



---

# **Universidad de Valladolid**

## **Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales**

**Trabajo de Fin de Grado**

**Grado en Economía**

### **Los límites del mercado como mecanismo de asignación.**

Presentado por:

***Alberto Alonso Muñumer***

Tutelado por:

***Félix López Iturriaga***

***Pedro Pablo Ortúñez Goicolea***

*Valladolid, 2 de Julio de 2018*

## **RESUMEN.**

La teoría económica reconoce el mercado como el mecanismo ideal para la asignación de los recursos existentes en una economía de mercado. Pero lo cierto es que este método no es perfecto, sino que comete una serie de fallos conocidos como “fallos del mercado” que obligan a la intervención por parte del Estado para mejorar la eficiencia asignativa. Estas limitaciones son comúnmente admitidas y reconocidas tanto por la literatura económica como por los distintos agentes encargados de estudiar dicha ciencia. Sin embargo, el hecho de vivir actualmente en una sociedad, conocida como *sociedad de mercado*, donde los mercados y el dinero se han introducido en todos los aspectos imaginables de nuestra vida, ocasiona que se debatan los límites morales que posee el mercado. Al estudiar por tanto la dimensión moral del mercado, se derivan problemas a tratar como la injusticia y la desigualdad que puede generar el dinero en ciertas situaciones y la corrupción que sufren ciertos bienes al ser tratados como una mercancía comercializable. Estos hechos han ocasionado que los economistas a la hora de tomar decisiones tengan en cuenta ciertos aspectos aparte de la maximización de la utilidad, sometiendo el razonamiento mercantil al razonamiento moral.

**Palabras clave:** Mercados, Moral, Ética, Justicia

**JEL:** D11, D63, D64

## **ABSTRACT**

According to economic theory the market is the ideal mechanism for the allocation of existing resources in a market economy. It is true that this method is not perfect, there are some failures known as “market failures” that requires Government intervention to solve it. These limits are commonly known and admitted by the economic literature and economists. However nowadays we live in a society, known as *market society*, where money is relevant in all aspect of our lives. This situation causes discussions about the moral limits of the markets. Studying the moral limits of the markets, there are some problems such as injustice, inequality and corruption in some goods when a market is created in this regard. For this reason, when economists have to make a decision, they must think about moral things apart from maximizing the benefits

**Key Words:** Markets, Morals, Ethics, Justice

**JEL:** D11, D63, D64

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	<b>5</b>
<b>2. EL MERCADO COMO MECANISMO DE ASIGNACIÓN.</b>	<b>7</b>
<b>3. LOS FALLOS DEL MERCADO</b>	<b>9</b>
<b>3.1 La existencia de bienes públicos.</b>	<b>10</b>
<b>3.2 Las externalidades</b>	<b>11</b>
3.2.1. Externalidades negativas	12
3.2.2. Externalidades positivas	13
<b>3.3. La inestabilidad de los ciclos</b>	<b>14</b>
<b>3.4. La competencia imperfecta</b>	<b>15</b>
<b>3.5. La distribución desigual de la renta.</b>	<b>16</b>
<b>4. LA DIMENSIÓN MORAL DEL MERCADO</b>	<b>17</b>
<b>4.1 El paso de una economía de mercado a una sociedad de mercado.</b>	<b>18</b>
<b>4.2. Los problemas derivados de una sociedad de mercado</b>	<b>19</b>
4.2.1. Justicia y desigualdad	20
4.2.2. La tendencia corrosiva de los mercados.	22
4.2.3 El dinero como incentivo	26
<b>4.3 Repensando el papel de los economistas.</b>	<b>28</b>
<b>5. CONCLUSIONES</b>	<b>29</b>
<b>6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>31</b>
<b>6.1 Bibliografía</b>	<b>31</b>
<b>6.2 Recursos en la Web</b>	<b>31</b>
<b>7. ANEXOS</b>	<b>32</b>

## **ÍNDICE DE GRÁFICOS**

<b>Gráfico 1: Externalidad negativa.....</b>	<b>12</b>
<b>Gráfico 2: Externalidad positiva.....</b>	<b>13</b>
<b>Gráfico 3: Ciclo del PIB en España entre 1960-2017.....</b>	<b>14</b>

## **ÍNDICE DE TABLAS**

<b>Tabla 1: ¿Considera usted que hoy en día el dinero se encuentra presente en aspectos de la vida que deberían estar regidos por normas no mercantiles?.....</b>	<b>19</b>
<b>Tabla 2: ¿Considera usted que una persona con graves necesidades económicas es libre en sus decisiones?.....</b>	<b>22</b>
<b>Tabla 3: ¿Qué opinión le merece la posibilidad de ofrecer dinero a los alumnos a cambio de leer un libro?.....</b>	<b>24</b>
<b>Tabla 4: ¿Qué opinión le merece la posibilidad de retribuir económicamente a los donantes de sangre?.....</b>	<b>25</b>

## 1. INTRODUCCIÓN

La teoría económica clásica se ha caracterizado por la defensa del mercado como mecanismo de asignación de recursos escasos idóneo para intercambiar bienes y servicios a un determinado precio, siempre de forma voluntaria entre aquellos que más lo valoran o que mayor disposición a pagar presentan. El mercado siempre ha tenido como defensor a aquellos utilitaristas que basaban sus argumentos en que la maximización del bienestar social y la utilidad de los individuos es la única preocupación existente en el mercado.

La teoría económica ha sido capaz de demostrar que los mercados, en ciertas ocasiones, no asignan eficientemente los recursos y puede ser necesaria la intervención de otro agente económico, el Estado, que mejore la eficiencia asignativa, en detrimento de los ideales de Adam Smith, quien confiaba en la existencia de una “mano invisible” capaz de asignar los recursos de manera eficiente sin la necesidad de ninguna intervención.

Estos fallos del mercado son los propios de la convivencia en una economía de mercado, pero lo cierto es que hoy en día vivimos en una sociedad de mercado donde el razonamiento mercantil se ha introducido en aspectos de la vida que se caracterizaban por regirse por normas no mercantiles. Tras la lectura del libro “Lo que el dinero no puede comprar”, escrito por el reciente ganador del premio Princesa de Asturias, el filósofo Michael Sandel, se puede sacar en claro que, los fallos del mercado que conocemos por la teoría económica no son los únicos existentes a día de hoy. Este será el tema principal a tratar en este trabajo. En definitiva, se trata de enfrentarse al reto moral y político de repensar el papel y el alcance de los mercados en nuestras prácticas sociales, nuestras relaciones humanas y vida cotidiana.

Por ello, este trabajo se centra en conocer los límites propios de una sociedad de mercado entre los que se encuentra la injusticia que se deriva de ciertas actividades cuando estas se llevan al mercado, la corrosión que sufren ciertos bienes al ser mercantilizados y la problemática de utilizar el dinero como un incentivo ante determinadas situaciones.

En este trabajo se analizará en qué consiste un mercado y por qué se considera, según los economistas, el mecanismo idóneo de asignación para los recursos escasos de nuestra sociedad.

El trabajo se estructura de tal forma que, en el apartado tercero, antes de explicar específicamente el contenido del tema que en él se aborda, parece oportuno recordar cuáles son los fallos o problemas más característicos y conocidos que presenta una economía de mercado.

En el apartado cuarto, se dará a conocer lo que se conoce por sociedad de mercado y las implicaciones que esta tiene, es decir, los distintos límites que presenta el mercado ante la mercantilización de la vida cotidiana, bien sean de carácter moral o económico. Para tratar de ejemplificar estos casos, se utilizarán ejemplos extraídos del libro “Lo que el dinero no puede comprar” de Michael Sandel.

