

NOTA SOBRE LA COMPETENCIA VIABLE Y LA ORGANIZACION DE LOS MERCADOS AGRARIOS

Por

Manuel GARCÍA NIETO,

Doctor Ingeniero Agrónomo y Licenciado en Ciencias Económicas

El concepto de competencia viable (*workable competition*) nace como consecuencia de los debates sobre la existencia de la competencia en la economía norteamericana, es John M. CLARK en 1940 quien en su artículo «Toward a concept of workable competition» (1) nos ofrece una primera aportación. Destaca cómo los mercados imperfectos ofrecen un indudable contenido de competencia a largo plazo, toda vez que su temor a la entrada de nuevos competidores les obligará a mantener niveles de precios adecuados y pone de manifiesto cómo la competencia realmente reside en la aplicación de nuevas tecnologías.

Este último enfoque también ha sido realizado por J. SCHUMPETER (2) al poner de manifiesto que la competencia perfecta nunca ha sido más realidad que en los momentos presentes, estando basadas las críticas a la gran empresa en enfoques parciales que descansan normalmente en consideraciones a corto plazo. Así destaca el gran economista cómo las potentes empresas reportan elevación en el nivel de vida de los sectores sobre los que inciden a la par que ofrecen una constante mejora en la calidad de sus fabricados y especifica el caso concreto de los fabricantes americanos de maquinaria agrícola. La «destrucción creadora» del capitalismo ofrece nuevos productos, nuevas técnicas, nuevos métodos, transformando la competencia tradicional, basada en la lucha de precios, en otra que tiene por componentes esenciales: la calidad, la tecnología, la capacidad de venta.

(1) Vid. J. M. CLARK: «Toward a concept of workable competition», *American Economic Review*, 1940, n.º 2, págs. 241-256.

(2) Vid. J. SCHUMPETER: *Capitalismo, Socialismo y Democracia*. Aguilar, Madrid, 1968, págs. 119-124.

Ya en el terreno de las industrias agrarias W. S. GREIG (3) también se muestra decidido partidario de tal enfoque, estableciendo la competencia en el terreno del desarrollo de productos nuevos que inevitablemente se derivan de los departamentos de «investigación y desarrollo» (*research and development departments*).

Para G. J. STIGLER (4) la competencia viable queda definida exclusivamente por la estructura del mercado y existirá tal situación cuanto más se aproxime dicha estructura a la de competencia perfecta. ¿Qué condiciones deben concurrir para darse tal estructura? Fundamentalmente, que el número de empresas que integran la industria no sea escaso y que no existan barreras de entrada. Este autor considera que son las estructuras competitivas las que proporcionan un mayor bienestar social, poniendo de relieve la rigidez que normalmente muestran las estructuras económicas.

Otros autores desplazan el interés del análisis estructural del mercado hacia el estudio de la eficiencia económica conseguida por la industria. Es J. W. MARKHAM (5) quien nos ofrece una discutida versión de competencia viable, al decir que «una industria puede considerarse de competencia viable, si tras profundo examen de las características estructurales de su mercado y de las fuerzas dinámicas que lo conforman, se llega a la conclusión de que cualquier cambio que se realice mediante medidas de Política Económica reportarán más pérdidas que beneficios, desde un punto de vista social».

Joe S. BAIN, en su trabajo «Workable competition in oligo poly», también publicado en la *American Economic Review* en 1950, considera que la competencia viable se logra con la adaptación de la industria al mercado haciendo posible la consecución de los objetivos de bienestar general, tales como aumento de los puestos de trabajo y de la producción, mejoras en la distribución de la renta, etc.

Así, pues, vemos que el término competencia viable (*workable competition*) originado (6) por CLARK en 1940, ofrece enorme interés para el estudio normativo de los mercados, toda vez que los clásicos modelos de competencia perfecta y monopolio no son adecuados para tal tratamiento. Se busca un tipo de mercado viable (*workable market*), inter-

(3) Vid. W. S. GREIG: «The economics of food processing», *The Avi Publishing Co.*, 1971, págs. 152-156.

(4) Vid. G. J. STIGLER: «Extent and basis of monopoly», *American Economic Review*, 1942. Papers and proceedings, págs. 2-3.

