

2. DINERO, PRECIO Y MERCADO.

2.1. Concepto, clases y funciones.

El dinero es uno de los inventos que más utilidad han dado al hombre durante su desarrollo y evolución, ya sea en lo particular o como miembro de una colectividad. El dinero es:

“La medida en la que se expresa el valor de los bienes, además de funcionar como medio de cambio. (...) (...) Así mismo el dinero funciona como depósito de valor, es decir, como un activo mediante el cual se almacena riqueza.”¹²

Las funciones del dinero están inmersas en las finalidades de la economía, porque sin la presencia constante de un medio de cambio (dinero) sería prácticamente inoperante e inútil en sus funciones existenciales, porque el medio de cambio facilita el comercio y la especialización de las tareas productivas. En nuestra época el medio de cambio es el dinero, haciendo posible la fabricación de una inmensa diversidad de bienes y servicios que están a disposición de todos.¹³

A nivel mundial hay básicamente dos tipos de dinero:

a) El dinero fiduciario.

Pertencen a esta clase, las monedas y billetes que todos utilizamos.

b) El dinero bancario.

Son los depósitos en cuenta de cheques que giramos al momento de liquidar los bienes y servicios que adquirimos para nuestro consumo y satisfacción de necesidades.

La oferta monetaria de un país, es la suma de todos los actos que se utilizan como medio de cambio.

En cuanto al precio, hay que aportar primeramente una idea de él, para después explicar sus diferentes modalidades. Por precio se entiende la expresión en dinero del valor de un bien o servicio (mercancía). En el campo de la economía existen diversas clases de precios, entre ellos los siguientes:

a) Precio de equilibrio.

¹² GÓMEZ LEYJA, María del Socorro y Silvia Coralia Hernández Rodríguez; ob. cit.; p. 139.

¹³ Esto no quiere decir, que todos puedan adquirirlos, pero sí todos tienen la posibilidad de adquirirlos.

Es el precio al cual los consumidores desean comprar la cantidad que los oferentes están dispuestos a vender (cantidad de equilibrio). Cuando los compradores y los vendedores coinciden en cuanto al precio y la cantidad del producto que se va a intercambiar, el precio y la cantidad, quedan determinados, esto acontece, cuando las curvas de la oferta y la demanda se interceptan.¹⁴

b) Precios máximos.¹⁵

Son los precios que las autoridades fijan por debajo del precio de equilibrio.

c) Precio mínimo.

Es un precio que se fija artificialmente por encima del precio de equilibrio de un mercado.¹⁶

d) Precio del mercado negro.

Es el que se fija en razón de la falta de control perfecto por parte del gobierno sobre los vendedores, debido a que la cantidad ofrecida en el mercado es menor a la cantidad demandada por los consumidores, quienes están dispuestos a pagar un precio mayor al fijado para obtener un producto.¹⁷

En lo que respecta al término “mercado”, por tal se entiende el lugar en donde se reúnen y convergen compradores y vendedores para realizar sus operaciones de intercambio de bienes o servicios.

Al igual que sucede con el dinero y el precio, el mercado posee diferentes modalidades, entre ellas las siguientes:

a) Mercado financiero.

Es aquel que está integrado por un conjunto de sujetos participantes que tiene como objetivo la compra y venta de acciones o instrumentos de crédito, con la finalidad de obtener una ganancia o financiamiento, mediante la oferta de una gran variedad de productos financieros que promueven el ahorro interno y fuentes de capital para las empresas. Por su naturaleza, los mercados de capitales son una fuente extraordinariamente benéfica para el financiamiento por medio de la emisión de acciones, con el fin de fortalecer la empresa a través

¹⁴ Véase; GÓMEZ LEYJA, María del Socorro y Silvia Coralia Hernández Rodríguez; ob. cit.; p. 22.

¹⁵ Ibídem; p. 37.

¹⁶ Ibídem; p. 41.

