

Naturaleza, formas y límites de la competencia

por Vicente Vázquez-Presedo

Las distintas poblaciones accionan y reaccionan mutuamente y el tamaño de equilibrio de cualquier población es una función del tamaño de equilibrio de las otras ... El bosque no consta únicamente de árboles; es un complejo conjunto de organismos que subsisten, crecen, se propagan, mueren, en un laberinto de relaciones competitivas y complementarias asentadas en un ambiente determinado.

K. E. Boulding

En las comunidades biológicas las distintas especies no viven, en general, separadas unas de otras. Así, las plantas compiten por espacios, que a veces ocupan violentamente los herbívoros, cuya competencia por aquéllos es limitada por los carnívoros, todos ellos limitados a su vez por los parásitos, etc. Estas interacciones más o menos competitivas de la biología pueden ser intraespecíficas o interespecíficas.

En las interacciones intraespecíficas se dan a menudo tanto situaciones de competencia como de cooperación. En las primeras es fácil descubrir la importancia de la competencia como regulador del tamaño de la población y, en consecuencia, como última garantía de la existencia misma de la especie. Muchos animales, tanto entre los herbívoros como entre los carnívoros, dan a veces muestras de canibalismo, especialmente cuando aumenta su concentración.

Entre las interacciones interespecíficas se destacan las relaciones del apesador con su presa, las del parásito con su huésped y las que luego definiremos como propiamente competitivas. En el primer caso, el equilibrio de las interacciones de la población de las presas con la de sus apesadores ha dado lugar a muchos estudios teóricos y experimentales. Los ejemplos

del hombre como apresador de especies que tienden a extinguirse y el uso de intermediarios apresadores para el control de plagas son muy conocidos.

Las relaciones de *parasitismo* se dan en casi todas las poblaciones biológicas, incluso las humanas. El parásito no termina, en general, con su huésped sino que reduce su capacidad vital en algún sentido, como tasa de crecimiento, calidad de vida o potencialidad reproductiva. Desde el punto de vista ecológico los parásitos constituyen una carga a veces muy importante para la población huésped.

La competencia entre dos especies ocurre cuando ambas tienden a utilizar los mismos recursos escasos, como espacio, luz, calor, agua o alimentos, y se hostilizan o excluyen mutuamente en el proceso. Cuando ambas poblaciones dependen de un recurso limitado y luchan por el mismo, difícilmente convivirán indefinidamente. G. F. Gause, en su clásico **The Struggle for Existence** (1934), sugirió un principio, o hipótesis, de exclusión según el cual la especie con mayor **ventaja competitiva**, es decir, con mayor resistencia, agresividad o habilidades diversas, se quedará finalmente con la mayor parte del recurso disputado.

Las interacciones competitivas entre especies se resuelven en definitiva por exclusión, como en la hipótesis citada, o por una coexistencia derivada de la poca importancia de las diferencias entre los potenciales competidores, o porque la supervivencia no depende tan drásticamente del recurso en juego. El peor de los casos se da cuando el antagonismo entre dos especies termina con la existencia de ambos competidores. Por otra parte, en algunas comunidades una especie puede beneficiarse de la existencia de otras, sin que éstas pierdan nada, o aún pueden producirse efectos indirectos beneficiosos para todos.

Los efectos de las interacciones consideradas hasta este punto tienen un fondo cuantitativo, están referidas a equilibrios numéricos, a procesos

que implican sobrevivir o desaparecer. Pero hay otros efectos, cualitativos, que tratan del cambio y de la evolución. No son independientes de los primeros, pero merecen un tratamiento distinto.

Así como los apesadores pueden alterar el número de las presas, y también la recíproca, la **evolución** de una de las especies interactivas puede ser causa de la evolución de otra u otras. Si las presas se vuelven más difíciles de apresar, es posible que los apesadores tiendan a desarrollar nuevas habilidades que les permitan continuar en el respectivo juego biológico. Los cambios estructurales de una especie provocan, a menudo, cambios correspondientes en las otras, para lograr nuevos equilibrios. Se habla así de convergencia evolutiva, o de coevolución, para referirse al modo en que van realizándose los ajustes.

