



CAPÍTULO V

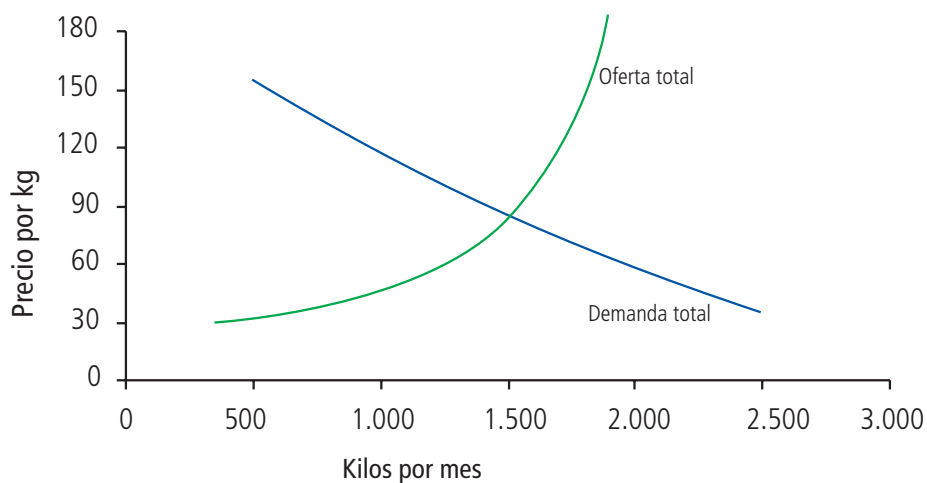
Demanda y oferta: la determinación del precio y de la cantidad

A. La determinación del precio y la cantidad

Es posible ahora mirar en conjunto lo que ocurre con los compradores y los vendedores ante cada situación de precios en el mercado. Para ello, podemos superponer en un solo gráfico las curvas de demanda total del gráfico 7 y de oferta total del gráfico 9.

GRÁFICO 10

Demanda y oferta totales



Como se desprende del gráfico 10, hay un punto en que ambas líneas, oferta y demanda totales, se cruzan. En ese punto coinciden los deseos y posibilidades de las familias de comprar el bien en cuestión, con los deseos y las posibilidades de las empresas de producirlo. Esa coincidencia de posibilidades y deseos de ambos grupos de agentes, familias y empresas, hace que el precio del bien y la cantidad producida se determinen simultáneamente en el mercado, en un nivel que hace posible su compra por parte de las familias y su producción por parte de las empresas.

Es importante destacar que esta coincidencia de deseos y posibilidades de empresas y familias no se produce mediante un esfuerzo consciente de negociación entre ellos. Es simplemente el resultado que se obtiene cuando ambos siguen las señales que les dan los precios en el mercado.

En la gran mayoría de los casos, ningún comprador en particular, actuando aisladamente, puede afectar el precio de un producto: si quiere pagar menos por él que el precio establecido en el mercado, las empresas preferirán vender a otros compradores; además, es evidente que ningún comprador querrá pagar más que el precio de mercado para adquirir un bien.

Por lo mismo, también en la mayoría de los casos, ninguna empresa individual, actuando aisladamente, puede afectar el precio de un producto. Si pretende vender más caro que otros, nadie le comprará; y si baja el precio, todos los compradores se volcarán hacia ella y la inducirán a ponerse en línea con los precios del mercado. Esto, que se cumple en general, tiene excepciones que pasamos a examinar a continuación.

B. El poder monopolístico y el poder monopsonico

Hay casos en que una sola empresa, o unas pocas de ellas, pueden influir en el precio del producto e imponer su voluntad sobre la de los consumidores. Esto ocurre con aquellas empresas a las cuales les resulta conveniente producir cantidades tan grandes de un producto en relación con el total del mercado que hacen muy difícil la entrada en producción de otras empresas, que no encontrarían espacio para vender sus productos. Ocurre también cuando hay barreras artificiales a la entrada de otras empresas a competir, como ocurre con algunas empresas del Estado a las que la ley o las normas protegen de la competencia. También sucede en las empresas que producen bienes o servicios de características muy especiales que los consumidores desean y que no pueden ser reproducidas masivamente. Ejemplos de este caso son las obras de arte, los diseños de moda femenina, ciertos productos artesanales. En todos estos casos se dice que las empresas tienen poder monopolístico. De hecho, monopolio significa un solo vendedor, aunque el término se aplica hoy de manera más general. Pero no es necesario que exista un solo vendedor para que haya poder monopolístico, ya que las empresas pueden buscar diferenciar los productos que ellas venden de aquellos que venden otras, y ganar así algún poder para establecer precios más altos. Por este motivo, se habla más bien de poder monopolístico que de monopolio.

