

AC 21 60

Esta noche en introducción a la economía y para hablar de los tipos de mercado nos acompañan los profesores Rafael Castejón, buenas noches. Hola, buenas noches. Amelia Pérez Zabaleta, muy buenas noches y bienvenida.

Muchas gracias, buenas noches. Juan Luis Martínez Merino, muy buenas noches. Hola, buenas noches.

Y José Luis Gómez Barroso, muy buenas noches y bienvenidas. Bien, como hemos dicho, vamos a hablar de los tipos de mercado, pero quizá para empezar debiéramos definir un poco qué es un mercado. Profesor Castejón.

Bueno, un mercado es el lugar donde se encuentran los compradores o demandantes o economías domésticas y los vendedores o oferentes o empresas. Lo que ocurre es que ese lugar no tiene por qué ser un lugar físico. Tradicionalmente los mercados, el mercado de abasto, los mercados que visualizamos son ese sitio que son lugares físicos, pero hoy día los mercados donde se hacen las transacciones pueden tener lugar en la red, los mercados virtuales que se le llaman así, cuando compramos online a veces no vemos quién está en el otro lado, quién nos está ofreciendo, las subastas que se hacen y hay multitud de tipos de mercados.

Y la realidad es que estos mercados son los que al final tienen una función muy clara, que determinan estableciendo el precio al que se llega el acuerdo y terminan estableciendo las cantidades para esos precios a los que llegan de acuerdo los oferentes y los demandantes de los bienes y servicios. Y en función de cómo se llega ese acuerdo, quién tiene más capacidad de imponer un poco sus criterios o sus deseos, porque todo el mundo tiene, pues siempre el que vende piensa que vende barato y el que compra piensa que compra caro, porque pues todo eso pues se determina el precio y la cantidad, que es eso que vemos, pues cuál es el precio del maíz, los mercados pues se fijan o el precio del tipo de cambio, que al fin y al cabo es un mercado especial, el mercado del dinero, el mercado de las divisas, pero todos son acuerdos entre oferentes y demandantes que se llevan a cabo y que tienen una extraordinaria importancia para la economía, porque hay que señalar, y yo creo que eso lo han visto ya nuestros alumnos, que los mercados fijan los precios y los precios nos indican un poco qué bienes son más escasos, cuando empieza a haber escasez, por ejemplo en el petróleo, pues si los mercados funcionan y puede haber fallos de mercado también, pues indican que hay escasez, que algo se encarece entre otras razones porque empieza a ser escaso, cuando algo es barato es abundante y eso lo conocemos todos y por lo tanto tiene una gran importancia que conozcamos cómo funcionan los mercados para indicarnos cómo se asignan los recursos, por qué vamos a producir uno, ponen señales, los precios son señales y si una cosa empieza a ser muy cara, los ajos, un año al año siguiente pues hay mucha más gente que desea producir ajos. Estamos hablando de oferentes y demandantes, ¿se distinguen también los mercados atendiendo al número de agentes que intervienen en él? Sí, efectivamente los mercados, no

todos los mercados son iguales, como ha dicho el profesor Castejón, dependen de muchas circunstancias, hay unos mercados en los cuales se encuentran los oferentes y demandantes, otros en los cuales no se llegan a ver nunca y tradicionalmente en los cursos de introducción a la economía intentamos establecer distintos tipos de mercado y la clasificación más común es aquella que se hace distinguiendo el número de participantes en el mismo, en este sentido se puede decir que hay cuatro tipos de mercados fundamentales que serían o tradicionales que son los de el de competencia perfecta, el monopolio, el oligopolio y la competencia monopolística, esos son los cuatro tipos de mercado que estudian los alumnos y que dependen el número de participantes, por ejemplo en el de competencia perfecta es un mercado que se caracteriza por la existencia de muchos compradores y muchos vendedores, el monopolio en cambio pues así como existen muchos compradores únicamente se encuentra con un solo oferente, el oligopolio es un mercado en el que la oferta tiene pues pocos oferentes de forma que no tiene tanta influencia su actuación como el monopolista pero efectivamente esos oferentes tienen mucho que decir en ese mercado de oligopolio y por último el de competencia monopolística pues tiene muchos oferentes y demandantes, aparte de la existencia de los participantes también es importante distinguir el tipo de bien que existe en cada mercado.