Los equilibrios y ajustes en el campo de la economía no son, por supuesto, los mismos que en el de la biología y el uso de las analogías que quieran deducirse de los párrafos anteriores debe ser cuidadoso. Pero muchos piensan hoy que las analogías biológicas en las ciencias sociales no son peores que las físicas. No olvidemos que la verdadera fuente de la conocida formulación multiecuacional walrasiana del equilibrio general en economía fue un popular (para la época) texto de mecánica publicado en 1803 por Louis Poinsot. En ese libro abundan los sistemas de ecuaciones simultáneas para expresar diversas condiciones de equilibrio.

Sabemos que los sistemas biológicos pueden ser considerados en más de un nivel y que tanto la organización como la dinámica de un organismo individual difieren considerablemente de las que muestra un conjunto de organismos integrados en un grupo, especie u otro sistema ecológico. Algunos spencerianos llevaron las analogías funcionales del organismo individual más allá de los cautos principios sugeridos por su viejo maestro. Los darwinianos se ocuparon, en cambio, más bien de especies que de

individuos. Algunos buscadores de analogías seguirían esta última línea para sugerir que los grupos sociales son como especies que buscan perpetuarse cambiando de estructura y no como organismos individuales que luchan por sobrevivir sin cambios esenciales.

El nivel del sistema biológico que se elija como modelo tiene, así, bastante importancia en la determinación de las fuerzas relevantes de la dinámica social. Si suponemos que la sociedad es como un organismo individual, entonces no hay duda de que sus partes deberán tender a cooperar y no a competir para mantener la existencia del conjunto. Si, en cambio, pensamos en un enjambre de organismos competitivos que se disputan un espacio limitado, las fuerzas de la cooperación no serán necesariamente las dominantes. Si admitimos principios afines con lo que se llamó a veces “darwinismo social”, con sus reglas de selección y de supervivencia de los más aptos, el equilibrio buscado será de naturaleza distinta del cooperativo que muestran las partes de los organismos individuales.

II

En economía no hablamos de organismos individuales ni de especies sino de empresas y de *industrias*, entendiendo por estas últimas un grupo de las primeras que producen artículos iguales o muy fácilmente sustituibles entre sí. Las industrias difieren por su estructura, caracterizada habitualmente por el número (concentración) de los participantes, el grado de diferenciación de sus productos y la facilidad, o dificultad, de las admisiones para participar en el juego.

Antoine Augustin Cournot, el gran economista, matemático y filósofo francés, se preguntaba hacia 1838 si la competencia entre tres comerciantes sería mejor o peor que entre dos. Cuando el número de participantes es muy grande, y la participación de cada uno de ellos en el mercado es tan pequeña que no hay posibilidad alguna de influencias individuales significativas en precios o en cantidades, los economistas actuales dicen que la competencia es *atomizada*. Esta forma de competencia es mucho más improbable que otra *oligopólica*, en la cual el número de participantes es relativamente pequeño y la participación de algunos de ellos en el mercado suficientemente grande como para producir cambios y reacciones significativas de sus rivales a estos cambios. La competencia terminará cuando quede un solo participante ejerciendo los conocidos poderes económicos del *monopolio*.

En materia de diferenciación del producto, los consumidores asumen actitudes de preferencia que tienen fundamentos diversos. En algunos casos las preferencias tienen más que ver con la publicidad, la tradición, las costumbres o los prejuicios que con la tecnología, la eficacia o la utilidad de los respectivos artículos. En el presente, aun los productos de la agricultura ordinaria, que fueron vistos durante mucho tiempo como “homogéneos”, tienden a ser diferenciados por el modo en que son conservados, envasados, garantizados o meramente presentados al público.

Las barreras que deben franquear los que quieren participar del juego en cada una de las industrias pueden estar constituidas por elementos de los costos, de la escala operativa, de las calidades, de la información o del poder económico o extraeconómico. La altura de estas barreras puede ser variada según la libertad de que gocen las empresas existentes para manejar los precios de sus productos sin que se manifiesten intentos competitivos de nuevas empresas.

