

mico de la competencia. Análogamente, en el capítulo 3 se mostrará que la distinción clave dentro del conjunto de teorías del comercio internacional no se produce entre el MHO y los demás modelos, sino entre los que se inspiran en el principio de la ventaja comparativa (el MHO, pero también la mayoría de sus críticos) y los que lo hacen en el principio de la ventaja absoluta.

Este largo capítulo se estructura de la siguiente manera. En el primer apartado se señalan las limitaciones más importantes del enfoque neoclásico de la competencia que nos hacen reivindicar el retorno al enfoque «clásico» de la misma. En el segundo, se amplía la concepción de la empresa alternativa a la del modelo neoclásico, insistiendo en la importancia de un análisis dinámico de inspiración clásica. En el tercero y cuarto apartados se desarrollan los dos elementos básicos de la teoría dinámica de la competencia, que llamamos competencia intersectorial e intrasectorial respectivamente. En el quinto se aúnan los dos aspectos anteriores en unas tablas que ejemplifican el proceso de formación de las diferentes categorías de precios impuestos por la competencia. Por último, en el anexo se repasan varios precedentes históricos de esta concepción.

### 1. Por un retorno al análisis «clásico» de la competencia

Como la teoría de la competencia tiene que ver con el comportamiento de las empresas en un contexto económico más general, no es sorprendente que los distintos enfoques de la competencia diverjan no solamente en el planteamiento competitivo propiamente dicho, sino también en la concepción general de la economía y en la concepción particular de la empresa. La distinción esencial en relación con cada uno de esos puntos es la que existe entre el enfoque «clásico», llevado a su máxima expresión en la obra de Marx,<sup>1</sup> y el neoclásico.<sup>2</sup> Sin pre-

1. Las diferencias entre la obra de Marx y la de los clásicos son notabilísimas, pero no es éste el momento adecuado de proceder a su análisis (basta con leer el magistral artículo de H. Grossmann, 1943, para obtener una idea general de las mismas). Sin embargo, más importantes son aún las diferencias existentes entre el análisis marxista y la teoría neoclásica. Como, por otro lado, muchas de las diferencias entre clásicos y neoclásicos se asemejan a las que existen entre Marx y estos últimos autores, parece legítimo agrupar a los clásicos y a Marx, sobre todo en relación con la teoría de la empresa y de la competencia, en el interior de un «enfoque clásico» contrapuesto al enfoque actual de los neoclásicos.

2. Simplificando mucho, podemos decir que lo neoclásico es una tímida recuperación parcial de lo clásico que, debido fundamentalmente a la insistencia de Marshall, pretende suavizar el alcance de la ruptura que los primeros planteamientos marginalistas y subjetivistas de la década de 1870 supusieron en relación con la tradición heredada de la escuela clásica de economía. A pesar de los esfuerzos de Marshall y otros autores que insistieron en la misma dirección, lo cierto es que lo que hoy en día se conoce como teoría neoclásica, incluidos muchos de los conceptos e instrumentos que tienen su origen directo en la obra del propio Marshall, está más cerca de la ruptura que de la continuidad con respecto a la obra de los clásicos (véase Marshall, 1890).

## CAPÍTULO 2

### DOS ENFOQUES EN LA TEORÍA BÁSICA DE LA COMPETENCIA

En el capítulo anterior hemos visto cómo la ventaja absoluta de los países se obtiene a partir de la ventaja absoluta en costes de sus empresas, y cómo, en consecuencia, es partiendo de la eficiencia productiva de su tejido industrial y empresarial como un país puede obtener exportaciones netas positivas en el mercado mundial. En este capítulo se trata de profundizar en los fundamentos microeconómicos de la teoría de la competencia (teoría de la empresa, de la producción y de los costes) con el objeto de descubrir las relaciones que existen entre el tipo de fundamento elegido y el enfoque adoptado en el análisis de las pautas del comercio internacional. La razón de esta manera de proceder es clara: los defensores contemporáneos del principio de la ventaja comparativa, que hemos analizado en el capítulo 1 y que volverá a estar presente en algunas de las teorías del comercio internacional que se contemplan en el capítulo 3, proceden siempre del interior del paradigma neoclásico y, a pesar de manifestarse en ramas y corrientes diversas, no pueden renunciar a las características y limitaciones consustanciales con dicho paradigma. Por el contrario, los defensores del principio de la ventaja absoluta parten de una concepción de la empresa y de la competencia que es incompatible con el análisis estático neoclásico, donde la técnica está dada y es inalterable e igual para todas las empresas. Hay que desarrollar a fondo estos conceptos para despejar toda sombra de duda sobre la posibilidad de utilizar la diferencia entre los conceptos de *competencia perfecta* y *competencia imperfecta* como el criterio decisivo de distinción analítica; al contrario, del análisis que se desarrolla en este capítulo se desprenderá el limitado alcance de una distinción de este tipo, pues los partidarios de ambos modelos *comparten lo esencial del paradigma neoclásico*.

