

## Capítulo 2

---

# ASPECTOS ECONÓMICOS Y SOCIALES DE LA COMPETENCIA



---

## 2. ASPECTOS ECONÓMICOS Y SOCIALES DE LA COMPETENCIA

### 2.1. Introducción

Es un hecho ampliamente aceptado, tanto a nivel académico como por parte de la sociedad en general, el que una economía de mercado es el mejor sistema económico que podemos adoptar en la práctica. A nivel teórico se estudian y comparan dos diferentes sistemas económicos: una economía de mercado y un sistema de planificación centralizada. En una economía de mercado las decisiones las toman los diferentes agentes económicos, en función del conjunto de precios existente. Por el contrario, en una economía de planificación centralizada, existe un único agente que toma todas las decisiones económicas en términos de asignación, sin que los precios jueguen ningún papel en el sistema económico. Si no existen distorsiones sobre la determinación de los precios (como por ejemplo, la existencia de impuestos), ambos sistemas económicos llevan al mismo resultado, que además es el óptimo desde el punto de vista del bienestar social. La introducción de distorsiones hace que el resultado, en términos de bienestar, de un sistema de planificación centralizada sea superior al de una economía de mercado.

Sin embargo, los sistemas de planificación centralizada constituyen una herramienta completamente teórica, sin que puedan existir en la realidad. Así, no es posible llevar a cabo una determinada asignación de recursos sin disponer de la información que proporcionan los precios. Es por ello, por lo que el único sistema posible en la práctica sea una economía de mercado, donde la interacción de los agentes dé lugar a la determinación de un conjunto de precios que permita llevar a cabo una asignación eficiente de los recursos. El funcionamiento de un sistema económico es muy complejo y su resultado, en términos de bienestar, está basado en la correcta valoración de los bienes y servicios que se producen y consumen. Es por ello, por lo que la economía de mercado, a pesar de presentar importantes fallos (que en términos generales denominamos fallos de mercado), resulta el único sistema económico que puede existir en la práctica. En la realidad, pueden existir una gran variedad de sistemas de economía de mercado, dependiendo del grado de intervención del Estado en los mercados y de los aspectos institucionales que delimitan la estructura de estos mercados.

Una vez que aceptamos el mercado como estructura básica de funcionamiento en las relaciones económicas, el siguiente paso consiste en determinar qué tipo de mercado es el más eficiente y el que reporta un mayor nivel de bienestar social. Está claro que los precios van a jugar un papel fundamental a la hora de que las asignaciones resultantes sean eficientes, por lo que el mecanismo de fijación de estos precios va a constituir un elemento de gran importancia. Por lo que respecta a los precios que se fijan en los mercados de bienes y servicios, éstos van a depender de las características que presenten dichos mercados y del poder relativo que tengan los diferentes agentes que intervienen en el mismo para influir en los precios resultantes. Es por ello por lo que va a ser de gran importancia determinar cómo influye en el resultado el

poder de mercado de las empresas. Desde este punto de vista, el poder de mercado de las empresas, que supone una desviación de lo que denominamos como competencia perfecta, va a introducir una distorsión sobre los precios que se van a determinar en dicho mercado, y que va a tener efectos negativos sobre el nivel de bienestar social.

En lo que se refiere al funcionamiento de los mercados, el comportamiento y la actuación de las empresas van a depender del contexto en el que desarrollen su actividad. Uno de los objetivos de las empresas, aunque no el único, consiste en la maximización de beneficios y, por tanto, van a tomar aquellas decisiones (inversión, productos, fijación de precios, etc.) que permitan alcanzar dicho objetivo. Estas actuaciones vienen determinadas en gran medida por la estructura del propio mercado en el que operan, tanto en relación a la demanda del bien o servicio que ofrecen como a las empresas competidoras que ofrecen bienes y servicios similares. Así, si operan en un mercado en el que el nivel de competencia es reducido, tenderán a explotar esta situación, a través de la fijación de precios más elevados, lo que va a derivar en una situación ineficiente con pérdidas de bienestar.

Tanto desde el punto de vista académico como de la sociedad en general, existe la percepción de que en la realidad hay mercados que se alejan de forma significativa de lo que debería ser una situación de competencia adecuada y que tienen consecuencias negativas sobre el nivel de eficiencia productiva. En estos casos, está justificada la intervención de las Administraciones Públicas, por cuanto esto supone la existencia de un fallo de mercado que debe ser corregido. Estas intervenciones conforman lo que se ha venido a llamar la Política Industrial o la Política de la Competencia. La política industrial centra sus actuaciones en políticas públicas de apoyo a las empresas o a determinados sectores productivos, a través de subvenciones y/o incentivos para aumentar la capacidad productiva o a la realización de innovaciones, regulaciones para controlar la entrada de nuevas empresas, etc. Por su parte, la política de la competencia se centra en intervenciones para fomentar la competencia y regulaciones para prohibir la existencia de poder de mercado, la valoración de fusiones o adquisiciones de empresas, la prohibición de acuerdos entre empresas para la fijación de precios o el reparto del mercado, etc.

El primer teorema fundamental de la economía del bienestar nos dice que si no hay poder de mercado, la solución de equilibrio es eficiente. La introducción de poder de mercado, tanto por el lado de la demanda como por el lado de la oferta, provoca una pérdida de eficiencia. Una aproximación usada para medir esta pérdida de eficiencia provocada por la existencia de poder de mercado, la podemos realizar a través del denominado triángulo de Harberger (1954), que muestra cómo disminuye el bienestar social como consecuencia de la existencia de poder de mercado y de la fijación de precios distintos a los de competencia perfecta.

En términos generales, la estructura de un mercado la podemos dividir en dos grandes grupos: competencia perfecta y competencia imperfecta. La mayoría de las situaciones reales corresponden, por una gran variedad de motivos, a una situación de competencia imperfecta. Así, la competencia perfecta en los mercados habituales de bienes y servicios únicamente es posible desde un punto de vista teórico. Sin embargo, lo que verdaderamente nos interesa es cuánto de grande es la desviación que muestra un determinado mercado respecto a la situación ideal de competencia perfecta. En este sentido, el término relevante es cuál es el poder de mercado que tienen las empresas para influir en los precios. Así, uno de los requisitos de la competencia perfecta es

que exista un elevado número de empresas operando en el mismo mercado. En la realidad, nos encontramos con muchos mercados que cumplen este requisito, el presentar un elevado número de empresas, pero que se desvían respecto a una situación de competencia perfecta debido a multitud de factores. En términos generales, a estos mercados se les denomina competencia monopolística, que es una situación cercana a la competencia perfecta, pero con la posibilidad de obtener beneficios extraordinarios. Sin embargo, existen otros mercados en el que el número de empresas es más reducido, dando lugar a estructuras oligopolísticas, en las cuales el poder de mercado de estas empresas puede ser muy significativo, teniendo importantes consecuencias sobre la determinación de los precios y, por tanto, sobre el bienestar social resultante.

