidad adicional.

Curva de oferta de mercado: curva de costo marginal de la industria. Muestra el costo que tiene para el conjunto de la economía el incremento de la producción de la industria en una unidad.

En una situación de equilibrio en un mercado competitivo, el costo marginal de producir un bien es igual al valor marginal que conceden los consumidores a ese bien. Esto se debe a que las familias **igualan el precio y la valoración marginal** y las empresas **igualan el precio y el costo marginal**.

Valoración marginal de los consumidores = precio = costo marginal de la producción

Los niveles de producción **inferiores** a los del equilibrio competitivo son **ineficientes**. **Superiores**= **eficientes**.

## Los precios y la asignación de recursos

El **precio** actúa como intermediario entre los consumidores y productores y, al transmitir toda la info necesaria a todos los participantes en el mercado, logra que el valor que dan los consumidores a los productos sea igual al costo marginal de producirlos.

### Los mercados competitivos y la eficiencia

Cuando se cumplen las condiciones ideales de competencia perfecta, la economía se encuentra en su **frontera de posibilidades de producción** y, además, no **es posible** reorganizar la asignación de recursos de forma que mejore el bienestar de una persona sin empeorar el de otra.

Según Pareto, una situación es **eficiente** cuando no es posible mejorar la satisfacción de una persona sin perjudicar a la otra. Esto se debe a que c\individuo asigna su presupuesto de tal forma que maximiza su satisfacción dados los precios de los bienes que consume.

No es posible mejorar el papel del **sistema de precios como asignador de recursos**, ya que situá a la economía sobre la frontera de posibilidades de producción.

### La eficiencia económica: un análisis grafico

La imposibilidad de mejorar la satisfacción de todo el mundo reorganizando la producción, cuando se parte de una situación eficiente, se ilustra mediante la frontera de posibilidades de utilidad.

La **frontera de posibilidades de utilidad** muestra el nivel máximo de utilidad que puede alcanzar un individuo por c\nivel de utilidad que puede alcanzar otro individuo. Todos los puntos de la frontera son **eficientes**. Muestra el límite superior de las satisfacciones que puede lograr una economía. Puntos debajo ineficientes. La frontera tiene **pendiente negativa** para indicar que, cuando aumenta la satisfacción de una persona, debe disminuir la de otra. Ondulada.

### Las fallas del mercado

Las fallas del mercado se deben a: la competencia imperfecta, las externalidades o a la info imperfecta.

#### 1. Competencia imperfecta

Determinadas empresas tienen poder de mercado y pueden elevar el precio de su producto por encima de su costo marginal. Esto genera **ineficiencia** ya que los consumidores compran una cantidad de estos bienes menor a la que adquirirían en condiciones de competencia perfecta. Otra falla es cuando hay **inexistencia de mercados**: ausencia de oferentes aunque exista demanda.

#### 2. Externalidades

Las externalidades surgen cuando la producción o el consumo de un bien **afecta directamente** a consumidores o empresas que no participan en su compra ni venta, y cuando esos efectos **no se reflejan totalmente en los precios** de mercado. Se distinguen las **valoraciones sociales y las privadas y, los costos privados y los sociales**. Dado que no se reflejan en los precios de mercado, facilitan info que impide alcanzar la eficiencia.

Cuando una **acción privada** tiene efectos externos que afectan en gran medida a otras personas, existe un problema de externalidad.

### Externalidades negativas: la contaminación

La mayor parte de las externalidades negativas se deben a la contaminación y crean ineficiencias. Las externalidades negativas llevan a que los mercados produzcan una **cantidad mayor a la socialmente deseable**.

Una estrategia para resolver el problema de la contaminación es obligar a los productores a pagar por la contaminación que generan. El **impuesto sobre la contaminación internaliza la externalidad**. Internalizar una externalidad consiste en alterar los incentivos para que las personas tengan en cuenta los efectos externos de sus actos. La situación está en equilibrio cuando **el costo social es igual a la valoración de los consumidores**.

### Externalidades positivas: el caso de los estudios superiores

Las externalidades son beneficiosas cuando el subproducto de una actividad o servicio beneficia a terceros, en vez de perjudicarlos. El mercado no llega a alcanzar un nivel de producción eficiente. En el equilibrio de mercado, el **beneficio marginal de todas las partes es mayor que el costo marginal** de todas las partes. Las externalidades positivas hacen que los mercados produzcan una **cantidad menor que la socialmente deseable**. Ej.: mejorar la educación de una persona.

