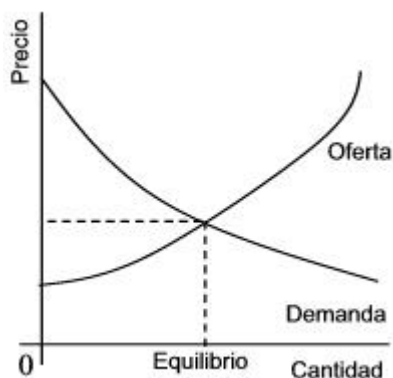


**BLOQUE II. TEMA 3**

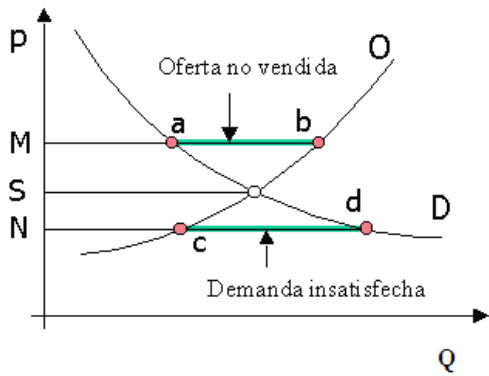
1. EL MERCADO DE COMPETENCIA Y CONCURRENCIA PERFECTAS.
2. MERCADOS IMPERFECTOS: COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA, OLIGOPOLIO Y MONOPOLIO.
3. LOS PODERES PÚBLICOS Y LA COMPETENCIA: MERCADOS INTERVENIDOS Y PROTECCIONISMO.

CONCEPTOS INTRODUCTORIOS: *Os pueden servir, en el caso de que los necesitéis, para encauzar el tema.*

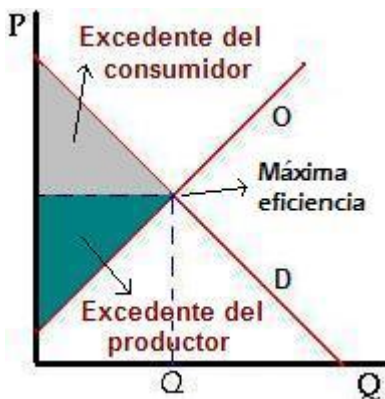
- El **mercado** de un bien lo componen un **grupo de oferentes** del mismo que desean vender y que forman la oferta, y un **grupo de demandantes** de dicho bien que desean comprar y que componen la demanda.
- Los bienes y servicios disponibles en el mercado se distinguen entre sí por una o más de tres características: sus *atributos* o manera en la que satisfacen las necesidades de consumidores y productores; el *lugar* en el que están disponibles y la *fecha* en la que están disponibles. Ninguna mercancía se considera una sustitución perfecta e idéntica de otra ni en la producción ni en el consumo.
- A cada mercancía se le asigna un **precio** en el mercado que se puede expresar de dos maneras:
  - Relativo a otra mercancía como patrón numerario-p.ej. patrón oro- y el precio de cada mercancía es el número de unidades que se cambia por cada unidad de mercancía patrón. Un numerario es unidad de cuenta, una unidad de medida.
  - Relativo a una unidad abstracta empleada para hacer las entradas contables pero que no responde a ninguna otra mercancía-p.ej. patrón dólar y el precio de la mercancía es el número de unidades de cuenta abonadas o adeudadas.
- Un **mercado** se encuentra **en equilibrio** cuando las cantidades de un bien que los consumidores están dispuestos a adquirir coincide con la cantidad del mismo bien que los productores están ofreciendo. Esto ocurre para un nivel de precios P, al que se denomina **precio de equilibrio**, y para una cantidad del bien que se encuentran en el punto de intersección de la curva de demanda y de oferta del bien.



- Al equilibrio del mercado también se le conoce como la situación en la que el mercado *se vacía*, ya que sólo en ese punto los consumidores adquieren todo lo que se ofrece. A un precio superior o inferior, las cantidades ofrecidas y demandadas no estarán equilibradas, y corresponde al mercado, a través del mecanismo de precios, restaurar el equilibrio.
- El sistema de precios es el **mecanismo espontáneo**, la *mano invisible* de los clásicos, que comunica información pertinente a los agentes económicos que actúan en el mercado.
- El punto de intersección de las curvas de oferta y de demanda determina el **punto de equilibrio** S del mercado e indica el precio de equilibrio y la cantidad de equilibrio.
- Un precio M superior al de equilibrio S supondría una situación de excedente, con exceso de oferta y escasez de demanda. Un precio N inferior al de equilibrio S supondría una situación de escasez, con exceso de demanda y escasez de oferta.