(5) Vid. J. W. MARKHAM: «An alternative approach to the concept of workable competition», *American Economic Review*, 1950, n.º 2, págs. 349-361.

(6) Vid. D. S. WATSON: *Política Económica*. Editorial Gredos, Madrid, 1965, página 230.

medio entre los ya citados de competencia perfecta y monopolio, en el que se preste especial atención a su contenido social en beneficio del bienestar general, que «asegure a la sociedad las ventajas que debería proporcionar la competencia» (7).

No siempre será posible establecer en un determinado mercado un régimen de competencia viable, sino que será preciso recurrir a determinados mecanismos que restablezcan el equilibrio entre las partes concurrentes. Entre tales medios destaca, por su carácter espontáneo, el denominado por GALBRAITH «poder compensatorio» (*countervailing power*) (8).

GALBRAITH considera que la competencia atomista no es siempre eficiente económicamente considerada y como consecuencia de las economías de escala el proceso de concentración industrial se nos muestra como un fenómeno natural. Esta concentración material lleva implícita una concentración de poder económico que rompe el equilibrio de los diferentes mercados. Reacción lógica es la aparición de grupos o asociaciones (poder compensatorio) que tratan de restaurar la situación de partida (9).

Antes de adentrarnos en consideraciones sobre la organización de los mercados de las industrias agrícolas, parece oportuno concretar lo que para nosotros representa el concepto de competencia viable, que podemos definir como «estado de la competencia de una industria cuya implicación en la actuación del mercado hace viable la consecución de objetivos sociales, previamente fijados».

SOSNICK (10) considera conveniente variar la denominación *workable competition* y sustituirla por lo que denominó *workable competition criteria*, al estimar más correcto hablar de situaciones de mercado viable que de competencia. No obstante, no todos los autores se encuentran conformes con tal consideración, y así, Robert L. CLOUDIUS y Williard F. MUELLER (11) proponen cambiar a su vez la denominación de SOSNICK y llamarla *market structure analysis*.

En cualquier caso, ya se considere desde el punto de vista de la com-

(7) Vid. A. HUNTER: «Monopoly and competition», *Penguin-Readings*, 1970, pág. 71.

(8) Vid. J. K. GALBRAITH: «Countervailing power», *American Economic Review*, 1954, n.º 2, págs. 1-6.

(9) Para el estudio de casos concretos referidos a la agricultura americana puede consultarse el libro de Randall E. TORGENSEN: *Producer power at the bargaining table*, University of Missouri Press, 1970.

(10) S. H. SOSNICK: «A critique of concepts of workable competition», *The Quarterly Journal of Economics*, 1958-Agust, págs. 380-423.

(11) Vid. R. L. CLOUDIUS y W. F. MUELLER: «Market Structure Analysis an orientation for research in agricultural economics», *Journal of Farm. Economics*, August 1961, págs. 513-553.

petencia o de situación del mercado, queda claro el enfoque normativo y el contenido social del adjetivo «adecuado» (*workable*). El planteamiento de SOSNICK parece lógico, al estudiar el mercado como variable originaria, y por lo tanto, fundamental, para aplicar en él las medidas de política económica necesarias para la consecución de nuestro fin principal: la consecución de una competencia viable.

Los estudios sobre organización de mercados agrícolas surgen a partir de la obra *Monopoly influences*, de John M. CASSELS (12), poniéndose especial énfasis en los estudios referentes a estructura del mercado. Es Stephen H. SOSNICK quien en 1956 aporta su trabajo *Contemporary Norms for Market Structure and Behaviour: A critical appraisal*, estableciendo los principios aún vigentes para el análisis de mercados. Hay que destacar que el trabajo de SOSNICK es anterior al de Joe S. BAIN titulado *Industrial Organisation*, 1959 (13), y se basa en el triple enfoque de: estructura del mercado, conducta del mercado y actuación del mercado.

La «Estructura del Mercado» viene definida por las características de organización de sus elementos constitutivos. Así, serán datos de la máxima importancia la concentración de vendedores y de compradores, la diferenciación de productos en el mercado objeto de análisis y las condiciones de entrada en el mismo.