Aquí quisiera yo preguntar porque por ejemplo la competencia perfecta que es el primero que se ha definido, muchos oferentes, muchos demandantes, así en principio a mí no se me ocurre ningún mercado de competencia perfecta, probablemente exista, a mí no se me ocurre, nos puede profesor Martínez decir si hay algún mercado real de competencia perfecta. Bueno en principio hay que comentar que los modelos que nosotros estudiamos de competencia perfecta no es más que un modelo que intenta explicar una realidad determinada y dentro de ese modelo decimos que se han de cumplir una serie de características para que ese mercado sea de competencia perfecta, una de ellas es que el bien sea homogéneo y que todos los demandantes como los oferentes tengan perfecta información del mercado, bueno pues además lógicamente el gran número de demandantes y gran número de oferentes que ninguno de ellos por sí mismo puede influir en el precio. Si nosotros observamos la realidad pues dónde podemos utilizar este modelo en algún caso real, bueno pues a mí se me ocurre, me imagino que mis compañeros tendrán algunos otros más en mente, pero a mí se me ocurre por ejemplo el de la bolsa, en el mercado de la bolsa todo aquel participante tiene información de cómo funciona la bolsa, el bien es homogéneo, todos los títulos, acciones telefónicas son exactamente iguales y en función de cómo sea la reacción de cada uno de comportamiento global de los demandantes o de los oferentes pues así se influirá en el precio y en la cantidad que se vaya a intercambiar de ese producto determinado, entonces pues yo creo que la bolsa es un bien o un buen ejemplo de un mercado de competencia perfecta, pero me imagino que mis compañeros tendrán algún otro.

Había algunos mercados agrícolas, pequeñas comunidades agrícolas donde también se suelen poner de ejemplo, sin embargo yo no creo que lo más importante sea dónde está este mercado totalmente puro porque posiblemente como ha dicho el profesor José Luis Martínez Merino pues los mercados que estudiamos son modelos, es decir, es una simplificación de la realidad y

lo que estudiamos después es en la medida que se acercan más o menos, o sea, por ejemplo, la competencia perfecta es posible que no se dé en estado químicamente puro casi en ningún sitio, pero tampoco se da a veces químicamente puro el monopolio, aunque parezca que sí, porque el monopolio necesita un solo bien y que existan barreras de entrada, o sea, que el productor de ese bien impida que haya bienes sustitutivos cercanos, por ejemplo, el monopolio de correos pues está roto por el monopolio por las compañías de mensajería que envían cartas y entonces bueno pues teóricamente es más monopolista, incluso monopolios de agarrenfe, pues hablamos de compañías así, pues hay bienes sustitutivos, el transporte por autocar, otros transportes alternativos, luego es muy difícil que haya un modelo así puro, lo que ocurre es que a medida que vemos que es más de competencia perfecta podemos ver que una serie de características que funciona en ese modelo un poco explicativo pues se cumplen más, es decir, sabemos que cuando los mercados tienen, se acercan más esa competencia, hay muchos productores y muchos consumidores, el producto es más o menos homogéneo, nadie tiene influencia sobre el precio, pues sabemos que lo que se determina allí es un precio más bajo que cuando existe mayor grado de poder sobre el monopolio y una cantidad mayor, por eso existen mecanismos en todos los sistemas económicos de defensa de la competencia, en España está el tribunal de defensa de la competencia que trata de evitar que se produzcan situaciones de abuso del mercado, de poder excesivo del mercado y por eso pues se producen toda una serie de mecanismos que tratan de tender, de ir hacia esa forma, porque todos hemos visto pues cuando se introduce la competencia en determinados sectores, pues en la aviación, en teléfono, yo creo que aunque sean muchos de nuestros alumnos jóvenes de 25 años, todos se acuerdan de cuando Telefónica nos cobraba eso, cuando se ha introducido otros oferentes en el sector de telecomunicación, pues empiezan a bajar los precios, hombre a todos nos gustaría que bajaran más, posiblemente, la competencia a lo mejor no es completa, pero hablamos más de un grado de competencia o de falta de competencia o de elementos que contribuye a que un mercado pues al fin y al cabo fije los precios de una manera determinada u otra y se apropien estas empresas más de eso que se llama el excedente del consumidor o menos del excedente del consumidor. Hablando del monopolio, parece que el monopolio está un poco satanizado, de verdad es para satanizarlo tanto, es tan malo. Bueno, como el profesor Castejón acaba de decir, en situaciones de monopolio el precio es superior a mercados en competencia y la cantidad que se ofrece el mercado es menor, con lo cual esto supone una pérdida para sociedad con relación a situaciones de competencia perfecta, como nuestros alumnos podrán estudiar en el libro.