En el último apartado se intenta comparar, por un lado, el pensamiento propio de los economistas clásicos, quienes se basan en maximizar la utilidad sin tener otros aspectos en cuenta. Y, por otro lado, el pensamiento de un economista concienciado con el hecho de vivir en una sociedad de mercado, quien tiene en cuenta ciertos aspectos morales o éticos a la hora de aceptar la comercialización de ciertos bienes o prácticas.

Para tratar de corroborar ciertas afirmaciones sobre los problemas de la sociedad de mercado o los comportamientos derivados de la mercantilización de las prácticas sociales se ha elaborado una pequeña encuesta que facilite llegar a las conclusiones. Siendo la muestra de 128 personas y estando separadas en función del sexo, el grupo de edad y el nivel de formación que poseen. Esto permite observar, por un lado, si existen diferencias, principalmente de mentalidad, entre los jóvenes y los adultos, y entre personas que poseen un bajo nivel de estudios y estudiantes de grado o postgrado, y por otro lado, la actualidad del tema a tratar.

## **2. EL MERCADO COMO MECANISMO DE ASIGNACIÓN.**

La ciencia económica siempre se ha enfrentado al problema de la limitación y la escasez de los recursos existentes, siendo incapaz de satisfacer todas las necesidades y deseos de la sociedad. Esto da lugar a toma de decisiones en cuanto qué bienes y servicios producir, cómo se producen y para quién producirlos.

Por consiguiente, la existencia de un mecanismo que asigne esos recursos escasos es crucial para el desarrollo de la sociedad, dado que establecerá las condiciones bajo las cuales los individuos podrán acceder a esos recursos.

Cierto es que, aunque existan numerosos mecanismos válidos a la hora de asignar los recursos, finalmente será el mercado el encargado de distribuirlos. De esta manera, se puede definir el mercado como el escenario en el cual tanto compradores como vendedores interactúan con el objetivo de intercambiar bienes y servicios confluendo los gustos y preferencias de los distintos agentes económicos que forman parte del mismo.

En un primer lugar, la cantidad de bienes y servicios que ofrecen los agentes económicos constituye la oferta de mercado, existiendo una relación positiva entre la cantidad que se está dispuesto a ofrecer y el precio de ese bien. La curva de oferta se verá influenciada por una serie de factores como pueden ser los precios de los factores productivos (mano de obra, materia prima, maquinaria), los avances tecnológicos (reduciendo la cantidad necesaria de factores para una cantidad de producción similar), los precios de otros bienes similares y las diferentes políticas gubernamentales, entre otros elementos posibles.

En segundo lugar, la relación entre la cantidad dispuesta a demandar de un bien o servicio por los agentes económicos y el precio a pagar por estos en este caso es negativa. Al igual que en el caso de la curva de oferta, existen una serie de factores que pueden influir a la hora de determinar la curva de oferta, entre ellos cabe destacar la renta de los consumidores, sus gustos o preferencias, el tamaño

de la población o los precios de otros bienes que satisfacen la misma necesidad, es decir, bienes sustitutivos.

Por lo tanto, la interacción entre la oferta y la demanda da lugar a la formación de un precio, es decir, la cantidad de dinero que debe pagarse para adquirir cierto bien o servicio. La formación de este precio desempeñará no solo una medida de valor, sino que cumplirá una función económica muy importante asignando la oferta de los bienes a aquellos que más interés muestran para su obtención, favoreciendo así a aquellos individuos que están dispuestos a pagar más.

Sin embargo, a pesar de que el sistema de precios a través del equilibrio entre oferta y demanda es el encargado de asignar los recursos, es necesario que el mercado se base en el “principio de eficiencia”. Se puede entender el término eficiencia como la asignación o reparto de los bienes o de los factores de tal manera que ya no es posible mejorar a alguien a menos que otro agente resulte perjudicado.

En definitiva, para entender el papel del mercado como mecanismo encargado de la asignación de recursos escasos cabe señalar que en este confluyen las preferencias y motivaciones de los individuos, no de la sociedad en su conjunto. Por ello se reflejan los objetivos individuales con el fin de maximizar su bienestar individual, siendo muy diferentes el de los oferentes que el de los demandantes. Los primeros maximizarán su utilidad al vender sus bienes y servicios al precio más alto posible, mientras que el bienestar de los demandantes se deriva de la compra de esos bienes o servicios al precio que les permita maximizar lo posible sus ingresos, es decir, al precio más bajo posible.

Sin embargo, hay que ser consciente de las limitaciones que presenta el mercado en cuanto a su funcionamiento. Existen situaciones, como veremos a continuación, en las que el mercado no es capaz de asignar eficientemente los recursos, situaciones en las que se dice que los mercados fallan, siendo necesaria la intervención del Estado para desempeñar tres grandes funciones económicas:

- Fomentar la eficiencia.
- Fomentar la equidad.
- Fomentar la estabilidad y crecimiento económico.

### **3. LOS FALLOS DEL MERCADO**

El pensamiento económico, en su mayor parte, se ha visto dominado desde sus inicios por la teoría general de Adam Smith de “la mano invisible”, en la cual se afirma que los mercados aseguran la eficiencia económica sin necesidad alguna de la intervención del Estado. Sin embargo, esta concepción ha ido evolucionando con el paso del tiempo tras el estudio de diversos economistas, hasta tal punto que ciertas características propias del mercado pueden hacer que este actúe de manera ineficiente. En definitiva, el mercado como mecanismo de asignación no es perfecto, pues, existen una serie de limitaciones que provocan consecuencias negativas y falta de eficiencia<sup>1</sup> en cuanto a la asignación de recursos.

Estos efectos negativos derivados de un funcionamiento ineficiente se conocen como fallos de mercado, y se manifiestan no solo en las economías de mercado puras<sup>2</sup>, sino que también se encuentran en las economías mixtas<sup>3</sup>. En caso de que no existiesen estos fallos de mercado, es decir, en el caso de que los mercados, por sí mismos, fuesen eficientes en el sentido de Pareto, el Estado tan solo deberá salvaguardar la propiedad, así como garantizar los intercambios entre los diversos oferentes y demandantes. Estos intercambios tendrán lugar dentro de un marco normativo e institucional adecuado que será proporcionado por el Estado.

---

<sup>1</sup> Eficiencia en el sentido de Pareto

<sup>2</sup> Sistema económico en el que las decisiones económicas y la fijación de precios de bienes y servicios son guiados únicamente por la interacción de los ciudadanos y las empresas de un país y donde apenas existe intervención por parte del gobierno.

<sup>3</sup> Sistema de organización económica en el que se combina la actuación del sector privado con la del sector público, que actúa como regulador y corrector del primero.

En definitiva, se concretan cinco fallos del mercado básicos:

1. La existencia de bienes públicos
2. Las externalidades
3. La inestabilidad en los ciclos
4. La competencia imperfecta
5. La distribución desigual de la renta

### **3.1 La existencia de bienes públicos.**

Existen una serie de bienes caracterizados por su falta de rivalidad y a los que no se les aplica el principio de exclusión, es decir, bienes que pueden ser disfrutados por más de una persona al mismo tiempo y sobre los que es imposible evitar su uso a los consumidores parásitos que lo disfrutan sin pagar por ello. Estos bienes son conocidos como bienes públicos, y pueden observarse numerosos ejemplos, como es el caso del alumbrado público, las autopistas o la defensa nacional entre otros.

La principal razón por la que estos bienes no son comercializados por empresas privadas no es otra que la falta de incentivos existente ante la escasa o nula rentabilidad que pueden presentar para un inversor privado. Por ello, debido al gran interés público ligado a estos tipos de bienes y servicios, finalmente es el Estado quien decide, a través de las diferentes partidas de los Presupuestos Generales del Estado, suministrarlos a toda la población.