La competencia atomizada no tiene, en general, barreras, especialmente cuando es “pura”, es decir, cuando sus productos son “homogéneos”. Con productos diferenciados, es decir, cuando es monopólica, depende del carácter de la diferenciación. En el oligopolio “puro”, de productos homogéneos, y en el oligopolio “heterogéneo”, con productos diferenciados, las barreras tienen alturas muy diversas. Lo mismo sucede con el monopolio simple.

En la competencia pura hemos dicho ya que un gran número de pequeños vendedores provee un producto homogéneo a un mercado comprador común a todos. En este caso ninguno de los vendedores puede tener influencia alguna en el precio, que es determinado de modo *impersonal* por las ofertas y las demandas de todos los participantes en el juego. No existen acuerdos entre ellos y se supone que todos actúan independientemente. Para un precio dado, cada vendedor ajustará la cantidad ofertada del modo que más le convenga. El efecto total de los diferentes ajustes dará un equilibrio final de precios y cantidades, equilibrio que no se deberá a ninguna mano visible sino más bien a la invisible del mercado en los términos sugeridos por Adam Smith.

Los efectos de largo plazo de la competencia pura se resumen a veces en 1) máxima producción factible con mínimo precio, 2) producción lograda a costo medio factible mínimo y 3) la distribución del ingreso no es deformada por beneficios excesivos de los vendedores. Esto parece a primera vista un ideal deseable desde el punto de vista del interés general, pero ha de ser convenientemente calificado.

La competencia pura sería un modelo deseable desde el punto de vista del bienestar general sólo si la mayor parte de las industrias de una economía nacional se aproximaran a él y si existiera fácil y libre movilidad de los factores de la producción entre dichas industrias. Si estas condiciones

no se cumplieran, entonces las producciones relativas de las diferentes industrias no serían las más apropiadas para satisfacer los intereses de los consumidores.

Finalmente se presentará la cuestión sobre si las empresas en competencia pura ganarían lo suficiente para poder invertir en mejoras e innovaciones tecnológicas. También se menciona a veces la “competencia destructiva” en algunas industrias extractivas y agrícolas. En ellas se genera históricamente exceso de capacidad y los gobiernos se han visto a menudo ante la necesidad de intervenir para acotar la producción o mejorar los precios. Pero, fuera de las calificaciones mencionadas, las propiedades ideales de la competencia pura son una referencia útil para comparar otras estructuras de mercado menos ideales pero quizá más probables.

La idealización de la competencia tiene, sin embargo, otra forma límite con condiciones aún más restrictivas: se trata de la competencia *perfecta*. Esta forma de la competencia tiene lugar en mercados perfectos, es decir, en mercados donde el conocimiento de todos los datos relativos a las operaciones es accesible a todos los participantes y donde los recursos son perfectamente divisibles y perfectamente móviles. Estas condiciones se suman a las señaladas para la *pura*, es decir, a las del gran número e independencia de los participantes.

La movilidad de los recursos implica información acerca de sus rendimientos alternativos. Para que un recurso cualquiera sea usado de modo eficiente en un mercado es necesario que llegue a ser igualmente productivo en todos sus usos. Los ejemplos históricos de obstáculos, tanto públicos como privados, a la movilidad de los recursos, son muy abundantes: boicots, certificados de necesidad, patentes, leyes de edificación, habilitaciones profesionales, etc. Pero es quizás la *ignorancia* el mayor obstáculo a la movilidad que comentamos.

La competencia con movilidad de recursos tiene problemas temporales. Lleva algún tiempo retirar esos recursos de los sectores de rendimientos bajos para destinarlos a los de alto rendimiento, especialmente si ellos son duraderos y muy específicos. El tiempo es también necesario cuando se desea iniciar una nueva actividad o construir una nueva planta. Algo parecido sucede con el factor trabajo en su movilidad profesional o geográfica. La obtención de la información asociada con todas estas transformaciones es también consumidora de tiempo.

El carácter “ideal”, “teórico”, “límite” o “abstracto” con que la competencia perfecta ha sido calificada por algunos ha movido a otros a buscar un modelo más “realista”. Esta búsqueda ha cobrado especial sentido en el contexto de las leyes antimonopólicas que algunos países han tratado de poner en vigencia para estimular alguna forma de competencia *viable*. Una situación de esta clase se tendría cuando no se dan, por supuesto, las formas de la pura o la perfecta, pero el mercado dispone de un número apreciable de fuentes de oferta y de demanda, entrada razonablemente libre al juego y un nivel de cambio tecnológico aceptable.