Las empresas con poder monopolístico aprovechan este poder elevando el precio de sus productos. Naturalmente, si elevan el precio, venderán menos, pero en esos casos lo que sube el precio las compensa con creces por las menores ventas. Estas empresas pueden subir sus precios mientras el aumento de sus ingresos generado por el

aumento de precios sea mayor que la reducción de sus ingresos debido a las menores ventas. Por tanto, cobran más caro y venden menos, afectando así negativamente a las familias, que quisieran pagar menos por el producto y tener más de él.

El poder monopólico se fortalece en aquellas economías que ponen fuertes barreras a las importaciones. Cuando tales barreras prácticamente no existen, como en el Chile de hoy, si un precio sube en el país en muchos casos será posible traer el producto, u otros similares, desde el exterior. Sin embargo, hay muchos servicios que no pueden importarse fácilmente, a costos razonables, como los servicios de movilización colectiva.

En aquellos casos en que existe poder monopólico sin contrapeso, el Estado debe preocuparse de regular los precios y la calidad del producto (como ocurre en Chile con la movilización colectiva). Existe en Chile un Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, que se preocupa de estudiar los casos en que se ejerce poder monopólico y recomendar acciones de política económica al respecto, incluyendo multas.

El poder monopólico puede tomar muchas formas. Por ejemplo, un grupo de empresas puede ponerse de acuerdo para subir los precios de sus productos aun sin tener una organización que las agrupe. Esto se llama colusión. O pueden ponerse de acuerdo para disminuir la producción, constituyendo una especie de club; esto se llama cartelización, y la practica en la actualidad un importante grupo de países exportadores de petróleo, la OPEP (Organización de Países Exportadores de Petróleo). Los países de la OPEP se ponen de acuerdo en cuotas de producción asignadas a cada uno de ellos de tal modo de mantener el precio del petróleo más alto de lo que sería sin estas cuotas.

El poder monopólico no es aprovechable por mucho tiempo. Los precios más altos son un fuerte incentivo para que otros busquen la manera de producir o importar aquellos productos de alto precio, u otros similares. Por ejemplo, Chile tuvo a principios del siglo XX el monopolio de la producción de salitre en el mundo, hasta que científicos alemanes inventaron el salitre sintético, muy similar al natural y mucho más barato. Por este motivo, muchos monopolios gastan dinero en impedir que otros entren al negocio. Casos muy claros se dieron en los Estados Unidos en la época de la prohibición de venta de bebidas alcohólicas en el primer tercio del siglo XX, y el cine se ha encargado de mostrar las acciones gangsteriles a que dieron origen. Lo mismo ocurre con los monopolios en la distribución de drogas alucinógenas; los distribuidores se reservan determinadas zonas y las defienden aun a costa de cometer crímenes.

No todos los monopolios son malos. Algunos son necesarios para crear estímulos que fomenten la innovación. Por ejemplo, habría poco interés por investigar nuevas técnicas productivas si los inventores no pudieran beneficiarse con ello. Por eso se ha establecido un sistema que da a los inventores un poder monopólico limitado por un cierto plazo: estas son las patentes de invención. Consisten en una inscripción en un registro que da derechos exclusivos al inventor para utilizar su invento por un tiempo determinado. En Chile, este registro lo lleva el Ministerio de Economía.

Otros monopolios son inevitables debido a la naturaleza del producto y a la tecnología existente. Estos se llaman monopolios naturales, y deben ser regulados por el Estado. Con el avance de la tecnología es difícil encontrar hoy ejemplos de monopolios naturales.