En este punto aparece lo que es considerado el mayor problema del suministro de bienes públicos, conocido con el nombre de "free rider", haciendo referencia a aquella persona que utiliza a su favor la característica de bien no excluible, disfrutando de los servicios del bien, sin pagar su coste correspondiente.

El ejemplo utilizado por Mankiw (2012) sobre los espectáculos de fuegos artificiales el día de la fiesta del pueblo permite observar de una forma simple tanto el problema de la falta de rentabilidad para la empresa privada como el problema del *parásito*. El espectáculo pirotécnico con un coste de 1.000\$ se celebra en un pueblo de 500 habitantes, los cuáles conceden a esta experiencia

un valor individual de 10\$. En un primer momento desde el punto de vista empresarial parece rentable llevar a cabo esta actividad si comparamos los 5.000\$ de ingresos frente a los 1.000\$ de costes. El problema aparece cuando los posibles clientes se dan cuenta que podrían disfrutar del espectáculo, incluso sin entrada, debido a ser un bien no excluible, teniendo así un incentivo para comportarse como lo que se conoce en economía, y hemos mencionado anteriormente, “free rider”

Este pensamiento generalizado de la población conduce al principal problema de los bienes públicos, dado que nadie pagaría por ver un espectáculo que, de igual manera, vería de forma gratuita. La empresa privada no tendrá ningún incentivo para promover estos espectáculos ante la falta de rentabilidad existente. En este punto, ante la falta de actividad por parte del mercado privado, es donde aparece la administración pública, quien, debido a la importancia estratégica para el buen funcionamiento de su gestión, decidirá cobrar un impuesto, o utilizar parte de los ingresos recaudados con impuestos para contratar a la empresa pirotécnica y dar ese servicio de manera gratuita a todos los vecinos del pueblo.

En definitiva, ante la existencia de bienes y servicios públicos, su suministro por parte del Estado puede concretarse de distintas formas:

- Mediante producción propia, como es el caso de la defensa nacional.
- Su adquisición a empresas privadas para distribuirlos gratuitamente entre la población, como es el caso del ejemplo anterior o las carreteras y alumbrado público.
- A través de subvenciones parciales, como por ejemplo la sanidad o las viviendas sociales.

### **3.2 Las externalidades**

El segundo fallo de mercado a analizar son las externalidades, siendo éstas los efectos no compensados que producen los actos de una persona en el bienestar de otra. En presencia de estas externalidades, el interés de la sociedad va más allá del bienestar de los compradores y vendedores, dado que también se incluye el bienestar de los que resultan afectados indirectamente.

El fallo aparece en el momento que estos efectos no son contemplados por las empresas y no se traslada a los precios, de forma que el mercado no informa correctamente a los consumidores de cuáles son los costes reales de producción, dejando de maximizar el beneficio total de la sociedad en su conjunto.

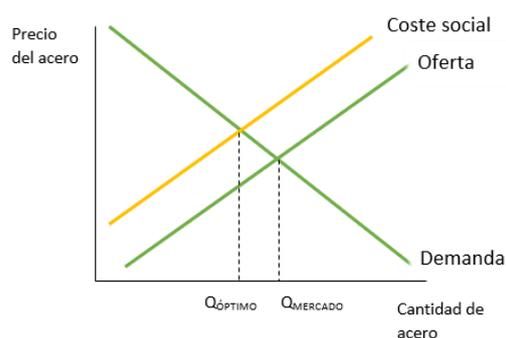
### 3.2.1. Externalidades negativas

Todas aquellas actividades que tienen un efecto perjudicial ante terceros reciben el nombre de externalidades negativas. El ejemplo más común a la hora de explicar este tipo de fallo de mercado se encuentra en la contaminación, y en cómo el coste que tiene para la sociedad la producción por parte de las empresas es mayor que el coste para los productores. Sin embargo, existen numerosos ejemplos visibles en nuestra sociedad. Es el caso de las emisiones de ruido que generan las discotecas provocando insomnio a los vecinos de bloques cercanos o la tala incontrolada de árboles, dando lugar a posibles problemas futuros de falta de oxígeno en nuestro entorno.

Centrándonos en el caso de la contaminación y utilizando como ejemplo la producción de acero, observamos en el gráfico que la curva de coste social<sup>4</sup> se encuentra por encima de la curva de oferta, dado que tiene en cuenta los costes externos que impone a la sociedad la producción de acero. La diferencia entre ambas curvas hace ver el coste de la contaminación emitida.

En definitiva, ante una externalidad negativa, el coste social es superior al coste privado (curva de oferta), de manera que la cantidad óptima será menor que la cantidad de mercado. Esta ineficiencia, como conclusión, se produce porque el equilibrio de mercado tan solo muestra los costes privados de producción de

**GRÁFICO 1: Externalidad negativa**



Fuente: Elaboración propia

<sup>4</sup> Coste social = coste privado + coste externo

forma que el consumidor marginal concede al acero un valor por debajo del coste de producirlo.

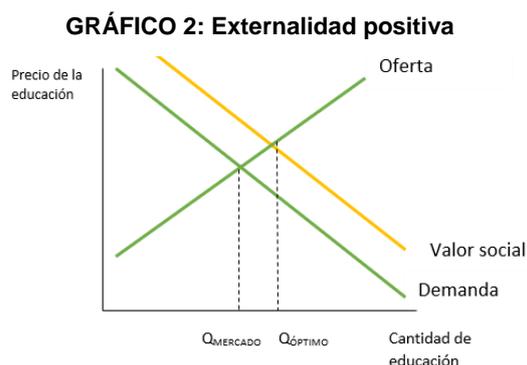
Ante este problema, se trata de internalizar una externalidad, es decir, alterar los incentivos para que las personas tengan en cuenta los efectos externos de sus actuaciones. La opción más utilizada consiste en gravar a los productores, reflejando exactamente el coste externo desplazando la curva de oferta hacia arriba haciéndola coincidir con la curva de coste social. Por lo tanto, en el nuevo equilibrio, los productores fabricarán la cantidad social óptima.

Estos impuestos reciben el nombre de impuestos correctores o impuestos pigovianos haciendo honor al economista Arthur Pigou, pionero en la defensa de su utilización.

### 3.2.2. Externalidades positivas

Al contrario que en el caso anterior, existen actividades que generan beneficios a terceros, que reciben el nombre de externalidades positivas. Los ejemplos más comunes que podemos observar en nuestra sociedad son la educación y la investigación en nuevas tecnologías, pues crean nuevos conocimientos que pueden ser utilizados por terceros.

En el análisis de la educación de Mankiw (2012), se observa que ocurre algo similar al caso de las externalidades negativas. En este caso la curva de demanda no refleja el valor social<sup>5</sup> del bien. La curva de valor social se encuentra por encima de la curva de demanda situándose la cantidad óptima en el cruce de la curva de valor social con la curva de oferta, siendo esta cantidad superior a la cantidad de mercado.