- Si no existen rigideces en los mercados los precios tienden a ajustarse al de equilibrio. En la situación de excedente, las empresas tienden a abaratar el precio para no acumular stocks o perder la mercancía si es perecedera; en la situación de escasez, las empresas tenderán a producir más debido a la alta demanda. Los factores de producción se orientan y redirigen hacia las producciones más demandadas.
- Se denomina **excedente del consumidor** a la diferencia entre el precio de equilibrio y el precio que un demandante habría estado dispuesto a pagar; de la misma manera, se denomina **excedente del productor** la diferencia entre el precio de equilibrio y el precio al que un oferente habría estado dispuesto a vender.
- Simplificando las curvas de oferta y demanda a rectas, los excedentes vendrían definidos por las áreas de la figura adjunta:



- Un mercado es **eficiente** cuando la **suma** del excedente del consumidor y la del productor es **máxima**.
- La tipología de los mercados depende del número de oferentes y de demandantes que lo formen, del tipo de bienes y servicios que ofrezca y de la regulación a la que esté sometido.
- Atendiendo al **poder de mercado** de las empresas actuantes entendido como su capacidad de fijar y alterar el precio de su producto, existen dos grandes bloques de estructuras de mercado: la de competencia perfecta y la de competencia imperfecta.

## 1. EL MERCADO DE COMPETENCIA Y CONCURRENCIA PERFECTAS.

### 1.1. DEFINICIÓN:

Esta estructura de mercado se caracteriza porque existen multitud de empresas. **Ningún oferente ni ningún demandante controla el precio de los bienes que se ofrecen, sino que tienen que aceptar el precio impuesto por el mercado.** Se les considera mercados donde prima la soberanía del consumidor pues las empresas carecen de poder alguno de manipulación; son empresas *precio aceptantes*. Los consumidores fijan los precios de acuerdo con la utilidad marginal de cada producto.

### 1.2. CARACTERÍSTICAS:

- **Elevado número de compradores y de vendedores.**
- **Libre concurrencia** pues existe libertad de entrada y salida del mercado sin trabas.
- **Bien que se produce es homogéneo** e idéntico en todas las empresas por lo que no tienen sentido ni las marcas ni la publicidad.
- Perfecta **transparencia** del mercado por lo que todos oferentes y demandantes conocen perfectamente el funcionamiento del mercado.
- Plena **movilidad de los factores de producción** que permite el ajuste a largo plazo de las condiciones cambiantes del mercado.

- Absoluta información de todos los consumidores sobre los precios y la calidad de los productos.
- **No existen costos de transacción.**
- **Maximización de los beneficios** de las empresas.
- Rendimientos constantes a escala.

1.3. **MODELO TEÓRICO:** Hay muy pocos mercados perfectamente competitivos; algunos mercados tipo subasta para las materias primas o ciertos activos financieros pueden aproximarse al concepto. En realidad, la competencia perfecta es un modelo teórico, una meta, que sirve para medir la realidad en los mercados de competencia imperfecta.

1.4. **EQUILIBRIO:** Se encuentra, como ya sabemos, en el punto de encuentro entre oferta y demanda.

## 2. MERCADOS IMPERFECTOS: COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA, OLIGOPOLIO Y MONOPOLIO.

En estas estructuras de mercado **se incumplen algunas de las reglas de la competencia perfecta**. Según los motivos que alejan al mercado de la estructura de competencia perfecta, pueden clasificarse en alguna de las siguientes formas:

2.1. **MONOPOLIO:** Una sola empresa abastece a los demandantes, fija el precio e impide la entrada de otras en el mercado con trabas legales o económicas. En definitiva, una empresa tiene suficiente control sobre un producto o servicio particular como para determinar de manera significativa las condiciones en las que los demandantes tendrán acceso a ellos. La empresa es *precio oferente*.

- **Causas:** Pueden ser:
  - Naturales por las características del producto.
  - Existencia de patentes o licencias.
  - Inexistencia de bienes sustitutivos al ofertado.
- **Características:**
  - Un único oferente.
  - Absoluta falta de competencia económica para el bien o servicio que se ofrece.
  - Barreras jurídicas o económicas para la entrada de otras empresas en el mercado que se convierte en monopolio coercitivo si la empresa monopolista activamente prohíbe o castiga el acceso.
  - Ineficiente.
  - Coste social pues la empresa monopolística suele producir una cantidad inferior a la socialmente deseable y a un precio superior al socialmente deseable.
- Ciertas categorías de comportamiento de la empresa monopolística pueden considerarse abusivas e impedirse con sanciones legales. Pero existen también supuestos de incentivos al monopolio, denominado **monopolio legal**, cuando esta fórmula se constituye en aliciente para invertir en operaciones arriesgadas o para enriquecer a un grupo de interés nacional. Patentes, derechos de autor y marcas comerciales son ejemplos de monopolios otorgados por la autoridad quien a su vez puede reservarse el riesgo para sí mismo y formar un monopolio del gobierno.
- La situación opuesta al monopolio es el **monopsonio** en el que la adquisición de un bien o servicio lo controla un único demandante.