También hay circunstancias en que el poder para fijar un precio lo tienen uno o unos pocos compradores de un producto o servicio. Esto es lo que se llama poder monopsonico. Ejemplos de poder monopsonico ocurren en

localidades aisladas en las que una sola empresa contrata trabajo, y no hay otros contratantes importantes. En este caso, la empresa pagará salarios menores que si hubiese más empresas contratando trabajo y, a la vez, contratará menos trabajadores, todo lo cual afecta negativamente los intereses de las familias que venden su trabajo en el lugar. Otro ejemplo de poder monopsonico es el de una empresa que produce azúcar de remolacha y es la única compradora de remolacha en una amplia zona geográfica. De hecho, la palabra “monopsonio” significa literalmente “un solo comprador”.

C. Los precios pueden dar señales equivocadas

Cuando los precios no reflejan todos los costos o todos los beneficios envueltos en una transacción, ellos dan señales equivocadas a compradores, vendedores o ambos, ya que falsean el costo alternativo o de oportunidad. Por ejemplo, una fábrica de productos químicos que contamina el ambiente sin que ella tenga que pagar por esa contaminación, no incluirá como costos del producto lo que le signifique a la comunidad combatir la contaminación. Para que el precio del producto refleje los verdaderos costos de la comunidad es necesario que incluya el costo de limpiar el ambiente de la contaminación provocada.

O un cultivo de flores que hace más barato el desarrollo de producción de miel en predios vecinos y no cobra por ello, producirá menos flores y serán más caras de lo que le conviene a la comunidad; al mismo tiempo, la cantidad de abejas aumentará y podrían hacer menos grato vivir en el vecindario. Para que se llegue a la situación más favorable para todos, sería necesario que el productor de flores cobrara por los beneficios que se generan para los productores de miel. Así, tanto las flores como la miel verían cuál es su verdadero costo alternativo.

Estos ejemplos ilustran el caso general. Cuando una empresa o grupo de ellas produce efectos que no están contabilizados en sus costos o beneficios, los precios correspondientes no reflejarán correctamente los costos alternativos. Esos efectos se llaman efectos externos o externalidades. Los efectos externos deben ser internalizados, es decir, considerados en los costos o beneficios para que los precios den las señales correctas para la asignación de los recursos a las distintas actividades.

Los gobiernos se preocupan de lograr que, en muchos casos, las empresas o las industrias internalicen los efectos externos. Para ello, establecen normas que tienen que ver, por ejemplo, con los efectos ambientales que producen determinadas actividades o empresas y con la forma en que ellas deben evitarlos o compensar al resto de la comunidad por los daños que puedan producir. En Chile, los temas ambientales están a cargo de la Comisión Nacional del Medio Ambiente (Conama) a nivel nacional, y de las Comisiones Regionales del Medio Ambiente (Corema) a nivel regional. Todo proyecto de inversión debe presentar un análisis de su “impacto ambiental” y de las medidas que se adoptarán para evitar efectos negativos.

D. La asignación de los recursos y la distribución de los ingresos

Como hemos señalado, los precios son la guía para la asignación de los recursos y, en general, ellos se determinan por la oferta y la demanda por los diversos bienes y servicios. Oferta y demanda reflejan las preferencias de familias, personas y empresas expresadas en el mercado, de acuerdo con las limitaciones que imponen los recursos que cada una de ellas tenga a su disposición. Quien disponga de más recursos tendrá un peso mayor en el mercado, por lo que sus preferencias tendrán más peso que las de otros en la determinación de los precios y, por tanto, en la asignación de los recursos.

Por su parte, los precios contribuyen a determinar la remuneración que percibirá cada factor de producción: capital humano, capital físico y tecnología.

De este modo, la economía resuelve simultáneamente los problemas de qué producir, cuándo y cuánto, al proveer los incentivos para la asignación de los recursos, y también el de quién recibirá los beneficios de lo producido. En este último aspecto, sin embargo, la solución es incompleta. Los precios indican qué factor, es decir trabajo o capital físico, recibirá los beneficios, pero no qué persona, familia o empresa. Esto se debe a que el mercado establece precios para los factores y estos a su vez, pueden ser propiedad de diversas personas, familias o empresas. Por ejemplo, el mercado establece el precio de la hora de trabajo de determinada calidad (incluyendo educación), pero no establece cuánta educación tendrán determinadas personas y, por tanto, cuánto ingreso percibirán ellas. Tampoco establece el mercado quién es dueño del capital físico y, por tanto, tampoco quién será dueño de sus beneficios.