En este capítulo se mostrará que hay que superar realmente dicho paradigma —es decir, adoptar una perspectiva «clásica» o «pre-neoclásica»— para estar en condiciones de desarrollar un análisis diná-



tender ser exhaustivos, y con un afán de síntesis, se puede afirmar que el análisis «clásico» partía del estudio del proceso de la *acumulación* de capital y del *cambio técnico* a él ligado para comprender adecuadamente los avances en la *productividad* del trabajo, fundamento último del *progreso general* de la sociedad, cuya *dinámica* en el tiempo presente y en su proyección futura pretendieron captar los autores de esta corriente por medio de conceptos y categorías inseparablemente ligados a una teoría del *valor-trabajo*. Por el contrario, la economía neoclásica<sup>3</sup> se opone de una u otra forma a todos esos rasgos atribuidos a la tradición «clásica»: partiendo del estudio del *mercado* en el contexto de unas condiciones *técnicas* de producción ya dadas, no se preocupa de los *rendimientos* —que según ella son *decrecientes* para cada *escala* de producción, aunque también existen economías de *escala*, positivas o negativas—, sino con el objetivo de entender las condiciones de oferta del mercado, y para este análisis *estático*, así como para el equivalente análisis complementario de las condiciones de demanda, se dota de una teoría del *valor-utilidad* que se opone radicalmente a la teoría clásica. Estas diferencias son demasiado numerosas para abarcarlas por completo en este breve repaso, pero sí parece oportuno señalar en este punto algunas de las limitaciones que, como consecuencia de las diferencias en la matriz teórica, presenta el enfoque neoclásico para el análisis de la competencia y de la empresa.

1. El análisis neoclásico es un análisis de *estática<sup>4</sup> comparativa*, y ello significa esencialmente que no puede dar entrada al tiempo real,

3. Es cierto que algunas de las teorías de los clásicos se han mantenido e incorporado al cuerpo de la teoría ortodoxa contemporánea, mayoritariamente neoclásica. No obstante, sería una ingenuo considerar que lo que ha experimentado esta suerte es precisamente aquello que ha superado con éxito lo que según la metodología científica parecen ser los tests decisivos de la valía científica: la contrastación teórica y empírica de las teorías. A lo largo de este libro, tendremos ocasión de ver algún ejemplo de lo que parece ser una actitud que apunta en un sentido muy diferente del señalado, pues si, por un lado, parece que muchas de las teorías de los clásicos han sido rechazadas o aceptadas en función de consideraciones puramente ideológicas, por otro lado algunas de las teorías heredadas de ellos por la ortodoxia actual lo han sido después de un proceso evidente de modificación de los contenidos originales, que en algunos casos llega a ser una completa distorsión.

4. Los mismos neoclásicos han creído, con J. B. Clark, que el análisis de la competencia perfecta era solamente posible en condiciones estacionarias, basándose en que sería mucho más difícil definir la competencia en un sistema sometido a cambios como el crecimiento del capital o de la población, las continuas innovaciones técnicas y organizativas o la modificación en las necesidades de los consumidores. Sin embargo, no ha faltado entre ellos quien ha puesto en duda que sea necesario limitar la competencia perfecta al marco estático, aunque como se verá más adelante esto está en conexión con una concepción estática de la propia dinámica. De hecho, el objetivo declarado del famoso artículo de Stigler sobre «la competencia perfecta desde un punto de vista histórico», era el descubrimiento de los pasos que habían llevado al pensamiento teórico sobre el tema a confundir competencia perfecta con cosas tales como «un mercado perfecto, la unicidad del equilibrio y las condiciones estacionarias de la economía» (Stigler, 1957, p. 1). Sin embargo, el propio Stigler no ha dejado de reconocer que la adaptación del concepto de competencia a las condiciones dinámicas, por medio del concepto de equilibrio a largo plazo, sólo puede ser parcial (Stigler, 1987, p. 535).