Para internalizar la externalidad, el Estado debe otorgar un **subsidio** que sea igual a la diferencia entre el valor social y el valor privado. Así, el mercado será eficiente.

### Las soluciones privadas a las externalidades: el teorema de Coase

Algunas externalidades se resuelven sin la intervención del Estado, mediante **códigos morales y sanciones sociales**. Ej.: tirar un papel al piso. Algunos efectos de las externalidades también se pueden mejorar mediante la labor de **instituciones y asociaciones sin fines de lucro** financiadas por donaciones privadas.

A veces, el propio **mercado** puede resolver el problema de las externalidades recurriendo a los **intereses personales de las partes involucradas**. La internalización de las externalidades es una de las razones por las que algunas empresas realizan diferentes tipos de negocios o actividades. Cuando existen **derechos de propiedad** perfectamente definidos y los costos de las negociaciones son bajos, la celebración de **negociaciones voluntarias** entre las partes afectadas por las externalidades puede generar un resultado eficiente.

El **Teorema de Coase** establece que si las partes privadas pueden negociar sin ningún costo sobre la asignación de los recursos, el mercado resolverá el problema de las externalidades y los asignará eficientemente. La **distribución inicial** de los derechos no incide en la capacidad del mercado para lograr un resultado eficiente.

En la vida real, este teorema no es útil. A veces, los problemas de externalidades no pueden ser resueltos por las partes interesadas debido a los **costos de transacción** (ej.: abogados).

### Instrumentos del Estado contra las externalidades

Para luchar contra la ineficiencia derivada de las externalidades, los Estados establecen controles directos, esto es, **regulaciones sociales**, o bien recurrir a incentivos económicos, es decir, **medidas basadas en el mercado** para tratar de inducir a las empresas a corregir las externalidades.

**Regulaciones sociales:** controles directos. Instrucciones sobre la tecnología que se debe utilizar para controlar la contaminación y se indica dónde debe aplicarse. Este método no deja margen para aplicar métodos nuevos ni para negociar con otras empresas. En la práctica, es muy difícil que se alcance la eficiencia económica ya que las **normas sobre la contaminación** se elaboran sin comparar los costos marginales y los beneficios marginales. Además, las **órdenes de dirección y control** hacen que las normas sean las mismas para las grandes y pequeñas empresas. Control directo tiene resultados innecesariamente costosos.

**Las normas de responsabilidad:** el causante de las externalidades está obligado a pagar por ley los daños ocasionados a otras personas. En la práctica, se ven limitadas ya que conllevan altos costos judiciales y muchos daños no pueden llevarse a juicio.

**Medidas basadas en el mercado:** incentivos económicos. Dos tipos de soluciones: **los impuestos sobre las emisiones**, que obligan a las empresas a pagar un impuesto (impuestos pigovianos) sobre la contaminación que

producen, igual a la cantidad de daños ocasionados. El objetivo es lograr que la empresa reduzca la contaminación hasta el nivel eficiente. La otra solución es la **utilización de permisos transferibles de contaminación**, en los cuales se define un umbral máximo de contaminación total. El precio de estos se determina en función de la oferta y demanda de permisos. Permiten alcanzar los objetivos deseados con costos relativamente bajos. Como actúan las fuerzas del mercado, las empresas tienen **incentivos para innovar**.

### Los bienes públicos y los recursos comunes

Los **bienes públicos** son un **caso extremo de las externalidades positivas** ya que benefician de una manera indivisible a toda una comunidad, independientemente de que los individuos deseen o no comprarlos. El costo de extender el servicio a una persona adicional es cero. La **provisión de bienes públicos** es una tarea del Estado.

Los bienes que ofertan las empresas, es decir, los **bienes privados**, tiene dos características: **rivalidad y exclusión**. Existe **rivalidad** cuando, si una persona lo consume, otra no podrá hacerlo. Existe **exclusión** en el consumo de un bien cuando se puede impedir que los que no pagan por ese bien lo consuman. Sin la posibilidad de exclusión, nadie pagaría por el bien ya que se podría consumir de todos modos.

