

Comportament i regulació dels mercats

Maria Callejón
Pau Cortadas Guasch
M. Teresa Costa Campi
Agustí Segarra Blasco

PID_00194108

Material docent de la UOC


Maria Callejón

Coordinadora. Doctora en Economia per la Universitat de Barcelona i professora titular del Departament de Política Econòmica i Estructura Econòmica Mundial de la Universitat de Barcelona. Membre del grup de recerca "Polítiques públiques i regulació econòmica". La seva trajectòria docent i de recerca s'ha centrat primordialment en les àrees d'organització industrial, política industrial, teoria de la política econòmica i economia del sector públic. Autora d'articles i llibres relacionats amb l'organització industrial, la innovació tecnològica, la localització productiva i la intervenció pública en economia. Participa en xarxes de recerca internacionals i en projectes de la Unió Europea.


Pau Cortadas Guasch

Llicenciat en Ciències Econòmiques per la Universitat de Barcelona i màster en Societat del coneixement. Professor de Teoria econòmica als Estudis d'Economia i Empresa. Interessos de recerca: economia del treball en l'era de les TIC.


M. Teresa Costa Campi

Doctora en Ciències Econòmiques i catedràtica d'Economia Aplicada. Forma part del Consell de Redacció de la *Revista de Economia Aplicada*. Els seus treballs més recents tracten dels sistemes productius locals, la localització industrial i l'organització de l'empresa, i han estat publicats a l'OCDE, *Información Comercial Española*, *Economía Industrial*, *Revue Internationale PME* i *Urban Studies*.


Agustí Segarra Blasco

Llicenciat en Ciències Econòmiques per la Universitat de València i doctor en Economia per la Universitat de Barcelona. Professor titular d'Economia Aplicada a la Universitat Rovira i Virgili i director del Centre de Documentació Europea d'aquesta universitat. La seva recerca s'ha centrat en la història econòmica, l'economia industrial i la geografia econòmica. Ha publicat articles a *Revista de Economía Industrial*, *Revista de Economía Aplicada*, *Información Comercial Española* i *Revista Econòmica de Catalunya*.

L'encàrrec i la creació d'aquest material docent han estat coordinats pel professor: Pau Cortadas Guasch (2013)

Primera edició: març 2013

© Maria Callejón, Pau Cortadas Guasch, M. Teresa Costa Campi i Agustí Segarra Blasco

Tots els drets reservats

© d'aquesta edició, FUOC, 2013

Av. Tibidabo, 39-43, 08035 Barcelona

Disseny: Manel Andreu

Realització editorial: Eureka Media, SL



Els textos i imatges publicats en aquesta obra estan subjectes –llevat que s'indiqui el contrari– a una llicència de Reconeixement-NoComercial-SenseObraDerivada (BY-NC-ND) v.3.0 Espanya de Creative Commons. Podeu copiar-los, distribuir-los i transmetre'ls públicament sempre que en citeu l'autor i la font (FUOC. Fundació per a la Universitat Oberta de Catalunya), no en feu un ús comercial i no en feu obra derivada. La llicència completa es pot consultar a <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/legalcode.ca>

Introducció

Els materials didàctics que es presenten en aquesta assignatura constitueixen una primera aproximació a l'economia industrial i el comportament i regulació dels mercats adreçada a estudiants del Màster en Anàlisi de l'entorn econòmic. L'enfocament escollit respon a dos criteris bàsics:

- a) Facilitar la comprensió presentant la matèria de la manera més intuïtiva possible.
- b) Garantir, considerant el caràcter introductor del text, el tractament dels conceptes fonamentals que tradicionalment formen el cos de l'economia industrial, però amb una perspectiva actual.

Organització industrial i *economia industrial* són les denominacions utilitzades als Estats Units i a Europa, respectivament, per a identificar el mateix cos d'anàlisi. Cal acceptar que Scherer i Ross (1990) tenen raó quan assenyalen que *organització industrial* és un nom curiós, caracteritzat sobretot per la incapacitat que té d'evocar als no-experts quin és el tema tractat. Efectivament, es comprova que al nostre voltant coexisteixen interpretacions diverses del terme *organització industrial*, i que fins i tot per a alguns té connotacions relacionades amb l'enginyeria i la logística. Així mateix, el terme alternatiu, *economia industrial*, s'interpreta sovint com l'estudi de les empreses industrials o dels sectors manufacturadors. Convé, doncs, definir quin és el nostre àmbit d'anàlisi, acceptant sempre que els contorns mai no poden ser nítids.