¹⁷ Ibídem; p. 38.

de la construcción de una estructura de capital perfectamente balanceada de una empresa.

b) Mercado de capitales es

“(…) El conjunto de la oferta y la demanda de dinero, El sistema bancario de un país constituye el mercado de dinero, ya que es ahí donde se mueve la oferta y la demanda de dinero. El mercado dinero constituye el movimiento de éste a corto plazo (no mayor de un año)”¹⁸

2.2. Sistemas monetarios.

Lo primero que hay que hacer es aportar una noción del tema. Se entiende por sistemas monetarios a:

“(…) el conjunto de unidades monetarias que existe en un país determinado o forma en que se organice el funcionamiento de la moneda en el mismo.”¹⁹

Otra noción de sistemas monetarios es la siguiente:

“(…) también se le llama patrón monetario, y es la estructura legalmente establecida para la circulación de dinero en un país en un momento determinado.”²⁰

Las características de los sistemas monetarios son las siguientes:

- a) Tienen una unidad monetaria, por ejemplo: el peso, el dólar, el euro, etcétera.
- b) Poseen un patrón monetario que representa la base monetaria; o sea, la mercancía que hace las funciones de equivalente general, El patrón monetario puede ser de base metálica (oro) o no metálica (diamantes).
- c) Tiene dinero subsidiario representado por la moneda fraccionaria que facilita algunos pagos.

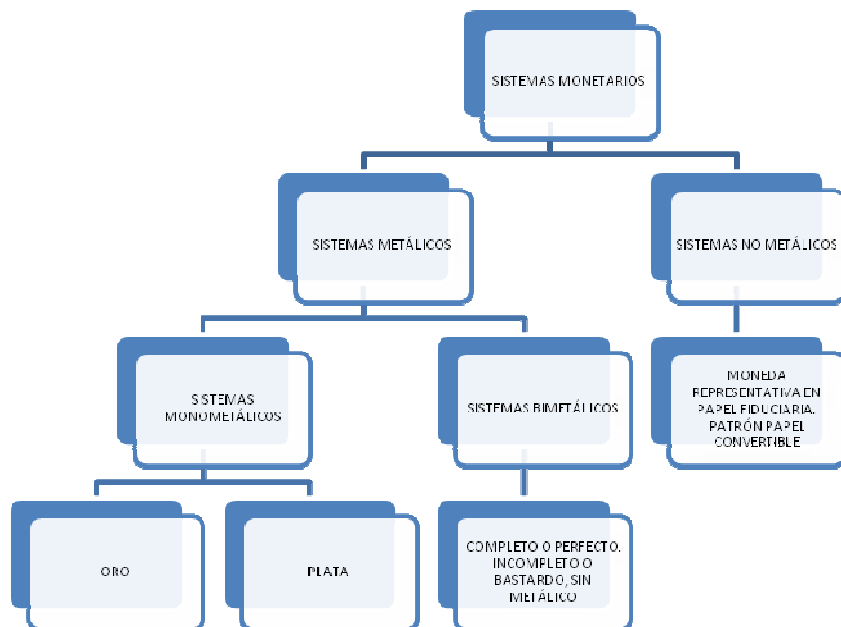
¹⁸ MÉNDEZ MORALES, José Silvestre; ob. cit.; p. 254.

¹⁹ *Ibidem*; p. 241. Esta noción fue tomada por el autor citado de: RAMÍREZ GÓMEZ, Ramón; La moneda, el crédito y la banca a través de la concepción marxista y de las teorías subjetivas; Universidad Nacional Autónoma de México; México; 1972; p. 183.

²⁰ *Ibidem*; p. 241.

El sistema monetario de un país comprende además, al sistema de acuñación de la moneda y la forma en que se realiza la emisión de billetes por las autoridades monetarias, así como la forma legal de crédito.