Fuente: Elaboración propia

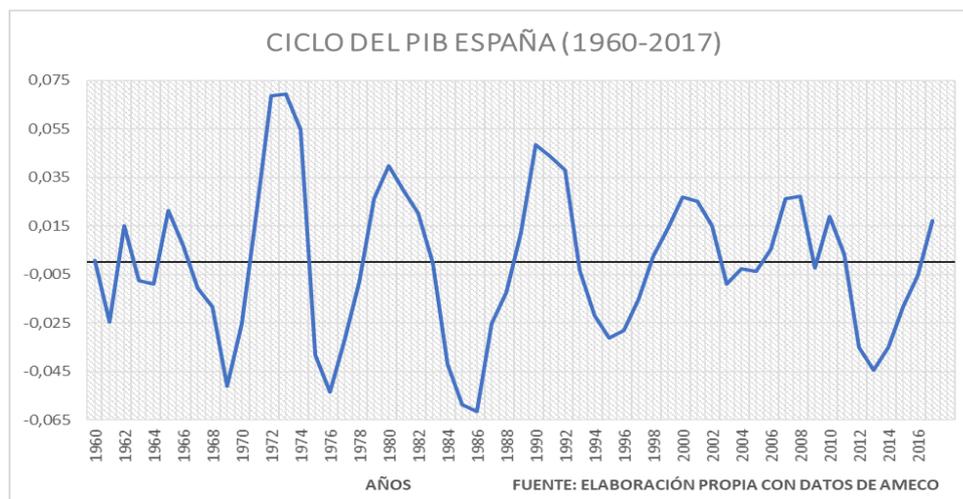
<sup>5</sup> Valor social= valor privado + beneficio externo

Como conclusión, al contrario que en el caso de las externalidades negativas, la respuesta por parte de las instituciones públicas consistirá en otorgar subvenciones que permitan acercar el equilibrio de mercado al óptimo social, como es el caso de las subvenciones que reciben las escuelas públicas o las becas otorgadas por el Estado.

### 3.3. La inestabilidad de los ciclos

Se define ciclo económico a las fluctuaciones de la actividad económica en fases alternas de expansión y recesión. Se considera este como uno de los fallos de mercado más importantes debido a su directa incidencia tanto en el número de puestos de trabajo de un país, como en las características que estos presentan.

**GRÁFICO 3: CICLO PIB ESPAÑA 1960-2017**



A través del gráfico anterior, podemos diferenciar las 4 fases que caracterizan los ciclos:

- Auge: Aumentan la producción, los ingresos, los salarios y los beneficios disminuyendo el desempleo. En general aumenta la confianza de los consumidores.
- Recesión: Subida general del nivel de precios, creación de burbujas especulativas, que originan la disminución de las tasas de crecimiento.
- Depresión: Caída en los niveles de producción, ingreso e inversión acompañado de una disminución en la tasa de interés y en la demanda.

- Recuperación: Contracción en la caída de precios e inversión produciendo un cambio de expectativas y un aumento tanto de la demanda de trabajo y factores como de los niveles de inversión.

Ante las situaciones de recesión existen dos posturas posibles. En primer lugar, existe la opción de no intervenir por parte del sector público, idea defendida por los neoliberales, intuyendo que los mercados son capaces de salir por sí mismos de la crisis. En segundo lugar, aparece la decisión de intervenir, haciendo crecer los niveles de actividad económica de tal forma que se compense la falta de demanda privada de bienes y servicios.

Esta situación es considerada un fallo debido a la inestabilidad que genera principalmente en fases de recesión y depresión. Al producirse un exceso de oferta de trabajo, el mercado está fallando en cuanto a la asignación eficiente de recursos provocando la intervención por parte del Estado.

### **3.4. La competencia imperfecta**

Cuando las condiciones que caracterizan a los mercados de competencia perfecta se incumplen, se da lugar a lo que se conoce como mercados de competencia imperfecta, caracterizados por estar controlados por un número limitado de empresas y que a diferencia de los que operan en competencia perfecta no son precio-aceptantes, sino que tienen la capacidad suficiente para fijar los precios. En cualquiera de los casos que pueden estudiarse de mercados con competencia imperfecta, el beneficio se maximizará al igualar el ingreso marginal con el coste marginal, pero al ser este ingreso marginal inferior al precio de mercado se producirá poca cantidad a un precio muy elevado.

De acuerdo con Stiglitz y Walsh (2011), existen tres grandes estructuras en los que se agrupan los mercados de competencia imperfecta:

1. Monopolio: Una única empresa es la encargada de abastecer a todo el mercado. Como consecuencia de los beneficios obtenidos por el monopolista es de esperar que otras empresas se vean atraídas para entrar en el mercado, pero la existencia de barreras a la entrada lo impiden.

2. Oligopolio: Un número pequeño de empresas son las que abastecen al mercado, de manera que existe cierta competencia. El número es lo suficientemente reducido como para que se tenga en cuenta las reacciones de los rivales frente a los actos de cada una de las empresas.
3. Competencia monopolística: Existe un número de empresas mayor que en el caso del oligopolio, pero no las suficientes para que se dé la competencia perfecta. Al contrario que en el caso anterior, el número de empresas es lo suficientemente amplio para pensar que los competidores ignorarán las actuaciones que lleve una empresa.

Debido al resultado ineficiente que se da con la competencia imperfecta, el Estado tiene un papel activo para limitar los abusos del poder de mercado y favorecer la competencia. Por ello, han sido diseñadas leyes antimonopolio con la finalidad de acabar con esta práctica que produce menos cantidad y a un precio superior al de eficiencia para la sociedad. Es decir, ante situaciones que reduzcan de manera significativa la competencia, como es el caso de fusiones entre empresas, será necesaria la aprobación por parte del gobierno.

Pero existen ciertos casos en los cuales es el propio Estado quien decide que se dé una situación de monopolio. Estos monopolios, que se encuentran supervisados por un organismo regulador, reciben el nombre de monopolios naturales y se dan como consecuencia de la falta de eficiencia que provocaría la existencia de varias empresas proporcionando el servicio en cuestión. Además, el Estado permite la creación de monopolios durante un tiempo determinado a través de la Ley de Patentes, Protección y Diseño con el objetivo de incentivar la investigación, el desarrollo y la innovación.

### **3.5. La distribución desigual de la renta.**

El mercado falla al favorecer la acumulación de riqueza entre aquellas personas que poseen unos niveles de renta superiores. En estos casos, el Estado interviene con el objetivo de favorecer a quienes ganan menos sin penalizar en gran medida a quienes ganan más.

La función del sector público se limita a la función redistributiva de la renta a través de la política fiscal expresada cada año en los presupuestos generales del Estado. La entidad pública se encarga de distribuir de manera prioritaria los fondos obtenidos a través de las distintas figuras impositivas. Esta redistribución se desarrolla en función del principio de equidad, es decir, los ciudadanos financian dependiendo de sus capacidades adquisitivas, de manera que aquellos que más poseen pagan un valor superior en concepto de impuestos.

Son numerosas las formas en las que el Estado lleva a cabo el proceso de redistribución de la renta, los ejemplos más obvios para la sociedad son las becas a aquellos estudiantes de rentas bajas, el sistema de pensiones, subvenciones a personas desfavorecidas, subsidios de desempleo entre otros muchos.

#### **4. LA DIMENSIÓN MORAL DEL MERCADO**

La teoría económica no recoge el hecho de vivir en un mundo donde todo lo imaginable se encuentre en venta. Se puede afirmar, por lo tanto, que los mercados son capaces de gobernar aspectos de nuestra vida donde antes no se encontraban presente. Dando lugar esta situación a nuevos fallos que no habían sido tratados con anterioridad.

La idea inicial de mercado como mecanismo de asignación de bienes y servicios, que trata de lograr el bien común entre compradores y vendedores, se ha visto alterada. Ciertamente sigue teniendo la misma finalidad, pero el hecho de que ese bien común no tenga en cuenta razones morales crea ciertas dudas. Pues, existen ciertos interrogantes a la hora de pensar si un mecanismo que no tiene en cuenta esos detalles es el método idóneo de asignación.

Centrándonos en las razones que alejan a los mercados de la moral cabe destacar por un lado la codicia y por otro la expansión que han sufrido los mercados y los mercados de valores. En primer lugar, la codicia propia del ser humano. Esta conduce a asumir riesgos de manera irresponsable, con independencia de que los actos puedan ser calificados de inmorales o no. Todo unido a la intromisión del mercado en aspectos de la vida que se han

caracterizado por regirse mediante normas no mercantiles ha hecho que se reconsidere la efectividad de los mercados.