Per **economia industrial** entenem l'anàlisi de l'estructura i el comportament dels mercats i de les empreses que interaccionen en aquests mercats. L'objecte d'anàlisi és el funcionament dels mercats (o de les indústries, en el sentit anglosaxó del terme), a partir del comportament de les empreses, com unitats que componen els mercats. La finalitat de l'anàlisi és, en última instància, determinar el grau d'eficiència aconseguit pels diferents tipus de mercat. D'altra banda, un mercat designa el conjunt de productors i consumidors (oferta i demanda) d'un bé específic o d'un grup de béns que es caracteritzen perquè presenten un grau significatiu de substituïbilitat entre si. Per exemple, el mercat del sucre, dels diamants, dels mòdems, dels analgèsics, de les assegurances de cotxes o dels màsters en Administració i Direcció d'Empreses.

En aquests materials didàctics de Comportament i regulació dels mercats utilitzem indistintament els termes *mercat* o *indústria* i introduïm alguns matisos entre l'un i l'altre quan és pertinent. Així, prenem el sentit anglosaxó del concepte d'**indústria**, que inclou els serveis i qualsevol altra activitat productiva

que és objecte d'intercanvi al mercat. I, és clar, hem diferenciat els mercats o les indústries d'allò que anomenem el **mercat**, en singular i amb un sentit genèric, com un mecanisme d'assignació de recursos.

Definir un mercat particular és una tasca sovint complexa, perquè cal identificar el nombre d'empreses i l'espai geogràfic rellevant, de manera que per limitacions d'espai no abordarem aquest tema i suposarem que els mercats vénen definits exògenament.

La noció d'*empresa* tampoc no és unívoca. El concepte d'*empresa* com a unitat elemental transformadora d'*inputs* en *outputs* que es regeix pel principi de la maximització de beneficis prové de la microeconomia. Es tracta d'una simplificació de l'empresa que és útil per a centrar l'atenció en els conjunts d'empreses i en les estructures de mercat. Aquesta noció, però, ignora la complexitat dels processos que operen dins una empresa, i que determinen també el comportament que aquesta prengui. La literatura més recent ha obert finalment la "caixa negra": estudia la naturalesa mateixa de l'empresa i ho fa amb uns instruments d'anàlisi cada dia més refinats.

L'economia industrial o l'organització industrial emergeixen, doncs, des de la microeconomia i prenen una complexitat i unes dimensions pròpies quan Joe Bain i Edward Mason introdueixen el **paradigma estructura-conducta-resultats (ECR)**, que permet articular un cos teòric i esdevé l'eix de molts desenvolupaments posteriors. El paradigma ECR postula l'existència d'un vincle directe entre:

- l'estructura de la indústria (el nombre d'empreses, les condicions de producció i les característiques de la demanda);
- el seu comportament (les pràctiques que porten a la formació dels preus);
- els resultats (especialment, el grau d'eficiència econòmica aconseguit).

Els primers treballs apareguts en aquest marc teòric són de naturalesa empírica, i es proposen comprovar la hipòtesi que els beneficis i el poder de mercat són molt més elevats com més concentrada es troba la indústria. La implicació normativa d'aquesta hipòtesi és que si la política econòmica combat la concentració de poder en unes poques empreses i promou la competència, millora l'eficiència social.

Amb posterioritat a la difusió del paradigma ECR, i especialment a partir dels anys setanta, es fan aportacions interessants a l'anàlisi de la competència imperfecta que modifiquen substancialment el sentit inicial de la causalitat del paradigma i en redueixen l'aplicabilitat. Igualment, l'estudi dels comportaments estratègics es veu apuntalat per la utilització de la teoria dels jocs i per

nous treballs relatius a barreres d'entrada. Encara més recentment, els models de competència monopolista han tornat a atraure l'atenció, quan les possibilitats de tractament formal han millorat.