Tomando como base la mercancía que funciona como equivalente general, es decir, el patrón monetario, los sistemas monetarios se clasifican en:



21

2.3. Teoría cuantitativa del dinero.

Una de las teorías más antiguas del dinero es la llamada “Teoría cuantitativa”, ya que sus antecedentes datan del Imperio Romano, aunque su desarrollo formal se da prácticamente hasta los años 1500 de nuestra era. En el siglo XVIII es retomada por el inglés David Hume quien la perfecciona, siguiéndole Irving Fisher quien es la persona que expresa esta teoría en forma de ecuación matemática. Los discípulos de este último siguen desarrollando la teoría en la Escuela de Cambridge hasta la llegada de Milton Friedman (escuela de Chicago) que la transforman en la “teoría neocuantitativa”.

Esta corriente forma parte de las teorías llamadas “subjetivistas” y no nominalistas, esto se debe a que sostiene que el dinero recibe su valor en la misma medida que funciona como dinero, por lo que éste último carece de

²¹ Esta figura fue obtenida de: MÉNDEZ MORALES, José Silvestre; ob. cit.; p. 242

valor porque es una unidad abstracta. El ser humano es el que le da el valor al dinero.

“El precio de algo y la capacidad adquisitiva del dinero nacen de sí mismos, de la proporción cuantitativa en que se encuentran en el proceso de circulación la masa de mercancías y la cantidad de dinero.”²²

Esta teoría cuantitativa del dinero pretende explicar el poder adquisitivo del dinero en función de la cantidad de mercancías existentes y de las que se pueden comprar con la cantidad de dinero existente. O sea, para determinar el valor del dinero debe comprender el nivel general de precios, el cual está determinado por tres factores:

- a) La cantidad de dinero que está en circulación en un país.
- b) La velocidad de circulación que tiene ese dinero en un momento y lugar determinado. O sea, el número de veces que se usa en un lapso determinado.
- c) El volumen de comercio; es decir, el total de transacciones comerciales que se realizan en un país.

Son dos las formas en que esta teoría se ha expresado:

- I. La del método de transacciones.

La representación de la teoría la hace Irving Fisher a través de la ecuación matemática siguiente:

$$MV=PT$$

M= cantidad promedio de dinero disponible en un periodo de tiempo determinado. Se representa por el dinero en efectivo en circulación y los depósitos bancarios.

V= velocidad de dinero o cantidad de veces que se utiliza el dinero en un periodo determinado.

T= suma total de mercancías y servicios que se transfieren en un periodo determinado.

P= promedio de precios de las mercancías y servicios en un periodo comprendido.

²² MÉNDEZ MORALES, José Silvestre; ob. cit.; p. 243. Esta cita ha sido tomada el autor citado de: STADNICHENKO, A; La crisis del sistema monetario del capitalismo; Librerías Allende; México; s/a; p. 44.

II. La teoría de las disponibilidades o método de saldos monetarios.

Esta visión de la teoría cuantitativa hace hincapié en la oferta y demanda de dinero, analizando las condiciones que las determinan. La teoría se expresa a través de la ecuación siguiente:

$$M=PKT$$

M= oferta de dinero en un periodo determinado.

P= nivel de precios de las mercancías y servicios que son objeto de transacción.

K= tiene del periodo expresado en parte del año durante el cual la gente desea tener en su poder capacidad de compra en forma de dinero o saldos en efectivo.

T= volumen de transacciones realizadas durante un periodo determinado.

2.4. Concepto de precio.

En un tema anterior, ya se analizó el precio, en este punto temático se formularán algunos comentarios adicionales a manera de complemento. Como se dijo, el vocablo precio es la expresión en dinero del valor de una mercancía o servicio.

El valor de un bien o servicios, es decir, las inversiones socialmente necesarias de trabajo y capital, sólo puede expresarse indirectamente a través del valor de otra mercancía que haga las funciones de referencia.