#### **4.1 El paso de una economía de mercado a una sociedad de mercado.**

Como se ha descrito anteriormente, a diferencia de sus inicios, los mercados se han entrometido en materias en las que anteriormente parecía vetada su aparición bajo una ley no escrita.

En definitiva, nos hemos acostumbrado a que ciertos aspectos de nuestra vida como pueden ser la salud, la educación, la seguridad pública, la justicia, la procreación, la protección medioambiental etc. puedan ser utilizados o considerados con y desde fines mercantiles.

Puede ponerse como ejemplo el hecho de que a nadie sorprenda que exista un mercado de emisiones de carbono en la Unión Europea que permita a las grandes compañías la opción de comprar y vender el derecho a contaminar el aire o que ciertas compañías farmacéuticas ofrezcan miles de dólares, en función de lo invasivo que sea el procedimiento a cambio de hacer de cobaya humana para probar la seguridad de un nuevo producto y el malestar que puede ocasionar (Elliot,2008).

Esta práctica también podemos encontrarla en aspectos como puede ser el apostar por la vida de un ser humano o la educación. Es decir, existen mercados que permiten la compra de los seguros de vida de personas ancianas o con enfermedades crónicas a quienes se les pagan unas primas anuales mientras vivan a cambio de obtener los beneficios del seguro tras el fallecimiento (Sandel, 2014), y existen centros escolares donde utilizan el dinero como incentivo a cambio de obtener buenas calificaciones o de fomentar ciertas costumbres como la lectura (Sandel, 2014).

Por lo tanto, el triunfalismo del mercado ha ocasionado, sin decidirlo, que pasemos de una economía de mercado a lo que actualmente se conoce como una sociedad de mercado. En palabras de Michael Sandel (2014) la diferencia se encuentra en que una economía de mercado es una herramienta valiosa y eficaz para organizar la actividad productiva mientras que una sociedad de

mercado se puede definir como el lugar donde las relaciones sociales están hechas a imagen del mercado.

**TABLA 1:** ¿Considera usted que hoy en día el dinero se encuentra presente en aspectos de la vida que deberían estar regidos por normas no mercantiles?

	EDAD				TOTAL
	15-25	26-40	41-60	>60	
SI	68%	58%	60%	75%	66%
NO	18%	17%	30%	0%	18%
NS/NC	15%	25%	10%	25%	16%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

El hecho de vivir en una sociedad de mercado parece ser que se encuentra bien identificado en nuestro día a día. Dos tercios de nuestra sociedad reconoce el poder del dinero en aspectos que deberían regirse por normas no mercantiles, sin diferencias porcentuales significativas entre grupos de edades. A la vista de los resultados se concluye que las personas de mayor edad, debido a su capacidad de comparar a lo largo del tiempo, son capaces de reconocer con mayor firmeza el hecho de la intromisión de los mercados en sus vidas.

Esta situación, por lo tanto, hace que surjan nuevas incógnitas acerca del poder del dinero. ¿Existen cosas que el dinero no puede comprar? ¿Existen cosas que el dinero puede, pero no debe comprar?

#### **4.2. Los problemas derivados de una sociedad de mercado**

El hecho de vivir en una sociedad donde el dinero es el encargado de regir nuestros movimientos trae consigo una serie de consecuencias, bien sea desde el punto de vista moral y ético o desde el punto de vista económico. En primer lugar, desde el punto de vista moral, existen problemas relacionados con la desigualdad e injusticia que el hecho de vivir en una sociedad de mercado pueda provocar, así como la tendencia corrosiva que los mercados puedan ocasionar sobre ciertos bienes. En segundo lugar, desde el punto de vista económico, cabe la preocupación sobre el uso que se da al dinero como un incentivo, coaccionando a los individuos a la hora de realizar ciertas actividades.

#### 4.2.1. Justicia y desigualdad

Por lo que se refiere a la justicia existe la preocupación por la desigualdad que pueda ocasionar la mercantilización de ciertas actividades. Pues bien, cuando nos encontramos en una situación en la que todo lo imaginable tiene un precio, la vida resulta un tanto más difícil para aquellas familias con recursos modestos. Esto se debe, en gran parte, a lo que en microeconomía se conoce como “principio de insaciabilidad” por el cual el ser humano prefiere una cantidad mayor de cualquier bien. Esto da lugar a que la abundancia adquiera un valor mayor, provocando un aumento de la brecha en materia de igualdad entre familias pobres y de clase media.

Podemos observar esta situación, de manera práctica, desde distintos ámbitos de la vida cotidiana mediante una serie de ejemplos (Sandel, 2014). En definitiva, se trata de situaciones comunes donde se demuestra el poder que el dinero tiene a la hora de aumentar la desigualdad entre gente pudiente y la clase baja incapaz de disfrutar de estos servicios:

- Una celda más cómoda dentro de una prisión: 82 dólares por noche. Esta situación se da en Santa Ana, California, donde los delincuentes no violentos tienen la opción de pagar a cambio de una celda limpia, tranquila y alejada de presos violentos.
- Acceso por 8\$ al carril especial de alta ocupación, aunque se conduzca solo en hora punta. En ciertas ciudades americanas, al igual que en Europa, se intenta disminuir las retenciones de tráfico habilitando carriles por los cuales circulan vehículos con 2 o más pasajeros. Sin embargo, se ha creado una especie de mercado donde, aquellos conductores solitarios que lo deseen pueden acceder a estos carriles a cambio de una tarifa que varía en función de la densidad del tráfico.
- Admisión en universidades de prestigio: Normalmente la admisión a estos centros estudiantiles suele deberse a excelentes expedientes académicos, acompañados de otra serie de características que el alumno

debe poseer. Sin embargo, funcionarios de algunas universidades de prestigio afirmaron que, en ocasiones, se aceptan a alumnos no muy brillantes por el hecho de ser hijos de personas adineradas dispuestas a hacer sustanciales contribuciones económicas.

Por otro lado, este no es el único problema ligado al hecho de convivir en una sociedad de mercado. Existen situaciones en las que, debido a las necesidades de las personas, la transacción puede caracterizarse de injusta por la coacción a la que se encuentra sometido el individuo en su decisión.

Ante este tipo de situaciones, como veremos más adelante, los defensores de los mercados basan su argumento en el respeto a la libertad de elección, decidir por sí mismos si vender uno u otro bien a un precio determinado, es decir, libertad para comprar y vender siempre y cuando no vulnere los derechos de nadie.

Pero estas situaciones pueden observarse desde un punto de vista distinto, pues los intercambios mercantiles no siempre son tan voluntarios como los defensores de los mercados pretenden hacer ver al resto de la sociedad. Ciertamente es que a la hora de decidir comprar o vender un bien o servicio nadie se encuentra bajo una condición imperiosa de obligación para aceptar esa compra o venta. Pero es cierto, que los individuos pueden verse coaccionados por una serie de motivos - bien sean económicos o de otra índole- que no permitan una toma de decisiones totalmente libre.

Imaginemos por ejemplo un cabeza de familia, quien, por unas razones u otras, se encuentra ante unas condiciones económicas muy desfavorables y tiene a su cargo uno, dos o tres hijos a quienes es incapaz de sacar adelante con la capacidad adquisitiva del momento. Supongamos que este cabeza de familia accede a hacer de cobaya humana de distintas empresas farmacéuticas con el fin de probar la seguridad de una nueva sustancia a cambio de una sustancial cantidad de dinero que le permita sacar adelante a su familia. Desde el punto de vista de la teoría económica este intercambio es válido, las dos partes obtienen un beneficio y el individuo toma la decisión por sí mismo de aceptar que se experimente con su cuerpo. Lo que se propone mostrar con este ejemplo es que

ciertas decisiones no son tan voluntarias como parecen ser a simple vista. Este cabeza de familia seguramente no hubiera tomado la decisión de prestar su organismo a la ciencia de no haber sido por la condición extrema de necesidad económica que vive. En definitiva, la inclusión de los mercados en ciertas esferas de la vida puede ocasionar que las personas vean limitada o coaccionada su libertad a la hora de tomar decisiones.

