

II. EFICIENCIA DE LOS MERCADOS

Competencia Perfecta

La competencia perfecta es una estructura de mercado en la cual ningún inversionista puede fijar los precios ni influir sobre éstos.

La competencia, en sí misma, es una situación en la cual los agentes económicos tienen la libertad de ofrecer bienes y servicios en el mercado, y elegir a quién compran o adquieren estos bienes y servicios. La competencia perfecta es un modelo de la teoría económica en la que se presenta una situación hipotética en la que nadie puede influir en la fijación de los precios, ya sean los productores o los compradores. Además, supone que todos tienen el mismo acceso a la información situando a los involucrados en la misma posición a la hora de tomar decisiones.

Condiciones de Competencia Perfecta

- El precio es fijado por el mercado y funciona como única herramienta de consenso
- Existe libre información para tomar decisiones
- Existen infinitos productos en el mercado y todos ellos son iguales
- No existen barreras de entrada y salida del mercado
- Existe un libre flujo de mano de obra.

Teoría del Mercado Eficiente

La Hipótesis del Mercado Eficiente establece que bajo ciertas condiciones, los mercados financieros son eficientes, en el sentido que los precios de los activos financieros reflejan total e instantáneamente toda información relevante disponible.

La información relevante disponible se refiere a toda la información preponderante disponible para el análisis del precio de las acciones y que guarda relación con la empresa analizada.


Un mercado eficiente es un mercado en que los precios reflejan permanentemente toda la información disponible de manera no sesgada e inmediata, es decir, es un mercado en el que los precios de los títulos reflejan instantáneamente la información y en el cual las oportunidades de ganancia se eliminan casi instantáneamente.

Análisis de Impacto de Noticias

La eficiencia de un mercado hace referencia a la rapidez con que éste interioriza noticias.

Una nueva noticia no es aquella que sale en la portada de un periódico o en los titulares de un informativo televisivo. Ya que desde que el periodista supo la noticia hasta que finalmente salió a la luz pública transcurrieron al menos unas cuantas horas, es decir, ya se corrió la voz al respecto y el mercado se enteró anticipadamente de tal suceso.

También hay que tener en cuenta que lo más probable es que en base a los titulares de hoy no se pueda predecir los vaivenes del mercado del día de mañana (o del mismo día).

Entonces las nuevas noticias son las que son entregadas al mercado por agencias de medios especializados y en donde dichas noticias son informadas en tiempo real a medida que van ocurriendo. Por lo tanto es nueva para el mercado cuando ésta no estaba previamente interiorizada por e.