→ "Perfect competition, historically contemplated"  
The Journal of Political Economy, 65(1)

Feb. page-1-17

por lo que tiene que moverse entre el corto plazo y un *largo plazo ficticio* que resulta de no encontrar lugar para el cambio técnico real y pretender al mismo tiempo analizar las consecuencias futuras<sup>5</sup> (sobre los costes y los precios, por ejemplo) de diferentes supuestos alternativos de inversión, con una técnica ya dada, pero atendiendo al criterio de la mayor o menor escala elegida. Tan importante como sus consecuencias es entender las causas últimas de este sacrificio del cambio técnico en la teoría de la competencia: la razón de esta exclusión hay que buscarla en la incompatibilidad del cambio técnico con la teoría del valor elegida por la economía neoclásica, que exige la «tesis de la simetría», es decir, la responsabilidad plenamente compartida de la oferta y la demanda en la determinación del valor de cambio de las mercancías. Por el contrario, el cambio técnico está omnipresente en el enfoque «clásico», desde el momento en que la causa fundamental del cambio de valor de las mercancías —y por extensión, del cambio en la riqueza de las naciones— estriba en las mejoras de productividad de la fuerza de trabajo que derivan de la introducción de nuevas «artes, oficios o máquinas» como resultado del proceso de acumulación de capital. La teoría del valor-trabajo no sólo no resulta incompatible con la consideración del cambio técnico, sino que podría decirse incluso que cada una de ellas funciona como una extensión natural de la otra.

2. Debido a la ausencia del cambio técnico en el análisis general neoclásico, no puede sorprender su ausencia en el caso particular de la teoría de la empresa. Esto tiene como consecuencia una grave limitación en el análisis de la empresa, que pasa a ser considerada desde ese momento, o bien como una *empresa puramente pasiva* (es el caso de la empresa del modelo de competencia perfecta), o bien como una empresa que parece activa pero que sigue siendo una *empresa técnico-pasiva*: es decir, una empresa activa pero que limita su actividad a una serie de actividades o estrategias que presuponen una técnica ya dada. En cambio, la consideración del cambio técnico en el enfoque dinámico utilizado por los economistas «clásicos» proporciona una perspectiva más realista a la teoría de la empresa, que le permite superar la rígida dicotomía resultante de la concepción neoclásica, que sólo distingue entre empresas precio-aceptantes y empresas precio-determinantes. Desde el punto de vista «clásico», ambos tipos de *empresas (neoclásicas)* serían «*coste-aceptantes*», mientras lo característico del enfoque opuesto (técnico-dinámico) es la consideración de las empresas como *unidades «coste-determinantes» a largo plazo*, con in-

5. De ahí que las curvas a largo plazo se llamen en la microeconomía convencional, «curvas de planificación» de la empresa (véase Asimakopulos, 1978).



dependencia de que tengan que enfrentarse, o no, a precios establecidos a corto plazo de forma impersonal y objetiva por el mercado (en ese sentido son precio-aceptantes, aunque el objetivo de su capacidad activa de determinar el coste unitario mediante el cambio técnico es precisamente influir directamente en la posibilidad de obtener un precio individual inferior al precio medio de mercado).

3. La limitada concepción neoclásica de la empresa y la técnica restringe también el alcance de su idea de la competencia, que queda reducida o bien a una cuestión de número (pues los resultados parecen depender principalmente de cuál sea la cantidad de empresas que se repartan cada mercado), o bien a un asunto, si no lúdico (contra lo que puede sugerir el nombre de la teoría que se utiliza para analizar la mejor estrategia de venta de cada producto técnicamente acabado), al menos tampoco excesivamente dramático, ya que estas empresas se mueven en un contexto general caracterizado por la tendencia al vaciado automático de los mercados. En el planteamiento «clásico», por el contrario, la competencia resulta ser una *actividad mucho más agreste y dramática* de lo que se desprende del mundo neoclásico estático y sin cambio técnico. La competencia se convierte así en una guerra de todos contra todos, en la que está en juego nada menos que la supervivencia, por lo que, como en el mundo natural, la gama de armas utilizables no conoce otro límite que el de las capacidades e inventiva de los sujetos implicados.

## 2. Dos enfoques de la empresa: estática comparativa y análisis dinámico

Se ha dicho que el enfoque neoclásico queda limitado al método de la estática comparativa, y conviene aclarar que esto no equivale exactamente a una descalificación sin más de dicho método. La crítica del enfoque tradicional no se hace tanto por el uso del análisis de estática comparativa, como sobre todo por la renuncia a su dinamización posterior. En el *corto plazo* estático, el número de empresas y el tamaño de sus plantas y equipos se suponen dados, mientras que en el *largo plazo* (asimismo estático) se permite que varíe el número de empresas y que se ajuste su dimensión o escala, pudiendo decirse que en el *largo plazo* no existen factores fijos (a diferencia del corto plazo). Sin embargo, en ambos casos, *la técnica se supone dada*, fija, constante; y puesto que el cambio técnico no se introduce en el análisis, ni siquiera *ex post*, el resultado final es que la teoría neoclásica convencional de la competencia, basada en el modelo del equilibrio parcial, termina representando un mundo *estático* (cuando, como dice Asimakopulos,

las economías capitalistas son todo menos estacionarias), caracterizado por la *total uniformidad técnica y de costes* de las empresas de un sector, que pueden analizarse todas ellas como si cada una fuera la *empresa representativa* marshalliana. Este supuesto de constancia (*diacronica*) y de uniformidad (*sincronica*) de la técnica sectorial, ha tenido importantes consecuencias para el desarrollo teórico de la teoría de la competencia, entre las que podemos resaltar las dos siguientes.