En el caso de la competencia monopólica, el número de vendedores es suficientemente grande como para que ellos actúen independientemente y no estén preocupados por su interacción con los posibles competidores, pero la característica está en que los productos han sido “diferenciados”. A veces esta diferenciación es bastante subjetiva, y no hay garantía definitiva de que cualquier cambio que la empresa decida sobre el precio no se refleje en una huida de los compradores hacia otros productos similares, de modo que la amplitud de estos desplazamientos depende de la solidez de las respectivas preferencias de los compradores.

El modo en que los productos resultan “diferenciados” puede ir desde la ubicación del local de ventas, que afecta la comodidad de los

compradores, hasta el “estilo”, el aspecto físico o el envase del respectivo producto, todo ello reforzado por una publicidad que trata de poner énfasis en los elementos más atractivos. Las posibilidades de lograr una diferenciación apreciable dependen de la naturaleza de los artículos y de las respectivas necesidades. Así, la sal, el azúcar o el cemento han sido tradicionalmente difíciles de diferenciar. Los bienes de capital y las materias primas, en general, tienen criterios de diferenciación muy distintos de los que se tratan de introducir por los medios más diversos en el caso de los bienes de consumo.

III

Las tendencias competitivas y las monopólicas se combinan a menudo para formar en el mercado una estructura oligopólica. En el *oligopolio* el número de participantes es relativamente pequeño y las conductas de estos participantes son interdependientes. En sus formas más simples, los vendedores, además de ser pocos, dominan una parte suficientemente grande del mercado como para que cualquier cambio apreciable en sus políticas comerciales causen modificaciones en la estructura de las respectivas participaciones, modificaciones que tenderán a ser resistidas por los rivales.

Cualquiera de los participantes oligopólicos decidirá, entonces, si produce alguna modificación en los precios, o en otro aspecto de su política de ventas, sobre la base de las conjeturas que llegue a establecer acerca del comportamiento probable de los otros participantes. Esto no llevará necesariamente el nivel de precios de la industria a las inmediaciones del

costo medio, como se espera que lo haga la competencia atomizada, pero fijará límites a los equilibrios posibles entre competencia y monopolio.

En el oligopolio es dable esperar que se produzcan acuerdos, pactos o colusiones entre los participantes. Estos acuerdos pueden ser contratos bien establecidos formalmente o lo que se llama a veces *gentlemen's understandings*. Los primeros pueden ser legales o ilegales según los países. Así, en los Estados Unidos las colusiones de esta clase suelen ser ilegales mientras que en otros países los *carteles* y otras formas de asociación oligopólica gozan de mayores libertades operativas. De uno u otro modo, casi todo el mundo acepta que los oligopolios producen “precios administrados” como cosa distinta de los que resultarían del juego impersonal de un mercado competitivo.

Los resultados generales variables que las combinaciones monopólicas producen en un mercado se deben a la diversidad de estas combinaciones y al hecho de que, en general, se persiguen objetivos relativamente contradictorios. Por una parte la colusión tiende a lograr ganancias máximas para el respectivo grupo en su conjunto pero, por la otra, cada participante desea, al mismo tiempo, que sean máximo sus propios beneficios o su parte en la estructura. Las fuerzas dominantes en este conflicto de objetivos dependerán del nivel de concentración de la industria considerada. Este nivel de concentración puede medirse de varios modos, pero se trata, en definitiva, de comparar el peso de las empresas más grandes con el censo total de la respectiva industria, o bien con el total de la economía.

Los participantes de un oligopolio tratan de evitar, en lo posible, las guerras de precios. Ya nos hemos referido a los acuerdos explícitos o implícitos, colusivos o no colusivos, lícitos o ilícitos, según las respectivas legislaciones nacionales. Cuando se trata de productos más o menos

homogéneos, las empresas tienden a formar carteles, preservando su identidad fuera del acuerdo específico. Un cartel es un acuerdo que trata de evitar la “competencia destructiva” limitando las libertades recíprocas en materia de precios o de cantidades producidas.