En algún caso se justifica la existencia de una barrera de entrada, como por ejemplo una patente, en el hecho de que estos innovadores, digamos que son un poco los que hacen, impulsan la economía. El monopolio consigue un beneficio extraordinario y entonces todo aquel que innova, introduce una mejora en un proceso productivo, o crea o inventa uno nuevo, pues para algunos debería tener derecho a disfrutar esa patente durante un periodo de tiempo para recoger esos beneficios extraordinarios, digamos que como premio a su innovación. En cualquier caso siempre esto debería ser por un periodo de tiempo limitado y que pasado este tiempo esta mejora esté a disposición de todos los productores.

Por lo tanto las ventajas del monopolio parece que son escasas, excepto en estos casos como muy puntuales. Sí, también podemos decir que hay determinados casos en los cuales se justifica la aparición del monopolio, como es por ejemplo cuando los costes de la existencia de más de una empresa son excesivos, como es el caso del monopolio natural. Los costes de infraestructura justifican en cierta forma la existencia de una única empresa.

Un ejemplo de esto podría ser el suministro de agua a las ciudades. No está justificado la existencia de dos o más empresas que utilicen o que pongan conducciones paralelas. Eso supondría un coste excesivo.

Salvo en este caso y también en el caso de las patentes que no cabe duda que contribuyen a la innovación tecnológica, porque si no fuera por las patentes pues en muchas ocasiones a lo mejor no se produciría avance tecnológico, pues el resto de los monopolios que establece el Estado, que son legales por alguna circunstancia determinada, pues se puede decir que no están muy justificados y que tienen que regularse. En ese sentido también la pregunta que habías hecho antes respecto a que están mal vistos, pues están mal vistos, pero no solamente ahora, llevan ya más de un siglo mal vistos. Ya a finales del siglo XIX, pues en los Estados Unidos empezó una polémica y el gobierno empezó a dictar normas anti monopolios y anti asociaciones entre oferentes que intentaban actuar como monopolios y desde ese momento hasta la actualidad pues todos los países efectivamente están luchando contra los monopolios, aunque en algunos momentos hay que mantenerlos por una u otra circunstancia.

Hemos empezado hablando de competencia perfecta de monopolios, pero quizá ninguno de estos dos tipos sean los más habituales. ¿Cuáles son los más habituales? Bueno, yo creo que hoy día depende del tipo de productos, depende del tipo de bien. Podemos decir que hoy día en muchos productos lo que se llama la competencia monopolística es la forma más habitual, es decir, la competencia monopolística es cuando hay muchos oferentes, demandantes, que no tienen ninguno un poder más que aquel que le da diferenciar su producto de otros.

