

Efectes microeconòmics de la integració de mercats (producte)

Néstor Duch Brown

P08/14020/01171



Universitat Oberta
de Catalunya

www.uoc.edu

Índex

Introducció	5
Objectius	8
1. Liberalització, desfragmentació i reestructuració industrial	9
1.1. El gràfic <i>BE-COMP</i> en una economia tancada	10
1.2. Preus, producció i la mida d'empresa d'equilibri	13
1.3. L'impacte de la liberalització econòmica	13
2. Mercats integrats i segmentats	17
2.1. Discriminació de preus amb mercats segmentats	18
2.2. Dessegmentant (integrant) mercats	23
3. Costos de transport i localització industrial	28
Bibliografia	31

Introducció

En una **economia autàrquica**, un país produeix per si mateix tots els béns que necessita. És per això que la mera presència de comerç indica que s'ha hagut de produir una certa especialització productiva basada, segons la teoria convencional, en el principi de l'**avantatge comparatiu**. És a dir, les nacions han de produir, i exportar, els béns que obtenen a un cost relatiu més baix que els altres països. En aquests béns el seu avantatge comparatiu és superior o, alternativament, el seu cost d'oportunitat és més baix. Com s'ha indicat, el cost d'oportunitat d'obtenir una unitat addicional d'un bé és la quantitat sacrificada d'un altre que indica, per tant, els costos relatius de produir els diferents béns.

És per això que, si les nacions s'especialitzen segons l'avantatge comparatiu, hi haurà un guany global net en utilitzar-se millor els recursos disponibles. Procedint d'aquesta manera, exportant una unitat de bé es podrien obtenir a canvi més unitats de qualsevol altre producte alternatiu en què no es té aquest avantatge. Això és millor que l'alternativa de deixar de produir la unitat esmentada i, amb els recursos alliberats, obtenir internament aquest altre bé. En darrer terme, el simple fet de participar en els intercanvis a escala nacional i internacional suggereix que, com a mínim, els implicats tindran un avantatge comparatiu en una activitat. Això no obstant, que hi hagi un guany global no significa que tots en resultin beneficiats. A cada país, les indústries que són menys eficients que les de l'exterior quedaran perjudicades pel comerç internacional, i poden arribar a desaparèixer per la competència exterior. Els afectats difícilment veuran els avantatges associats al **comerç lliure**, tot i que altres productors nacionals se'n beneficiïn.

Per què apareixen diferències internacionals en els costos d'oportunitat? Bàsicament per dos fets:

- D'una banda, no s'utilitza necessàriament la mateixa tecnologia a tots els països. Això portarà diferències relatives en la productivitat física i/o en les exigències relatives de recursos.
- D'altra banda, encara que tots els països tinguessin accés a la mateixa tecnologia, els preus relatius dels béns podrien diferir entre països a causa que el cost relatiu de contractar factors de producció fos diferent. On un factor és relativament abundant, el seu preu, normalment, serà reduït i els béns que usen aquest factor més intensivament, en termes relatius, és probable que siguin relativament més barats que en altres països.

La teoria exposada, encara que forta, és incompleta. Suggereix que els intercanvis tenen lloc entre diferents nacions en diferir el seu avantatge comparatiu en diferents béns i, en conseqüència, explica, per exemple, per què Europa exporta cotxes al Pròxim Orient i n'importa petroli. Però no explica per què països amb característiques similars –utilitzant, per tant, la mateixa tecnologia, produint béns molt semblants i amb dotacions de recursos molt semblants– realitzen intercanvis entre ells.

Una possible explicació estaria en els rendiments creixents (costos mitjans decreixents), l'origen dels quals es pot trobar tant en un àmbit individual (economies d'escala) com agregat (economies externes). En el primer cas, el més interessant per al tema analitzat, aquestes economies s'originen a l'interior de les empreses i amb una dimensió determinada del mercat, i la conseqüència inevitable és un oligopoli –i en el límit, un monopoli–, amb la qual cosa ens allunyem del model de competència perfecta. En el segon cas, i per diferents causes que s'analitzaran més endavant, quan s'expandeix una indústria o aquesta es localitza en uns quants pols, es redueixen els costos mitjans de totes les empreses encara que no hi hagi economies d'escala i totes les empreses siguin petites. La competència perfecta i les economies externes són perfectament compatibles.

Com pot aparèixer el comerç en aquestes circumstàncies encara que no hi hagi cap avantatge comparatiu? Una vegada més, i per comparació amb una economia autàrquica –en què cada país intenta produir petites quantitats de cada bé mitjançant un nombre elevat d'empreses de dimensió reduïda–, s'assoliria més eficiència si cada país s'especialitzés en un nombre limitat de productes i realitzés intercanvis amb altres economies igualment especialitzades, de manera que tots es poguessin beneficiar de les reduccions de costos que resulten d'un aprofitament millor de les economies d'escala.

Finalment, un altre fet inexplicat amb l'enfocament convencional és l'existència de productes diferenciats. No explica, per exemple, el fet que el Regne Unit exporti (Rover, Jaguar) i importi (Mercedes, Audi) simultàniament cotxes d'Alemanya. Si en la producció de cotxes hi hagués un avantatge comparatiu, aquest hauria d'afectar tota la gamma de models.

En altres paraules, l'avantatge comparatiu pot explicar el comerç **interindustrial** –incloent-hi béns produïts en diferents indústries–, però no, el comerç **intraindustrial** originat per intercanvis recíprocs entre països de béns que pertanyen a una mateixa indústria. Sovint, en cada una de les indústries que donen lloc a aquest tipus d'intercanvis, i com posa de manifest l'exemple, es produeix una àmplia gamma de productes diferents però altament substitutius entre ells.

En resum, com més indiferenciats són els productes (gasolina, acer), més es pot esperar que l'avantatge comparatiu basat en l'abundància relativa de recursos dicti el patró de comerç. Però, quan la diferenciació de productes és dominant, l'avantatge comparatiu, tot i ser important, queda relegat a un segon pla, sobretot si hi ha rendiments creixents.

Aquest mòdul explora la lògica que permet entendre com la integració econòmica pot conduir a un nombre més petit d'empreses però de dimensió més gran, operant a una escala més eficient i enfrontant-se alhora a una competència més forta. Per a això, s'ha de permetre que la mida de l'empresa tingui un efecte en l'eficiència, la qual cosa significa abandonar el supòsit simplificador de rendiments constants i competència perfecta. Això fa les coses més complexes, ja que el comportament de les empreses no es pot reduir a una simple corba d'oferta. Tanmateix, la complexitat es compensa amb un augment significatiu de realisme. Les economies d'escala i la competència imperfecta són trets importants de molts sectors, sobretot dels més exposats a la competència global.

Objectius

Els principals objectius d'aquest mòdul són els següents:

- 1.** Entendre els paper de la cultura en l'economia i la integració de mercats.
- 2.** Revisar els diferents enfocaments a la relació i articulació de la cultura i l'economia.
- 3.** Capacitat per saber distingir entre diferents enfocaments i aproximacions per tal de formar pensament crític propi al voltant de la integració de mercats.

1. Liberalització, desfragmentació i reestructuració industrial

Els mercats nacionals estan separats per una multitud de barreres. Aquestes inclouen principalment aranzels i quotes. Tanmateix, fins i tot en casos en els quals el comerç se suposa lliure de barreres, encara hi ha molts obstacles, com barreres tècniques, físiques i fiscals, i qüestions idiosincràtiques i culturals, que faciliten a les empreses vendre en el seu mercat local. Tot i que la majoria d'aquestes barreres semblen trivials o, fins i tot, ridícules quan es consideren aïlladament, la confluència de milers de barreres aparentment petites acaben per restringir substancialment el comerç internacional. Com a resultat, les empreses són sovint dominants en el seu mercat domèstic, mentre que representen un paper marginal en altres mercats (per exemple, penseu en el que passa amb el mercat europeu de l'automòbil). Aquesta situació, coneguda com a *fragmentació del mercat*, redueix la competència, que al seu torn fa pujar els preus i permet que moltes empreses es mantinguin en el negoci. Conservar un nombre elevat d'empreses no és, sens dubte, res dolent en si mateix. El problema és que això produeix una estructura industrial marcada per masses empreses, ineficientment petites i que cobren preus alts per cobrir el cost de la seva ineficiència. A causa de l'absència de competència, béns i serveis de qualitat escassa o baixa poden ser el complement ideal de preus elevats (penseu en el servei telefònic a Europa abans de la liberalització).