A pesar de las tendencias señaladas, los cambios en los precios ocurren, debido a una multitud de circunstancias que afectan a los mercados. Las empresas participantes tienden entonces a seguir los pasos de un *líder*. Si un aumento de esta empresa líder es seguido por el resto de la industria, entonces es probable que el precio se mantenga y que se generen beneficios para todos. Este comportamiento reduce la incertidumbre y, si el liderazgo funciona razonablemente, los resultados son parecidos a los logrados en el caso del cartel. El liderazgo de precios es obvio cuando una gran empresa produce la mayor parte de la oferta (la empresa “dominante”) y el resto aparece relativamente atomizado.

En ciertas ocasiones algunos oligopolios han mantenido precios temporalmente bajos para excluir de la industria a participantes molestos, con los consiguientes costos sociales derivados de las quiebras resultantes. Desde el punto de vista del bienestar general, el oligopolio no tenderá a alcanzar su equilibrio, en general, de precios cercanos a los costos medios mínimos de largo plazo, pero existen también aspectos dinámicos para tener en cuenta. Estos aspectos se refieren a las inversiones necesarias en investigación, innovación y desarrollo. El progreso tecnológico acelerado de las economías modernas tiene lugar en buena parte en mercados de características oligopólicas.

Otro aspecto discutido de los mercados oligopólicos se relaciona con sus grandes gastos en publicidad, que actuarían como una barrera limitante para la entrada de nuevos competidores. Esta publicidad, considerada por algunos como un “despilfarro”, sería tanto mayor cuanto mayor fuese la

diferencia entre los costos de producción y los precios de venta. El ejemplo más conocido es el de los cigarrillos.

IV

Cuando se alcanza una situación de *monopolio*, la empresa y la industria coinciden. Aunque puede haber monopolio de oferta y de demanda, el primero es el más frecuente. Se trata del caso extremo de imperfección de la competencia. El *monopolista* es único vendedor de un bien dado, en un mercado al cual no tienen acceso los posibles competidores. Una empresa tendrá poder monopólico en la medida en que pueda aumentar el precio de su producto reduciendo la oferta, que se encuentra en sus manos.

Las razones por las cuales una empresa puede disponer de semejante poder monopólico suelen resumirse en 1) dominio exclusivo de un recurso, de una técnica o de una patente (minas, inventos, descubrimientos patentables); 2) restricciones legales (concesión exclusiva de un servicio público como el correo); 3) condiciones de los llamados *monopolios naturales*, en los cuales los altos costos fijos, las indivisibilidades y la naturaleza de la tecnología empleada permiten la existencia de economías de escala, con costos medios decrecientes para niveles muy elevados de producción. Los servicios urbanos de electricidad, gas y teléfono son los ejemplos habituales para el caso.

Entre la competencia perfecta y el monopolio existen, como hemos visto, un cierto número de estructuras posibles, con propiedades teóricas o empíricas que pueden ser comparadas y juzgadas desde diversos puntos de

vista. La existencia histórica de leyes antimonopólicas y el conocimiento (calificado, claro) de que las tendencias competitivas tienen relaciones evidentes con situaciones económicas deseables desde el punto de vista social, ha dado lugar a especulaciones sobre la necesidad de definir un grado de competencia *viable*, ante las dificultades prácticas de lograr algo comparable a la perfecta. La definición de una competencia viable tiene también dificultades, pero se han dado razones plausibles para aceptar algunas de sus posibles características.

Primero, en plazos razonables los precios de venta no deberían estar demasiado lejos de los costos medios de producción, de modo que las respectivas ganancias se mantuviesen cerca de las tasas normales de interés. Segundo, en la medida en que los costos de producción fuesen afectados por la escala de las operaciones y por su eficiencia, la mayor parte de la producción debería originarse en plantas que tuvieran características de esta clase. Tercero, la industria considerada no debería operar crónicamente con un alto nivel de capacidad ociosa. Cuarto, los costos de promoción de los respectivos productos deberían guardar proporción con la necesidad de informar a los posibles clientes sobre su disponibilidad, características y precios. Quinto, la introducción de nuevas tecnologías y de procesos más eficientes debería transmitir al consumidor una cuota razonable de beneficios en calidad y precio.