La estructura de este capítulo es como sigue. En la segunda sección realizamos una revisión de los principales beneficios sociales que se derivan de la existencia de competencia. En la sección tercera nos centramos en el análisis de las implicaciones del poder de mercado de las empresas y sus efectos sobre el bienestar social. Por último, la sección cuarta está dedicada a analizar los factores explicativos de la concentración industrial, así como los diferentes enfoques teóricos utilizados para explicarla. Se analizan aspectos de gran importancia, como la innovación tecnológica, la existencia de economías de escala y la existencia de barreras a la entrada de nuevas empresas.

## **2.2. Beneficios sociales de la competencia**

Tanto desde el punto de vista de la teoría económica, como desde la perspectiva más amplia del público en general, la competencia es vista como un elemento positivo que contribuye a aumentar el bienestar social. Así, los mercados más eficientes y, por tanto, los que reportan un mayor nivel de bienestar, son aquellos en los que existe un mayor grado de competencia entre los diferentes agentes económicos que intervienen en el mismo. No obstante, también existen ciertas situaciones en las cuales esto puede no ser cierto, aunque en la mayoría de los casos sea así. La competencia entre los agentes económicos en un determinado mercado va a generar efectos positivos tanto respecto a los agentes que intervienen en dicho mercado como a la sociedad en general.

La competencia hay que enmarcarla en el contexto más general del comportamiento de los distintos agentes económicos. En términos generales, podemos describir al mercado como un choque entre agentes que tienen diferentes objetivos y que además son contrapuestos. Así, las empresas desearían que el precio de los bienes que producen fuese el más alto posible, mientras que los consumidores desean que dicho precio fuese el más bajo posible. El precio de equilibrio resultante (cuando los consumidores se ponen de acuerdo con los productores) va a depender del poder relativo que tenga cada agente económico. Si el poder relativo de las empresas es alto en relación al de los consumidores, en dicho mercado se fijarán precios altos, que suponen una transferencia de recursos (bienestar) desde los consumidores a las empresas. Por el contrario, si el poder relativo de los consumidores es alto, la situación sería la contraria y la transferencia de recursos iría de las empresas a los consumidores.

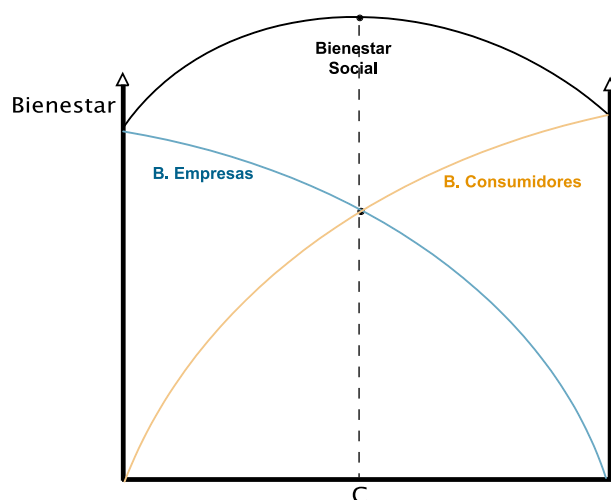
Desde el punto de vista teórico, la única situación que permite maximizar el bienestar social, esto es, la suma del bienestar de los consumidores (que denominamos utilidad o felicidad) más

el bienestar de las empresas (que denominamos beneficios) es precisamente la competencia perfecta. Cualquier desviación de la competencia perfecta supone una transferencia de bienestar de unos agentes a otros, disminuyendo en unos y aumentando en otros, pero con la importante particularidad de que disminuye el bienestar social, es decir, la suma del bienestar de ambos agentes. Esto supone que no todo el bienestar que pierde un agente por las desviaciones de la competencia perfecta se transforma en ganancias de bienestar para los otros agentes. De este modo, la existencia de poder de mercado por parte de algún agente supone una pérdida directa del bienestar social, al realizarse una asignación de recursos que no es eficiente.

En términos gráficos, los efectos del poder de mercado sobre el bienestar son los siguientes. La figura 2.1 muestra el bienestar social como la suma del bienestar de los agentes económicos (consumidores más empresas), así como el bienestar de los consumidores y las empresas en función del grado de poder de mercado de cada uno de ellos. El punto C indica la situación de competencia perfecta, donde no existe poder de mercado por parte de ningún agente. Si nos desviamos a la derecha de este punto nos encontramos con una situación en la cual los consumidores tienen poder de mercado, aumentando su nivel de bienestar pero disminuyendo el nivel de bienestar de las empresas. A la izquierda del punto C, ocurre exactamente lo contrario, aumenta el poder de mercado por parte de las empresas lo que se traduce en un incremento de su nivel de bienestar pero disminuyendo el nivel de bienestar de los consumidores. En la realidad, la situación más común estaría representada por un punto a la izquierda de C, indicando cierto poder de mercado por parte de las empresas.

Como podemos comprobar, el bienestar de los consumidores aumenta cuanto mayor sea su poder de mercado (precios más bajos) pero a costa de disminuir el nivel de bienestar de las empresas. Por el contrario, cuanto mayor es el poder de mercado de las empresas, mayor es su nivel de bienestar (precios altos), pero a costa de reducir el nivel de bienestar de los consumidores. El bienestar social sería la suma del bienestar de los consumidores y de las empresas, que sólo alcanzaría su máximo en la situación de competencia perfecta, donde ningún agente tiene poder de mercado. Cualquier desviación de este punto, es decir, la existencia de poder de mercado, implica una disminución del bienestar social.

**FIGURA 2.1. Poder de mercado y bienestar social**



Este análisis nos indica que no todo el bienestar que pierde un agente, por ejemplo los consumidores, supone un aumento del bienestar del otro agente, las empresas, dando lugar a una pérdida de bienestar social como consecuencia de la existencia de poder de mercado. Por tanto, mayores niveles de competencia que reduzcan el poder de mercado dan lugar a aumentos en el bienestar social<sup>1</sup>. Este efecto negativo del poder de mercado sobre el bienestar social se deriva del hecho de que a medida que nos desviamos de la situación de competencia perfecta disminuye el nivel de eficiencia productiva de la economía, es decir, las asignaciones que se producen no son eficientes.

Volviendo a lo relativo al bienestar social, lo ideal sería una situación en la que ningún agente tenga poder de mercado. Sin embargo, no debemos olvidar que los agentes económicos tienen unos objetivos y que su comportamiento viene determinado en función de dichos objetivos. Así, las empresas tienen como objetivo la maximización de beneficios, por lo que aquellas que están instaladas en un determinado mercado tienen importantes incentivos para limitar la competencia. Cuanto menor sea la competencia, mayores serán sus beneficios. Por tanto, existen incentivos para que los agentes se desvíen de la situación de competencia perfecta, ya que pueden alcanzar ganancias de bienestar individual. Así, podemos encontrarnos con situaciones en las cuales las empresas dedican recursos a aumentar su poder de mercado, por lo que no todos los recursos que pierden los consumidores van a parar a las empresas, que es lo que da lugar a una disminución en el bienestar social.