Dos nociones complementarias de precio son las siguientes:

“Se puede definir al precio de un bien o servicio como el monto de dinero que debe ser dado a cambio del bien o servicio. Otra definición de precio nos dice que el precio es monto de dinero asignado a un producto o servicio, o la suma de los valores que los compradores intercambian por los beneficios de tener o usar un producto o servicio.”²³

El precio de una mercancía indica que en ella se encuentra materializado tanto trabajo socialmente necesario y el capital, cuanto representa la suma dada de

²³ Ecomlinkcom.org; Sitio de Economía; Precio; {en línea}; Disponible en la World Wide Web en: <http://www.econlink.com.ar/definicion/precio.shtml> Fecha de la consulta: 18 de febrero del 2009.

dinero. Los precios de los bienes y servicios pueden fluctuar (subir o bajar) debido al de su cambio de valor y al del valor del material monetario. Aunque en la base del precio se halla el valor, el precio de cada mercancía por separado no ha de coincidir obligatoriamente con el valor. Por influjo de la demanda y de la oferta, los precios se apartan del valor en más o en menos. En escala de la sociedad, la suma de los precios de toda la masa de bienes y servicios va ser igual a la suma de los valores.

La ley de valor se manifiesta en la fluctuación de los precios en torno al valor y en la igualdad final entre la suma de los precios y la suma de los valores. El precio es la manifestación de la ley del valor. El valor es la ley de los precios, es decir, la expresión generalizada del fenómeno del precio.

En la economía basada en la propiedad privada sobre los medios de producción los precios se establecen en el curso de la lucha competitiva bajo la presión de leyes económicas espontáneas, la principal es la “ley de la oferta y la demanda”.

Mientras que en la producción mercantil simple los precios fluctúan en torno al valor, en la economía capitalista donde las mercancías se cambian como productos de los capitales, el precio de mercado oscila en torno al precio de producción (ver), forma transfigurada del valor.

2.5. Causas de la variación de los precios.

De todo lo expuesto con relación al precio y de su vinculación a las causas de variación del precio, es factible llegar a las conclusiones siguientes:

- a) El precio no tiene que ser necesariamente igual al "valor" del bien o servicio, o al costo del mismo.
- b) El precio varía de acuerdo a las condiciones de oferta y demanda, estructura del mercado, disponibilidad de la información de los compradores y vendedores, capacidad de negociación de los agentes, grado de disponibilidad de los bienes y servicios en una sociedad; confianza en el mercado; estabilidad en las políticas económicas; situación del mercado internacional, etcétera.

Es de esperar que en mercados que se acerquen a poseer una estructura de competencia perfecta²⁴, el precio tenga un grado mayor de acercamiento y confluencia con los costos. Lo mismo puede acontecer en los casos en que los demandantes (potenciales compradores) tienen un gran poder de mercado, por ejemplo: el caso del monopsonio,²⁵ que se presenta cuando existen varios oferentes de un mismo bien pero un solo demandante.

Cuando la oferta no posee como característica la elasticidad y es rígida e inflexible, el precio puede situarse incluso por debajo de los costos, esta situación se presenta por ejemplo: en el caso de los bienes perecederos. Cuando el o los oferentes tienen mayor poder de mercado, es de esperar que el precio se sitúe por encima del costo, y más próximo al precio que maximice los ingresos de los oferentes (vendedores).

La demanda indica qué cantidad de un bien está dispuesto a comprar un consumidor a los diferentes niveles de precio, por lo que la curva o función de la demanda, es la relación entre la cantidad demandada de un bien y el precio del mismo.

La relación precio – cantidad es inversa ya que a un precio alto estaremos dispuestos a comprar una menor cantidad de producto; mientras que si el precio disminuye, el consumidor comprará una mayor cantidad de bienes y servicios. Esta es la descripción de lo que representa y es la llamada “ley de la oferta y la demanda”.²⁶

2.6. Índice y control de precios.