**TABLA 2:** ¿Considera usted que una persona con graves necesidades económicas es libre en sus decisiones?

	EDAD				TOTAL
	15-25	26-40	41-60	>60	
SI, ES TOTALMENTE LIBRE	11%	17%	20%	0%	12%
NO, SE ENCUENTRA CONDICIONADA	88%	83%	80%	75%	87%
NS/NC	1%	0%	0%	25%	2%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

De entre el total de los encuestados, el 87% considera que una persona que sufre problemas económicos no es totalmente libre a la hora de tomar ciertas decisiones. Más bien, afirma que se encuentra condicionada por su situación, apoyando así la argumentación sobre la injusticia y la falta de libertad que se vive en una sociedad de mercado. A la hora de diferenciar por sexos apenas hay diferencias, pero al hablar de los diferentes grupos de edad el análisis varía. Aunque en todos los grupos de edad las tres cuartas partes, como mínimo, están de acuerdo respecto al hecho de la falta de libertad a la hora de tomar decisiones, ese porcentaje va disminuyendo a medida se aumenta el rango de edad. Esta situación permite observar la actualidad de la problemática. La juventud es aún más consciente que las personas mayores de la falta de libertad que se deriva de vivir en un mundo donde los mercados y el dinero son los gobernantes de gran parte de nuestras decisiones.

#### 4.2.2. La tendencia corrosiva de los mercados.

La reflexión moral sobre la intromisión de los mercados en nuestra vida da lugar a preguntarse sobre las actitudes y normas que estas relaciones mercantiles pueden dañar o disolver.

El concepto de corrupción como tal abarca mucho más que los sobornos y pagos ilícitos y, según la *Real Academia de la Lengua Española*, corromper algo puede entenderse, en su segunda acepción, como el hecho de echar a perder, depravar, dañar o pudrir algo.<sup>6</sup>

En relación con el tema a tratar, cuando se habla de corromper un bien o una práctica social, se trata de degradarlo o, en definitiva, darle un valor inferior al que corresponde. El intercambio mercantil de ciertos bienes en ocasiones degrada su valor, por lo tanto, su valor va más allá de la utilidad que pueden proporcionar a sus compradores y vendedores.

En un primer lugar, conforme los mercados se extienden a esferas de la vida regidas tradicionalmente por normas no mercantiles, la suposición de que las relaciones mercantiles no disminuyen el valor de los bienes que se intercambian, como piensan los economistas tradicionales, se pone en duda al observar que en ocasiones ofrecer dinero para conseguir un determinado comportamiento hace que ese efecto se retraiga, o se pierda el valor, del bien que se comercializa.

Para ello, siguiendo el ejemplo que utiliza Sandel a la hora de explicar el poder del dinero como un incentivo tratemos de ver si esta práctica corrompe el propósito inicial del bien.

Roland Fryer Jr, profesor de economía de Harvard cree que puede ayudar a motivar a los niños de colegios de zonas urbanas deprimidas. Para ello, propuso en distintos centros educativos que estos pagaran a los alumnos una cantidad de entre 2-4\$ por libro leído del que después serían examinados para confirmar que ciertamente había sido leído.

Dejando de lado el tema del uso del dinero como un incentivo, y centrándonos en el punto de vista ético de esta acción puede considerarse que el hecho de poner un precio a un servicio enriquecedor como es el de la lectura lo mancilla y lo degrada, ocasionando que estos niños vean en la lectura un incentivo

---

<sup>6</sup> <http://dle.rae.es/?id=AzzkG49>

económico más que una fuente de conocimiento de la cual pueden aprovecharse de manera diaria y de forma gratuita.

**TABLA 3:** ¿Qué opinión le merece la posibilidad de ofrecer dinero a los alumnos a cambio de leer un libro?

	NIVEL DE FORMACIÓN					TOTAL
	PRIMARIA	SECUNDARIA	F. P	GRADO O SIMILARES	POSTGRADO	
FOMENTARÁ LA LECTURA Y TENDRÁ UN EFECTO POSITIVO	33%	23%	24%	33%	0%	27%
CORROMPE LOS VALORES QUE TRANSMITE LA LECTURA	67%	70%	71%	63%	100%	69%
NS/NC	0%	7%	5%	3%	0%	4%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

De manera práctica se observa que, 7 de cada 10 individuos considera esta práctica corrosiva, dado que degrada los valores que debe transmitir la lectura. Según los resultados, el hecho de leer un libro debe hacerse de manera desinteresada y sin tener otro fin que el de usarlo como fuente de enriquecimiento. Esta conclusión también se infiere al hacer el análisis de los resultados en función del grado de formación de los encuestados. En ninguno de los 5 grupos diferenciados el resultado es inferior al 60%, destacando la opinión general de quienes poseen estudios de postgrado: el 100% está de acuerdo respecto a la opinión negativa de poner en práctica la mencionada recompensa económica.

En segundo lugar, la comercialización de actividades que se consideran valiosas o caritativas puede debilitar sus motivaciones al depreciar o desplazar sus interés o compromisos intrínsecos, contradiciendo así la teoría económica que presenta que las motivaciones, independientemente de su origen, son aditivas. Es decir, algunas actividades que se caracterizan por su altruismo, su sentido comunitario o de colaboración sufren un efecto corrosivo en el momento en que los valores mercantiles se introducen en ellas.

El ser humano, a diferencia de lo que marca la teoría económica, tiene un espíritu altruista y colaborativo por naturaleza. Por ello, considera que ciertos actos no mercantiles deben seguir rigiéndose por normas no mercantiles, y todo lo que signifique la introducción de un sistema de precios o de incentivos será contrario a ese altruismo natural, suponiendo su rechazo. El individuo, considera este acto

merma en un primer lugar el bien o servicio en cuestión degradando su esencia, y, en segundo lugar, la característica innata a la donación y sociabilidad del propio ser humano.

Esta situación la plasma de manera muy sencilla el sociólogo británico Titmuss (1970) comparando los sistemas de obtención de sangre utilizados en Reino Unido y Estados Unidos. Mientras en Reino Unido el sistema es muy similar al español y la sangre procede de donantes que no cobran por ello, en Estados Unidos parte de la sangre es comprada a bancos de sangre comerciales, procedente de personas que venden su sangre para conseguir dinero.

Tras compararlo, mediante numerosos datos y características, demostró, en términos económicos y prácticos, que el sistema británico funcionaba mejor que el estadounidense llevando así la contraria a la teoría económica que trata el dinero como un aliciente para una obtención mayor de sangre. Pero observándolo desde el punto de vista que en este apartado se intenta tratar, Titmuss objetó que hacer de la sangre una mercancía debilita el espíritu altruista que se encuentra asociado al hecho de donar sangre y merma el espíritu de gratuidad, añadiendo que en el momento que la gente comienza a ver la sangre como una mercancía que se compra y se vende, es menos probable que se sienta la responsabilidad moral de donarla.