Es por ello, por lo que los diferentes mercados tienen que estar sometidos a algún tipo de regulación por parte de los poderes públicos, sin que ello entre en contradicción con la existencia de competencia. De hecho, el que defendamos al mercado y a la competencia como el sistema económico más adecuado en el que desarrollar las relaciones económicas, no significa que no tenga que existir una regulación adecuada de los mismos. Más al contrario, es la propia regulación la que garantiza que no se produzcan desviaciones excesivas de la situación de competencia perfecta. Y de hecho, en la mayoría de los casos se alcanza mayores niveles de competencia en un determinado mercado gracias a un mayor grado de regulación del mismo.

### **2.2.1. Efectos positivos de la competencia sobre el comportamiento agregado de la economía**

En el epígrafe anterior hemos analizado los efectos positivos de la competencia sobre el bienestar social, análisis que tiene una base exclusivamente teórica. En este epígrafe vamos a centrarnos en analizar los efectos positivos de la competencia sobre el comportamiento de la economía de una forma más directa, a través del análisis cualitativo del impacto de la competencia sobre el nivel de producción, el empleo, la variedad y la calidad de los bienes y sobre la inversión.

---

<sup>1</sup> En este sentido, cabe mencionar que, según las estimaciones de la Comisión Europea, la lucha contra los cárteles permite ahorrar unos 4.000 millones de euros anuales a los consumidores europeos. Esta cifra fue anunciada en la conferencia: "A renewed commitment to competition policy in Europe", The place of Competition Law in the future Community Legal Order, Bruselas, 8 de noviembre de 2007.

## Aumento en el nivel de producción

En primer lugar, la competencia tiene efectos positivos sobre el nivel de producción de la economía, siendo por tanto un factor incentivador del crecimiento económico. Si realizamos un análisis teórico básico, obtenemos que la mayor cantidad producida de un determinado bien en un mercado sólo se obtiene en una situación de competencia perfecta. En efecto, cuanto menor sea el grado de competencia menor será la cantidad producida, siendo la cantidad de un monopolista la de menor cuantía. Este efecto es consecuencia de la existencia de una curva de demanda con pendiente negativa. Esta pendiente negativa de la función de demanda nos indica dos elementos importantes. En primer lugar, cuanto menor es el precio de un bien, mayor es la cantidad demandada y, por tanto, producida del mismo. Por otro lado, la superficie por debajo de la función de demanda representa el excedente del consumidor, que es mayor cuanto menor es el precio del bien. Este excedente del consumidor es una medida del bienestar de los consumidores.

Cuanto mayor es el poder de mercado de las empresas, mayor es el precio que se fijaría en el mercado, lo que llevaría a una menor cantidad demandada y producida. De este modo, disminuiría el excedente del consumidor, donde una parte del mismo iría de los consumidores a las empresas, con la consiguiente pérdida de bienestar de los primeros y aumento en el bienestar de los segundos, aunque como hemos visto anteriormente, el bienestar social total disminuiría. La introducción de mayor competencia en el mercado actuaría en dirección contraria, aumentando tanto la cantidad demandada como la cantidad producida.

Este sencillo análisis nos revela que fomentar la competencia puede ser un elemento muy importante para aumentar el crecimiento económico y el nivel de producción general de la economía. En efecto, el poder de mercado supone menores niveles de producción respecto a una situación de mayor competencia. Por tanto, si aumentamos el nivel de competencia de un determinado mercado, esto va a suponer que la cantidad producida (y consumida) en dicho mercado aumenta. Si esto lo extendemos a todos los mercados, resulta claro que aumenta el nivel de producción agregado de la economía, como consecuencia del aumento de la competencia.

Estos resultados se han visto apoyados empíricamente, con expansiones y aumentos en la cantidad de bienes en aquellos mercados que se han liberalizado o se han reducido las prácticas limitadoras de la competencia. Estos efectos positivos sobre la producción no sólo se han circunscrito a los propios mercados que han visto aumentar su nivel de competencia, sino que también tienen efectos expansivos sobre la producción del resto de mercados relacionados. Así, se ha comprobado en la práctica cómo la liberalización de un determinado mercado puede tener importantes efectos arrastres incluso sobre el conjunto de la economía.

El efecto positivo de la competencia sobre el nivel de producción de la economía no sólo es un fenómeno de carácter estático, que se va a producir en el momento en el que se alcanzan mayores niveles de competencia sino que va a tener también efectos positivos en el tiempo, es decir a más largo plazo. Esto significa que no sólo produce aumentos en el nivel de producción a corto plazo, sino que también tiene efectos positivos sobre los niveles de producción en el largo plazo, aumentando el crecimiento económico, motivado por otros elementos que

introduce la competencia, como mayores niveles de eficiencia productiva y mayores niveles de inversión. Desde este punto de vista, las políticas de fomento de la competencia pueden ser consideradas como políticas que favorecen el crecimiento potencial a largo plazo de una economía.

### **Aumento en el nivel de empleo**

Del mismo modo que el nivel de competencia tiene efectos positivos sobre el nivel de producción de la economía, también va a tener efectos positivos sobre el nivel de empleo. En este caso los efectos van a depender de la elasticidad del empleo respecto al nivel de producción, elasticidad que varía de forma significativa de un mercado a otro. Tal y como hemos apuntado anteriormente, mayores niveles de competencia tienen su reflejo en mayores niveles de producción. Esto significa un mayor uso de los factores productivos, entre los que se incluye el trabajo.

De nuevo, no sólo debemos de tener en cuenta los efectos positivos a corto plazo sobre el empleo, sino también sus efectos a largo plazo, por cuanto permite aumentar la tasa de empleo de la economía debido al mayor crecimiento potencial.

### **Mayor variedad de productos**

La existencia de mayores niveles de competencia también permite la existencia de una mayor variedad de productos, lo que también tiene efectos positivos sobre el nivel de producción y sobre el desarrollo general de la economía. De hecho, una de las fuentes de crecimiento que apuntan los modelos de crecimiento endógeno es precisamente el aumento en la variedad de los bienes que se producen en una economía. La competencia incentiva a las empresas a la creación de nuevos bienes, para diferenciarlos de sus competidores. Este proceso de creación de nuevos productos no existiría en contextos donde exista un bajo nivel de competencia.

De este modo, la mayor variedad en los productos y el aumento en la misma es uno de los elementos que definen el crecimiento económico. El aumento en la producción de una economía no sólo se refiere al aumento en la cantidad de bienes que se estaban produciendo, sino que fundamentalmente se refiere a la introducción de nuevos bienes. En este sentido, la competencia juega un papel fundamental al incentivar el proceso innovador que lleva a la introducción de nuevos productos. Cuanto mayor sea el nivel de competencia en un determinado mercado, mayor es el incentivo a la introducción de nuevos productos para ganar cuota de mercado y diferenciarlos de los productos de los competidores.