El impacto de una competencia viable sobre la distribución de las ganancias en una economía dada y, en consecuencia, sobre los flujos de capital hacia usos alternativos es uno de los argumentos más importantes para sostenerla. Sin embargo, parece normal en cualquier economía que una empresa o una industria tengan resultados excepcionales que se desvíen de la norma por períodos considerables de tiempo. Estos resultados podrían

defenderse como señales de un mercado que busca transferir capitales de usos menos productivos a otros más productivos.

Este punto de vista nos alerta acerca de los *tests* o índices apropiados para identificar la existencia de competencia viable en una situación determinada. Tengamos en cuenta que la tasa de progreso tecnológico y el nivel de las ganancias de una empresa o de una industria pueden reflejar propiedades o ventajas particulares, distintas de aquellas que definirían la existencia o no existencia de competencia viable.

De todos modos, si lo que buscamos es una situación que apunte hacia un progreso generalizado, una joven industria que explote recursos, inventos o procesos nuevos puede ser más deseable que otra más tradicional que muestre un nivel de competencia más alto. Por otra parte, una industria con demanda decreciente puede tener ganancias bajas independientemente de su nivel de competencia. En cambio otra monopólica, con elementos económicamente eficientes, puede beneficiar a todo el mundo bajando costos que no bajarían de otro modo.

Las aparentes contradicciones apuntadas tienen un desarrollo afín con las recientes conjeturas sobre lo que se ha bautizado como *competencia schumpeteriana*. Sabemos que Joseph Schumpeter señaló en sus escritos la importancia fundamental de las *innovaciones* en el desarrollo de la economía capitalista. Estas innovaciones serían una fuente de ganancias para las empresas, independientemente de su posición en la estructura del respectivo mercado. Como elemento dinámico, ellas alterarían, en definitiva, dicha estructura.

Se comprende que, si admitimos elementos dinámicos de la clase schumpeteriana, el problema de la competencia se plantea en términos mucho más amplios que si nos limitamos a los análisis estáticos ordinarios de precios y cantidades. En plazos más o menos largos, las viejas fuerzas de

la selección darwiniana encontrarán sus equilibrios en contextos referidos a rendimientos esperados de costos relacionados con la investigación y el desarrollo. Y, por supuesto, estos rendimientos serán por lo menos tan estocásticos como los de cualquier otra inversión.

Schumpeter ha sido citado también, en este contexto, como defensor de las grandes empresas, ya que son éstas las que disponen, en general, de mayores recursos para ser empleados en la investigación y las innovaciones tecnológicas. Aunque es cierto que esto se menciona en *Capitalismo, Socialismo y Democracia*, su importancia actual ha sido puesta en duda por las muchas innovaciones surgidas de la actividad de las empresas pequeñas. Pero aun antes de nuestra era de las computadoras y sus componentes, se solía citar el ejemplo del horno de oxígeno, que no fue inventado por un gigante norteamericano del acero sino por una pequeña firma austríaca.

V

La competencia tiene algunos aspectos particulares cuando pasamos de los mercados locales al mercado internacional. En el contexto de la economía internacional no sólo aparecen como protagonistas las empresas y las industrias sino también los países y los *bloques*. Las respectivas decisiones se ven así compartidas, limitadas o fomentadas por relaciones entre los cuatro actores, relaciones que dependen bastante de la historia, de los estilos, y de los intereses nacionales.

La aparición de las empresas multinacionales complica aún más el cuadro de la competencia internacional, ya que ésta puede tomar la forma

clásica de la exportación de productos, la de las licencias a los productores locales o la de la creación de subsidiarias en distintos países. Las formas elegidas dependen, en general, de economías de escala, de los costos del transporte, de las condiciones para transferir fondos, de las tecnologías, de los problemas locales de la administración, de las restricciones y barreras aduaneras.

En el mercado internacional de nuestro tiempo se destaca la competencia de un número relativamente pequeño de empresas, con bases poderosas en los grandes países exportadores y canales internos y externos muy desarrollados. Así, computadoras, televisores, ropa, automóviles, o sus partes, son exportados o importados, los productos finales diferenciados y sus precios rápidamente igualados cuando alguien trata de tomar una porción adicional dentro del oligopolio. Los flujos intraindustriales son influidos también, considerablemente, fuera del factor precio, por el diseño, la confiabilidad, la variedad, la durabilidad, el envase, la distribución, el servicio, la velocidad de las entregas y la publicidad. Esta influencia resulta reforzada, en las empresas con alta integración vertical, por el modo en que se eligen las localizaciones de las diferentes etapas de su producción, localizaciones que pueden extenderse por todo el mundo.