La «Conducta del Mercado» se refiere al comportamiento observado por las empresas en su adaptación al mercado. Son varias a considerar en este caso, las políticas de precios y de producción seguidas por las empresas, su política de promoción de ventas, tácticas exclusivistas, etcétera.

La «Actuación del Mercado» nos proporciona los resultados del funcionamiento de las empresas, condicionadas por la estructura y conducta del mercado antes consideradas. Las variables a estudiar serán los aumentos de beneficios, eficiencia relativa de la producción, gastos de publicidad, caracteres cuantitativos y cualitativos de la producción, etcétera (14).

Las anteriores consideraciones son válidas para los diferentes tipos de mercados, pero nos interesa conocer aquellos criterios que caracterizan a los mercados viables. En el cuadro adjunto se especifican los criterios de viabilidad, a juicio de SOSNICK.

(12) Vid. J. M. CASSELS: «Monopoly influences», *Research in prices of farm products social Science Research Council*, June 1933, págs. 154-162.

(13) Existe traducción española publicada por Ediciones Omega, S. A., en 1963.

(14) Para una enumeración exhaustiva de las variables que afectan la organización del mercado puede verse SOSNICK, *op. cit.*, págs. 289-391.

VARIABLES QUE CARACTERIZAN A LOS MERCADOS VIABLES, SEGUN S. H. SOSNICK

ESTRUCTURALES	CONDUCTA	ACTUACION
1.º Número suficiente de empresas que permitan economías de escala y mantener competencia.	1.º No adoptar tácticas desleales, exclusivas o coercitivas.	1.º Eficiencia productiva.
2.º Tamaño y concentración de las empresas que proporcionen economías de escala y competencia.	2.º No emplear sistemas engañosos de promoción de ventas.	2.º Gastos de promoción razonables.
3.º Integración vertical de empresas que facilite eficiencia económica y permita competencia.	3.º No existencia de colusión ni táctica ni expresa, en materia de precios.	3.º Productos de la calidad exigida por la demanda.
4.º Entrada libre a nuevas empresas.	4.º No adoptar prácticas proteccionistas o de ineficiencia económica.	4.º Aprovechamiento de las oportunidades para mejorar la producción y adoptar nuevas técnicas.
	5.º No usar prácticas de precios que hagan desmerecer la calidad y homogeneidad de los productos.	5.º Óptima localización de los recursos.
		6.º Beneficios para remunerar la inversión, el riesgo y la innovación.

Los anteriores criterios se encuentran directamente implicados en la consecución de objetivos sociales básicos de nuestro sistema económico, tales como una mayor producción por persona activa, adecuada diversificación de la producción final, equitativa distribución de las oportunidades económicas... Asimismo, los criterios formulados por SOSNICK como resultado final del estudio y consulta de dieciocho especialistas en la materia se basan fundamentalmente en la consideración de dos puntos esenciales: fuerza del mercado (*market power*) y coste de producción. Se huye tanto de un excesivo dominio monopolístico, que se traduciría en un incremento no justificado de los beneficios, como de una situación de competencia atomista que encareciera los costes de producción al no beneficiarse de las lógicas economías de escala.

La investigación de la estructura de los mercados agrarios (15) ha sido tema que ha preocupado profundamente a los conocimientos norteamericanos, sin que hasta el momento se hayan obtenido del análisis de las observaciones empíricas relaciones estructurales satisfactorias que expliquen la actuación del mercado en función de su estructura. Es fácil obtener los datos correspondientes a los aspectos descriptivos, número y tamaño de las empresas, pero resulta «muy difícil, si no imposible, lograr información relativa a las decisiones gerenciales, políticas de las empresas, comportamiento y eficacia del mercado» (16).

No obstante, parece conveniente poner especial énfasis en aquellas líneas de investigación que nos conduzcan a un mayor conocimiento de la influencia que la estructura del mercado ejerce sobre la conducta y actuación del mismo. Es preciso ponderar el significado económico de aquellas desviaciones de la libre competencia que puedan presentarse en un mercado, con objeto de adoptar las medidas de política económica más idóneas para corregir tales situaciones.

Los mercados agrícolas pueden asimilarse a tipos de competencia perfecta en las operaciones de mercado realizadas entre los propios agricultores; no obstante, suelen adolecer de escasa transparencia, lo que implica que no siempre rige el principio de unicidad de precio.