La mayor variedad de productos tiene también efectos adicionales positivos sobre el bienestar social, al aumentar las posibilidades de elección de los consumidores y al cubrir una mayor cantidad de necesidades de los mismos.

### **Aumento en la calidad de los bienes**

De forma adicional al aumento en las variedades del producto, la competencia también tendría efectos positivos sobre la calidad de los bienes y servicios que se producen en el mer-

cado. En efecto, la existencia de competencia limita el comportamiento estratégico de las empresas para influir en el mercado, ya que no pueden condicionar el precio, por lo que éstas tienen que tomar decisiones que les permitan alcanzar situaciones ventajosas. Esto pueden conseguirlo a través de aumentos en la calidad de los bienes que producen. De nuevo, este criterio va a introducir una diferenciación del producto, respecto al que producen las empresas competidoras.

Aunque puedan existir situaciones en las cuales la competencia pueda llevar a una disminución de la calidad de los bienes en aquellos mercados en los cuales la elasticidad precio de la demanda sea muy elevada, ocurriría lo contrario en términos generales. En efecto, la mayor competencia presiona a la baja los precios de los productos. En aquellos mercados en los cuales la elasticidad precio de la demanda sea muy elevada, las empresas intentarán competir bajando precios lo máximo posible, sin atender a los criterios de calidad.

No obstante, la mayor competencia no sólo implicaría mejoras en el precio de los productos, sino que también supondría en la mayoría de los casos aumentos en la calidad de los mismos, ya que las empresas tenderían a competir tanto en precios como en calidad. De nuevo, la evidencia empírica disponible permite apoyar estos resultados, observándose importantes aumentos en la calidad de los bienes y servicios producidos en aquellos mercados en los cuales se ha introducido un mayor nivel de competencia.

### **Mayores niveles de inversión**

Otro aspecto a tener en cuenta son los efectos de la competencia sobre la inversión. El mayor nivel de competencia en un determinado mercado posibilita la entrada de nuevas empresas, por lo que aumentaría el nivel de inversión. Pero también las empresas que ya están instaladas aumentarían su nivel de producción, lo que requeriría, en cierto grado, también mayores inversiones. De este modo, la competencia no sólo tendría efectos positivos sobre el nivel de producción, sino también sobre los volúmenes de inversión.

Los efectos cuantitativos de la competencia sobre la inversión van a depender fundamentalmente de si estos efectos son transitorios o permanentes. Así, la introducción de mayores niveles de competencia en un determinado mercado nos llevaría a mayores niveles de inversión para aumentar la producción y hacer frente al nuevo entorno competitivo. El efecto sobre la inversión total dependerá del efecto arrastre sobre el resto de sectores de la economía. Sin embargo, la cuestión principal es si estos efectos positivos sobre la inversión tienen un efecto transitorio, desapareciendo una vez el mercado se adapte a la nueva situación de mayor competencia, o por el contrario, si dichos efectos van a perdurar en el tiempo.

En términos generales podemos esperar que los efectos positivos sobre la inversión de los mayores niveles de competencia no sólo se produzcan en el corto plazo, sino que también perduren a más largo plazo. Así, el nuevo entorno más competitivo exigirá mayores volúmenes de inversiones por parte de las empresas para mantenerse en el mercado, lo que provocará mayores niveles de inversión de forma continuada en el tiempo.

## **Disminución de las presiones inflacionistas**

Otro de los efectos positivos que se derivan del mayor grado de competencia es que reducen las presiones inflacionistas sobre la economía. Tal y como hemos comentado anteriormente, el poder de mercado tiene importantes consecuencias tanto sobre la producción de bienes como sobre el precio de los mismos. Cuanto menor sea el grado de competencia en un determinado mercado, éste se mueve hacia situaciones en las que la producción es menor y el precio es mayor. Por tanto, la competencia también tiene efectos sobre la determinación de precios así como sobre las variaciones en los precios.

Desde este punto de vista, mayores niveles de competencia van a dar lugar a menores tensiones y a que las empresas aumenten los precios. Así, en mercados en los cuales el nivel de competencia entre empresas sea muy elevado, los precios van a ser relativamente estables, dado que las empresas no van a estar dispuestas a cambiar de forma importante los precios de sus bienes. Este hecho no sólo es importante desde una perspectiva estática, esto es, del nivel de precios que se fija en un momento dado del tiempo, sino que también va a resultar de gran relevancia desde el punto de vista dinámico, por cuanto también implica una evolución temporal más estable de los precios. Así, es de esperar que los niveles de inflación (aumentos en los precios) sean menores en aquellos mercados que presentan un mayor nivel de competencia frente a aquellos mercados en los cuales el poder de las empresas sea elevado.

Los efectos de la competencia sobre los precios y la dinámica de los mismos, constituye un aspecto de gran relevancia a nivel teórico y que ha sido constatado empíricamente en multitud de ocasiones. Así, se observa cómo los aumentos de precios son superiores en aquellos sectores que tienen un bajo nivel de competencia, mientras que dichos aumentos son mucho más moderados en sectores que están abiertos a un elevado nivel de competencia. Este hecho es lo que explica la diferente evolución de la inflación entre los sectores industriales y los sectores de servicios. Tradicionalmente, los sectores industriales muestran un elevado grado de competencia, lo que supone un elemento moderador muy importante a la hora de aumentar los precios. Por el contrario, muchos mercados del sector servicios, tiene un grado de competencia muy reducido, lo que provoca que puedan realizarse aumentos significativos en los precios. Así, no es de extrañar que cuando se comparan los índices de precios en una economía se observe que estos aumentan mucho más rápido en los sectores de servicios que en los sectores industriales.

## **Aumento en el nivel de eficiencia productiva**

Por último, otro de los efectos positivos de la competencia, y que va a tener importantes efectos sobre el crecimiento potencial de una economía, son los que se derivan sobre la eficiencia productiva. Mayores niveles de competencia en un determinado mercado dan lugar a un mayor nivel de eficiencia productiva del mismo.

En efecto, la competencia en un determinado mercado va a provocar que las empresas que operan en él tengan que intentar alcanzar los mayores niveles de eficiencia productiva posible. Aquellas empresas con bajos niveles de eficiencia productiva, en un contexto de alta competencia, o bien mejoran su nivel de eficiencia o bien tienen que abandonar el mercado.

En este sentido, la competencia es un elemento que provoca irremediabilmente la salida del mercado de aquellas empresas menos eficientes, al tiempo que promueve la eficiencia entre las empresas que continúan operando en dicho mercado. Así, la competencia actuaría como un mecanismo de selección natural, haciendo que sobrevivan únicamente las empresas con mayores niveles de eficiencia productiva y eliminando las empresas menos eficientes.