Por ejemplo, las colonias, pues cada colonia pues una nos pone más guapos, otra nos hace más irresistibles y otra, bueno, cada uno diferencia su producto y por eso hacen publicidad. Yo creo que esa competencia monopolística es frecuente en casi en muchos bienes y casi la podemos identificar por el gran volumen de publicidad que hace precisamente para que se diferencie su producto ligeramente de otro. Tienen, por así decirlo, un margen de maniobra pequeño porque enseguida si nos sube mucho la colonia X nos pasamos a la Y que es muy próxima, nos pueden hacer la fidelización, fieles a una marca.

También yo creo que en otros bienes, por ejemplo, fíjense lo que pasa en el petróleo, el oligopolio o prácticas oligopolísticas son habituales porque se pueden poner de acuerdo, incluso a veces había acuerdos que se llama la colusión, el fijar acuerdos contra él, pues también a veces se hacen de manera explícita o implícita, a veces determinados sectores pues muy poderosos pues pueden llegar a acuerdos. Pero es cierto que en general toda la teoría económica, los economistas desde su fundador ha ido viendo pues las diferencias, cómo se

deben de controlar los monopolios, el poder monopolístico del mercado, por una simple razón, porque al final los poderes públicos tienen que velar por la mayoría de los ciudadanos y efectivamente pues es curioso como de esas cuestiones, por ejemplo, que antes cuando era una red de agua, una red de electricidad, una red de telefonía, pues se daba como una razón de la existencia de un monopolio, pues hoy día se ha comprobado que, mire usted, que por la red de telefonía pues pueden darle paso unas compañías a otras y hoy día por la misma red, porque no nos han cambiado la red, esto hace unos años posiblemente cuando yo era estudiante nos decían, mire, eso es una condición inexcusable de que una sola empresa esté ofreciendo ese bien o ese servicio. Hoy día no es tanto así, incluso las redes eléctricas ya dan paso a suministros de redes y posiblemente quizás en el agua tardará a lo mejor un poco más, pero al final, pues mire usted, podrá existir un, por lo menos un grado, un pequeño grado de competencia.

Ha tocado el tema del petróleo, por ejemplo, la ¿es un ejemplo de oligopolio de alguna manera lo que está pasando por la fijación de precios y ¿podría ser un ejemplo o no? Sí, sí, no, perfectamente, el mercado petrolífero es un mercado típicamente oligopolista porque somos todos, muchísimos los demandantes y muy pocos los países productores, aunque haya que hablar de empresas productoras. En este sentido funciona perfectamente bajo la estructura de un mercado oligopolista en donde los acuerdos por parte de los de los países exportadores de petróleo que se toman hacen referencia fundamentalmente a controles sobre la producción. ¿Por qué? Porque en función de la demanda, ese mercado, si la oferta determina la cantidad, será la demanda la que determine el precio y por el contrario si se fijaran más en fijar ellos mismos el precio de los países exportadores de petróleo, la demanda determinaría qué cantidad a ese precio la que desea demandar.

Es decir, que por un lado hay que aclarar que la estructura del mercado oligopolista puede tener poder bien sobre la cantidad o bien sobre el precio, no sobre las dos cosas a la vez, afortunadamente. Afortunadamente porque si no nos pondrían un precio y una cantidad, pero no pueden manejar las dos variables. Incluso es curioso porque a lo largo del tiempo ese poder se debilita, es decir, al principio pues nos fijan un precio en el año 73, la crisis anterior del petróleo nos cogió un poco muy desprevenidos.