Responden al tipo de mercado de monopolio de demanda una serie de producciones agrarias que constituyen la materia básica de industrias agrarias de transformación muy especializadas, fundamentalmente los cultivos que responden a la denominación de plantas industriales. Tales como son los casos de algodón, remolacha, tabaco..., etc., destacando en

(15) Vid. P. L. FARRIS: *Market Structure Research, Theory and practice in Agricultural economics*. Iowa State University Press, 1964.

(16) P. L. FARRIS, *op. cit.*, pág. 5.

el sector ganadero el mercado de la leche natural. Ya en estos subsectores agrarios asistimos a la aparición del «poder compensatorio» representado por las realizaciones del movimiento cooperativo, que ha logrado elevados porcentajes de participación en mercados tan importantes como el del aceite y leche, mostrando continuos progresos en el del algodón y vino y permaneciendo prácticamente inexistente en el de la remolacha.

Casos prácticos de monopolio de oferta los encontramos, por ejemplo, en el campo de la maquinaria agrícola muy especializada como es el caso de las cosechadoras de algodón o sembradoras de precisión, o en el suministro de dosis de inseminación artificial distribuidas por potentes empresas que operan a nivel internacional.

Nos encontramos ante tipos de oligopolios de oferta en el caso de las empresas proveedoras de factores de producción para la actividad agraria, como son los productores de semillas selectas o los fabricantes de fertilizantes o plaguicidas. Pero son los mercados de las industrias agrarias los que ofrecen un marcado carácter oligopolista, tanto en la vertiente de la demanda de sus materias básicas como en la de oferta de sus productos terminados.

Es W. SMITH GREIG (17) quien destaca que el principal factor de imperfección en la oferta oligopolística de las industrias agrarias reside en la diferenciación de los productos. Esta diferenciación no se basa sólo en la distinta composición de productos sustitutivos, sino que también viene determinada por el diferente gasto en publicidad, presentación de los envases, crédito de la marca, servicio postventa..., etc.

En relación con las barreras de entrada para nuevas empresas, no suelen presentarse de forma manifiesta, sino que es el propio Estado quien impone unas determinadas condiciones para su establecimiento; estas condiciones fundamentalmente se concretan en los aspectos espacial y dimensional de las mismas. Su localización, normalmente, viene impuesta por la procedencia de los productos básicos, mientras que su tamaño viene regulado por unas exigencias mínimas de capacidad de manipulación a lo largo del año. De esta forma se pretende evitar una entrada excesivamente fácil que en la mayoría de los casos desembocaría en una mala asignación de los recursos, toda vez que un elevado porcentaje de tales industrias tendería a desaparecer por falta de competitividad.

John R. MOORE y Richard G. WALSH, en su trabajo, *Cross-sectional*

(17) W. S. GREIG, *op. cit.*, pág. 85 y sig.

analysis of the agricultural industries (18), ofrecen un estudio muy completo de la estructura de los mercados de las industrias agrarias al tiempo que hacen un interesante planteamiento de la competencia viable a nivel de conjunto de todas las industrias agrarias. También en el plano de las concreciones hay que destacar el trabajo de SOSNICK, *Operational criteria for evaluating market performance* (19), cuyo estudio resultará imprescindible a quienes quieran profundizar en este campo de la economía agraria.

¿Cómo diferenciar niveles dentro del oligopolio? ¿Qué regla práctica aplicar? Joe S. BAIN (20) diferencia dos niveles, uno de alta concentración y otro de moderada concentración.

El primer grupo se caracteriza porque las ocho principales empresas vendedoras dominan «de las dos terceras a las tres cuartas partes» del mercado. En el caso concreto de la industria americana esta situación se plantea con gran intensidad en las industrias azucareras y de cereales empleados en el desayuno donde las 8 principales empresas tienen un 95 por ciento de participación en el mercado; también los fabricantes de harina y de margarina pertenecen a este nivel, dominando un 85 por ciento del mercado. Evidentemente, estas situaciones de elevada concentración se aproximan de hecho a planteamientos característicos del monopolio, de donde se derivan «significativas elevaciones de precios y excesos de beneficio».