Las grandes empresas multinacionales pueden transferir de un país a otro capital, tecnología y recursos humanos, además de los respectivos productos, y pueden también influir, con el tiempo, en la dotación de factores disponibles en el país de llegada. Pero ya desde el comienzo puede resultar más barata la transferencia de insumos fundamentales que la mera exportación de los productos finales. Las amenazas de proteccionismo en algunos países y el desarrollo explosivo de los sistemas de información y comunicación tendieron a aumentar la competencia internacional bajo la forma de competencia local entre las subsidiarias. Por eso se dice hoy que el

volumen del comercio internacional de productos finales es una medida defectuosa de la intensidad de la competencia internacional que comentamos.

Tanto la competencia local como la internacional han sido objeto de políticas específicas de los gobiernos y estas políticas varían considerablemente de un país a otro. En materia de legislación antimonopólica ha sido Estados Unidos, durante mucho tiempo, la principal fuente de experiencia histórica. Esta experiencia comenzó allí, hacia 1890, como respuesta oficial a una oleada de fusiones y a una creciente concentración de la industria que alarmó a los que creían que la competencia debía ser defendida por parte de los valores en boga.

La *Sherman Anti-Trust Act* declararía “ilegal todo contrato, combinación en forma de *trust* o de otro modo, o conspiración para restringir el comercio”. La palabra *trust* se usaba antes de 1890 para referirse a la forma preferida de limitar la competencia poniendo acciones de diferentes empresas en un *fondo común* para lograr una acción colectiva y participar en los correspondientes beneficios.

La *Clayton Act* de 1914 trató de hacer más completa a la anterior prohibiendo las juntas directivas interrelacionadas con propósitos monopólicos y la toma de otra compañía comprando sus acciones, si esa acción disminuía sustancialmente la competencia. Otra norma del mismo año crearía la *Comisión Federal de Comercio* (CFC) con el objetivo general de “controlar el poder de mercado”.

Las tres normas citadas han sido, por muchos años, la base de la política antimonopólica norteamericana y, aunque hubo otras medidas posteriores (Robinson-Patman, 1936; Miller-Tydings, 1937; Celler-Kefauver, 1950), ellas han sido invocadas en acciones judiciales relativamente recientes. Por ejemplo, la “conspiración del equipo eléctrico”

de 1960 fue procesada como violación a la *Sherman Act* y, en 1973, Exxon y otras compañías petroleras se verían envueltas en un largo pleito con la CFC. Como en el caso de IBM, las empresas mencionadas fueron acusadas de “prácticas anticompetitivas”. En los últimos años la Comisión Federal consideró como una de sus funciones primordiales el control de la “publicidad distorsionadora” y de la “mala representación de los productos”.

Los países europeos no han seguido, en general, las tendencias de los Estados Unidos en materia de monopolios y defensa de la competencia. Algunos aspectos de la concentración han sido incluso fomentados y fueron conocidas grandes empresas industriales de Francia e Italia, por ejemplo, moviéndose en un mundo donde la *cartelización* no era temida ni penalizada. Se habló en aquellos países de carteles “buenos” y carteles “malos”. Con la organización del Mercado Común, la defensa de la competencia tomaría mayor importancia en la economía del viejo continente y ello se vería reflejado en los artículo 85 y 86 del Tratado de Roma (1957).

En nuestro país, la ley 11.210 “de represión del monopolio” (1923) declaró delito “todo convenio, pacto, combinación, amalgama o fusión de capitales tendientes a establecer o sostener el monopolio y lucrar con él”. Se consideraban acto de monopolio “los que, sin importar un progreso técnico ni un progreso económico, aumenten arbitrariamente las ganancias de quienes los ejecuten, sin proporción con el capital efectivamente empleado y los que dificulten a otras personas la libre concurrencia en la producción y en el comercio interno o exterior”. La ley 11.210 fue reemplazada en 1947 por la 12.906 y ésta por la 22.262 (ley de defensa de la competencia) en 1980.