Al igual que se ha hecho con los otros temas, lo primero que hay que hacer, es proporcionar una noción. Se entiende por índice de precios:

²⁴ Estado de hecho y económico que es de naturaleza totalmente hipotética y en la que se cumplen de manera perfecta presupuestos como la existencia de un gran número de oferentes y demandantes; información perfecta de todos los agentes; ausencia de costos de transacción, entre otros.

²⁵ Que es el monopolio de la demanda, o sea, en aquellas situaciones en que hay un solo comprador, y por el otro lado, muchos vendedores, por lo que el primero fija a su libre arbitrio el precio del producto o servicio en particular.

²⁶ Véase; GÓMEZ LEYJA, María del Socorro y Silvia Coralia Hernández Rodríguez; ob. cit.; p. 13.

“(…) al valor de una canasta de bienes en un año determinado como porcentaje del valor de la misma canasta en un año base de referencia.”²⁷

Un ejemplo del control de precios es el siguiente:

“(…) si el índice de precios para el año de 1990 con base en 1980 es 100, significa que el valor de una canasta de bienes de 1990 representa el 100% de lo que valía la misma canasta en el año de 1980. Esto es, el valor de la canasta de bienes de 1990 es exactamente igual a aquel que tenía en 1980. Por otro lado, si el índice de precios para el año de 1990 resulta ser igual a 120, significa que el valor de la canasta representa el 120% de lo que valía la canasta en 1980. Esto equivale a concluir tendremos que gastar el 120% de lo que gastamos en 1980 para adquirir la misma canasta de bienes, es decir gastamos 20% más de pesos que en 1980.”²⁸

En la elaboración de un índice de precios se contemplan los precios de una canasta de bienes que sea representativa de la compra que haría un consumidor estándar o típico. Para calcular el índice de precios al consumidor, se va hacer uso de los precios pagados al productor de los bienes, en un momento precio a la comercialización de los mismos, por lo que un índice de precios al producto no incluye precios de servicios.²⁹

En nuestro país, los índices de precios al consumidor tiene su fundamento legal en la publicación que realiza el Banco de México en el Diario Oficial de la Federación, cada año.

“ DOF: 10/02/2009

INDICE nacional de precios al consumidor.

Al margen un logotipo, que dice: Banco de México.

INDICE NACIONAL DE PRECIOS AL CONSUMIDOR

En cumplimiento a lo dispuesto por el Artículo 20 del Código Fiscal de la Federación y conforme a lo señalado en los artículos 8o. y 10o. de su Reglamento Interior, el Banco de México da a conocer que, con base en la segunda quincena de junio de 2002 = 100, el Índice Nacional de Precios al Consumidor de enero de 2009 es de 134.071 puntos. Dicho número representa un incremento de 0.23 por ciento respecto al índice correspondiente al mes de diciembre de 2008, que fue de 133.761 puntos.

Los incrementos de precios más significativos registrados durante enero fueron

²⁷ GÓMEZ LEYJA, María del Socorro y Silvia Coralia Hernández Rodríguez; ob. cit.; p. 91

²⁸ Ídem.

²⁹ Véase; GÓMEZ LEYJA, María del Socorro y Silvia Coralia Hernández Rodríguez; ob. cit.; p. 91.

de los siguientes bienes y servicios: limón, gasolina de bajo octanaje, leche pasteurizada y fresca, autobús urbano, pollo en piezas, frijol, derechos por el suministro de agua, y colectivo. El impacto de esas elevaciones fue parcialmente contrarrestado por la baja de los precios de: jitomate, gas doméstico, electricidad, servicios turísticos en paquete, cebolla, tomate verde, transporte aéreo, y chile serrano.

En los próximos días del mes en curso, este Banco Central hará la publicación prevista en el último párrafo del artículo 20-BIS del Código Fiscal de la Federación.