L'eliminació d'aquestes barreres permet la **desfragmentació** dels mercats, i això provoca un augment de la competència. Al seu torn, aquest efecte "procompetitiu" exerceix certa pressió en els beneficis i la resposta dels mercats és una allau de fusions i adquisicions empresarials. Com a cas extrem, s'assoleix una estructura industrial més eficient amb menys empreses més grans, més productives i que competeixen efectivament entre elles. En la mesura que els preus es redueixen i la producció augmenta, tot això significa una millora en el benestar material per a les persones.

Conseqüències de l'efecte procompetitiu

L'efecte procompetitiu elimina les empreses menys eficients, la qual cosa provoca una reestructuració industrial en què les empreses més febles es fusionen o s'absorbeixen.

Efectes de la reestructuració industrial

En algunes indústries, la reestructuració pot anar acompanyada d'una important reassignació de l'ocupació, en la mesura que les empreses redueixen treballadors redundants, i tanquen plantes i oficines redundants (un procés dolorós per a obrers i treballadors, que es veuen obligats a canviar de feina). Tanmateix, en altres indústries, la liberalització pot desencadenar un cercle poderós de més competència, preus més baixos, més vendes, i més i millor ocupació.

A continuació, s'introdueix la lògica del que s'ha presentat informalment en els paràgrafs anteriors.

Esquemàticament, els passos es poden resumir de la manera següent:

liberalització → desfragmentació → efecte procompetitiu → reestructuració industrial

El resultat del procés anterior és un nombre més baix d'empreses més grans i més eficients que s'enfronten a una competència més efectiva entre si.

1.1. El gràfic *BE-COMP* en una economia tancada

Per a estudiar l'impacte de la integració econòmica en la mida i eficiència de les empreses, el nombre d'empreses, els preus, la producció i un llarg etcètera, és útil tenir un gràfic en el qual es puguin analitzar totes aquestes coses simultàniament. La presentació d'aquest gràfic, que en realitat consta de tres subdiagrames, és el primer que farem. Comencem amb el cas més simple: una economia tancada.

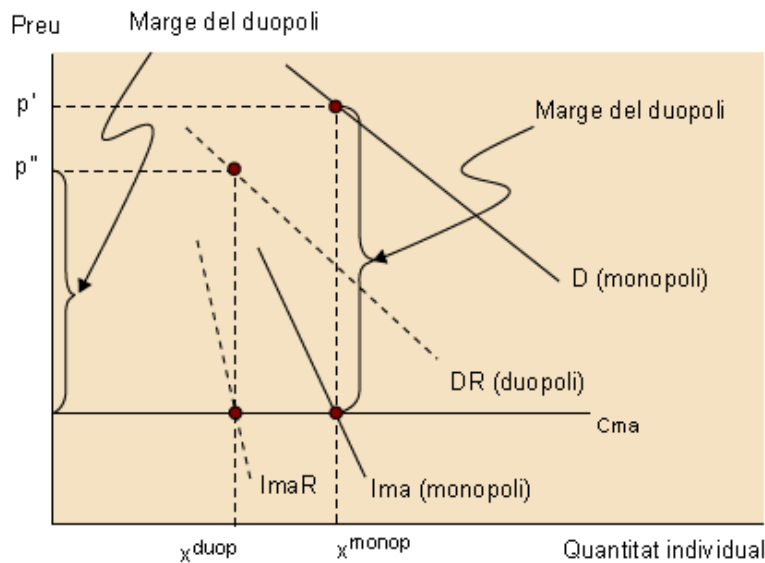


Figura 1. Impacte d'un augment del nombre d'empreses en preus i marges

a) La corba *COMP*

El primer subgràfic és el gràfic *BE-COMP* i té dues corbes. La primera és la corba *COMP*, que mostra la relació entre el nombre d'empreses (simètriques) i el marge òptim de beneficis. Per construir aquesta corba, considerem com canvia el marge en augmentar el nombre d'empreses, per exemple passant d'una empresa (el cas del monopoli) a dues (el cas del duopoli).

Les línies sòlides en la figura 1 mostren el problema usual per a un monopolista, amb la corba de demanda marcada com a *D* i la corba d'ingrés marginal marcada com a *Ima*. El nivell de producció que maximitza els beneficis, X^{monop} ,

com de costum, s'indica per la intersecció de cost marginal (marcada com a Cma en el gràfic) i l'ingrés marginal. El marge entre el preu i el cost marginal (que anomenarem *marge* per simplicitat) és igual a $p' - Cma$. Finalment, els beneficis d'operació (és a dir, sense considerar els costos fixos) del monopolista es determinen multiplicant el marge i la quantitat X^{monop} .

Quan una segona empresa competeix en aquest mercat, tenim un duopoli en lloc d'un monopoli. Suposant que la segona empresa és idèntica a la primera (per simplicitat), el resultat de la competència serà que cada empresa ven una quantitat igual. Com és habitual, el preu i la quantitat d'equilibri es troben identificant la intersecció de la corba de l'ingrés marginal residual (marcat com a $ImaR$ en el gràfic) i la corba del cost marginal. Les empreses fixen el preu més alt possible per aquest nivell de vendes (p''), que es determina per la corba de la demanda residual que enfronta cada duopolista (marcada com a DR en el gràfic). No hauria de sorprendre que l'augment de la competència provoqui una reducció del preu de p' a p'' , i així també es redueix el marge d'equilibri. També disminueix el nivell de vendes de cada empresa (encara que la suma de vendes de tots dos supera el nivell del monopolista). Finalment, es pot fer notar que agregar més empreses faria disminuir els beneficis, ja que redueix el marge i redueix les vendes de cada empresa.

Fins aquí només hem analitzat el canvi d'una a dues empreses, però ha de quedar clar que, si es continuen agregant més empreses, es produirà un resultat similar. En la mesura que el nombre d'empreses augmentés, la quota de mercat de cada empresa es reduiria juntament amb els marges, els preus i la mida de l'empresa representativa. En el cas extrem, un nombre infinit d'empreses provocaria un preu igual al cost marginal, i eliminaria el marge i, per tant, els beneficis; cada empresa seria infinitament petita en relació amb el mercat i les seves accions no tindrien cap impacte en el resultat agregat.

La relació entre el marge d'equilibri i el nombre d'empreses es mostra com la corba COMP en el gràfic de la figura 2. Com veieu, té pendent negatiu, ja que un augment en el nombre d'empreses (n) augmenta el grau de competència, i així baixa el marge que maximitza beneficis. En el gràfic, s'ha representat com una línia recta per conveniència (però, en general, la corba hauria de ser convexa al principi).

b) La corba BE

El marge i el nombre d'empreses estan relacionats d'una altra manera. El nombre d'empreses en una indústria depèn de la rendibilitat. Si hi ha un mercat gran i el marge és gran, la indústria pot suportar moltes empreses. Per fer més concreta aquesta afirmació, imagineu que el valor de les vendes en un mercat no canvia amb el preu i, a més, que totes les empreses són idèntiques.

Supòsit pràctic

Considerem un exemple numèric amb una mida de mercat de 400 milions d'euros, un preu de 1.000 euros, un nombre d'empreses igual a vint, i cada una d'elles amb un marge de 200 euros. Les vendes de cada empresa són de 20 milions d'euros (400 milions partit per vint empreses), la qual cosa significa que cada empresa ven 20.000 unitats (20 milions d'euros dividits pel preu). Amb un marge de 200 euros, cada empresa obté uns beneficis d'operació equivalents a 4 milions d'euros. És aquest grau de competència (és a dir, vint empreses) el nombre d'empreses d'equilibri?

Normalment, l'entrada en una indústria implica alguns costos fixos, com els derivats de construir una planta, establir una marca, formar els treballadors, etc. Si el cost fix és inferior a 4 milions d'euros, hi voldran entrar més empreses. Si el cost fix fos més elevat, per exemple de 5 milions, les empreses no obtindrien prou ingressos per a cobrir el seu cost. En aquest cas, algunes empreses acabarien per sortir de la indústria o, més probablement, el nombre es reduiria mitjançant fusions i adquisicions.

Més generalment, a partir d'un marge, el nombre d'empreses d'equilibri es determina pel nombre que fa que els beneficis d'operació siguin iguals al cost fix. Això és un equilibri, ja que, amb més empreses, algunes obtindrien pèrdues i voldrien sortir del mercat. Menys empreses representaria beneficis nets positius, la qual cosa atrauria més empreses.