En primer lugar, ha acabado imponiéndose la idea de que el elemento decisivo a la hora de definir la tipología de formas competitivas es la *estructura del mercado*, y se ha concebido este elemento como equivalente al concepto de *número de empresas* que componen un sector productivo. Así, los modelos de competencia abarcarían desde el caso extremo del monopolio (una sola empresa) al polo opuesto de la competencia perfecta (número indefinidamente grande de empresas), pasando por el duopolio (dos empresas), el oligopolio (unas pocas) y la competencia monopolista (el «grupo grande» de Chamberlin). La posibilidad de demostrar sin mayores problemas que el precio puede igualar el coste marginal con un número pequeño de empresas (o puede diferir del mismo con un número grande),<sup>6</sup> o el nuevo camino ana-

6. Hay que tener en cuenta que en los textos avanzados e intermedios de microeconomía se reconoce unánimemente que el elevado número de oferentes no es condición ni necesaria ni suficiente para la existencia de competencia perfecta. Y esto es así porque, como ha escrito Julio Segura, «el número de empresas viene determinado por el cociente entre la cantidad total demandada al precio que iguala el mínimo de los costes medios a largo plazo y la producción correspondiente a la dimensión óptima de la industria» (Segura, 1988, p. 414), y este número no tiene por qué ser pequeño o grande. Segura ha formalizado así este análisis:

Supongamos una industria formada por  $N$  empresas idénticas cuyos costes totales son  $C(x_i)$  ( $i = 1, \dots, N$ ). La función inversa de demanda es  $p = f(X)$ , siendo  $X$  la suma de las cantidades ofrecidas por todas las empresas. Los beneficios de cada empresa serán, por tanto:

$$B_i = f(X) x_i - C(x_i) \quad (i = 1, \dots, N)$$

cuya condición de primer orden de máximo es:

$$dB_i / dx_i = f(X) + x_i \cdot dp / dx_i \cdot dX / dx_i - dC / dx_i = 0$$

de donde resulta claro que llamando  $E$  a la elasticidad-precio de la demanda total ( $E = -(dx/x) / (dp/p) = -dx/dp \cdot p/x$ ) y  $S_i$  a la participación de la empresa  $i$ -ésima en el output total de la industria (es decir,  $S_i = x_i / X$ , o bien  $= 1/N$  si todas son idénticas):

$$(p - C) / p = (dX / dx_i) / N \cdot E$$

La expresión anterior indica que la divergencia entre precio y coste marginal ( $C$ ) en términos relativos depende en forma decreciente del número de empresas, pero también en forma inversa de la elasticidad de la demanda y en forma directa de la reacción de la cantidad total ofrecida ante cambios en el output de una de las empresas. De ello se deduce que: a) si la reacción  $dX / dx_i$  es nula, el número de empresas es irrelevante y el precio de equilibrio coincidirá con el coste marginal; b) aunque el número de empresas sea grande, si la elasticidad-precio de la demanda es reducida o si  $dX / dx_i$  es significativamente distinta de cero, pueden existir fuertes divergencias entre precio y coste marginal; y, en consecuencia, el precio puede igualar al coste marginal con un pequeño número de empresas y puede diferir sensiblemente aunque el número de empresas sea elevado (ibid., pp. 414 y ss.).



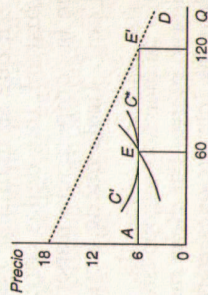
lítico abierto por los teóricos de los *mercados disputables*,<sup>7</sup> ponen radicalmente en cuestión esta forma de ver las cosas, abogando por dar una importancia mayor a otros elementos distintos, como la *libertad de entrada*.

En segundo lugar, el supuesto citado es responsable de otro de los derroteros seguidos por la teoría convencional. Se trata de lo que a grandes rasgos podemos llamar *falsa dicotomía* entre, por un lado, el modelo de la empresa *competitiva*, que es a la vez *precio-aceptante* (incapaz de influir sobre el precio) y *pasiva* (ni le preocupa ni quiere influir sobre el mismo), y, por otro lado, el modelo de la empresa *precio-determinante*, decidida *activamente* a fijar los precios en su beneficio, en condiciones de *ausencia* (o limitación) de la competencia. Así, la tensión entre la concepción teórica y la realidad parece haberse resuelto de dos formas opuestas (o incluso tres) según los casos.