**TABLA 4:** ¿Qué opinión le merece la posibilidad de retribuir económicamente a los donantes de sangre?

	NIVEL DE FORMACIÓN					TOTAL
	PRIMARIA	SECUNDARIA	F. P	GRADO O SIMILARES	POSTGRADO	
PERVERTIRIA EL SISTEMA	33%	63%	57%	78%	38%	66%
MEJORARIA LA EFICIENCIA	50%	33%	38%	17%	63%	29%
NS/NC	17%	3%	5%	5%	0%	5%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Los resultados que se derivan de la encuesta reflejan el rechazo de la sociedad a este tipo de actos. Al igual que ocurre en el caso de Estados Unidos, el 66% de los encuestados considera que tratar la sangre como un bien mercantil hará que el sistema de donaciones se pervierta. Así, el resultado obtenido es contrario a lo que afirma la ciencia económica sobre el hecho de que las personas responden a incentivos. El rechazo a la compra de sangre parece ser que

incrementa a medida que los niveles de estudio aumentan, es decir, las personas con un mayor nivel de estudio son contrarias a poner precio a actividades que se caracterizan por su altruismo. Tal y como refleja la tabla 4, la diferencia entre los individuos, que opinan que este método corrompe el sistema, con estudios de primaria y los que poseen un grado alcanza los 45 puntos porcentuales. En definitiva, según reflejan los resultados obtenidos, la creación en España de un mercado de compra de sangre no alcanzará el objetivo de aumentar el número de donaciones respecto al sistema que actualmente poseemos.

Este ejemplo ligado a la venta de sangre puede extrapolarse a otros muchos casos de nuestra sociedad, obteniendo como idea final que los valores mercantiles introducidos en el sistema producen un efecto corrosivo en la normalidad de la actividad en cuestión, reprimiendo el altruismo y mermando el sentimiento comunitario.

Como conclusión, y respondiendo a la pregunta planteada inicialmente, es posible afirmar que existen ciertos bienes que el dinero puede, pero no debe, comprar. No hacerlo así ocasiona que ciertos valores, como pueden ser el autoaprendizaje en el caso de la lectura o la amabilidad y el altruismo en el caso de la venta de sangre, se vean sustituidos por valores mercantiles.

#### 4.2.3 El dinero como incentivo

El desarrollo de los incentivos se considera algo reciente del pensamiento económico. No entró a formar parte del discurso económico hasta el siglo XX y economistas ilustres como Adam Smith entre otros no incluyen la palabra “incentivo” en sus textos. Su uso surgió repentinamente cuando los mercados y el pensamiento mercantil adquirieron mayor predominio.

De hecho, hoy en día, varios economistas como es el caso de Gregory Mankiw (2014) recogen como uno de los diez principios básicos de la economía el hecho de que “las personas responden a los incentivos”, definiendo incentivo como algo que induce a las personas a actuar, puede ser una recompensa o un castigo. Se

argumenta que las personas racionales responden a los incentivos debido a que toman sus decisiones comparando los costes y los beneficios.

Por ello, la utilización de incentivos en esferas de la vida tradicionales como puede ser la salud o la procreación -entre otros muchos ejemplos- ha traído en ciertas ocasiones una serie de escándalos y problemas. Principalmente estos problemas se derivan, como hemos citado en el apartado anterior, de la capacidad que posee el incentivo de corromper el bien en cuestión valorándolo de manera equivocada. El caso más claro que se puede observar es el de los conocidos como “sobornos sanitarios”. En ocasiones las compañías aseguradoras y los médicos incentivan de manera económica a sus clientes con el fin de conseguir los intereses que persiguen.

Según la Asociación Americana del Cáncer, los costes sanitarios y la pérdida de productividad asociadas a los fumadores suman unos 196.000 millones de dólares anuales<sup>7</sup>. Por ello las grandes compañías, que normalmente proporcionan seguros sanitarios a sus empleados, ofrecen primas e incentivos económicos para dejar de fumar; es el caso de *General Electric*, quien en 2009 pagó a algunos empleados si conseguían dejar de fumar durante un año.

Otro ámbito en el que se ha recurrido al uso de incentivos económicos es el de la obesidad. Se ofrecen cuantiosas cantidades económicas a ciudadanos, clientes o pacientes por perder peso y no recuperarlo en un tiempo.

Los resultados que afloran de este método de actuación son beneficiosos para los defensores de los mercados. Como cita Michael Sandel (2014) “la justificación del pago a personas por preocuparse de su salud es simplemente un asunto de costes y beneficios” haciendo mención a que, las personas que ofrecen ese incentivo obtienen a corto plazo el resultado que desean, sin tener en cuenta las consecuencias que pueden derivarse de sus actos.

Sin embargo, la utilización de estos incentivos va ligada a los problemas citados en los dos apartados anteriores. Por un lado, se está premiando o recompensando las conductas insanas al recibir un incentivo económico en detrimento de las personas que se cuidan por decisión propia. Y, por otro lado,

---

<sup>7</sup> El Mundo: <http://www.elmundo.es/mundodinero/2010/03/04/economia/1267732098.html>

esto contribuye a deteriorar o corromper la idea personal de lo importante que puede llegar a ser disfrutar de un organismo sano siendo muy poco probable que se introduzca un cambio de hábitos una vez ese incentivo haya desaparecido.

### **4.3 Repensando el papel de los economistas.**

Los economistas consideran, desde los inicios de la ciencia económica, que el mercado es el mecanismo idóneo de asignación de recursos y el sistema de precios es capaz de asignar los bienes y servicios a aquellos que están más dispuestos a pagar sin entrar a determinar su dignidad ante determinadas circunstancias. En definitiva, no se pararon a pensar en los límites o problemas morales que podía llegar a ocasionar el mercado.

Los principales argumentos que utilizan los defensores de los mercados son, por lo general, el respeto a la libertad individual y el de maximización de la utilidad. El primero, hace mención a la libertad para comprar y vender cualquier bien o servicio lícito, siempre y cuando ningún derecho se vea vulnerado. El segundo, es la defensa por autonomía de los economistas, quienes afirman que los intercambios son capaces de favorecer tanto a compradores como vendedores por igual, favoreciendo nuestro bienestar colectivo o utilidad social.

Otros defensores, como Arrow (1972), añaden que el comportamiento ético es una mercancía que hace falta economizar, es decir, no se debe confiar demasiado en valores como el altruismo, la generosidad, la solidaridad o el deber cívico porque estos sentimientos son recursos escasos que disminuyen con el uso concluyendo que el comportamiento ético ha de limitarse a aquellas circunstancias en las que el sistema de precios fracasa.

Sin embargo, buena parte de los economistas actuales se entretienen más a menudo de cuestiones éticas, bien sea por un cambio en la sociedad o porque han experimentado un cambio en la manera de entender el objeto de la ciencia. Por lo general, los economistas se han propuesto dar explicaciones no solo sobre lo concerniente a la producción y consumo de bienes materiales sino también sobre la ciencia del comportamiento humano.

En un principio se suponía que comercializar un bien, con independencia del tipo de bien que sea, no alteraba su carácter y por lo tanto se defendían los intercambios mercantiles con el argumento de que ambas partes salían beneficiadas, incluso se apostaba por el uso de incentivos de carácter económico para inducir conductas deseables. Pero lo cierto es que esa suposición se ha visto transformada y puesta en duda conforme los mercados se extienden a esferas de la vida regidas tradicionalmente por normas no mercantiles. Citan Bruno Frey y Reto Jegen (2001, p.590):

*“El fenómeno del desplazamiento de normas no mercantiles trae consigo grandes repercusiones dado que es una de las anomalías más importantes de la economía, pues sugiere lo opuesto a la “ley” económica más fundamental, según la cual la elevación de los incentivos monetarios aumenta la producción. Si el efecto desplazamiento continúa, la elevación de los incentivos reduce en vez de aumentar la producción”*

En definitiva, se ha llegado a un punto en el que la maximización de la utilidad o el mayor bienestar no es lo único que se tiene en cuenta a la hora de poner precio a un bien o de crear un mercado de este. Lo que da lugar a un debate sobre si puede entenderse toda acción humana en analogía con el mercado, intentando resolver la pregunta del inicio sobre si existe algún bien que el dinero no pueda comprar.