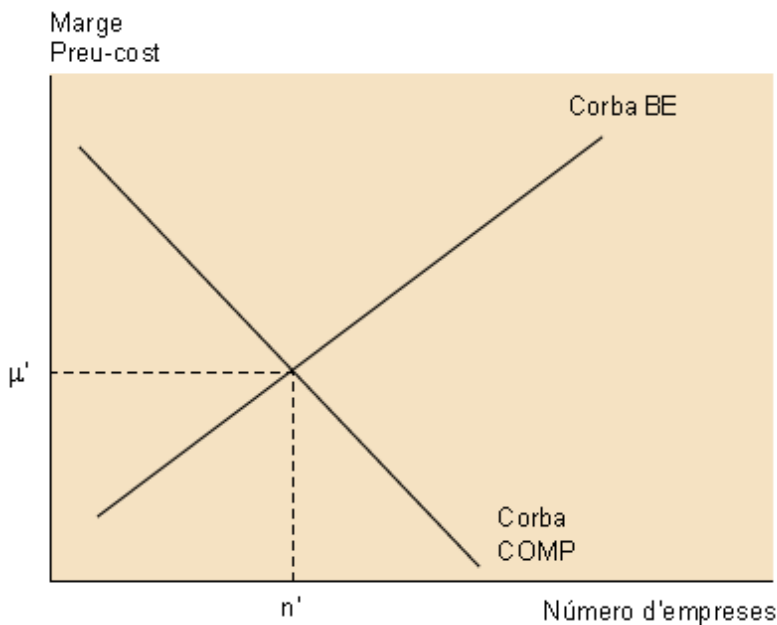


Figura 2. Nombre d'empreses i marge d'equilibri

Gràficament, aquesta condició de benefici nul es dibuixa com la corba *BE* en el gràfic de la figura 2. Aquesta corba té pendent positiu, ja que si el marge augmenta hi ha més empreses que poden cobrir els costos fixos. De nou es dibuixa com una línia recta per conveniència. El marge i el nombre d'empreses d'equilibri es determinen per la intersecció de les corbes *COMP* i *BE*. Per al nombre d'empreses d'equilibri (n') les empreses troben el marge òptim (μ'), en què, a més, poden cobrir els costos fixos, és a dir, obtenen una taxa de rendiment normal per les seves inversions en costos fixos.

1.2. Preus, producció i la mida d'empresa d'equilibri

El pas següent consisteix a utilitzar el marge d'equilibri del gràfic de la figura 2 per a determinar el preu i la mida d'empresa d'equilibri. El gràfic de la figura 3 facilita la tasca. El gràfic del costat dret presenta la relació $BE/COMP$ de la figura 2, i d'aquí tenim μ' . El preu d'equilibri és –per la definició del marge– solament el marge d'equilibri més els costos marginals (Cma). Usant la corba del Cma del gràfic esquerre, veiem que el preu d'equilibri és p' . El gràfic del centre també presenta la corba de demanda per permetre'ns veure que el nivell de consum total que s'assoleix amb el preu d'equilibri és C' . De nou la corba de demanda és, per conveniència, lineal.

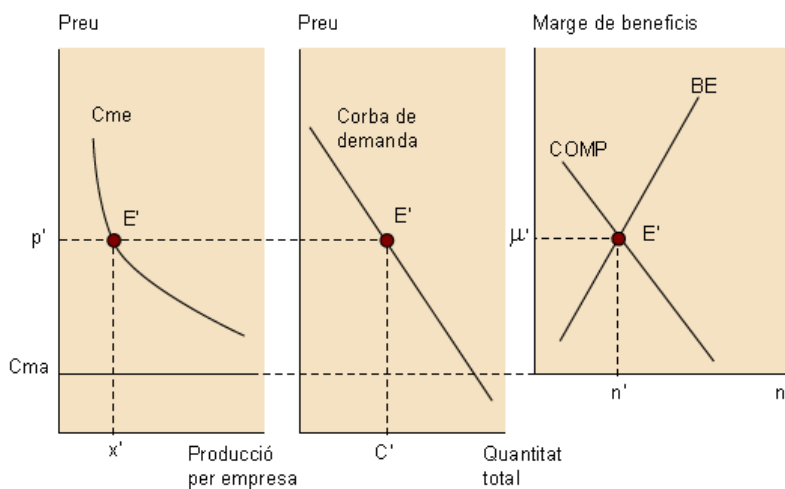


Figura 3. Preus, producció i mida d'equilibri en l'economia tancada

El gràfic del costat esquerre ens ajuda a trobar la mida d'empresa d'equilibri. Aquest subgràfic mostra les corbes de cost mitjà i cost marginal d'una empresa representativa. Quan els beneficis nets són zero, el preu ha d'igualar el cost mitjà. Atès que els beneficis nets són zero a E' , el cost mitjà d'equilibri ha de ser igual a p' . Per tant, sabem que la mida d'empresa d'equilibri ha de ser x' , ja que aquesta és l'escala de producció que llança un cost mitjà igual a p' .

En resum, el gràfic de la figura 3 ens permet determinar el nombre d'empreses, el marge, el preu, el consum total i la mida d'empresa d'equilibri, i tot en un mateix gràfic. Amb aquest suport, ara estem preparats per a estudiar com la integració econòmica promou un procés de reestructuració industrial basat en una onada de fusions i adquisicions d'empreses.

1.3. L'impacte de la liberalització econòmica

La integració econòmica propicia una reducció gradual de les barreres en el comerç. Tanmateix, els efectes econòmics bàsics d'aquesta reducció gradual es poden il·lustrar considerant una liberalització molt més dràstica. El gràfic de la figura 3 reflecteix la situació en una economia totalment tancada al comerç. La liberalització que considerem aquí consisteix en l'eliminació total de les

barreres al comerç. Per conservar l'anàlisi el més simple possible, imaginem que només hi ha dos països, A i B , que són de la mateixa mida i que tenen les mateixes corbes de costos.

L'impacte immediat de la liberalització d'economies autàrquiques mitjançant el lliure comerç és la duplicació de la mida del mercat a què s'enfronta cada empresa. Per exemple, en el cas numèric que hem discutit abans, la combinació de dos països idèntics augmentaria la mida del mercat de 400 milions d'euros a 800 milions. Això es mostra com un desplaçament cap a la dreta de la corba BE , que ara és la corresponent a lliure comerç B^{FT} en el gràfic de la figura 4.

La magnitud del canvi es determina fàcilment. Si no hi ha cap canvi en el marge (n'hi haurà algun, però de moment s'ignorarà), llavors, el doble nombre d'empreses podria satisfer la condició de beneficis nuls en duplicar-se la mida del mercat. Per tant el punt A –on el marge és μ' , com en l'equilibri de l'economia tancada, i el nombre d'empreses és $2n'$ – s'ha de trobar en la corba BE associada a la liberalització, és a dir, B^{FT} . Referint-nos de nou a l'exemple numèric, si es duplica la mida del mercat i el nombre d'empreses, mantenint el marge en 200 euros, les 40 empreses del mercat combinat poden obtenir els 4 milions d'euros necessaris per a cobrir els costos fixos.

Tanmateix, el punt A no és un equilibri. Com que les empreses només necessiten complir amb la condició de beneficis nuls a llarg termini, doblar el nombre d'empreses augmentaria la competència immediatament, i forçaria així el marge a la baixa fins al punt B . En el pas següent, és considerarà de manera més acurada l'ajust entre el curt i el llarg termini.

a) Etapa 1. Curt termini: desfragmentació i l'efecte procompetitiu

Comencem amb l'impacte a curt termini, és a dir, l'impacte abans que el nombre d'empreses s'ajusti a la nova situació:

- Abans de la liberalització, cada mercat es caracteritzava per una fragmentació extrema; a cada país, les empreses tenien una quota de mercat local idèntica i equivalent a la participació individual en les vendes totals ($1/n'$), i una quota de zero en l'altre mercat.
- Després de la liberalització, la quota de mercat de cada empresa és ($1/2n'$) en tots dos mercats.

Aquesta reducció de la fragmentació del mercat té un efecte procompetitiu, que es defineix com una disminució en el marge de beneficis. Això es mostra en el gràfic dret de la figura 4 com un moviment de A a B . L'impacte de curt termini sobre els preus i les vendes es pot veure en el gràfic central com la reducció del preu de p^1 a p^B i un augment de les vendes totals fins a C^B .

b) Etapa 2. Llarg termini: reestructuració industrial i efectes d'escala

El punt B no és un equilibri de llarg termini, ja que els beneficis d'operació obtinguts per una empresa representativa són insuficients per a cobrir els costos. Això és així perquè el punt B està per sota de la corba BE , la qual cosa vol dir que el marge és massa baix per a permetre que $2n'$ empreses arribin a la condició de beneficis nuls. Per a restaurar un nivell normal de rendibilitat, el nombre global d'empreses s'ha de reduir de $2n'$ a n'' , procés que ocorre habitualment per mitjà de fusions i adquisicions, però en alguns casos el nombre d'empreses es redueix per suspensions de pagaments o fallides. Quan aquesta consolidació industrial es produeix, l'economia es mou del punt B al punt E'' . Les empreses augmentarien les seves quotes de mercat i la rendibilitat es restauraria.