Para unos, impresionados por la fuerza del sometimiento de las empresas a la competencia (y, en particular, al precio de mercado), el modelo válido con carácter general es el de la *competencia perfecta*; para otros, lo que vale son las distintas formas de *competencia imper-*

7. De acuerdo con la teoría de los *mercados disputables* (véanse, por ejemplo, Baumol, 1982, y Baumol y otros, 1982, o también el manual de microeconomía de Salvatore, 1992, p. 285), incluso si una industria tiene una sola empresa (monopolio) o unas pocas empresas (oligopolio) operará como si fuera de competencia perfecta siempre que la entrada a la misma sea «absolutamente libre» (es decir, si otras empresas pueden entrar en la industria y operar con los mismos costes que las empresas que ya están instaladas), y siempre que la salida se produzca «sin ningún coste» (de forma que la empresa pueda salir de la industria sin pérdida de capital). En este caso, se dice que el mercado es *disputable*. La competencia real es en consecuencia menos importante que la competencia potencial, y la empresa o empresas cargarán un precio que cubre tan sólo el coste medio (con un beneficio extraordinario igual a cero). Por consiguiente, la teoría de los mercados disputables puede utilizarse, como han escrito Ekelund y Hebert, para mostrar que la principal conclusión del modelo de competencia tradicional —que el precio es igual al coste marginal y al coste medio— puede darse cuando el número de competidores es tan pequeño como dos (o incluso uno): «En esta teoría, el grado de concentración del mercado no puede revelar nada sobre las formas de competencia, ya que incluso un monopolio natural puede comportarse como una empresa perfectamente competitiva» (Ekelund y Hebert, 1990, p. 696).

Por ejemplo, en la figura, *D* es la curva de demanda de la industria, *C\** y *C'* son las curvas de costes medios y marginales, respectivamente, de cada una de las dos empresas idénticas existentes en un determinado mercado disputable. Cada empresa venderá 60 unidades de output a un precio  $P = C^* = C' = 6$  (el punto *E* en la figura), se comportará como si fuera una empresa en competencia perfecta enfrentada a una curva de demanda horizontal *AEE'*, y no tendrá ningún beneficio por encima del rendimiento normal. Cualquier precio superior al indicado estimularía a otros a entrar con lo que desaparecerían rápidamente los beneficios extraordinarios.



*fecta*, ya que la contradicción entre el modelo de empresas pasivas y la realidad empresarial les parece insuperable de otra manera; finalmente, la gran mayoría observa una postura *ambigua y ecléctica*, que no tiene inconveniente en denunciar el irrealismo de los supuestos del primer modelo y afirmar a la vez su validez como punto de partida y referente ideal del análisis competitivo.

Pues bien, la utilización del enfoque dinámico permite no sólo desplazar la idea de «número de empresas» al lugar secundario que le corresponde, sino también superar la dicotomía citada, pues cuando se da entrada a un cambio técnico omnipotente y decisivo, las empresas de la teoría comienzan a parecerse a las empresas del mundo real. Es decir, en su gran mayoría, empresas *precio-aceptantes* (porque se ven compelidas por la competencia a tomar el precio como un dato que impone el mercado a *corto plazo*), pero al mismo tiempo nada pasivas, sino *agresivas rivales*, conscientes de que se juegan su éxito competitivo, e incluso su supervivencia, en el correcto uso que sepan hacer del arma de batalla principal en la guerra competitiva intra e intersectorial: la consecución de una mejora técnica y/o organizativa decisiva antes que las rivales, que le permita influir sobre el valor individual de su producto, y, más concretamente, rebajarlo en relación con el precio de mercado, que, indirectamente, también se ve afectado por esta vía.

La figura 2.1 resume las distintas concepciones o modelos de empresas características de cada teoría de la competencia.

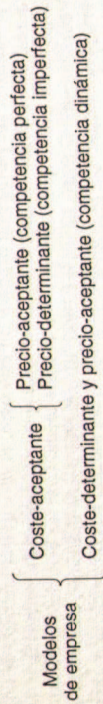


Fig. 2.1.