Hoy los propios de la OPEC saben que ya en aquella ocasión todas las tecnologías, la fabricación de automóviles se empezaron a crear para ahorrar combustible para que los automóviles del año 70 y un automóvil del año 2000 gasta una cantidad infinitamente inferior y que si ahora suben, dan otro golpe durante mucho tiempo, se podrá incidir en las energías alternativas, en tecnologías mucho menos más ahorradoras de producción y por lo tanto a lo mejor se ven después con, o sea, a medida que pasa el tiempo la gente ajusta sus comportamientos y a veces el poder monopolístico o el poder oligopolístico, en este caso decimos que la OPEC es un cártel que se pone de acuerdo, pues no siempre lo pueden mantener, no siempre lo pueden mantener a lo largo del tiempo. Por lo tanto ellos saben que si dilatan mucho tiempo la subida de los precios, al final de alguna manera se va a volver en su contra. Eso le pasó en el año 73, es más, cuando ahora vemos por ejemplo que ellos defienden

que se bajen los impuestos porque al fin y al cabo el consumidor mide el precio que paga, que es impuesto más precio del producto, pues se dan cuenta que la subida del precio final, la suma de impuestos, pues que va a ir a medio plazo va en contra de ellos.

En contra de ellos, pues a la medida que busquemos soluciones alternativas, no sé si algún día los coches los podremos hacer que anden con agua, pero ya ahí empieza a haber pues otros combustibles alternativos al petróleo y a los derivados del petróleo y que como te da mucho pues se desarrollarán estas alternativas. Por eso es curioso que ellos defienden, no, bajen los impuestos para que no suba el precio más allá de los límites que desencadenará procesos de ahorro de energía, etcétera, etcétera, pero eso se producirá sin duda. Porque de hecho lo que hace la OPEC no es fijar el precio, lo que está limitando es la cantidad, lo que hay un reparto de mercado, entonces los países distribuyen la cantidad que cada uno de ellos va a lanzar al mercado y es la demanda precisamente la que marca el precio.

Lo que pasa que también pretenden en cierto modo que esos precios no suban más por factores externos como pueden ser los impuestos. Yo lo que quería precisar también es que ese mercado, el que estamos hablando, es el mercado, un mercado oligopolista, pero en la producción, o sea en los países exportadores. No podemos decir que el petróleo sea un mercado oligopolista en la distribución o cuando llega a los consumidores, porque el consumidor final solamente tiene posibilidad de comprar a varias empresas dentro de cada país.

Es también en cierto modo un oligopolio, pero cuando estamos hablando ahora estamos tratando de la OPEC como países productores. Sí, también, sin embargo, yo opino que incluso en la distribución, etcétera, hay cierto poder oligopolista. Yo creo que el Tribunal de Defensa de la Competencia, incluso las medidas que ha adoptado, que se ha intentado adoptar el gobierno, pues ha enfrentado eso.

Y es una prueba, yo me remito a una prueba, ¿no? Mire usted, mientras que a mí me cuesta lo mismo echar gasolina en un sitio que yo me la he hecho, que cuando me la echan, cuando hay dos costes diferentes, es decir, en un sitio hay un señor que tiene que... Cuando es el mismo precio, es que no están funcionando mecanismos de competencia, porque tenía que ser más caro cuando alguien me la echa que cuando me la he hecho yo. Cuando vale lo mismo echar gasolina en cualquier gasolinera por la marca y no por el sitio que esté, por ejemplo una gasolinera que está en el centro de la ciudad, pues tiene unos costes, por ejemplo, de utilización de un espacio que son muchísimos más elevados que cuando una gasolina está pues en medio de una carretera en un sitio que el coste allí pues es muy barato. Es decir, todo eso nos están indicando y el Tribunal de Defensa de la Competencia lo ha indicado en algunas cosas, vamos, y todos sabemos que ha habido.

O sea que todavía hay una falta de competencia dentro de una estructura que son en la propia distribución, que también afectan a lo que decía antes el compañero, que es que los precios son más elevados y posiblemente las cantidades son menores, porque es así, ¿no? Se ponen de

pronto cambian todos, tienen el mismo precio, etcétera, etcétera, y yo creo que esto no sirve también de buen ejemplo. Nos queda poco tiempo y alguna pregunta todavía. ¿Por qué los mercados de competencia imperfecta entonces se deben regular? Pues ya creo que prácticamente hemos respondido un poco acá y allá en todas las intervenciones anteriores.