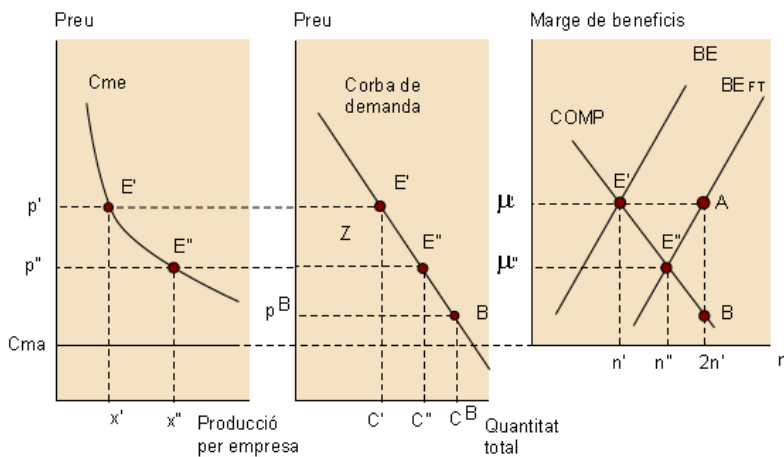


Figura 4. Preus, producció i mida d'equilibri en una economia oberta

L'efecte corresponent en els preus es mostra en el gràfic central del gràfic com el moviment de B a E'' . Així, durant aquesta fase de fusions i adquisicions, és a dir, de reestructuració industrial, els preus augmentaran, encara que no ho faran al mateix nivell que abans de la liberalització. Alhora, les empreses augmentarien l'eficiència repartint el cost fix entre un nombre més elevat de vendes. De fet, com que els preus eren iguals als costos mitjans abans de la liberalització (això sempre és veritat quan els beneficis d'operació són iguals als costos fixos, és a dir, quan les empreses satisfan el criteri de beneficis nuls) i en el llarg termini després de la liberalització, sabem que la reducció en el preu és igual al guany d'eficiència.

Resumint, la liberalització resulta en menys empreses però més grans. Les economies de l'escala resultants redueixen els costos mitjans, amb la qual cosa augmenta l'eficiència de les empreses. La intensificació de la competència garanteix que aquests estalvis es transmeten als preus.

c) Ajustos lents i ràpids

La discussió anterior suggereix que, inicialment, la integració condueix a una reducció del preu considerable i a pèrdues elevades de beneficis. Aquestes pèrdues de beneficis s'eliminen en la mesura que el nombre d'empreses es redueix i es restaura el marge preu-costa a un nivell normal. Durant aquest procés de reestructuració industrial, els preus pugen una mica. Aquesta successió d'etapes és pertinent per a l'anàlisi d'algunes indústries com, per exemple, les dels viatges aeris.

La liberalització de les línies aèries

En aquest sector, la liberalització ha produït grans pèrdues de beneficis per a moltes línies aèries i enormes reduccions de preus per als consumidors. Al principi, les línies aèries no estaven d'acord a fusionar-se –perquè la majoria de les línies aèries era de titularitat pública i els seus governs volien utilitzar els euros dels contribuents per a cobrir les pèrdues. Tanmateix, més recentment, les línies aèries estan racionalitzant els costos mitjançant la formació d'aliances estratègiques de cooperació. Encara que el nombre real d'empreses no es redueix, el nombre d'avions que realitzen una ruta particular es redueix.

Per exemple, la cooperació entre SwissAir i Sabena significa que, en lloc de tenir dos vols en la ruta Ginebra-Brussel·les (un de SwissAir i un altre de Sabena), només en tenen un. No obstant això, SwissAir l'anomena *un vol de SwissAir*, mentre que Sabena l'anomena *un vol de Sabena*. Aquests acords de "codis compartits" són una manera d'aconseguir economies de l'escala sense la necessitat d'eliminar una empresa.

Tanmateix, en altres indústries, les empreses s'anticipen a l'augment de la competència i emprenen fusions i adquisicions prou ràpidament per a evitar grans pèrdues.

La banca europea

La introducció de l'euro i la contínua liberalització del sector financer signifiquen que el nombre de bancs s'haurà de reduir al mateix temps que n'augmenten la dimensió per a poder cobrir els costos. Tanmateix, en lloc d'esperar que les pèrdues de beneficis portin a una situació intolerable, els bancs han llançat una sèrie de fusions i adquisicions que han assolit xifres sense precedents en la història econòmica.

2. Mercats integrats i segmentats

Malgrat l'elevat grau d'integració econòmica, les empreses europees cobren preus diferents en mercats diferents. El Programa del Mercat Únic ha dut a terme una àmplia gamma de polítiques que limiten la capacitat de les empreses per continuar amb aquestes pràctiques. La clau per a la discriminació de preus és que les empreses són capaces de separar, o segmentar, els consumidors.

Supòsit de segmentació de consumidors

Molts diaris i revistes tenen una tarifa per a estudiants. Un estudiant es pot subscriure, per exemple, a la revista *The Economist* pagant un 30% menys que un empresari. Per impedir que els empresaris se subscriuïnin com a estudiants, la revista exigeix alguna prova que confirmi que els que s'anomenen *estudiants* ho són realment. Aquí, el carnet d'estudiant serveix per a segmentar els clients. Tanmateix, la segmentació no sempre és fàcil d'aconseguir. Si la diferència de preu fos prou gran, algun estudiant emprenedor podria guanyar una petita comissió arbitrànt la diferència de preus. Com? L'estudiant aconseguiria que els seus amics se subscriuïnin a la revista pagant els baixos preus per a estudiants. Cada setmana recull els exemplars i els revèn als empresaris a un preu inferior al corresponent a la subscripció completa però superior al corresponent a la subscripció d'estudiant. L'estudiant compensa els seus amics i es queda amb la diferència. Aquesta acció de comprar baix i vendre alt s'anomena *arbitratge*.

És justament aquesta mena d'arbitratge el que comença a reduir les diferències de preus a Europa a partir del Programa del Mercat Únic.

El cas de la pasta fresca Buitoni

La pasta fresca Buitoni la fabrica a Itàlia la companyia suïssa Nestlé. Abans de la consolidació del mercat únic, la majoria dels mercats europeus aplicaven normes idiosincràtiques per a l'empaquetatge de la pasta fresca. A Alemanya, per exemple, les regles prohibien que l'espai entre el paquet i la pasta fos massa gran (per reduir la possibilitat que els consumidors fossin enganyats per un paquet gran). A França, una regla amb intencions similars estableix la proporció entre el volum del paquet i el volum del producte. Aquesta mena de regles tenen l'efecte involuntari d'ajudar Buitoni a discriminar els preus entre els mercats francesos i alemanys: la pasta empaquetada per al mercat francès no es podria vendre legalment a Alemanya. A França, la pasta –fins i tot la pasta fresca– és un menjar força quotidià, mentre que a Alemanya es veu més com un menjar de luxe per a ocasions especials o per a consumidors de renda alta. Això va portar Buitoni a cobrar un preu més alt a Alemanya que a França, tot i tractar-se de la mateixa pasta. Tanmateix, mentre que la pasta era la mateixa, l'empaquetatge era diferent, de manera que no hi havia manera de realitzar l'arbitratge del preu.

Un dels objectius fonamentals del Programa del Mercat Únic és l'anomenat *principi del reconeixement mutu*. Això significa que, si un producte compleix les regulacions i normes en un país membre de la UE, es pot vendre en tots els estats membres.

Impacte del reconeixement mutu

Imagineu l'impacte del reconeixement mutu en el preu de la pasta fresca. En aquest cas, no seria un estudiant emprenedor, però sí un supermercat gran qui faria l'arbitratge. Per exemple, la botiga francesa Carrefour podria comprar pasta extra al preu francès i podria revendre-la a Tengelmann, a Alemanya, a preus inferiors als que Tengelmann paga Buitoni. Òbviament, després d'alguns mesos Buitoni podria descobrir les pràctiques d'arbitratge de Carrefour, però, què podria fer? La solució òbvia seria negar-se a vendre pasta a Carrefour.