2.2. **OLIGOPOLIO:**

Son varias, pero pocas las empresas que abastecen a los demandantes. Las empresas tienen un cierto poder para determinar el precio; cada oligopolista es más o menos consciente de las acciones de los demás. El oligopolio es igual de ineficiente que el monopolio y también produce una cantidad inferior a la socialmente deseable y a un precio superior al socialmente deseable igual de ineficiente.

- **Características:**
  - Sólo unas cuantas empresas producen todo o gran parte de un bien o servicio.  
El bien o servicio puede estar o no diferenciado.
  - Existen trabas a la entrada de nuevos oferentes.
- Pueden llegar a prácticas comerciales restrictivas con acuerdos para fijar el precio actuando como un **cártel** y transformando el mercado en monopolio, aunque la mayor parte de los países imponen restricciones legales a la colusión.

- En el **duopolio** cada empresa maximiza sus beneficios al conocer la oferta de la única competidora. En otros modelos de oligopolio con más concurrencia, las empresas pueden acordar los precios pero no las cantidades. En algunos sectores y sin acuerdo legal de concertación puede aparecer un líder informal en el mercado que fija los precios a los otros productores, fenómeno conocido como el liderazgo de precios.
- El **oligopsonio** es una estructura de mercado controlada por unos pocos demandantes frente a muchos oferentes que permite a los primeros reducir el precio de oferta. La administración funciona en ocasiones así con sus proveedores y también se acusa a las distribuidoras de productos agrarios de actuar de la misma manera frente a los agricultores oferentes.

2.3. **COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA:** La característica de esta estructura de competencia imperfecta no se basa en el número de actuantes en el mercado sino en la **heterogeneidad** de los productos que se diferencian en **marca, calidad o ubicación**. Son varias las empresas pero los bienes ofertados no son homogéneos aunque sí altamente sustitutivos. Es una competencia no basada en el precio sino en el desarrollo del producto y en la publicidad.

- Sus **características** son:
  - Hay muchos oferentes y muchos demandantes en el mercado y ninguna empresa tiene el control total sobre el precio del bien o del servicio.
  - Los demandantes aprecian diferencias distintas al precio en la oferta.
  - Hay pocas barreras a la entrada y salida.
  - Las empresas conservan algún grado de control sobre el precio.
- En un mercado de competencia monopolística, las empresas pueden comportarse como **monopolios en el corto plazo** pero a **largo plazo** y a la vista de los beneficios monopolísticos, otras empresas entrarán en el mercado, los beneficios de esa supuesta diferenciación disminuirán y el mercado tenderá a uno de **competencia perfecta**.
- Sin embargo, en casos en que la racionalidad del consumidor es baja, la competencia monopolística puede convertirse en monopolio natural a través del imperio de la marca y una subida de precios no tiene que derivar en una reducción en el volumen de ventas como ocurriría en un mercado de competencia perfecta dictado únicamente por la oferta y la demanda.

### 3. LOS PODERES PÚBLICOS Y LA COMPETENCIA: MERCADOS INTERVENIDOS Y PROTECCIONISMO.

(Este epígrafe guarda cierta relación con el tema 1 del bloque 8, dedicado al comportamiento del sector público en una economía de mercado)

3.1. **INTERVENCIONISMO:** En una economía de mercado puede ser necesario que los poderes públicos provoquen alteraciones en el orden concurrencial, que es lo que ocurre cuando facilitan, amparan o incluso promueven comportamientos restrictivos de la competencia, como ocurre por ejemplo con sectores en crisis como consecuencia de un exceso de capacidad.

La mayor parte de la doctrina, con independencia de la corriente de pensamiento económico en la que se integren, entiende que la actividad económica desarrollada por los poderes públicos se justifica por la **existencia de anomalías** (fallos de mercado, crisis endémicas o desequilibrio) en el funcionamiento regular del sistema económico).

#### ¿POR QUÉ SE INTERVIENE? → FALLOS DEL MERCADO

El Estado **interviene** en el mercado para lograr la equidad y para corregir los denominados fallos del mercado.