El efecto de la competencia sobre el nivel de eficiencia productiva tiene importantes consecuencias en el largo plazo. Así, la senda de crecimiento a largo plazo de la economía, lo que denominamos nivel de crecimiento potencial, depende únicamente del nivel de eficiencia productiva de la economía. Cuanto mayor es el nivel de eficiencia productiva, mayores son las posibilidades de crecimiento en el largo plazo, ya que aumenta la tasa de crecimiento potencial de la economía. De este modo, la competencia puede ser uno de los motores del crecimiento económico, a través de sus efectos sobre el nivel de eficiencia.

Desde este punto de vista, las políticas para el fomento de la competencia no sólo tendrían efectos instantáneos sobre el comportamiento de la economía, sino que estaría determinando la senda futura de crecimiento de dicha economía, cuyos efectos positivos no sólo aparecerían en el corto plazo, sino que también continuarían influyendo en el largo plazo. En este sentido, las políticas de fomento de la competencia podrían ser importantes instrumentos para aumentar el nivel de eficiencia productiva de la economía y así aumentar las posibilidades de crecimiento futuro. De forma adicional, estas políticas podrían reducir e incluso eliminar la existencia de desequilibrios persistentes en determinados mercados, que afectan negativamente al comportamiento agregado de la economía, desequilibrios que no serían persistentes en el tiempo si aumentara el nivel de competencia en estos mercados.

### **2.2.2. Situaciones en las que la competencia debe limitarse**

En el epígrafe anterior hemos puesto en evidencia los efectos positivos que se derivan de la competencia. Sin embargo, aunque esto sea una regla casi general, existen importantes excepciones en las cuales la competencia perfecta no es la situación óptima. Así, es necesario hacer referencia a determinadas situaciones en las cuales la limitación a la competencia favorece la eficiencia productiva y el bienestar social. En términos teóricos, a estas situaciones se les denomina Monopolio Natural, haciendo referencia a una situación originada por una gran variedad de factores en la que la competencia no sólo no tiene efectos positivos, sino que por el contrario generaría efectos negativos sobre la economía.

La existencia de economías de escala en la tecnología productiva que se utiliza en un determinado mercado constituye la base de la existencia de monopolios naturales. Existen economías de escala en un mercado cuando el coste medio de producción es decreciente a medida que aumenta la cantidad producida. Estas situaciones se dan principalmente en mercados donde los costes fijos son muy elevados, junto con la existencia de un coste marginal constante. En estos mercados, el tamaño de las empresas viene determinados por estos factores, resultando la necesidad de que exista cierto poder de mercado por ser la situación más eficiente.

En estos casos existe una situación en la cual la competencia tiene aspectos negativos y positivos, dando lugar a lo que la literatura denomina el trade-off de Williamson (Williamson, 1968). Este efecto refleja situaciones en las cuales la introducción de la competencia en un determinado mercado provoca una disminución en el bienestar social. Esto va a ocurrir en mercados donde los costes fijos son muy elevados. En estas situaciones la entrada de nuevas empresas llevará a situaciones donde las ganancias de bienestar de los consumidores generadas por la mayor competencia y los menores precios sean muy inferiores a las pérdidas de bienestar de las empresas debido a los altos costes fijos, provocando una disminución en el bienestar social.

Otra situación en la cual la competencia podría tener efectos negativos es en el caso de sectores que sean intensivos en I+D. En estos sectores, las empresas tienen que gastar muchos recursos en la investigación de nuevos procesos productivos y de nuevos productos. Sin embargo, estas decisiones de inversión sólo la realizarían si esperan conseguir mayores beneficios futuros. Obviamente, estos mayores beneficios futuros tienen que ser tales que compensen la inversión realizada, por lo que están asociados a la existencia de un cierto poder de mercado por parte de estas empresas.

Por último, también hemos de hacer referencia a la existencia de bienes públicos, como un caso especial en el cual tampoco resulta eficiente la existencia de competencia. La existencia de este tipo de bienes, a diferencia de los bienes privados, supone que su coste marginal es cero, por lo que deben ser producidos y ofrecidos fuera del mercado, por lo que los aspectos relacionados con la competencia no serían aplicables en este caso.

### **2.3. Poder de mercado y competencia**

El poder de mercado lo podemos definir como la capacidad de algunas empresas para modificar determinadas condiciones de funcionamiento del mercado, con el objetivo último de influir sobre el vector de precios de equilibrio que resultaría de las fuerzas competitivas. En efecto, las empresas que operan en un determinado mercado tienen como objetivo último alcanzar los mayores beneficios posibles. Este objetivo es común a todos los agentes económicos y lo único que les diferencia es la función objetivo que pretenden maximizar. Para alcanzar este objetivo actúan estratégicamente, intentando que la situación del mercado les sea lo más favorable posible. Si no existe poder de mercado, esto significa que las empresas no pueden condicionar con sus acciones el resultado del mercado, en términos del precio resultante. En otras palabras, no tienen posibilidad de manipular dicho precio a su favor.

Por el contrario, la existencia de poder de mercado permite a las empresas influir en el equilibrio resultante a través de sus decisiones estratégicas. Obviamente, este poder lo van a utilizar en su propio beneficio, con el objetivo de alcanzar los mayores beneficios posibles. Así, el poder de mercado de las empresas se va a traducir en unos precios para los bienes que producen superiores a los que existirían en competencia perfecta. Cuanto mayor sea el poder de mercado, mayores serán los precios que se fijarán en el mercado. Sin embargo, este poder de mercado se va a traducir en un aumento de la ineficiencia productiva.

Si no existiese poder de mercado, entonces el vector de precios de equilibrio resultante sería un equilibrio eficiente y se cumpliría el primer teorema del bienestar. El primer teorema del bienestar nos dice que todo equilibrio competitivo es un óptimo de Pareto, en el sentido de que no podemos alterar las asignaciones resultantes sin que disminuya el bienestar de algún agente.

En competencia perfecta, el precio de equilibrio sería igual al coste marginal, es decir, igual al coste de la última unidad producida. Esto no es cierto en el caso de que nos desviemos de la competencia perfecta. Por tanto, el poder de mercado de las empresas no sólo supone un trasvase de recursos de unos agentes a otros, sino que generan una situación ineficiente que disminuye el nivel de bienestar de la economía en su conjunto. Son precisamente estos efectos negativos derivados de la existencia de poder de mercado los que hacen que la competencia sea una situación deseable desde el punto de vista del bienestar social.