Tanmateix, la llei de la UE ho prohibeix explícitament. De fet, Buitoni té explícitament prohibit realitzar qualsevol tàctica orientada a prevenir l'arbitratge. La segona millor solució per a Buitoni –l'opció que finalment han seguit en la realitat– va ser igualar els preus, apujant el preu francès i abaixant el preu alemany.

Resulta que aquesta dessegmentació de mercats pot afectar profundament els preus, l'eficiència de les empreses i l'estructura industrial. Ara s'analitzaran aquests efectes amb detall, començant amb la manera en què les empreses usen el seu poder per a discriminar els preus, quan el tenen.

2.1. Discriminació de preus amb mercats segmentats

a) Costos de comerç i fragmentació del mercat

Comencem estudiant la relació entre les barreres al comerç i la fragmentació del mercat. Aquesta última situació ocorre quan cada empresa té una quota de mercat més elevada que la mitjana en el seu mercat domèstic, però inferior a la mitjana en els seus mercats d'exportació. A fi de seguir la lògica bàsica de la manera més fàcil possible, adoptem unes suposicions simplificadores útils:

- Primer suposem, de moment, que el nombre d'empreses és fix, i la meitat a cada país.
- Segon, suposem que totes les empreses tenen corbes de costos marginals idèntiques, i aquests són constants. És a dir, el cost de produir un bé addicional no augmenta o disminueix amb el volum de producció. Les economies d'escala sorgeixen de la presència d'un cost fix.
- Tercer, se suposa que els mercats domèstic i extern estan segmentats, en el sentit que el preu en el mercat domèstic per a una empresa domèstica només es veu afectat per les vendes domèstiques. Aquesta suposició simplement vol dir que les empreses poden discriminar preus entre tots dos mercats, ja que l'arbitratge és impossible perquè és prohibitivament car.

Segmentació dels mercats domèstic i extern

De fet, qualsevol que hagi viatjat una mica sap que el mateix producte es ven sovint a preus molt diferents en països diferents o, fins i tot, dins del mateix país o ciutat (penseu en el que costa un cafè amb llet a l'aeroport i el que costa al bar de la cantonada).

Considerem el comerç entre dos països quan les barreres al comerç augmenten el cost d'exportar en qualsevol direcció. Això crea una situació en què les empreses domèstiques tenen un avantatge en costos en el mercat domèstic, però un desavantatge en costos en el mercat extern. Les empreses estrangeres tenen igualment un avantatge en el mercat extern, però un desavantatge en el mercat domèstic.

Comencem per analitzar què passa en el mercat estranger. Si no hi hagués costos de comerç, totes les empreses (domèstiques i estrangeres) s'enfrontarien al mateix cost, de manera que les vendes serien iguals per a totes les empreses, per la qual cosa les quotes de mercat de cada empresa també serien iguals. La situació en el mercat domèstic seria simètrica.

Ara introduïm costos de comerç en una situació com la descrita. Això té l'efecte d'augmentar els costos de les empreses domèstiques per a vendre en el mercat estranger (el cost de producció no s'altera, però ara el cost marginal ha d'incloure els costos de comerç, per exemple, els costos de transport). Aquest augment en el cost de les empreses domèstiques significa que aquestes consideren òptim vendre menys per a qualsevol nivell de vendes de les empreses estrangeres. En aquesta nova situació, i a causa del desavantatge de costos, una empresa estrangera representativa ven una quantitat més gran de productes que una empresa domèstica representativa. Remarquem que, comparant aquesta situació amb l'equilibri assolit en absència de costos de comerç, això comporta un augment de les vendes de les empreses estrangeres i una disminució en les vendes de les empreses domèstiques. La situació en el mercat domèstic torna a ser simètrica.

En el mercat extern, atès que una empresa estrangera representativa ven més (i una empresa domèstica representativa ven menys) en una situació amb costos de comerç que en una sense costos de comerç, l'empresa estrangera representativa té una quota de mercat més gran en el mercat extern, i l'empresa domèstica representativa té una quota més petita. Aquest és el concepte de fragmentació del mercat.

b) Costos de comerç i quotes de mercat d'equilibri

La connexió entre les quotes de mercat domèstiques i d'exportació es resumeix de la manera següent: atesa la simetria d'empreses i mercats, només hi ha dues quotes de mercat rellevants, que són la quota local i la quota d'exportació.

Quan els costos de comerç són zero, les quotes de mercat són idèntiques per simetria.

Si es consideren els costos de comerç tan alts que impedeixen el comerç, la quota local serà positiva, mentre que la quota en el mercat extern serà zero.

c) Quotes de mercat i marges preu/cost

El pas següent consisteix a analitzar les quotes de mercat d'equilibri amb els marges entre preu i cost d'equilibri. La lògica bàsica d'aquesta connexió està il·lustrada en el gràfic de la figura 1. Com es va posar de manifest aleshores, un augment en la competència redueix tant la quota de mercat de l'empresa com el marge de beneficis. Una empresa amb una quota de mercat igual a u, és a dir un monopoli, fixa un preu força més alt que el seu cost marginal (penseu en Microsoft, per exemple).

Quan una empresa té una quota menyspreable en un mercat particular, fixa el seu preu per sobre del cost marginal en una quantitat molt petita. La informació anterior mostra que les quotes de mercat depenen dels costos de comerç, i els marges de benefici depenen de les quotes del mercat. Si analitzem totes dues relacions conjuntament, arribem a la conclusió que els marges de benefici depenen finalment dels costos de comerç.

d) Marges i preus

El pas final en la nostra seqüència lògica d'esdeveniments consisteix a connectar els marges amb els preus.

Quan els costos de comerç són zero, una empresa representativa té la mateixa quota de mercat i preu en tots dos mercats, el local i el d'exportació. Quan els costos de comerç augmenten, evidentment, l'empresa apujarà el preu en el mercat d'exportació.

Però, augmentarà aquest preu en una quantia equivalent als costos de comerç? La resposta és no. En augmentar els costos de comerç i també els preus en el mercat extern, la quota en aquest mercat i el marge òptim es redueixen. Al seu torn, la reducció del marge implica que el preu no puja tant com els costos de comerç. Al contrari, si el marge de beneficis no depengués dels costos de comerç –per exemple si sempre restés constant–, els augments en aquests costos es passarien totalment als consumidors estrangers.

Què passa amb el preu en el mercat local? El preu local és igual al cost marginal més el marge de beneficis. Un augment dels costos de comerç redueix la competència a què s'enfronta una empresa local representativa en el mercat local, la qual cosa provoca un augment de la seva quota en el mercat local. Com que els marges augmenten amb la quota de mercat, l'augment dels costos

de comerç també porta una empresa local representativa a apujar el seu preu en el mercat local, encara que no tant com el preu de mercat d'exportació. Fixeu-vos que aquest augment es produeix malgrat que els costos de comerç no tenen cap impacte en el cost de les empreses locals quan venen en el seu mercat local. Un punt important en aquesta anàlisi és que, a causa de la competència imperfecta (la relació entre la quota de mercat i el marge), les empreses absorbeixen parcialment els costos de comerç. Per tant, els consumidors estrangers s'enfronten a preus més baixos que els que hi hauria si les empreses transferissin totalment els costos de comerç. Això significa que els consumidors estrangers i les empreses comparteixen la càrrega dels costos de comerç.

Justament perquè els consumidors estrangers s'enfronten a un preu inferior al que correspondria al preu amb una transferència completa dels costos de comerç, les exportacions són més altes. Així, el marge de beneficis variable de la competència imperfecta condueix a volums més grans de comerç que els que s'aconseguirien si les empreses transferissin completament els costos de comerç als consumidors estrangers. Això és important en l'anàlisi dels efectes comercials de la integració dels mercats.

e) El nombre d'empreses d'equilibri: el gràfic BE-CC

Per acabar l'anàlisi dels mercats segmentats, tornem a plantejar la qüestió del nombre d'empreses d'equilibri. Afortunadament, podem fer això amb un gràfic basat en la mateixa lògica que es va utilitzar per al gràfic de la figura 2. El gràfic de la figura 5 és gairebé igual que el gràfic de la figura 2, però amb una diferència fonamental: l'eix vertical mesura el marge de beneficis mitjà en lloc del marge de beneficis individual. Aquest canvi implica dues diferències:

- La primera és l'ús del marge de beneficis en lloc del marge unitari entre el preu i el cost. La definició del marge de beneficis és la diferència en tants per cent entre el preu i el cost marginal, és a dir $(p - MC)/p$ per a les vendes en el mercat local i $[(p^* - TMC)/p]$ per a les exportacions; T és part del cost marginal de vendre un bé a consumidors estrangers. Amb aquesta definició, els beneficis d'operació són iguals al valor total de les vendes d'una empresa representativa multiplicades pel marge de beneficis mitjà.