Para esta concepción de la competencia, la distinción entre competencia perfecta e imperfecta pierde mucho de su sentido aparente desde el momento en que sus respectivos defensores comparan en lo esencial la utilización conformista de la estática comparativa. Para comprobarlo, detengámonos un momento a analizar con detalle la concepción de la empresa que se mantiene habitualmente en los manuales de economía industrial, una de las corrientes más importantes de la moderna teoría de la competencia imperfecta. Así, por ejemplo, en el conocido manual de J. Tirole puede leerse:

En una estructura de mercado oligopolística, una empresa ya no se encuentra en un entorno pasivo. Por dicha razón, necesitamos incorporar a nuestro modelo las interacciones estratégicas de los diferentes



agentes. Para llevarlo a cabo, haremos uso extensivo de la teoría de juegos no cooperativos. Las empresas pueden usar muchos instrumentos de acuerdo con la velocidad a la que pueden ser cambiados. En un plazo de tiempo corto, el precio es a menudo el principal instrumento que una empresa puede cambiar fácilmente (otros elementos incluyen el esfuerzo hecho en publicidad y promoción de ventas). Por tanto, *empezamos nuestro análisis con la competencia de precios dentro de un contexto de estructuras de coste y de características del producto rígidas*. En un plazo de tiempo algo más largo, las estructuras de coste y las características del producto pueden ser alteradas, al mismo tiempo o por separado. Las técnicas de producción pueden reorganizarse y mejorarse; la capacidad puede incrementarse. Las características del producto (calidad, diseño, plazos de entrega, localización de los posibles lugares de venta, etc.) pueden modificarse. La percepción que los clientes tienen del producto, la cual influye en la función de demanda, puede variar a través de la publicidad. Por último ha de tomarse la decisión sobre si entrar o permanecer en el mercado o no hacerlo (una elección de «0-1»). A largo plazo, las características del producto y las estructuras de costes pueden cambiarse, no sólo mediante simples ajustes dentro del conjunto de productos y costes factibles, sino también por una modificación de este conjunto. La investigación y desarrollo permite a las empresas ampliar su conjunto de elección. «El proceso innovador» altera las posibilidades tecnológicas de producción, y «la innovación de productos» permite la creación de nuevos productos.<sup>8</sup>

A esto habría que hacer los siguientes comentarios. En primer lugar, una empresa no se encuentra en un entorno pasivo nunca, por lo que sobra la referencia que hace Tirole a las estructuras oligopolísticas; pero mucho más importante es que este autor reconozca que su análisis comienza con la competencia de precios en un contexto de *costes dados*. Tal como está redactado el texto citado, cabría esperar que tras este primer análisis siguiera un segundo paso en el que los costes pasaran a ser considerados variables; sin embargo, si se analiza su extenso libro puede comprobarse que no es éste el caso: lo único que viene a continuación es un análisis de la diferenciación de producto y otras «nuevas formas» de competencia, así como un capítulo dedicado al estudio de la competencia en investigación y desarrollo (destinada a mejorar los costes y también a perfeccionar nuevos productos, etc.). Sin embargo, falta realmente un análisis del caso dinámico: la competencia de costes por medio del cambio técnico materializado en el capital fijo de las empresas (competencia por la inversión).

Aunque se comprende que un análisis de este tipo plantee problemas técnicos y de formalización notables, su ausencia podría verse

8. Tirole (1988), pp. 313-314; la cursiva es mía.

hasta cierto punto paliada si al menos se sustituyera el análisis puramente diacrónico del cambio técnico por un análisis sincrónico del mismo de inspiración dinámica. En éste, puesto que se da por sentado que el cambio técnico es un hecho y que no todas las empresas pueden adoptarlo al mismo tiempo y en la misma cuantía, se deduce lógicamente que en cada momento concreto del tiempo lo que *ha de existir en cada mercado es un conjunto de empresas* (su número es aquí lo de menos) *caracterizadas por su desigual nivel técnico y, por consiguiente, con un nivel de costes unitarios de producción diferente* en cada caso al de las demás empresas. Todo esto se estudia con detalle más adelante (véase el apartado 4), pero debe quedar ya evidenciado que, a este respecto, las teorías de la competencia perfecta y de la competencia imperfecta quedan asimiladas en un conjunto único caracterizado por considerar de forma absolutamente marginal lo que en ambas literaturas se llama el caso «asimétrico» (empresas con niveles de costes diferenciados).<sup>9</sup>

Por otro lado, la clave de bóveda de todo el sistema consiste en comprender que las *diferentes armas competitivas* a disposición de las empresas *están relacionadas entre sí*, y que por tanto es un error fundamental tratar los diferentes procedimientos y estrategias en los que se manifiesta la batalla competitiva como mutuamente independientes. Por ejemplo, y a título paradigmático, la estrategia de calidad y diferenciación de producto sólo puede considerarse algo realmente diferente de la estrategia de bajos precios si se parte (explícita o implícitamente) del supuesto de costes dados. En cambio, cuando el análisis arranca de una perspectiva dinámica, la competencia dinámica global —que comienza siendo competencia en la inversión, es decir, en la in-