La ley 22.262 declara que están prohibidos y que serán sancionados “los actos o conductas relacionados con la producción e intercambio de bienes o servicios que limiten, restrinjan o distorsionen la competencia o que

constituyan abuso de una posición dominante en el mercado, de modo que pueda resultar perjuicio para el interés económico general”. La ley de 1980 se aparta del tipo de legislación anterior, inspirada en la *Sherman Act*, para incorporarse al estilo europeo de defensa de la competencia, según el Tratado de Roma de 1957 y la jurisprudencia de la Corte de Justicia de la Comunidad.

En el presente se vuelve a discutir si es necesaria una legislación antimonopólica y si la defensa de la competencia debe estar en manos del Estado. Un sector sostiene que el monopolio tiende por su propia naturaleza a autodestruirse, ya que las altas ganancias atraerán competidores, siempre que se eliminen de algún modo las barreras de entrada. La corriente opuesta sostiene que las barreras son difíciles de eliminar y que, de todos modos, cuando se sale del monopolio es probable que se entre en el oligopolio.

Si, como sucede a menudo con los *monopolios naturales*, la industria es más eficiente con sólo uno o dos oferentes, las políticas posibles tienen pocas alternativas: 1) no intervenir, permitiendo que las empresas operen como un monopolio ordinario; 2) permitir el monopolio, pero *regularlo* para limitar su libertad en la fijación de precios u otros parámetros equivalentes; 3) mantener el monopolio dentro del sector público, de modo que los parámetros mencionados sean decididos por los órganos del Estado.

En la competencia internacional intervienen, como dijimos, las empresas, las industrias, los países y los bloques. Los dos últimos actores lo hacen con modos diversos de intervención, con devaluaciones, con barreras aduaneras, arancelarias o extra-arancelarias, o con medidas anti-*dumping*. La *competitividad* de los países y de los bloques no es lo mismo que la competitividad de las empresas, pero ellas están más relacionadas de lo que sería ideal para los sostenedores del libre comercio. Recordemos, finalmente, que la competitividad de un país es su capacidad de mantener o

de aumentar su presencia en los mercados externos y que la competencia interna favorece dicha competitividad. Pero hay otras instancias, relativas a las diversas formas en que se manifiesta el *poder*, y el conflicto.

Fuentes importantes

- Boulding, K. E., *A Reconstruction of Economics*, New York 1950.
- Caves, R. E. y Jones, R. W., *World Trade and Payments*, Boston 1981.
- Clark, J. M., *Competition as a Dynamic Process*, Brookings Inst., 1961.
- Coloma, G. , “Integración y contratos verticales entre empresas”, *Ciclo de Seminarios de Análisis Económico*, Univ. del CEMA, 15/98.
- Chamberlin, H., *The Theory of Monopolistic Competition*, Harvard U.P., 1933.
- Fellner, W., *Competition Among the Few*, New York 1949.
- Gause, G. F., *The Struggle for Existence*, Londres 1934.
- Hayek, F. A., *Individualism and Economic Order*, Chicago 1948.
- Hunter, A., *Monopoly and Competition*, Londres 1969.
- Malinvaud, E., *Leçons de théorie microéconomique*, Paris 1969.
- Montuschi, L., *De la retórica del dumping a la práctica del antidumping*, CEMA, N° 86, 1992.
- Ott, A. E., *Grundzüge der Preistheorie*, Gotinga 1970.
- Robinson, J., *Economics of Imperfect Competition*, New York 1935.
- Vázquez-Presedo, V., *Economía, ciencia e ideología*, Bs. As. 1983.
- Vázquez-Presedo, V., *Política y Economía en la historia conocida del siglo XX*, B. Aires 1999.
- Vogt, W. (Hg.), *Seminar: politische Oeconomie*, Francfort 1973.
- Volterra, V., *Leçons sur la théorie mathématique de la lutte pour la vie*, París 1931.
- Winter, S. G., “Schumpeterian competition in alternative technological regimes”, *Journal of Economic Behavior and Organization*, Sept.-Dec. 1984.