Usant l'exemple anterior, amb un preu de mil euros i un marge preu/cost de dos-cents euros, el marge de beneficis és del 20%. Així, els beneficis d'operació són el 20% de les vendes de cada empresa, que són simplement el valor de les vendes totals, quatre-cents milions d'euros, dividits uniformement entre les vint empreses.

- El segon canvi és l'ús d'una mitjana. Això és necessari perquè, amb mercats segmentats i costos de comerç, partim d'una situació en què una empresa representativa cobra un marge més alt en les vendes locals que en les vendes d'exportació. La recopilació de tota aquesta informació en un sol gràfic requereix considerar el marge mitjà de beneficis. Això no feia falta en el gràfic de la figura 2, ja que les empreses utilitzaven un sol marge tant en la situació de comerç com en la d'autarquia.

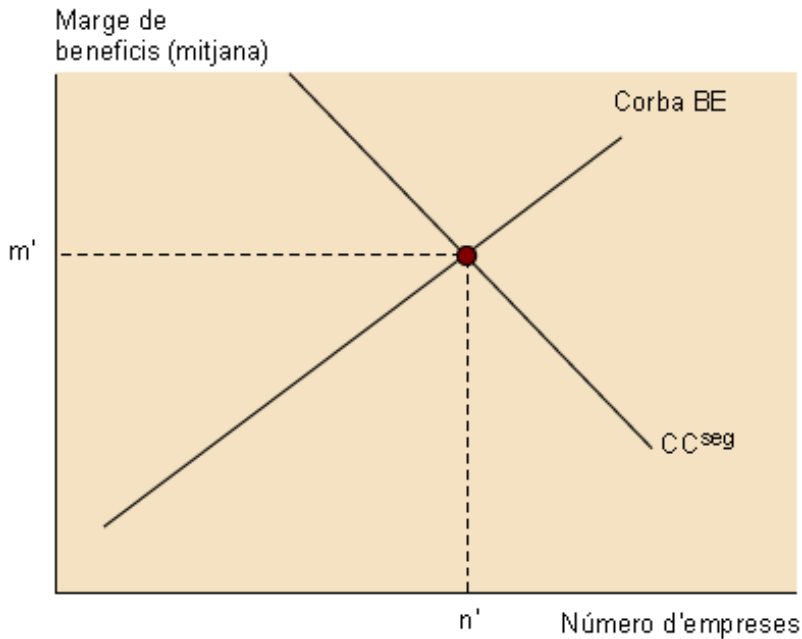


Figura 5. Marges i estructura de la indústria

La corba *BE* del gràfic de la figura 5 mostra les combinacions del marge de beneficis mitjà i el nombre d'empreses en què una empresa representativa a penes pot cobrir els costos. Aquesta corba té pendent positiu, ja que, en augmentar el nombre d'empreses, el valor de les vendes per empresa es redueix (recordeu que s'ha suposat que el valor total de les vendes de totes les empreses, és a dir, la mida del mercat, no canvia amb el preu). Si tenim això en compte és clar que, en augmentar el nombre d'empreses, el marge de beneficis mitjà també hauria de pujar per a permetre que cada empresa cobris els seus costos.

La relació entre l'equilibri del marge de beneficis mitjà i el nombre d'empreses quan se segmenten els mercats es dibuixa com a *CC*. Quan se segmenten els mercats, el marge de beneficis en les vendes locals depèn del marge i del preu aplicats a les vendes locals. Al mateix temps, això depèn del nombre de competidors (*n*) i dels costos de comerç (*T*). El marge de beneficis en les vendes d'exportació depèn del marge corresponent a les exportacions i el seu preu. El marge de beneficis mitjà es troba ponderant el marge de beneficis local i en l'exportació pel valor respectiu de les vendes locals i d'exportació. És fàcil entendre per què la corba de *CC^{seg}* té el pendent negatiu. Un augment en el nombre d'empreses simètriques augmentaria la competència tant en el mercat local com en el mercat exterior, la qual cosa faria baixar els marges de beneficis en tots dos mercats. Si es redueixen tots dos marges, el marge de beneficis mitjà també disminuirà. L'equilibri del marge de beneficis mitjà i el nombre d'empreses es determina per la intersecció de totes dues corbes. El marge de beneficis mitjà d'equilibri es denota com a *m'*, i el nombre d'empreses d'equilibri com a *n'*.

2.2. Dessegmentant (integrant) mercats

a) Impacte en els preus i en els fluxos de comerç

Imaginem que partim d'una situació com l'anterior, amb costos de comerç equivalents a T , i eliminem la capacitat de les empreses per a segmentar els seus clients i permetre l'arbitratge en les diferències de preus. Des del punt de vista de la integració econòmica, d'això se'n diu *passar de mercats segmentats a mercats integrats*. Aquest canvi ha estat l'objectiu central del Programa del Mercat Únic Europeu, però també és present com a objectiu indirecte en el procés mundial de globalització.

Per entendre els tipus d'arbitratge que podrien sorgir, hem de pensar en els costos de comerç. En el món real, el cost de vendre a l'estranger implica una àmplia gamma d'elements dels quals els costos de transport només són una petita part.

Els costos de comerç

En moltes indústries, les empreses contracten representants de vendes per contactar amb compradors potencials i proporcionar serveis als clients reals. Mentre més lluny es trobin aquests empleats, més difícil i costós serà coordinar-ne les activitats i controlar-los la feina. A més, molts productes industrials requereixen algun servei postvenda o un lleuger procés d'estandardització. Un altre cop, això requereix enviar treballadors o contractar-los a l'estranger. Una altra mena de cost sorgeix de les modificacions que les empreses realitzen en els productes a fi de fer-los més adequats al mercat estranger. Per exemple, les etiquetes s'han de traduir a un altre idioma i les estratègies de màrqueting (publicitat, rebaixes, descomptes, etc.) s'han d'adequar a les tradicions distintives del mercat estranger.

Si bé totes aquestes consideracions són importants, l'anàlisi és més simple i més concreta quan suposem que els costos de comerç només es deuen a costos de transport. Per ser encara més específics, suposeu que els béns s'envien per carretera i T és el cost de transportar els béns amb camió del país A al soci comercial i/o viceversa.

Si els costos de transport són molt alts, la diferència de preus que paguen els consumidors mai no és prou gran per a justificar que un àrbitre reenvii els béns del país A a l'estranger. Els àrbitres podrien comprar el bé en el mercat local i transportar-lo a un cost T al mercat extern, però el bé s'hauria de vendre a un preu molt alt per a fer rendible l'arbitratge. Com que el fabricant local del bé el ven a un preu inferior, no hi hauria tal arbitratge. Fixeu-vos que això és així justament perquè el fabricant absorbeix part de T cobrant un marge més baix a l'estranger.

Tanmateix, hi ha la possibilitat de realitzar algun arbitratge rendible si l'empresa cobra preus intermedis als seus consumidors.

Supòsit pràctic

Imagineu una empresa domèstica amb una fàbrica que produeix el mateix bé per al mercat local i per als mercats estrangers. Els béns acabats surten de la fàbrica i es carreguen en camions. Alguns camions es destinen als clients locals i d'altres es destinen als clients estrangers. Ara, imagineu que un transportista local es presenta a la fàbrica i demana un camió per al mercat estranger. Quin preu hauria de cobrar l'empresa al camioner? Si l'empresa creu que el camioner vendrà realment els béns en el mercat estranger, el preu que li permet obtenir els màxims beneficis és equivalent al que guanyaria la mateixa empresa transportant els béns ella mateixa a un cost de T per unitat. Ara, una vegada el bé és al camió –segons les lleis de la UE–, el transportista pot vendre els béns a qualsevol. Així, el camioner escull entre vendre els béns localment al preu de mercat i evitar el cost de transport, o vendre'ls a l'estranger a un preu més alt que li permeti recuperar el cost esmentat.

Resulta que vendre els béns localment sempre és més rendible. Per què? Atès que el preu en el mercat extern és igual a la suma del cost de producció més el cost de transport i el marge de beneficis en el mercat extern, sabem que el que el camioner paga a la fàbrica –és a dir, el preu de venda en el mercat estranger menys el cost de transportar els béns d'un mercat a un altre– és igual al cost marginal més el marge de beneficis en el mercat estranger. També sabem que el preu local és igual al cost marginal més el marge local de beneficis. Com que el marge de beneficis en el mercat extern és inferior al marge local, el transportista pot obtenir un benefici venent els béns localment.