Razones principales:

- Existen **mercados en los que la competencia es imperfecta**, y por ello uno o más participantes podrían influir sobre los precios, fijando el nivel que les resulte más convenientes.
- Aparecen **efectos externos, o externalidades**, que el mercado no puede abordar. La contaminación es un ejemplo clásico de externalidad. Así, una industria que produce papel puede contaminar las aguas del río al que vierte sus residuos. Con ello se perjudica al agricultor que usa esa agua, pero los precios de producir papel no reflejan el perjuicio que se está ocasionando al agricultor. Se han propuesto dos medidas para la corrección de las externalidades: el **impuesto pigouviano**, - Pigou propone un impuesto proporcional a la cantidad producida por el causante de la externalidad- y la **negociación coasiana**- Coase propone la negociación entre los afectados más que un impuesto que grave la producción.-
- Existencia de **bienes públicos** que distorsionan el mercado, porque no se puede asignar un coste por su utilización. Corresponde al Estado proporcionar los llamados **bienes públicos puros** y los **bienes públicos preferentes**. Ambos tipos son bienes de disfrute colectivo respecto a los cuales los demandantes no sienten necesidad alguna y en los que las externalidades que generan o su impacto social aconsejan el control de la autoridad. Los puros se caracterizan por su

condición de bienes **no rivales y no excluyentes** pues el consumo por un individuo no disminuye el consumo del que gozaba el anterior y el sistema de precios no puede excluir a nadie de su consumo; en los preferentes se produce una cierta exclusión cuando se masifican.<sup>1</sup>

- d) Los bienes o recursos de propiedad común son escasos y tienden a agotarse, con lo que la falta de control podría llegar a causar un consumo abusivo. Ejemplos de este tipo de bienes son los bancos de pesca en aguas internacionales o los pastos comunales.
- e) La publicidad puede usarse para manipular a los consumidores
- f) Las economías de mercado puras pueden llegar a ser inestables, al estar en manos de la iniciativa de empresas privadas, sufren las crisis económicas con mayores consecuencias.

### INTERVENCIÓN DE LOS PODERES PÚBLICOS EN LOS MERCADOS

Todo ello conlleva a que, aunque los mercados sean eficientes, no por ello van a ser **equitativos**. Si se considera ética y políticamente inaceptable la desigualdad social, corresponde al Estado corregir al mercado. La realidad demuestra que los mercados no son perfectos y que, por encima de las decisiones puras de utilidad y consumo de demandantes y de beneficio de oferentes, existen intereses superiores a los que el Estado debe atender.

En muchas ocasiones a lo largo de la historia la autoridad ha tratado de hacer uso de la fuerza de la ley y solucionar con ella de forma drástica los problemas económicos; si los precios resultaban excesivamente altos y los súbditos estaban descontentos, se emitía un decreto ordenando que se bajaran los precios.<sup>2</sup>

Durante la **Segunda Guerra Mundial** se estableció en los Estados Unidos una **oficina de control de precios**, en la que trabajó el reconocido economista Galbraith. La oficina elaboró una lista de productos sometidos a control y exigió autorización previa a cualquier modificación de sus precios. Algunos fabricantes de productos incluidos en la lista acababan de subir sus precios, por lo que la medida no les perjudicaba mucho; otros, más previsores o mejor avisados, habían procedido a una subida más fuerte de lo necesario, por lo que tenían garantizados los beneficios aunque las medidas de control permaneciesen mucho tiempo. Los demás estaban desprevenidos, con precios muy antiguos, por lo que quedaban condenando a fuertes pérdidas y la primera medida que tomaron consistió en disminuir la calidad de los productos. Tras múltiples protestas se demostró el escaso efecto de la oficina de control de precios.

En las **economías planificadas** tampoco se supo controlar los precios; éstos, artificialmente bajos para algunos productos, implicaban un rápido agotamiento de la oferta y frecuentes colas para adquirir productos básicos.

Los conocimientos actuales de las leyes de funcionamiento del mercado, los medios fiscales y monetarios de que disponen los gobiernos para controlar las subidas de precios permiten controlar la demanda y la oferta sin por ello distorsionarlas, haciendo que los precios se mantengan bajos sin alterar el libre juego de las fuerzas del mercado

### 3.2. PROTECCIONISMO:

En la literatura económica se denomina **proteccionismo** a un cierto grado de intervencionismo por parte del sector público para limitar la entrada de determinados productos en el país.