9. Así, puesto que uno de los puntos más criticados por la economía industrial es el referente al tipo de empresa representativa de la competencia perfecta —caracterizada por una actitud totalmente pasiva, sólo preocupada por encontrar el volumen de producción adecuado con el que responder al precio fijado por el mercado—, un argumento típico de los autores de la NEI ha consistido en identificar cualquier estrategia realmente competitiva de las empresas como evidencia: 1) bien de que los precios no los determina realmente el mercado, sino que se fijan con la intervención del estratega en cuestión, resultando ser siempre superiores al que hubiera impuesto aquél; 2) o bien de que se utilizan armas distintas a las del precio en la lucha competitiva de las empresas. El silogismo de los «realistas» es el siguiente: el modelo de competencia perfecta presenta e identifica empresa pasiva con empresa precio-aceptante. Luego si encontramos una empresa activa (es decir, no pasiva o, en el lenguaje corriente, que desarrolla una «estrategia competitiva»), ésta debe ser o precio-determinante o activa para conseguir ventajas por vías diferentes a los precios. Este es precisamente el modelo de los «realistas»: frente a la empresa pasiva y precio-aceptante de la competencia perfecta, ellos propugnan el modelo de la empresa estratégica, que será precio-determinante o «determinante-por-medio-de-los factores-competitivos-diferentes-al-precio». Prácticamente nadie ha caído en la cuenta de que existe una tercera alternativa, consistente en describir la realidad como un mundo de empresas activas pero a pesar de todo precio-aceptantes en última instancia: en la actividad estratégica de estas empresas las armas competitivas son múltiples y variadas, pero todas apuntan a conseguir variaciones de costes y precios a largo plazo, lo que no impide que a corto plazo éstos queden bien definidos si se conciben como dados.



producción de cambios técnicos incorporados y no incorporados,<sup>10</sup> como medio de desplegar la competencia en los costes de producción— tiene por objetivo el crecimiento de la fuerza competitiva productiva propia y su traducción al mismo tiempo en el ámbito del mercado y de la valorización del capital. A este respecto, y utilizando un lenguaje extraído de la tradición «clásica» que aquí se reivindica, diremos que lo que la empresa busca es *rebañar el coste de producción* (y por tanto el valor) *por unidad de valor de uso*, algo que conceptual e históricamente es completamente equivalente a *conseguir mejorar la cantidad (y/o calidad) de valor de uso por unidad de valor de cambio* (es decir, dado el coste o precio del producto) (véase el anexo I del capítulo 6).

Por otra parte, el que la estrategia de diferenciación se presente como algo totalmente ajeno a la estrategia de coste se debe exclusivamente a las limitaciones ya señaladas de la matriz teórica de la economía industrial; pero cuando se vuelve la vista a la realidad y se parte de una concepción dinámica de la competencia, no hay más remedio que reconocer que la estrategia de diferenciación no anula ni se desentiende de la estrategia de costes: ¿es que acaso los productores de bolígrafos, de coches o de libros, todos ellos productos altamente diferenciados, pueden prescindir de las consideraciones de coste? ¿Se atrevería alguien a señalar un solo sector en que la diferenciación del producto, por cualquiera de las vías señaladas en la literatura sobre el tema, permita a la empresa desentenderse del coste de producción y eliminar la competencia por esta vía? En caso negativo, parece que lo más prudente es relativizar el alcance y la novedad de las llamadas «nuevas formas de competencia», que no son ni tan nuevas ni tan importantes como cierta literatura —eso sí, de creciente repercusión— está dando a entender.

Si la figura 2.2, tomada del propio Tirole, se interpreta desde la perspectiva dinámica que se está sosteniendo en este libro, no hay inconveniente en considerarla perfectamente compatible con el tratamiento que estamos dando aquí al problema.

Por otra parte, y teniendo en cuenta que «una innovación de producto puede interpretarse como una innovación de proceso: imagínese que el nuevo producto existía antes de la innovación, y que ésta sólo redujo su coste»,<sup>11</sup> el esquema de la figura 2.2 quedaría simplificado

10. Es evidente que ambas formas de cambio técnico van estrechamente unidas, pero resulta fundamental comprender que en un modo de producción basado desde el punto de vista técnico en la continua revolución del medio de trabajo —pues la revolución en la fuerza subjetiva de trabajo y su organización es algo que corresponde sobre todo al período manufacturero (siglos XVI al XVIII)— lo decisivo tenga que ser el cambio técnico materializado en el capital fijo, en tanto que la adecuación de las formas de organización de la fuerza de trabajo a los cambios experimentados por el capital fijo se da por supuesta una vez transcurrido el tiempo necesario para la realización del ajuste.