Ara bé, des de l'orientació empírica inicial fins al predomini dels enfocaments teòrics actuals, l'economia industrial ha evolucionat sense perdre utilitat com a fonament de coneixements per als experts i professionals que han d'aconsellar o prendre decisions en l'àmbit de l'empresa privada o de les institucions públiques.

Els sis mòduls que configuren aquesta assignatura contenen els conceptes i els models primordials que formen el nucli de l'economia industrial. Les restriccions d'espai han imposat l'establiment de prioritats, i hem considerat preferible centrar l'atenció en un nombre limitat de qüestions que no pas tocar molts aspectes de manera superficial. Per això, som conscients que no s'hi han desenvolupat algunes nocions importants (els mercats internacionals, les economies externes o les polítiques estratègiques).

A continuació exposem breument el contingut de cada mòdul:

1) En el mòdul "Mercats i empreses" introduïm l'estudiant en l'economia industrial amb la presentació del **paradigma ECR**, les interpretacions i les variants que ha experimentat i les crítiques que ha tingut. Després tractem dels dos models extrems de referència pel que fa a les estructures de mercat: la **competència** i el **monopoli**. L'anàlisi del monopoli dóna pas al concepte de *poder de mercat*, situació en la qual una empresa fixa uns preus superiors al cost marginal. Per a comprendre el sentit de la fallada de mercat derivada de la competència imperfecta i avaluar també la pèrdua d'eficiència derivada del poder de mercat, formulem les nocions d'*excedent* a partir d'una anàlisi d'equilibri parcial. Finalment, presentem les mesures més utilitzades de **concentració de mercat**.

2) La **teoria de l'empresa** és tractada al segon mòdul. L'objectiu és familiaritzar l'estudiant amb els models més importants desenvolupats aquests darrers anys sobre la naturalesa de l'empresa. L'empresa és una organització complexa que decideix les dimensions i l'estructura interna en funció dels costos de transacció involucrats en les diferents operacions i activitats. Aquesta complexitat l'obvien els models tradicionals de l'economia industrial, però mai no pot ser ignorada, especialment quan s'ha configurat un cos d'anàlisi propi, la teoria de les organitzacions, que avança en paral·lel amb la teoria de l'organització industrial.

3) En el tercer mòdul tractem de l'**oligopoli**, és a dir, d'un mercat configurat amb poques empreses. Tot i que en una estructura de mercat oligopolística les empreses milloren si estableixen acords col·lusoris, cal assenyalar que sempre troben incentius per a incomplir els pactes. Després d'haver analitzat els comportaments no cooperatius, bé sigui amb competència oligopolística en

quantitats (**Cournot**) o en preus (**Bertrand**), abordem la lògica col·lusòria en el cas del càrtel i també la que sorgeix quan les empreses interaccionen repetidament. D'aquest estudi es comprova que els mercats oligopolístics no són eficients i que el grau d'eficiència disminueix amb la col·lusió.

4) La **diferenciació de producte** i la **competència monopolística** són objecte d'una atenció relativament important perquè hi dediquem tot el quart mòdul. Enfront la coherència formal que caracteritza els models d'oligopoli, la competència monopolista està poc definida. Amb tot, al marge de les dificultats formals, la competència monopolística representa millor que qualsevol altre model molts dels mercats reals, i, en aquest sentit, la multiplicació d'aportacions que hi ha actualment suggereix que la modelització dels mercats monopolístics tindrà avenços importants; per això presentem els dos enfocaments bàsics: el **model de Chamberlin** i el **model de localització**. Els equilibris de la competència monopolística es configuren amb uns preus superiors al cost marginal, raó per la qual no són eficients. Finalment, dediquem un apartat a la **utilització de la publicitat** com a instrument de les empreses per a diferenciar un producte.

5) Des de principis dels anys noranta les **tecnologies de la informació i la comunicació** han influenciat les indústries, tant les tradicionals com les modernes, han modificat la interacció dels agents en el mercat, les **estructures de les empreses** i han suposat el creixement d'una nova indústria dedicada a la producció d'aquestes tecnologies: la **indústria del programari**. Aquests canvis han comportat un trencament de les teories industrials tradicionals que investigarem en el mòdul "Els mercats sota la influència de les tecnologies digitals".