Por otra parte, y de acuerdo con la publicación de este Banco de México en el Diario Oficial de la Federación el 28 de julio de 1989, el Índice Nacional de Precios al Consumidor con base en la segunda quincena de junio de 2002 = 100, correspondiente a la segunda quincena de enero de 2009, es de 134.002 puntos. Este número representa una variación de -0.10 por ciento respecto del Índice quincenal de la primera quincena de enero de 2009, que fue de 134.140 puntos.

México, D.F., a 9 de febrero de 2009.- BANCO DE MEXICO: El Director de Precios, Salarios y Productividad, **Javier Salas Martín del Campo**.- Rúbrica.- El Director de Disposiciones de Banca Central, **Fernando Luis Corvera Caraza**.- Rúbrica.³⁰

La siguiente tabla brinda una idea de los Índices Nacionales de Precio al Consumidor.

Índice Nacional de Precios al Consumidor

Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ags	Spt	Oct	Nov	Dic
2009	134.071											
2008	126.146	126.521	127.438	127.728	127.59	128.118	128.832	129.576	130.459	131.348	132.841	133.761
2007	121.64	121.98	122.244	122.171	121.575	121.721	122.238	122.736	123.689	124.171	125.047	125.564
2006	116.983	117.162	117.309	117.481	116.958	117.059	117.38	117.979	119.17	119.691	120.319	121.015
2005	112.554	112.929	113.438	113.842	113.556	113.447	113.891	114.027	114.484	114.765	115.591	116.301
2004	107.661	108.305	108.672	108.836	108.563	108.737	109.022	109.695	110.602	111.368	112.318	112.55
2003	103.32	103.607	104.261	104.439	104.102	104.188	104.339	104.652	105.275	105.661	106.538	106.996
2002	98.25303	98.18987	98.69213	99.23123	99.43236	99.91717	100.204	100.585	101.19	101.636	102.458	102.904
2001	93.7651	93.70304	94.29672	94.77239	94.98986	95.21453	94.96714	95.5298	96.41907	96.85485	97.2197	97.35434
2000	86.72985	87.49917	87.98425	88.48485	88.81563	89.34171	89.69022	90.18306	90.84185	91.46739	92.24945	93.24815
1999	78.11856	79.16851	79.90404	80.63734	81.12243	81.65544	82.1951	82.65774	83.45643	83.98501	84.73189	85.58072
1998	65.63767	66.78681	67.56915	68.20134	68.7446	69.55714	70.22783	70.90296	72.05292	73.08543	74.37972	76.19457
1997	56.94161	57.89848	58.61905	59.25234	59.79311	60.32363	60.84916	61.39021	62.15482	62.65154	63.35243	64.24004
1996	45.03335	46.08442	47.09891	48.43781	49.32072	50.12383	50.83636	51.51205	52.33566	52.98891	53.79175	55.51406
1995	29.68216	30.94017	32.76412	35.37488	36.85341	38.02304	38.79818	39.44172	40.25759	41.08591	42.09902	43.47061
1994	26.92837	27.06686	27.20604	27.33928	27.47137	27.60884	27.73128	27.86053	28.05868	28.20597	28.35676	28.60547
1993	25.05008	25.25474	25.40192	25.54841	25.69445	25.83856	25.96273	26.10169	26.29501	26.40255	26.519	26.72121
1992	22.50298	22.76959	23.00132	23.20636	23.35937	23.51748	23.66597	23.81136	24.01849	24.19144	24.39243	24.73976
1991	19.07882	19.41189	19.68872	19.89497	20.08945	20.30025	20.47965	20.62218	20.82762	21.06985	21.59302	22.10128
1990	15.01006	15.34995	15.62056	15.8583	16.13504	16.49041	16.79114	17.07724	17.32067	17.56968	18.03616	18.60462
1989	12.2555	12.42182	12.55648	12.74425	12.91967	13.07657	13.20738	13.3332	13.46072	13.6598	13.85153	14.319
1988	9.10762	9.86726	10.37254	10.6918	10.89867	11.12101	11.30663	11.41065	11.47588	11.56342	11.71817	11.96266
1987	3.29	3.5274	3.76051	4.08954	4.39784	4.716	5.09796	5.51461	5.87791	6.36775	6.87284	7.88795
1986	1.61005	1.68163	1.75979	1.85166	1.95456	2.08002	2.18381	2.35792	2.49937	2.64224	2.82075	3.04357
1985	0.97038	1.0107	1.04986	1.08217	1.1078	1.13555	1.17509	1.22647	1.27545	1.3239	1.38498	1.47926