Una vegada l'empresari dedueix que els camioners estan soscant la seva estratègia de preus en el mercat local, l'empresa els cobra un preu més alt. De fet, atès que l'empresa mai no podrà estar segura d'on es vendran els béns de qualsevol camió en particular, la solució que maximitza beneficis és cobrar el mateix preu a tots els camions. Aquesta és l'essència de la integració dels mercats que resulta de l'arbitratge. Aquest pot aparèixer, fins i tot, abans que el bé s'exporti.

Si només es pot sostenir un preu, quin serà el preu de fàbrica òptim? Des del punt de vista de l'empresa, el que importa ara no és la quota de mercat local o estrangera, ja que no les podrà controlar amb els mercats integrats. El que realment importa és la seva quota en el mercat integrat. Si tornem a la suposició de simetria, aquesta quota del mercat integrat s'ha de calcular a partir del nombre total d'empreses en el mercat integrat. El marge d'equilibri que correspon a aquesta quota de mercat no és cap altre que el marge òptim amb costos de transport zero, que ja s'ha estudiat. Curiosament, la integració del mercat té el mateix efecte en el preu local que una eliminació completa dels costos de comerç. Tanmateix, l'impacte en els consumidors estrangers és força diferent: com que el fabricant ja no absorbirà alguns dels costos de comerç quan els mercats estiguin integrats, els consumidors estrangers veuran que el preu puja.

L'augment del preu en el mercat estranger baixarà les exportacions. Així, la dessegmentació dels mercats pot tenir un resultat inesperat –els volums de comerç es poden reduir en la mesura que els mercats estiguin més integrats. Encara més, si es miren les quotes de mercat nacionals, la integració del mercat pot augmentar el grau de fragmentació del mercat. Aquí, la qüestió és que, amb la disminució del preu local i l'increment dels preus en l'exportació, les

empreses locals augmentaran les seves quotes en el mercat local i les disminuiran en els mercats estrangers. De tota manera, hi haurà més competència. Això ens diu que, si els mercats s'integren, les quotes de mercat nacional no són una mesura útil del poder de mercat. El que realment importarà, quan la UE sigui un mercat integrat, serà la quota en el mercat europeu.

Continuant amb el que passa a Europa, el Programa del Mercat Únic inclou mesures que redueixen els costos de comerç, i mesures orientades a la dessegmentació dels mercats. En aquest cas, els volums de comerç encara poden augmentar més malgrat els efectes de la reducció del comerç associada a la integració del mercat. De fet, els volums de comerç pujaran si la combinació de l'efecte de l'augment del preu estranger de la dessegmentació és més feble que l'efecte de la reducció del preu associat als costos menors de comerç.

b) L'efecte procompetitiu i la reestructuració industrial

L'últim pas consisteix a veure com la integració de mercats afecta el marge mitjà de beneficis, el nombre d'empreses d'equilibri i la mida d'empresa d'equilibri. Els efectes són força similars als introduïts quan es va analitzar l'eliminació completa dels costos de comerç. A saber, la desfragmentació dels mercats té un efecte procompetitiu que redueix els beneficis d'operació, la qual cosa, al seu torn, provoca una reestructuració industrial que produeix una indústria amb un nombre menor d'empreses de major dimensió, que s'enfronten a una competència més eficient.

Per veure-ho amb més claredat, considereu l'impacte de la integració dels mercats en el marge de beneficis mitjà per a un nombre d'empreses determinat, diguem n' . La integració del mercat redueix el preu d'equilibri i el marge preu/cost en les vendes locals mentre produeix una expansió de les vendes locals. Al contrari, la integració del mercat augmenta el preu i el marge en les vendes als mercats externs, la qual cosa provoca una reducció de les exportacions. Però, amb un marge preu/cost que es redueix (el local) i un altre que augmenta, què passa amb el marge de beneficis mitjà? Recordeu que el marge de beneficis és simplement un percentatge del preu per sobre dels costos. El marge de beneficis mitjà és el marge de beneficis local corregit per la importància de les vendes locals per a l'empresa, més el marge de beneficis d'exportació corregit per la seva importància per a l'empresa.

La resposta és que el marge de beneficis mitjà es redueix, és a dir, hi ha un efecte procompetitiu. El raonament és el següent:

- Primer fixeu-vos que, amb els mercats integrats, el marge de beneficis òptim de l'empresa és el mateix per a les vendes locals i les exportacions. Això significa que el marge originalment alt en les vendes locals es redueix, i que el marge prèviament baix en els mercats externs augmenta. L'impacte en el marge mitjà depèn, per tant, de les quotes de mercat. Aquí és important

que, abans de la integració del mercat, el marge de beneficis alt s'apliqui en el mercat en el qual l'empresa realitza més de la meitat de les vendes.

- Combinant això, veiem que la integració baixa el marge que es cobrava en la majoria de les vendes de l'empresa (les vendes locals), però augmenta el pes sobre aquest marge reduït (ja que les vendes locals augmenten). La integració també incrementa el marge en les vendes d'exportació, però simultàniament redueix el pes sobre aquest marge (les exportacions es redueixen).

Reunint totes les peces, el marge de beneficis mitjà es redueix per a un nombre d'empreses determinat.

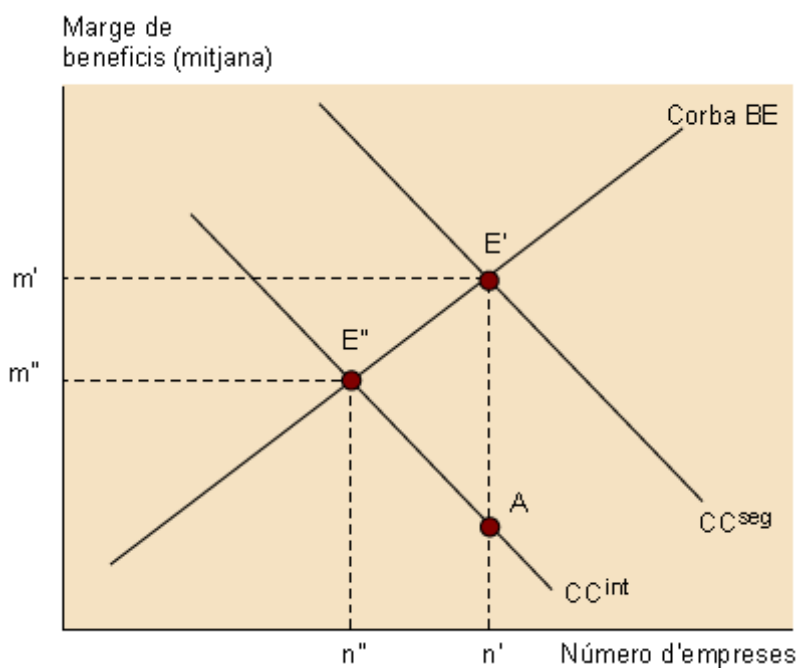


Figura 6. De mercats segmentats a integrats

Això correspon a un desplaçament cap a baix de la corba CC en el gràfic de la figura 6, de CC^{seg} a CC^{int} , ja que, després de la integració, el nombre d'empreses (n') correspon ara a un marge de beneficis mitjà més reduït (com el que indica el punt A). La resta de l'anàlisi segueix el raonament exposat en el gràfic de la figura 4.

Si la reestructuració industrial és lenta (és a dir, n no canvia ràpidament), l'economia es mou del punt E' al punt A , la qual cosa dona com a resultat un poderós efecte procompetitiu, amb uns marges de benefici i uns preus que es redueixen més del que requeriria el nou equilibri a E'' . Com que les empreses estan perdent diners en el punt A , hi haurà una forta pressió per a reestructurar la indústria. A llarg termini, el nombre global d'empreses s'ha de reduir a n'' . Normalment, aquest procés ocorre per fusions i adquisicions, però algunes empreses poden fer fallida. En la mesura que aquesta consolidació industrial –de vegades anomenada *fase de turbulència*– ocorre, l'economia es mou de A a

E'' . Durant aquest període de moltes fusions i adquisicions, les empreses veuen com, a poc a poc, les seves quotes de mercat i la rendibilitat es restauen a nivells sostenibles.