Las consecuencias de la existencia de poder de mercado las podemos cuantificar en términos de las pérdidas netas de eficiencia. Un instrumento habitualmente utilizado en la literatura para analizar estas pérdidas de eficiencia provocadas por la existencia de poder de mercado por parte de las empresas es el denominado triángulo de Haberger (1954). El triángulo de Haberger o también denominado triángulo de ineficiencia, consiste en comparar la situación de competencia perfecta, con una situación en la que existe poder de mercado por parte de las empresas. El poder de mercado lo podemos medir en términos de la diferencia entre el precio de mercado de un bien, y el coste de producción del mismo. Tal y como hemos indicado anteriormente, en competencia perfecta el precio que fijaría el mercado para un determinado bien sería equivalente a su coste marginal, esto es, el coste que supone la última unidad de bien producida. El poder de mercado incrementaría el precio del bien por encima de su coste marginal, por lo que se produciría una transferencia de recursos de los consumidores a las empresas que tienen dicho poder de mercado, ya que los consumidores pagarían más por el mismo bien. En este caso, el problema simplemente se circunscribiría a un mero efecto redistributivo de los recursos como consecuencia de las desviaciones de la competencia perfecta. Los consumidores tendrían que pagar un precio mayor y los ingresos de las empresas serían superiores, generando beneficios extraordinarios.

Sin embargo, esto no es cierto, ya que no sólo se produce un efecto redistributivo de los recursos, sino que disminuye el nivel de eficiencia productiva, debido a los efectos distorsionadores que provoca la existencia de poder de mercado. Si sólo existiese el efecto redistributivo, el bienestar de los consumidores disminuiría pero aumentaría el de las empresas en la misma proporción, por lo que no cambiaría el nivel de bienestar total de la economía. Sin embargo a este efecto redistributivo tenemos que añadirle el efecto negativo que genera sobre la eficiencia productiva, lo que va a dar lugar a una pérdida de bienestar social.

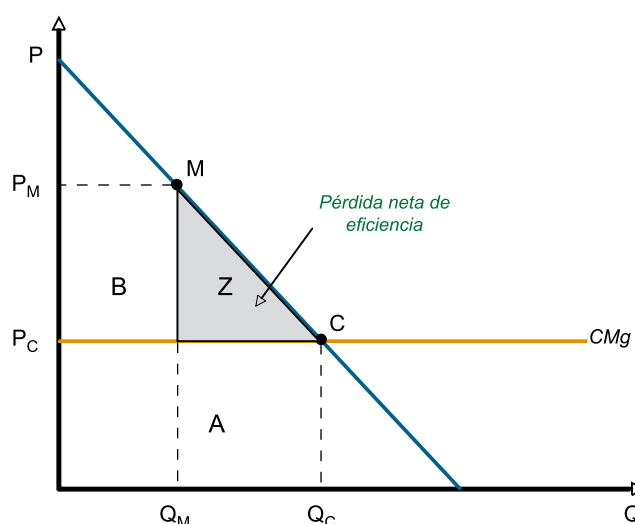
En la figura 2.2 tenemos representados los efectos del poder de mercado a través de la medición del triángulo de Haberger. En dicha figura tenemos presentada la función de demanda de un determinado bien, que tiene pendiente negativa, junto con su coste de producción que suponemos es el mismo por unidad de producción. Esto significa que suponemos que el coste marginal permanece constante. Por tanto, la situación de competencia perfecta vendría dada por aquella situación tal que el precio del bien es igual a su coste marginal ( $P=CMg$ ), que

en la figura viene dada por el punto C. En este punto, las cantidades que se producen del bien son las máximas posibles, mientras que su precio es el mínimo posible.

Supongamos ahora que existe una situación de poder de mercado, que le permite a la empresa fijar un precio superior al coste de producción, que viene representado por el punto M. Si comparamos ambas situaciones observamos que el poder de mercado permite a la empresa fijar un precio superior al de competencia perfecta al mismo tiempo que el mercado fijaría una cantidad del bien inferior, dada la pendiente negativa de la función de demanda. El paso del punto C al punto M supone una transferencia de recursos de los consumidores a las empresas. Así, los consumidores perderían una cantidad de recursos que viene dada por el área A, mientras que las empresas ganarían una cantidad de recursos equivalente al área B. A esta diferencia es a la que denominamos efecto redistributivo, que mide la transferencia de recursos que se produce de los consumidores a las empresas como consecuencia de la falta de competencia.

Sin embargo, los consumidores perderían una cantidad de recursos que no irían a parar a las empresas en su totalidad. Esta pérdida, que refleja una disminución en el excedente del consumidor, representada por el área triangular Z, supone la existencia de una pérdida neta de eficiencia como consecuencia de la existencia de poder de mercado. Esto es debido a que esta disminución del excedente del consumidor se pierde, sin que la empresa salga beneficiada del mismo, ya que se reduce la dimensión del mercado. De este modo, este análisis muestra cómo la falta de competencia tiene efectos negativos sobre el nivel de bienestar social, debido a la disminución que se produce en la eficiencia productiva.

**FIGURA 2.2. Poder de mercado y pérdida de eficiencia**



En términos generales, el poder de mercado va a tener efectos negativos sobre la economía en relación a los siguientes aspectos:

- Disminuciones en el bienestar.
- Pérdida de recursos en actividades no productivas y en prácticas no éticas.
- Disminución en la eficiencia productiva.

En primer lugar, tal y como hemos visto anteriormente, el poder de mercado se va a traducir en una pérdida de bienestar. Esta pérdida de bienestar viene determinada por la transferencia que se produce desde los consumidores a las empresas. En efecto, en una situación en la que existe poder de mercado, parte del excedente de los consumidores se lo apropian las empresas, pero parte de este excedente desaparece de la economía, como consecuencia de la pérdida de eficiencia. Por otro lado, el poder de mercado da lugar a situaciones en las cuales las empresas utilizan sus recursos en actividades no productivas e incluso en actividades que afectan negativamente a la eficiencia productiva, con el objeto de alcanzar mayor poder de mercado. Así, nos podemos encontrar con situaciones en las cuales las empresas dedican una gran cantidad de recursos a prácticas que permitan alcanzar mayor poder de mercado o disminuir el nivel de competencia, incluso a través de actuaciones de ética dudosa, cuando no incluso de prácticas ilegales. Estas actuaciones suponen una pérdida de recursos de la economía, afectando por tanto negativamente tanto a la eficiencia productiva como al bienestar social.

No obstante, determinadas situaciones de poder de mercado también tienen aspectos positivos. Estos surgen en las situaciones de monopolio natural, como se ha indicado anteriormente. En este caso, existen condicionantes tecnológicos o de estructura de mercado tales que existen importantes economías de escala o la existencia de costes medios decrecientes. Se trata de mercados en los cuales los costes fijos que tienen que soportar las empresas son muy elevados. En estos casos el análisis anterior se invertiría, ya que la introducción de un mayor nivel de competencia en este tipo de mercados tendría un efecto negativo sobre la eficiencia productiva y sobre el bienestar social, dando lugar a los mismos efectos que se producirían en un mercado donde no se den situaciones de monopolio natural, ante la falta de competencia.