La distribución de los ingresos está determinada, por una parte, por los precios de los servicios que provean los factores y, por otra, por quién tenga la propiedad de ellos. Este último aspecto depende de muchas variables históricas, institucionales, culturales y económicas. Por ejemplo, durante el período colonial, los países colonizados por España aplicaban, en la herencia, la norma llamada mayorazgo, que hacía que el total de la herencia, o su parte principal, fuera a beneficio del hijo mayor de la familia, con el propósito de evitar la fragmentación de la riqueza familiar. Esto llevaba a una distribución muy desigual del capital físico y de sus beneficios y, por tanto, también de los ingresos.

Si se proyecta el problema de la distribución de los ingresos varios años hacia adelante, es necesario señalar que los precios juegan un rol importante. Los ingresos se repartirán según se distribuya la propiedad de los factores y su calidad y estas, propiedad y calidad, dependerán de los precios, además de factores no económicos. Por ejemplo, mientras más caro cueste educarse, peor será, a futuro, la distribución del capital humano ya que tendrán acceso a la educación solo los que ya cuentan con recursos para ello. Si el costo de la educación es muy alto en comparación con los ingresos de la mayor parte de la población, habrá una tendencia a la mayor concentración futura de los ingresos. También, si para la mayor parte de las empresas el acceso al crédito de los bancos estuviese restringido, habría una tendencia a la mayor concentración de la propiedad del capital físico. Volveremos sobre estos temas más adelante.



La distribución de los ingresos al interior de los diferentes países es muy diversa. En Chile, los que ganan más (y están en el 10% más alto de los ingresos), obtienen 34,4 veces más que los que ganan menos (y están en el 10% más bajo). En cambio, en los Estados Unidos, los que ganan más obtienen solo 10,4 veces más. En general, los ingresos están mejor distribuidos en los países más adelantados que en aquellos relativamente más pobres. En los primeros, la sociedad es más abierta y provee mejores oportunidades para todos sus miembros, un objetivo que los países más pobres están aún lejos de lograr.

En todo caso, la experiencia demuestra que los cambios en la distribución del ingreso en un país ocurren en plazos largos, porque ellos requieren que los miembros de la comunidad tengan mayor acceso a la propiedad de diversos factores de producción y a mejorar su calidad. Solo en los casos de revoluciones violentas pueden producirse redistribuciones de ingreso rápidas y masivas, como ocurrió, por ejemplo, en Rusia en la revolución comunista de 1917. Rusia logró una mejor distribución de los ingresos mediante métodos dictatoriales, pero al costo de sacrificar el nivel de vida de su población y de desperdiciar cuantiosos recursos económicos. Lo mismo ocurrió en Alemania Oriental, Hungría, Polonia y algunos otros países europeos luego de la Segunda Guerra Mundial.

Lo que la sociedad desea y el mercado no puede resolver bien, es de responsabilidad del Estado. Este, entonces, debe preocuparse de que los poderes monopólicos y monopsónicos sean controlados, de que los precios reflejen verdaderamente los costos alternativos, de que haya equidad en el sistema social de acuerdo con los valores aceptados por la sociedad y de que impere el estado de derecho, es decir, que se cumplan las leyes y normas vigentes, se respeten los contratos y se respeten también los derechos de todos los ciudadanos. Esta manera de mirar el rol del Estado es la que asigna a este un rol subsidiario, es decir, que le asigna el papel de hacer aquello que los miembros de la comunidad, dejados a su propio arbitrio dentro del marco legal, no pueden hacer bien. Hay otras maneras de mirar el rol del Estado, como aquella que le asigna un rol principal en la conducción de todos los asuntos, incluidos los económicos. Esta visión está hoy en desuso debido al fracaso de los regímenes que la implementaron.

Palabras claves

Poder monopólico

Poder monopsónico

Colusión

Cartelización

Monopolio natural

Efectos externos

Efectos externos internalizados

Rol subsidiario del Estado