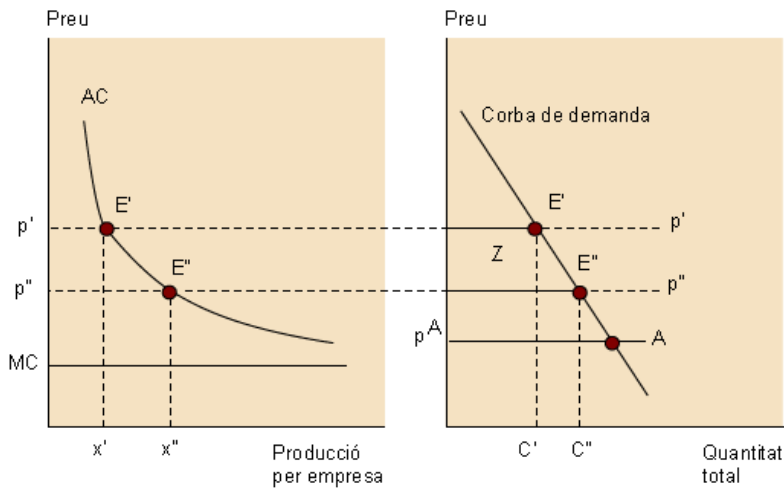


Figura 7. Preus i mida de l'empresa amb un mercat integrat

Durant aquest període de turbulència, el preu que s'havia reduït de p' a p^A augmenta una mica a p'' , però acaba essent més baix que el preu inicial. Igualment, el consum total serà més elevat: C'' en lloc de C' . Això es mostra en el gràfic dret de la figura 7. Amb un consum total més alt, la producció serà també més elevada i, com que el nombre d'empreses es redueix, podem estar segurs que la mida d'equilibri d'una empresa representativa augmentarà. En altres paraules, la liberalització implicarà un nombre més petit d'empreses de dimensions més grans. Les economies de l'escala resultants redueixen els costos mitjans, i la competència extra assegura que aquests estalvis es transmeten als preus. Això es mostra en el gràfic esquerre de la figura 7. Com que el preu és igual al cost mitjà abans de la liberalització (això sempre és veritat quan els beneficis d'operació són iguals als costos fixos) i en el llarg termini després de la liberalització, sabem que la reducció del preu és justament igual al guany d'eficiència. Els rendiments creixents són la font d'aquesta major eficiència. El guany de benestar de tot aquest procés es mostra per l'àrea marcada com a Z en el gràfic de la figura 10.

Per acabar l'explicació, s'ha d'esmentar que la coexistència de competència imperfecta i comerç internacional té una altra conseqüència interessant. La rivalitat estratègica ja no està limitada únicament a la que hi pugui haver entre les empreses de diferents països, com s'ha considerat fins aquí, sinó que també queda oberta la possibilitat que els governs respectius, actuant per mitjà d'elles, competeixin indirectament entre ells amb l'objectiu que el país obtingui els beneficis extraordinaris propis d'aquest tipus de mercats.

3. Costos de transport i localització industrial

Finalment, un dels efectes indesitjables d'una major extensió del mercat, tal com ocorre quan diversos països s'integren per a formar un mercat únic, com en el cas de la Unió Europea, és que pot ocasionar una **relocalització** de la indústria i concentrar la producció en uns quants llocs. Curiosament, sempre que hi hagi economies d'escala (rendiments creixents) en la producció, i els costos de transport siguin positius, la localització final de la indústria no ha de ser necessàriament aquella on tradicionalment es realitzava l'activitat seguint el principi de l'avantatge comparatiu.

Aquesta última continuaria tenint vigència si els costos de transport fossin nuls. Les empreses es localitzarien en les àrees on l'oferta de factors fos més convenient o, el que és el mateix, on els costos de producció fossin més baixos i no tingués importància la distància geogràfica entre la localització escollida i els mercats que es proveeixen. La situació és diferent si els costos de transport són positius. Les empreses es localitzaran on la suma dels costos de producció i transport sigui mínima, i la distància entre la ubicació escollida i els mercats en què es vengui és una variable addicional que s'ha de tenir en compte. Ara pot ser rendible situar-se a prop dels mercats en els quals la demanda és abundant encara que els costos de producció siguin elevats, en comptes de situar-se en altres àrees molt més barates però més lluny dels mercats rellevants.

D'altra banda, uns rendiments creixents proporcionen un incentiu per a concentrar la producció. Si la causa dels rendiments són les economies d'escala, en comptes de multiplicar les factories és més convenient produir en uns quants llocs triats en funció de les variables assenyalades en el paràgraf anterior. Però, una vegada l'activitat d'una indústria determinada s'ha concentrat, aquesta tendeix a perpetuar-se en el temps, afavorida, si és el cas, per la presència d'economies externes.

En aquest nou context –caracteritzat per dos pols d'atracció, la cerca de costos més baixos i la distància més petita en els mercats–, la localització dependrà de la quantia dels costos de transport, la qual cosa no deixa de ser òbvia. Però aquesta relació és més complexa del que podria semblar intuïtivament. La comparació del que passa en els dos supòsits alternatius –costos de transport nuls i positius– sembla implicar que qualsevol reducció d'aquests sempre tendiria a afavorir la ubicació de la indústria allà on els costos de producció són menors, i l'accessibilitat als mercats perdria importància. Tanmateix, això no ha de ser necessàriament així, com es pot evidenciar a partir d'un exemple:

Exemple

Imagineu que només hi ha dos països, Bèlgica i Espanya. Localitzar la indústria en el primer implicaria uns costos de producció alts compensats amb un bon accés als mercats, mentre que situar-se a Espanya implicaria una accessibilitat pitjor als mercats europeus,

però s'aprofitarien uns costos de producció més baixos deguts a uns salaris també més baixos. El que passa, depenent de diferents costos de transport, es pot discutir a partir del quadre següent.

Nolis				
	Costos de producció	Alts	Mitjans	Nuls
Bèlgica	10	3	1,5	0
Espanya	8	8	4	0
Tots dos	12	0	0	0

La primera columna mostra els costos de producció si s'opta per Bèlgica, Espanya o tots dos. Sempre és més barat concentrar la producció en un únic lloc que dividir-la entre diferents localitzacions per la presència d'economies d'escala, i d'aquí aquestes xifres. Les columnes restants ens indiquen el cost de transportar la producció als mercats en tres casos alternatius: unes despeses altes, mitjanes i nul·les. Llevat d'aquest últim cas, les xifres reflecteixen el supòsit de partida. La millor accessibilitat de Bèlgica als mercats motiva que els costos de transport siguin menors quan el sector industrial s'instal·la a Bèlgica que quan s'instal·la a Espanya. Finalment, en cas de produir en ambdues localitzacions, es minimitzen les despeses de transport (de fet, se suposa que són nul·les).

La decisió dependrà de la consideració conjunta dels costos de producció i de transport. Així, si aquests són elevats, la producció es durà a terme en ambdós països. Els costos totals d'aquesta opció serien de 12, inferiors a situar-se únicament a Bèlgica ($10 + 3 = 13$) o a Espanya ($8 + 8 = 16$). Si ara es redueixen els costos de transport –en l'exemple, en un 50%– i passen a ser intermedis, tot el sector industrial se situarà a Bèlgica. Produir allà implica incórrer en uns costos d'11,5, inferiors a continuar produint en ambdós països, 12, o únicament a Espanya ($8 + 4 = 12$).

Per tant, una reducció dels costos de transport fins a un cert punt fa que les pautes de producció no corresponguin al que dictaria la teoria convencional dels costos comparatius. Quan els costos de transport són intermedis, es pot concentrar la producció per a aprofitar les economies d'escala –en comptes de produir en ambdós països amb el cost més elevat que això implica–, però encara són prou elevats per a donar preferència als avantatges d'accessibilitat als mercats en comptes de les derivats d'un cost més baix dels factors productius. Tanmateix, perquè aquesta conclusió sigui certa cal, a més a més, la presència d'economies d'escala. Finalment, cal esperar que disminueixin encara més perquè aquest últim element esdevingui cada vegada més important i es converteixi en l'element determinant de la localització. Amb les dades de l'exemple, quan els costos de transport es redueixen encara més i passen a ser nuls, la situació es torna a revertir: Espanya es veuria beneficiada i tota la indústria s'ubicaria allà.

Bibliografia

Baldwin, R.; Wyplosz, C. (2004). *The economics of european integration*. McGraw-Hill.

Fernández de Castro, J.; Duch, N. (2003). *Economía industrial. Un enfoque estratégico*. McGraw-Hill.

Fujita, M.; Krugman P.; Venables, A. (2000). *Las ciudades, las regiones y el comercio internacional*. Ariel Economía.

Tugores, J. (2006). *Economía internacional e integración regional*. McGraw-Hill.