Por otra parte, también existen elementos positivos derivados de la ganancia en eficiencia dinámica, provocados por la expectativa de monopolizar un determinado mercado. De nuevo nos encontramos con situaciones como aquellas industrias o sectores que son altamente intensivos en I+D. En este caso, la falta de competencia produce una pérdida de eficiencia estática en el corto plazo, mientras que tiene efectos positivos sobre la eficiencia productiva en el largo plazo, ya que posibilita que se lleven a cabo estas inversiones en I+D, que de haber un mayor nivel de competencia no se llevarían a cabo al no ser rentables.

El poder de mercado lo podemos medir a través del denominado índice de Lerner. Este índice representa una medida del poder de mercado que tienen las empresas que operan en un determinado mercado y que se traduce en la capacidad por parte de las mismas de fijar unos precios superiores a los costes de producción, generando la existencia de beneficios de carácter extraordinario, en comparación con los que obtendrían en una situación de competencia perfecta.

El índice de Lerner se calcularía como:

$$L = \frac{P - CMg}{P}$$

donde  $P$  es el precio del bien y  $CMg$  es el coste marginal. Este índice tomaría valores entre 0 y 1. Tomaría un valor igual a 0 en el caso de que exista competencia perfecta, dado que en esta

situación el precio es igual al coste marginal ( $P=CMg$ ). Por su parte, el valor de este índice tendería a 1 cuando la diferencia entre el precio del bien y el coste marginal fuese muy elevada, indicando una situación de monopolio.

Se puede demostrar que el índice de Lerner es igual a:

$$L = \frac{H\phi}{\varepsilon}$$

donde  $H$  es el índice de concentración de Herfindahl (que definiremos en el próximo capítulo), y que se calcula como la sumatoria de las cuotas de mercado de las empresas al cuadrado,  $\phi$  es un parámetro que indica la solución de mercado, tomando valor cero en el caso de una solución de Bertrand y 1 en el caso de una solución de Cournot y  $\varepsilon$  es la elasticidad de la demanda. De este modo, obtenemos una relación entre el poder de mercado y la concentración empresarial o industrial existente en un determinado mercado. La concentración industrial hace referencia a la distribución en el tamaño de las empresas que operan en un determinado mercado. Así, resulta que el tamaño de las empresas constituye un elemento fundamental para determinar el comportamiento de éstas y sus efectos sobre el mercado en el que desarrollan su actividad.

Los análisis empíricos que intentan determinar el nivel de competencia existente en un determinado mercado están basados fundamentalmente en el cálculo de alguna medida de concentración industrial, dadas las dificultades existentes a la hora de calcular el poder de mercado por parte de las empresas. En efecto, para calcular el poder de mercado de las empresas necesitamos conocer la elasticidad de la demanda, así como las dificultades para estimar el valor del parámetro  $\phi$ . Por este motivo, en la práctica se usan diferentes medidas de concentración industrial, que serán definidas en el siguiente capítulo y que pueden ser aplicadas de forma directa con unos mínimos requerimientos de información.

## 2.4. Factores explicativos de la concentración industrial

En las economías actuales nos encontramos con la existencia de una gran cantidad de mercados, que producen una enorme variedad de bienes y servicios, y que utilizan tecnologías y procesos productivos muy diferentes. Esto da lugar a una gran variedad de estructuras de mercados, donde el número de empresas y las características de las mismas son muy diferentes entre ellos. Podemos afirmar que cada mercado o sector se caracteriza por una estructura particular, que viene determinada por el comportamiento de los agentes que intervienen en el mismo. En una gran cantidad de estos mercados, se observa una tendencia a producirse importantes desviaciones respecto al entorno competitivo. Así, en determinados mercados observamos claramente el fenómeno de la concentración industrial, por el cual la producción de un determinado bien se encuentra concentrada en manos de un reducido número de empresas. Por el análisis realizado anteriormente, esta concentración industrial refleja, en la mayoría de casos, la existencia de poder de mercado por parte de las empresas y, por tanto, limitaciones a la competencia en estos mercados.

Desde el punto de vista de la Teoría Económica, la competencia perfecta sería el estado natural al que tienden los mercados. Sin embargo, en la realidad esto no es cierto, debido a un conjunto de elementos inherentes a determinados mercados. Así, existen diferentes explicaciones del porqué se producen las desviaciones respecto a la competencia perfecta y aparecen situaciones de concentración industrial. Las de mayor relevancia son las cuatro siguientes:

1. Economías de escala.
2. Enfoque estocástico.
3. La destrucción creativa.
4. Las barreras a la entrada.

A continuación vamos a describir sucintamente estos cuatro factores o explicaciones de la concentración industrial.

#### **2.4.1. Economías de escala**

Según este razonamiento, la concentración de un mercado en un determinado periodo de tiempo viene dada por la existencia de economías de escala, que dan lugar a que las empresas alcancen un determinado tamaño eficiente desde el punto de vista de los costes. Sin embargo, esto no implicaría por sí solo desviaciones respecto a la competencia perfecta, puesto que aquellas empresas más eficientes producirían a un menor precio, eliminando al resto de empresas. Sin embargo, la existencia de estas economías de escala podría dar lugar a mercados con muy pocas empresas y, por tanto, con poder de mercado para las mismas. La combinación con otros factores como periodos de tiempo elevados de instalación o barreras a la entrada, sí que daría lugar a situaciones que podrían provocar un reducido nivel de competencia.

En la realidad observamos la existencia en un mismo mercado de empresas de muy distinto tamaño y con estructuras de costes también muy distintas, y que sin embargo operan de forma simultánea en dicho mercado. Esto dificulta la valoración del nivel de competencia efectivo que existe en dichos mercados. No obstante, independientemente de la existencia de economías de escala y de la importancia de éstas, una mayor concentración industrial está asociada a un menor nivel de competencia.

La heterogeneidad en el tamaño de las empresas que se observa en un determinado mercado viene explicada por la existencia de una gran cantidad de factores que influyen en el tamaño de las empresas. Así, nos encontramos con situaciones en las cuales las empresas pueden producir un mismo bien con una gran variedad de tecnologías. Cada una de estas tecnologías lleva asociado un determinado tamaño de las empresas. De este modo, existirían tecnologías que llevan asociado un elevado tamaño de la empresa, mientras que otras tecnologías llevarían asociados tamaños mucho menores. Esta variedad tecnológica puede dar lugar a situaciones de concentración industrial sin que estén provocadas, a priori, por situaciones de poder de mercado.

Otra explicación de las diferencias en tamaño entre empresas viene dada por el uso de diferentes técnicas productivas en relación a la intensidad en el uso de los factores productivos. Así, pueden existir empresas intensivas en el uso del factor productivo capital, mientras que otras empresas sean más intensivas en el uso del factor productivo trabajo, dando lugar también a tamaños diferentes.

### **2.4.2. Enfoque estocástico**

Según este enfoque, existe una gran cantidad de factores que inciden en las decisiones de las empresas, lo que imposibilita el uso de un análisis determinista siendo necesaria, por tanto, recurrir al análisis estocástico. En este enfoque existe un componente aleatorio, que va a influir en el comportamiento de un determinado mercado y en el tamaño de las empresas que operan en él.