³⁰ Secretaría de Gobernación; {en línea}; Disponible en la World Wide Web en: http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5079839&fecha=10/02/2009 Fecha de la consulta: 19 de febrero de 2009.

1984	0.60366	0.63552	0.66268	0.69135	0.71427	0.74012	0.76438	0.78611	0.80953	0.83781	0.86657	0.90337
1983	0.34814	0.36682	0.38458	0.40893	0.42666	0.44282	0.46471	0.48275	0.49761	0.51412	0.54431	0.5676
1982	0.16575	0.17226	0.17855	0.18823	0.19881	0.20838	0.21912	0.24371	0.25672	0.27003	0.28368	0.31398
1981	0.12666	0.12977	0.13254	0.13553	0.13758	0.13951	0.14196	0.14489	0.14758	0.15086	0.15376	0.1579
1980	0.09911	0.1014	0.10348	0.10529	0.10701	0.10913	0.11218	0.1145	0.11577	0.11753	0.11957	0.1227

Nota: Las cifras correspondientes al periodo comprendido de enero de 1950 a febrero de 1995, fueron convertidas a base 1994=100, dividiendo el Índice nacional de precios al consumidor base 1978=100, publicado por el Banco de México en cada uno de los meses, entre la constante C=37394.134, y multiplicando el resultado por 100, tal y como lo establece el Banco de México mediante el Diario Oficial de la Federación del 10 de abril de 1995 (al cierre de la presente edición, tales cifras no han sido publicadas en el DOF.)

Las cifras correspondientes a marzo de 1995 y meses posteriores han sido publicadas en el DOF. conforme a las base 1994=³¹

El índice de precios al consumidor tiene por objeto una gran variedad de objetivos, porque en la práctica sigue siendo la medida más precisa de la inflación que afecta a los hogares. También es el barómetro del comportamiento de la economía y un indicador clave para evaluar los resultados de la política monetaria y fiscal de un país.

El índice de precios al consumidor se utiliza frecuentemente para ajustar los salarios y las prestaciones de seguridad social (por ejemplo, las pensiones) y compensar así las variaciones del costo de la vida. Asimismo, la evolución del IPC es importante a la hora de formular medidas de política social y ajustar las prestaciones de seguridad y asistencia sociales.

En cuanto al tema del “control de precios” hay que comentar que está íntimamente vinculado con índice nacional de precios al consumidor. Una política económica de un gobierno, puede estar marcada por la decisión de que no todos los precios sean determinados por las funciones de oferta y/o demanda en cada mercado. Una gran cantidad de bienes y servicios cuyos precios forman parte del índice nacional de precios al consumidor (INPC) tienen precios regulados por el gobierno.

La política de control de precios facilita al gobierno modificar el precio relativo (índice) de los bienes controlados y no controlados artificialmente y, en consecuencia, la asignación de recursos entre ambos grupos. En México a últimas fechas se ha abandonado poco a poco la política de control de precios, incluso, los productos de la canasta básica no se encuentran controlados y están determinados por la ley de la oferta y la demanda.

³¹ Secretaría de Finanzas; Índice Nacional de Precios al Consumidor; {en línea}; Disponible en la World Wide Web en: <http://www.finanzas.df.gob.mx/servicios/inpc.html> Fecha de la consulta: 19 de febrero de 2009.

