

I.5. Elementos del mercado

I.5.1. El intercambio y el mercado

El mercado es la institución económica en la cual se produce el punto de encuentro entre las dos partes que intercambian un bien o servicio. El intercambio es un modo de aumentar la dotación de bienes y servicios a disposición de las personas, que se distingue de otros modos de hacerlo, como la apropiación por medio del fraude o de la violencia y la donación altruista.

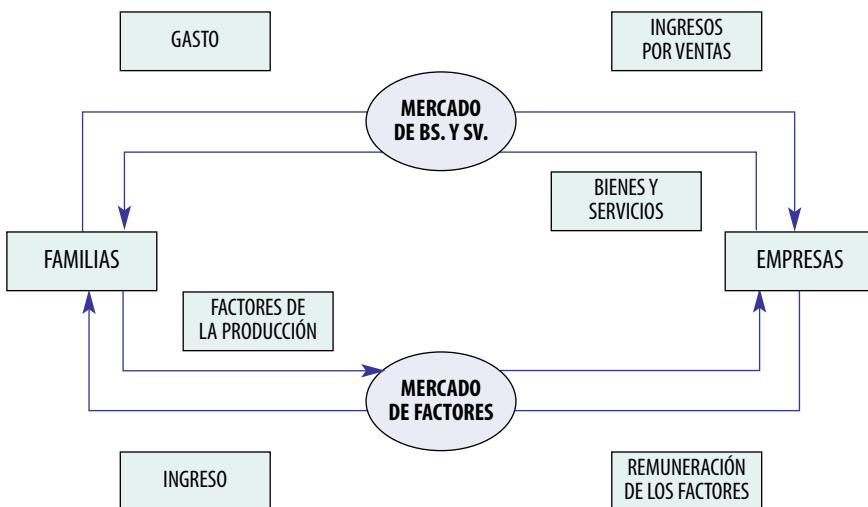
En el caso de la apropiación fraudulenta o violenta, una persona obtiene los bienes y servicios que desea a través de medios injustos e ilegales. Por otra parte, la donación altruista implica que una persona recibe los medios económicos que dispone de la generosidad de otro u otros. A diferencia de ambos, el sistema de mercado se basa en el **intercambio**, lo que implica que para obtener los bienes y servicios deseados se debe dar a la otra parte los que esta a la vez requiere o desea.

I.5.2. Clasificación de los mercados

Una primera clasificación de los mercados consiste en agruparlos según se trate de **mercados de bienes y servicios** o **mercados de factores**.

En los primeros, las familias actúan como demandantes, a través del gasto que realizan, de los bienes y servicios ofrecidos por las empresas. Por otra parte, en los mercados de factores las familias ofrecen los factores de la producción –en especial el trabajo en sus distintas formas– a las empresas a cambio de una remuneración, que constituye su respectivo ingreso.

EQUILIBRIO ENTRE OFERTA Y DEMANDA



Asimismo, existen *mercados especiales* como el mercado de crédito (la oferta la realizan los bancos), el mercado de divisas (se intercambia la moneda local por monedas extranjeras) o mercados de capitales (compra y venta de acciones y títulos), etc.

I.5.3. Mercado y coordinación de intereses

Cuando las empresas y las familias toman decisiones en los mercados, lo hacen, de acuerdo con el principio económico, respondiendo a sus

propios intereses. Es decir, los consumidores aspiran a satisfacer sus necesidades de la manera más acabada y las empresas procuran obtener las mayores utilidades posibles. Ambos tratan de implementar sus planes en los mercados.

Sin embargo, como hemos visto, para hacer efectivos esos planes, sus intereses deben coincidir con las contrapartes con las que realizarán los intercambios. Por esta razón, el interés de la persona o empresa, en un lado de la transacción, se vincula con el interés de la otra persona o empresa. De aquí se desprende que para que una parte del intercambio alcance el propio interés necesita ser **coordinado** o hacerlo *coincidir*, en cierto sentido, con el interés de la otra parte del intercambio. De esta manera, el mercado establece una congruencia entre los objetivos económicos a nivel individual y social.

Desde un punto de vista estrictamente económico, cada parte involucrada en el intercambio se ve beneficiada si recibe lo deseado en forma de bienes, servicios o dinero, a cambio de lo entregado en la transacción. Ahora bien, según la ley económica de la **optimización**, que se deriva de la escasez, cada parte involucrada intenta obtener las mejores condiciones para el intercambio; esto implica aumentar el valor de lo obtenido en relación con el valor cedido.

Sin embargo, esto a la vez debe coincidir con el mismo proceso realizado al otro lado de la transacción por la otra contraparte; caso contrario, el intercambio no se realizaría. Cuando ambas partes, disponiendo de una **información suficiente** acerca de lo involucrado en el intercambio y de la **libertad** para realizar la transacción, acuerdan voluntariamente realizar un intercambio, se satisfacen al mismo tiempo dos condiciones. En primer lugar, el requerimiento económico de que la utilidad de ambas partes se ve aumentada luego del cambio y, al mismo tiempo, el ético de *justicia* o **reciprocidad**, que implica que *ambas* partes se han beneficiado de manera satisfactoria.

Palabras clave

Intercambio
Mercados de bienes y servicios
Mercados de factores
Interés propio
Reciprocidad
Coordinación de intereses
Problema de la información