Los **argumentos** generalmente empleados para justificar el establecimiento de medidas proteccionistas son:

- Proteger una industria que se considere estratégica para la seguridad nacional (como sería el caso de industria relacionadas con defensa)

---

<sup>1</sup> Ejemplos:

-bien público puro, la defensa nacional;

-bien público preferente, la sanidad, la educación o la vivienda. El acceso masivo en su consumo puede dar lugar a restricciones por lo que la intervención se limita a garantizar la cantidad óptima.

<sup>2</sup> Edicto del emperador Diocleciano, año 302: *“Una avaricia incontenible e inmoral aparece siempre que nuestros ejércitos, en defensa del bien común, marchan no sólo por aldeas y ciudades sino también por las carreteras; con ello hacen que los precios de los comestibles no sólo se tripliquen, a veces llegan a costar ocho veces más y superan todo lo imaginable. Con esta ley estableceremos una medida y pondremos coto a la avaricia.”*

- Fomentar industrialización y creación de empleo mediante la sustitución de importaciones por productos fabricados en el propio país
- Posibilitar el desarrollo de industrias nacientes, es decir, nuevas industrias que no podrían competir con las de otros países donde se han desarrollado antes.
- Tratar de combatir el déficit que se presentan entre exportaciones e importaciones

Las principales **medidas** intervencionistas sobre el comercio internacional son:

- **Aranceles:** un arancel o tarifa aduanera es un tributo que las autoridades económicas exigen a los productos importados
- **Contingentes o cuotas a la importación:** restricciones a la importación de determinados bienes extranjeros para limitar la cantidad que se puede importar de los mismos
- **Subsidios a la exportación:** ayuda al fabricante nacional de determinados bienes para que pueda exportarlo a precios más competitivos.

### FUNCIONES DE LOS PODERES PÚBLICOS EN LA ECONOMÍA

Las **funciones esenciales e intransferibles** que tienen asignadas hoy en la economía los poderes públicos son:

- **Asignación y provisión** de bienes públicos.
- **Distributiva** de la renta y la riqueza.
- **Estabilización** en busca de los objetivos macroeconómicos.
- **Normativa** de definición del marco legal en el que se desarrolla la actividad económica.

### INSTRUMENTOS

Algunos de los **instrumentos** con los que cuenta el sector público para cumplir estas funciones son:

- **El establecimiento de Tributos (impuestos, tasas y contribuciones especiales).** A través de impuestos, entre otros medios, el Estado recauda para cumplir con sus funciones de provisión y de distribución.
- La regulación de **precios mínimos y máximos**. Al servicio de la consecución de esos intereses superiores, el precio de determinados bienes debe estar regulado y no puede quedar al libre albedrío del mercado. El Estado introduce precios máximos y mínimos.

Un **precio máximo** es un precio inferior al de equilibrio por encima del cual no se permite que el precio fluctúe aunque sí por debajo; la consecuencia es una situación de escasez. Uno de estos bienes es el alquiler de viviendas para garantizar el acceso a la vivienda. Aunque el precio del alquiler sea menor para el demandante puede no resultar atractivo para muchos oferentes.

Un **precio mínimo** es un precio superior al de equilibrio por debajo del cual no se permite que el precio fluctúe aunque sí por encima; la consecuencia es una situación de excedente.

Uno de estos bienes sometidos a precio fijado es el salario del factor productivo trabajo; la legislación establece un precio mínimo por encima del de equilibrio lo que provoca que los empresarios ofrezcan menos puestos de trabajo y los sustituyan por avances tecnológicos

- **Trasferencias** o pagos sin contraprestación, como son los subsidios de desempleo

### CONCLUSIÓN: ACTIVIDAD ECONÓMICA DEL SECTOR PÚBLICO.

A modo de conclusión, podemos afirmar economías de mercado que componen las sociedades modernas, sea cual sea su configuración política, el sector público realiza funciones económicas de importancia fundamental.

- Mientras que hasta principios del SXX era frecuente señalar que el gobierno debía ocuparse básicamente de cuidar la seguridad y defensa de los ciudadanos y de sus derechos de propiedad. Además, debía garantizar las condiciones para que las actividades puramente económicas se desarrollaran sin obstáculos.
- A lo largo del SXX las funciones del sector público se fueron ampliando y diversificando en materias tales como sanidad, educación y demás servicios públicos.
- Actualmente el Estado ha dejado de ser un mero guardián del buen desarrollo de la actividad económica para convertirse en un verdadero agente económico. En este sentido el sector público funciona como “empresa” en la medida que tiene unos ingresos que gestionar (los tributos), unos gastos que asumir (el gasto público) y unos servicios y bienes que ofrecer (los bienes públicos). La actividad económica del sector público es objeto de estudio de la teoría de la Hacienda Pública (bloque VIII)