Los **bienes públicos** benefician a toda una comunidad y de su disfrute no se puede excluir a nadie, independientemente de quien pague. Su consumo por parte de un individuo no reduce la cantidad disponible para otro. Ej.: faro de mar. Hay un límite, por ej., la capacidad.

### Bienes públicos, las fallas del mercado y el consumidor parásito

En los bienes públicos la falla del mercado se manifiesta en que se **ofrece una cantidad insuficiente** de estos. Esto se debe a que muchos bienes públicos **no son excluibles** o lo son pero a un costo muy alto. El costo de una unidad adicional vendida a un consumidor cualquiera es **cero** y una unidad adicional consumida por un individuo no reduce la cantidad disponible para el consumo de otro.

En consecuencia, cuando un consumidor se da cuenta de que el costo marginal de su propio consumo es nulo, puede ofrecer un precio muy bajo al productor por el derecho a consumir el bien, lo que explica que la mayoría de los bienes públicos no son administrados por los mercados privados, ya que estos no garantizan que se produzca la cantidad correcta. Esto se debe a que existen individuos conocidos como **consumidores parásitos**, que consumen el bien público sin pagarlo. Disfrutan del bien dejando que otros paguen por él. Por ej.: esperan a que un vecino pague por seguridad en vez de contribuir a pagarla.

### Los recursos comunes

Un **recurso común** es aquel cuyos servicios son utilizados tanto en la producción como en el consumo y no pertenece a ningún individuo en particular. Ej.: las vías públicas. El acceso sin restricciones a este tipo de bienes conduce a un uso demasiado intensivo de estos o una **congestión en el uso del recurso**. Son bienes **rivales pero no excluibles**.

La **tragedia de los bienes comunes** se produce por una externalidad negativa. Dice que los recursos comunes se utilizan más de lo deseable desde el punto de vista de la sociedad en su conjunto. Esto puede llevar a otros tipos de ineficiencia ya que se debilitan los incentivos de las personas para invertir en mejoras.

### La información perfecta

La teoría de la mano invisible supone que los compradores y vendedores tienen total info sobre los bienes y servicios que compran y venden. La realidad es que los mercados suministran muy **escasa info** a los consumidores o a los productores para tomar decisiones bien documentadas.

### La información asimétrica

Algunos tienen más info que otros. No está distribuida de forma simétrica. En la vida real, esto ocurre ya que el vendedor de un producto conoce su calidad mejor que el comprador. La info asimétrica explica muchos mecanismos institucionales de nuestra sociedad.

Cuando la info no está distribuida de forma simétrica entre los consumidores y productores, se dan situaciones de **riesgo moral o de selección adversa**.

### El riesgo moral

Existe cuando el seguro reduce los incentivos para que las personas eviten o prevengan el suceso arriesgado, por lo tanto, aumenta la probabilidad de experimentar pérdidas. La persona asegurada puede influir en la probabilidad o magnitud del suceso que desencadena la indemnización. Los mercados de seguro son incompletos ya que solo pueden prosperar en condiciones limitadas.

### La selección adversa

Existe cuando las personas que corren los mayores riesgos son las que más probablemente compren el seguro. A veces no existe un seguro privado y, si existe, tiene un precio desfavorable debido a la selección adversa.

Cuando están presentes el **riesgo moral y la selección adversa**, es posible que los mercados transmitan señales equivocadas, que se distorsionen los incentivos y que a veces no exista ni siquiera un mercado. En esos casos, los gobs pueden decidir intervenir y recomendar o exigir la existencia de seguros.

### El mercado de autos usados

Este caso explica las consecuencias de la info imperfecta. Por qué un auto usado se vende 15% as barato que uno nuevo? Esto se debe a que existe info asimétrica sobre la calidad del mismo: el vendedor sabe mucho más sobre el vehículo que el posible comprador.

Cuando baja el precio del auto se produce un **efecto de selección adversa**, en el sentido de que la combinación de las personas que deciden vender cambia negativamente a medida que baja el precio. Al bajar el precio, empeora la calidad media de los bienes vendidos.

En los mercados de info asimétrica, hay menos vendedores y compradores que los mercados de competencia perfecta. Mercado estrecho: pocos vendedores y compradores.