La situación de competencia perfecta es la de precios más bajos, cantidades superiores en el mercado. También es la situación en la que los productores no tienen ningún poder de influencia sobre el precio, tienen que aceptar el precio que se marca en el mercado. Por tanto, todos los productores intentan, si pueden, moverse hacia situaciones en que puedan influir de algún modo en el precio del producto que pone el mercado.

Con lo cual, a los productores les interesaría llegar a posiciones, por ejemplo, oligopolistas, si son pocos, llegar a acuerdos de reparto de mercado, de fijación de precios. Por tanto, bueno, pues lo acaba de decir ahora el profesor Castejón, debe de haber un tribunal, alguien que vele porque no se produzcan estos acuerdos, que en último caso a quien perjudican es al consumidor final. ¿Y hacia dónde vamos? Es decir, ¿hacia dónde va el mercado? Pues yo creo que es difícil, ¿no? Pero que cada vez estamos en una economía más abierta, tenemos gran parte de los productos que consumimos vienen de fuera y por lo tanto los niveles de competencia se van elevando.

Lo que pasa es que la competencia no es cómoda para nadie, ¿no? Los que trabajamos sabemos que a veces, bueno, pues todo el mundo le gusta que haya competencia, menos a mí que en mi sector, ¿no? En que a mí me reserven, porque la competencia exige, pues, ahorrar costes, pensar cómo puede mejorarse para... porque cuando uno compete, la economía tiene que competir con los precios, pues podemos también competir con la calidad, ¿no? Pues competimos también, por ejemplo, por los productos ecológicos, hoy día es una manera de establecer una diferencia y establecer... Pero la competencia es incómoda, es incómoda, pero es lo que se va imponiendo. O sea, hoy día que la internet pues nos permite adquirir un bien en cualquier sitio, pues esto es un elemento que yo no digo que sea el único, pero que ayuda o introduce competencia y por lo tanto yo creo que vamos hacia mecanismos de competencia que además son buenos en el sentido de que cuando no hay competencia, la renta del consumidor hay una parte que se la apropian las empresas y ahora aquí se distribuye mucho mejor y al fin y al cabo pues obtenemos más valor de mercado, los consumidores obtienen, que uno está obligado a defender un poco esa soberanía del consumidor, que a veces pensamos que no existe. Bueno, fijemos qué ha pasado con las vacas locas, ¿no? ¿Qué pasa cuando los consumidores...? Lo que pasa es que a veces tiene que ser una cosa un poco llamativa, ¿no? Se retraen y hunden un mercado, ¿no? Yo creo que todavía eso... ¿Y eso es hacia dónde vamos? Quizás en España pues venimos del pasado, de situaciones muy monopolistas, de mercados muy regulados y nos cuesta trabajo entender, pero yo creo que la competencia poco a poco va entrando en la mayoría de los sectores sin que todavía, pues sin duda, que en sectores pues que todos pueden acordarse que le hace falta que se introduzca más defensa de la competencia, pero los acuerdos de la Unión Europea que hicieron los ministros en Cardiff, después renovados en Lisboa de reformas estructurales, en buena medida van a ir eliminando

los obstáculos para que se introduzca la competencia porque se entiende que los ciudadanos europeos, los españoles, estamos entre ellos, estaremos mejor cuando haya un cierto grado, mayor grado de competencia que el que tenemos ahora.

Pues con esto debemos despedirnos. Hemos hablado esta noche de la introducción a la economía del mercado y de los tipos de mercado, sobre todo de los tipos de mercado. Y damos las gracias a los profesores Rafael Castejón, Amelia Pérez Zabaleta, Juan Luis Martínez y José Luis Gómez por habernos acompañado esta noche.

Muchísimas gracias y buenas noches. Despedimos la programación de la UNED. Será hasta el próximo 13 de enero.

Saben que este día, el 13 de enero, volveremos a estar con todos ustedes a partir de las 7 de la tarde, 6 en la Comunidad Canaria. Hasta entonces les deseamos a todos que pasen una feliz Navidad.