11. Tirole (1988), p. 590.

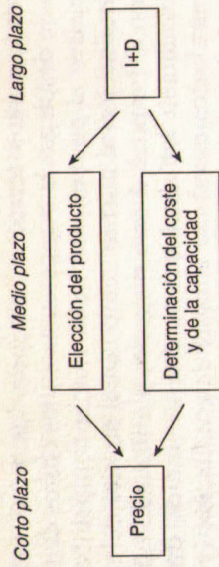


Fig. 2.2.

y reducido a un cadena que comenzaría por la investigación y desarrollo de nuevas técnicas productivas, o mejor por la inversión, que es un fenómeno más general, y llegaría al precio pasando por los costes y la capacidad. Con lo que tendríamos la cadena siguiente:

Inversión → Técnica y capacidad de los equipos → Coste → Precio

Tenemos así la secuencia básica de los elementos subyacentes a la competencia dinámica de precios, que aparece ahora como algo muy distinto a lo que se entiende como competencia de precios en la literatura de economía industrial. A este respecto, y con independencia de lo que se añadirá más adelante, hay que señalar, por último, tres cosas:

- 1) Es evidente que el precio se puede alterar aunque no se modifiquen los costes (situación de costes estables y ausencia de grandes innovaciones por parte de ninguna empresa), pero eso será señal de que alguna empresa está utilizando una estrategia (quizá sería mejor llamarla táctica) a corto plazo (una guerra de precios, por ejemplo, por la razón que sea, o cualquier otro procedimiento de los analizados en la literatura de la economía industrial) añadida a, o complementaria de, las inevitables estrategias a largo plazo (incluidas las de supervivencia) que son las verdaderamente decisivas. Ahora bien, ello no puede ocultar que el caso general será siempre el de rebaja de precios basadas o apoyadas en las correspondientes rebajas de costes.
- 2) Igualmente, los costes pueden modificarse por vías distintas a la de alterar la estructura técnica y organizativa básica del aparato productivo de la empresa. Por ejemplo, se pueden rebajar otros costes distintos de los de producción, se puede hacer un esfuerzo excepcional en el ahorro de costes de producción durante cierto tiempo, mejorar la organización interna del proceso de trabajo sin incurrir en gastos adicionales, etc., pero a largo plazo ello no será posible en con-



diciones normales, de forma que la estructura normal de costes se corresponderá con el estado normal de utilización y aplicación de los equipos y de la técnica a ellos incorporada, una vez transcurrido el período inicial de ajuste y adaptación a la nueva técnica, que serán los que determinen también el nivel normal de eficiencia en la planificación, organización, administración y control de las actividades de la empresa.

3) En ciertas actividades, los costes que no son estrictamente de producción pueden ser bastante significativos, en cuyo caso el esquema anterior es perfectamente aplicable a las actividades que originan estos nuevos tipos de costes (coste de transporte, almacenamiento, comercialización, publicidad, etc.); para abaratar su precio unitario, conviene atender a su coste normal, y para controlar este último, atender a la técnica y la organización del equipo que los produce.

### 3. La competencia intersectorial y el equilibrio a largo plazo neoclásico

Es un resultado bien conocido que en el análisis del largo plazo neoclásico (que normalmente se lleva a cabo en el contexto de la competencia perfecta), la industria (el sector) en su conjunto sólo alcanza el equilibrio cuando todas las empresas que lo constituyen están también en equilibrio a largo plazo, es decir, cuando todas han ajustado su tamaño a la escala óptima y producen en el óptimo de explotación correspondiente a esa escala, es decir, cuando producen al mínimo coste medio a largo plazo (punto *E* de la figura 2.3).

Este resultado diverge del que obtiene el análisis «clásico», como veremos en el apartado 4, en que éste no requiere la igualdad de costes (y de rentabilidad, por consiguiente) de todas las empresas del sector. Pero coincide con él en dos importantes aspectos que nos ocuparán en este apartado. En primer lugar, puesto que en el concepto neoclásico el coste medio incluye el rendimiento normal de la inversión (es decir, el beneficio medio o tasa media de ganancia), resulta que sólo necesitamos extender el análisis del equilibrio a largo plazo a todos los sectores de la economía para obtener la rentabilidad media en todos los sectores (más como tendencia que como realidad permanente) y por tanto la materialización de la *tendencia a la igualdad de las tasas de ganancia sectoriales* que descubriera Adam Smith detrás de su famosa «mano invisible». Este resultado no crea problemas a la teoría neoclásica.

Pero tenemos también un segundo resultado —que en este caso la teoría neoclásica se niega a reconocer porque contradice los funda-