El modelo más simple supone que todas las empresas se enfrentan a una determinada distribución de probabilidad de crecimiento proporcional que es independiente de su tamaño. A esta hipótesis es a la que se denomina Ley del efecto proporcional. En este contexto, resulta que existe una tendencia de crecimiento más rápida en las empresas que ya tienen un mayor tamaño, lo que hace que la concentración del mercado tienda a aumentar de forma persistente a lo largo del tiempo.

Uno de los factores más importantes que determinan este comportamiento diferencial de las empresas reside en las cualidades de sus equipos directivos. Así, la mayor calidad de los equipos directivos provoca un mayor crecimiento de la empresa, lo que da lugar a un aumento en la concentración industrial. Por tanto, la concentración industrial surgiría por que las empresas son heterogéneas en relación a la calidad de sus equipos directivos, lo que provoca un crecimiento también diferente en relación a sus cuotas de mercado.

### **2.4.3. La hipótesis de la destrucción creativa**

A largo plazo, el crecimiento de una economía viene determinado por el progreso tecnológico. La hipótesis de la destrucción creativa, avanzada originalmente por Schumpeter, concede a la innovación el papel clave en la determinación del comportamiento de las empresas. Así, el diferente grado de innovación de las diferentes empresas va a dar lugar a ventajas competitivas diferentes, que determinan un crecimiento también distinto entre las empresas, resultando en tamaños diferentes y en la concentración industrial. De este modo, aquellas empresas más innovadoras son las que tendrán mayor tamaño, mientras que las menos innovadoras tendrán un tamaño muy inferior o bien terminarán saliendo del mercado.

En el funcionamiento de los mercados observamos que de forma continua aparecen nuevos productos que antes no existían, o bien cambia la carga tecnológica de productos ya existentes. Esto hace que los mercados estén en una situación continua de cambio y transformación, que también va a afectar al número y tamaño de empresas existentes. La innovación continua en productos provoca que la situación de competencia sea compleja en este tipo de merca-

dos, que son la mayoría. Precisamente, las innovaciones y los cambios tecnológicos constituyen un motivo importante de desviación del equilibrio competitivo.

En cualquier caso, las situaciones de poder de mercado en estos mercados son limitadas en el tiempo. Así, la empresa innovadora obtendría una situación inicial de poder de mercado, al ser la que produce el nuevo bien o la que lo produce de la forma más eficiente. Sin embargo, con el paso del tiempo, el resto de empresas se irían adaptando a esta nueva situación, bien produciendo el nuevo bien o adoptando la nueva tecnología productiva, por lo que el mercado volvería de nuevo a un equilibrio competitivo, hasta que apareciese de nuevo otro proceso innovador.

En los mercados con alto grado de innovación, por tanto, el resultado de equilibrio se alejaría de forma permanente de la competencia, dando lugar a situaciones donde las empresas presentan un alto grado de poder de mercado. Sin embargo, en muchos casos esto no puede considerarse como una situación en la que la competencia esté limitada y habría que intervenir para incentivarla, sino que está reflejando una situación en la cual las empresas adquieren poder de mercado de forma transitoria, siendo mercados muy dinámicos, donde las empresas que detentan el poder de mercado van cambiando con el paso del tiempo.

En este contexto, las desviaciones de la competencia las debemos entender como una situación natural del mercado, producto de las innovaciones que se producen en el mismo. La única situación negativa en este contexto es la de los denominados monopolios tecnológicos, como la que se da actualmente en el caso de los sistemas operativos de los ordenadores. Así, cuando una empresa introduce una innovación, adquiere poder de mercado. Dicho poder de mercado sólo puede conservarlo si continua produciendo innovaciones, algo que resulta difícil en la práctica, ya que también el resto de empresas producirán innovaciones. El monopolio tecnológico hace referencia a una situación en la cual la innovación realizada por una empresa, la hace adquirir un gran poder de mercado y para conservar dicho poder de mercado termina compitiendo consigo misma, por lo que está obligada a realizar innovaciones de carácter ficticio. Ante este hecho, el equilibrio del mercado no vuelve a la situación competitiva, sino que puede perpetuarse la situación de monopolio, por lo que en este caso sí que se convertiría en un mercado donde la competencia sería excesivamente baja, con sus correspondientes efectos negativos.

#### **2.4.4. Las barreras a la entrada**

Un factor adicional que va a influir en la estructura de mercado y en el tamaño de las empresas que operan en un mercado es la existencia de barreras a la entrada de nuevas empresas. La estructura de competencia de un determinado mercado está directamente relacionada con la existencia de barreras a la entrada de nuevas empresas. En términos generales, hablamos de la existencia de barreras a la entrada en un mercado cuando, en el largo plazo, las empresas que ya están instaladas presentan poder de mercado, en el sentido de que pueden fijar precios por encima del coste medio, sin que tenga como consecuencia la entrada de nuevas empresas. Este hecho se produce cuando existen unos elevados costes fijos o costes hundidos a los que tienen que hacer frente las nuevas empresas entrantes, pero en los que no tienen que incurrir las empresas ya instaladas.

En términos generales la no existencia de barreras a la entrada de empresas en un determinado mercado es considerada como una condición necesaria para que exista eficiencia económica. Así, un mercado con barreras a la entrada de nuevas empresas presentaría un nivel bajo de eficiencia productiva, dado que no es posible la entrada de nuevas empresas más competitivas. Adicionalmente, sería un mercado con escasos incentivos a la innovación y a la adopción de nuevas tecnologías productivas, ya que el nivel de competencia se encuentra limitado por las barreras a la entrada.

Las barreras a la entrada pueden ser exógenas o endógenas. Así, por ejemplo, la existencia de importantes costes fijos por la necesidad de disponer de un tamaño mínimo eficiente, supone la existencia de una barrera a la entrada exógena al propio mercado. Sin embargo, en otros casos las barreras a la entrada pueden ser endógenas, es decir, determinadas por el propio mercado o por las empresas que operan en él. Este puede ser el caso de los gastos en publicidad. Así, las empresas que operan en un determinado mercado pueden tener importantes gastos en publicidad, gastos que dificultan la entrada de nuevas empresas ya que también tendrían que dedicar grandes recursos a la publicidad. Desde el punto de vista de la competencia, las barreras a la entrada exógenas vendrían dadas por factores tecnológicos y no condicionadas por el comportamiento de las empresas. Por el contrario, las barreras a la entrada de carácter endógeno están provocadas por las propias empresas que operan en un determinado mercado con el objeto de mantener su poder de mercado, por lo que tendrían mayores efectos negativos sobre el nivel de competencia.

## Referencias

Harberger, A. (1954): Monopoly and resource allocations. *American Economic Review*, 44, 77-87.

Williamson, O. (1968): Economies as an *Antitrust* Defense. *American Economic Review*, 48, 18-31.