## **5. CONCLUSIONES**

Tras diferenciar una economía de mercado de una *sociedad de mercado*, y cotejar el análisis realizado con la información de una encuesta de 128 participantes, se extraen una serie de conclusiones.

En primer lugar, hay que convenir que el tema sobre el que ha versado este trabajo tiene una gran actualidad e interés. La preocupación de la población por el hecho de vivir en una sociedad donde cualquier cosa imaginable está en venta, queda plasmada en los resultados que arrojan las tablas de la encuesta. La participación de un número elevado de individuos de distintos grupos de edad, así como de diferentes niveles formativos, plasma el interés de las personas por la falta de comportamientos éticos que se encuentra en ciertas derivaciones del

mercado. En términos generales, parece darse por aceptada la mercantilización de bienes que, en periodos previos, se habían caracterizado generalmente por no ser comercializables. Esta percepción a su vez, genera miedo por la tendencia corrosiva que puede ocasionar este hecho si continúa extendiéndose sobre otros bienes.

En segundo lugar, al hablar de limitaciones del mercado no debemos centrarnos tan solo en los supuestos que la teoría económica menciona. Hay que tener en mente las consecuencias que pueden derivarse de nuestros actos, como puede ser el caso de la injusticia, la desigualdad y la corrupción que sufren ciertos bienes al tratarlos como mercancías. Por lo que cabe concluir que, debido al hecho de vivir en una *sociedad de mercado*, existe la obligación de someter el razonamiento mercantil al razonamiento moral.

En tercer lugar, se llega a la conclusión de que el sistema de precios no siempre es efectivo, tal y como afirma la ciencia económica. La disposición a pagar por un bien no demuestra quienes son los que más lo valoran, siendo este el principal problema que se le asigna al mercado. El hecho de tener una capacidad adquisitiva mayor, unido a la insaciabilidad propia del ser humano, ocasiona que se originen una serie de desigualdades donde la persona que más valora un bien no es capaz de adquirirlo.

En cuarto lugar, se observa que la figura del economista debe cambiar como consecuencia de los actos que se derivan de la gobernanza por parte del dinero de nuestras vidas. El argumento basado en el utilitarismo y en la maximización del bienestar debe ser sustituido o complementado con la introducción de conceptos morales tanto en sus pensamientos como en sus decisiones.

Y por último, no parece que se vayan a disipar las dudas sobre si existe algún bien que el dinero, de una forma u otra, no tenga la capacidad de comprar. A medida que se vaya avanzando en el análisis y estudio de las consecuencias que se derivan de este tipo de sociedades, irá incrementándose el debate sobre el uso y valor que damos al dinero. Por lo tanto, de cara al futuro, considero que la mercantilización de ciertas actividades irá en ascenso, lo que supondrá la

extensión de la problemática a lo largo del tiempo, siendo muy difícil revertir la situación.

## 6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### 6.1 Bibliografía

- Arrow (1972): *Gifts and Exchanges*”, *Philosophy & Public Affairs* 1, pp.342-362
- Bruno Frey y Reto Jegen (2001): “*Motivation Crowding Theory*” *Journal of Economic Surveys* 15, nº15
- Carl Elliot: “*Guinea-Pigging*”, *New Yorker* p.210
- Mankiw (2014): *Principios de Economía*. Editorial Cengage Learning
- Sandel. M (2014): *Lo que el dinero no puede comprar*. Editorial Grupo Debate
- Stiglitz J. y Walsh.C (2009): *Microeconomía*. Editorial Grupo Planeta
- Titmuss. R (1971): *The Gift Relationship: From Human Blood to Social Policy*, *Pantheon, Nueva York* pp.231-232

### 6.2 Recursos en la Web

- Asignación eficiente en el sentido de Pareto. Disponible en: “[http://diccionarioempresarial.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAAAAEAMtMSbF1jTAAASmjAwsLtbLUouLM\\_DxblwMDS0MDI7BAZlqIS35ySGVBqm1aYk5xKgAgFTbhNQAAAA==WKE](http://diccionarioempresarial.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAAAAEAMtMSbF1jTAAASmjAwsLtbLUouLM_DxblwMDS0MDI7BAZlqIS35ySGVBqm1aYk5xKgAgFTbhNQAAAA==WKE)” [Consulta: 16/04/2018]
- Ciclos económicos y fallos de mercado. Disponible en: “<http://losfallosdemercado.blogspot.com.es/2010/12/cicos-economicos-y-fallos-de-mercado.html>” [Consulta: 20/04/2018]

- ¿Cómo se asignan los recursos en una economía?. Disponible en:  
["https://www.academia.edu/23721133/Como\\_se\\_asignan\\_los\\_recursos\\_en\\_la\\_economia\\_1\\_"](https://www.academia.edu/23721133/Como_se_asignan_los_recursos_en_la_economia_1_) [Consulta: 10/04/2018]
  
- Fallos de mercado y externalidades negativas: soluciones teóricas y su implementación. Disponible en:  
["https://biblioteca.unirioja.es/tfe\\_e/TFE000820.pdf"](https://biblioteca.unirioja.es/tfe_e/TFE000820.pdf) [Consulta:29/04/2018]
  
- ¿Qué son los bienes públicos?. Disponible en:  
["https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-son-los-bienes-publicos"](https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-son-los-bienes-publicos) [Consulta: 16/04/2018]
  
- Si trabaja en General Electric, tendrá prohibido fumar al aire libre. Disponible en:  
["http://www.elmundo.es/mundodinero/2010/03/04/economia/1267732098.html"](http://www.elmundo.es/mundodinero/2010/03/04/economia/1267732098.html) [Consulta:19/05/2018]

## **7. ANEXOS**

### **7.1 Anexo 1: ENCUESTA**

#### **1. SEXO**

- a. Hombre
- b. Mujer
- c. NS/NC

#### **2. EDAD**

- a) 15-25
- b) 26-40
- c) 41-60
- d) >60

### 3. NIVEL DE FORMACIÓN

- a) ESTUDIOS DE PRIMARIA
- b) ESTUDIOS DE SECUNDARIA
- c) ESTUDIOS DE FORMACIÓN PROFESIONAL
- d) ESTUDIOS DE GRADO O SIMILARES
- e) ESTUDIOS DE POSTGRADO

4. ¿Considera usted que hoy en día el dinero se encuentra presente en aspectos de la vida que deberían estar regidos por normas no mercantiles? Piense en la posibilidad de evitar una cola pagando una cantidad adicional.

- a) SI
- b) NO
- c) NS/NC

5. ¿Considera usted que una persona con graves necesidades económicas es libre en sus decisiones?

- a) SI, ES TOTALMENTE LIBRE.
- b) NO, SE ENCUENTRA CONDICIONADA POR SU SITUACIÓN ECONÓMICA.
- c) NS/NC

6. En algunos centros educativos se ofrece a los niños el pago de 3\$ por cada libro leído con el objetivo de motivarlos y mejorar sus resultados académicos ¿Considera que esta práctica corrompe los valores que la lectura debe transmitir a los alumnos o, por el contrario, tendrá el efecto deseado fomentando el interés de los alumnos por la lectura?

- a) CORROMPE LOS VALORES QUE TRANSMITE LA LECTURA
- b) FOMENTARÁ LA LECTURA Y TENDRÁ UN EFECTO POSITIVO
- c) NS/NC

7. Considere la posibilidad de retribuir económicamente a los donantes de sangre. De este modo, donarían sangre aquellas personas que pudieran beneficiarse en mayor medida del sistema. ¿Qué opinión le merece esta opción?

- a) MEJORARÍA LA EFICIENCIA Y AUMENTARÍA LAS DONACIONES DE SANGRE
- b) PERVERTIRÍA EL SISTEMA
- c) NS/NC