6) En el sisè mòdul ens ocupem de les **barreres que impedeixen l'entrada de noves empreses en un mercat**, la qual cosa limita la competència i afavoreix situacions de poder de mercat. Algunes barreres són de caràcter tècnic, però les més interessants són producte de comportaments estratègics per part de les empreses ja consolidades. La discussió del que representa la rotació empresarial en un mercat ajuda a completar-ne la perspectiva. També hi incorporem l'anàlisi de la relació entre **innovació** i **estructura de mercat**. Les empreses es valen de la innovació com una barrera d'entrada, pel fet que així aconseguen tenir un monopoli temporal. Però és una barrera que l'empresa només pot dilatar en el temps amb innovacions successives.

Els sis mòduls contenen els elements imprescindibles per a garantir que els estudiants adquireixen una base sòlida en l'àrea d'economia industrial, i que els que estiguin més interessats a dotar-se d'un marc conceptual tinguin a l'abast diferents línies d'estudi que els permetin continuar la formació iniciada.

Objectius

En cada mòdul didàctic s'el·leneixen els objectius específics que ha d'assolir l'estudiant, però respecte al conjunt de l'assignatura els objectius fonamentals són els següents:

1. Tenir accés a uns materials d'economia industrial adaptats a les necessitats d'una tasca acadèmica no presencial dels estudiants.
2. Saber situar els conceptes fonamentals de l'economia industrial en el marc actual, per a evitar una dispersió excessiva d'idees.
3. Entendre aspectes claus relacionats amb el concepte d'*empresa*: l'empresa com a element configurador de les indústries, i l'empresa com a organització complexa on es prenen decisions en condicions d'incertesa i racionalitat limitada.
4. Familiaritzar-se amb les diverses manifestacions de la competència imperfecta, els mecanismes amb què actua i les conseqüències que té per a l'eficiència econòmica.
5. Poder distingir les barreres d'entrada, erigides per comportaments estratègics de les empreses, d'altres barreres vinculades a la tecnologia productiva.
6. Saber veure que el resultat de les activitats innovadores queda reflectit en variables clau de les empreses, que l'estructura de mercat influeix en el nivell d'innovació, i que l'esforç d'innovació que realitza el sector empresarial es troba per sota de l'òptim social.
7. Entendre què ha canviat en els consumidors, les empreses i en la interacció en la indústria arran de l'aparició de les tecnologies de la informació i la comunicació.

Continguts

Mòdul didàctic 1

Mercats i empreses

Agustí Segarra Blasco

1. El mercat com a mecanisme d'assignació de recursos
2. El paradigma estructura-conducta-resultats
3. Els models de mercat
4. Els efectes del poder de mercat sobre l'eficiència
5. La concentració del mercat

Mòdul didàctic 2

Teoria de l'empresa

Maria Teresa Costa Campi

1. Anàlisi econòmica de l'empresa
2. Evolució dels models d'organització de l'empresa
3. Propietat i sistema de govern de l'empresa

Mòdul didàctic 3

L'oligopoli

Maria Callejón

1. L'oligopoli com a dilema del pres
2. L'oligopoli no cooperatiu
3. El model de l'empresa dominant
4. L'oligopoli cooperatiu
5. Models multiperíode

Mòdul didàctic 4

Diferenciació de producte i competència monopolística

Maria Callejón

1. Diferenciació de producte
2. El model de Chamberlin de productes simètricament diferenciats
3. Models de localització
4. Competència monopolística *versus* competència perfecta
5. Competència monopolística i política econòmica
6. El debat sobre la publicitat

Mòdul didàctic 5

Els mercats sota la influència de les tecnologies digitals

Pau Cortadas Guasch

1. Canvis en l'entorn: els nous mercats
2. Comportament del consumidor
3. Transformació de l'empresa
4. La reindustrialització de l'economia
5. La nova indústria

6. Regulació dels mercats

Mòdul didàctic 6

Barreres a l'entrada i innovació tecnològica

Agustí Segarra Blasco

1. Barreres tècniques a l'entrada
2. Entrebancs estratègics a l'entrada
3. Models teòrics de la dinàmica industrial
4. Entrada i sortida d'empreses en les manufactures industrials
5. Invenció, innovació i difusió
6. Estructura de mercat i incentius a la innovació tecnològica