El segundo grupo, el de moderada concentración, es representativo del oligopolio propiamente dicho. Su actuación se aproxima bastante al sistema de competencia perfecta y proporciona, junto a un nivel normal de beneficios, la posibilidad de reducción de costes por su dimensión. Nuevamente, observando estadísticas americanas, nos encontramos con los datos del siguiente cuadro:

Número vendedores	Participación en el mercado	Tipo de industria agraria
	(Porcentajes)	
6	60	Aceite de soja.
	55	Leche condensada.
	50	Desmontadoras de algodón.
	45	Helados .
		Congelados vegetales.
		Quesos.
		Empaquetado de carne.

(18) Vid. J. R. MOORE y R. G. WALSH: *Market structure of the agricultural industries*. Iowa State University Press, 1966, págs. 379-406.

(19) P. L. FARRIS, *op. cit.*, págs. 81-137.

(20) J. S. BAIN, *op. cit.*, págs. 459-461.

Observamos, pues, nuevamente la necesidad de profundizar en el conocimiento de la estructura de los mercados, no sólo de las industrias agrarias, sino agrícolas, en su más amplio significado. Ello nos permitirá tender hacia una situación de competencia adecuada en el primer caso, evitando situaciones tanto monopolistas como de excesiva atomización. Al considerar el conjunto de mercados agrícolas se destacarán situaciones de claro monopolio a la vez que oligopolios de alta concentración, en la vertiente de la demanda, que aconsejarán estimular la aparición del «poder compensatorio» de los agricultores fundamentalmente a través de movimientos asociativos, de los que son ejemplos característicos las Cooperativas y las Agrupaciones de Productores.

Ewell P. ROY (21) pone de manifiesto cómo en estas situaciones asociativas, el agricultor encuentra ventaja en el planteamiento «mercado negociado versus mercado abierto», inclinándose por la primera fórmula. También los dirigentes agrarios son conscientes de su inferioridad negociadora y pretenden, cada día con mayor firmeza, no sólo alcanzar un plano igualitario en el momento de discutir la firma de contratos de producción, sino participar de forma activa en el mercado de productos derivados del campo, mediante su actuación en el terreno industrial.

RESUMEN

La competencia viable («workable competition»), responde a un planteamiento normativo del estudio del mercado. En la actualidad los modelos de competencia perfecta y monopolio no resultan suficientemente aproximados para explicar la realidad del mercado. John M. CLARK, en 1940, plantea el concepto de «workable competition», inspirándose en el pensamiento schumpeteriano. No obstante, el criterio de CLARK ha sufrido cierta evolución que se analiza en este trabajo.

Los economistas agrarios norteamericanos hicieron los tratamientos necesarios para su aplicación al sector agrario, y de forma particular, al estudio de la organización de los mercados de las industrias agrarias. Pese a los avances realizados, se destaca en el artículo la conveniencia de profundizar en la investigación de las interrelaciones existentes entre estructura del mercado por una parte y la conducta y actuación del mercado por otra. Evidentemente el estudio descriptivo de un mercado ofrece gran sencillez residiendo la dificultad, no sólo en la evaluación del mercado, sino en la consecución de la información necesaria para proceder a la misma. No obstante, se destacan los trabajos realizados por Stephen H. SOSNICK en este campo.

Del análisis somero de los mercados agrarios se desprende la situación de desventaja que ocupa el agricultor, que normalmente tiene que hacer frente a auténticos monopolios en la negociación de sus productos agrarios y factores de producción. También se observa la posición privilegiada de las industrias agrarias que, con frecuencia, ocupan situaciones de oligopolios de alta concentración, que en la práctica se desenvuelven como auténticos monopolios. Para la distinción de los distintos niveles de oligopolio seguimos la norma de Joe S. BAIN relativa a la penetración de las ocho primeras empresas.

(21) Vid. E. P. ROY: «Collective Bargaining in Agriculture», *The Interstate Printers and Publishers*, 1970, págs. 44-46.

La consideración de esta situación hace aconsejable que los gobiernos faciliten la aparición del «poder compensatorio» («countervailing power»), que vendrá representado, en el sector agrario, por el movimiento asociativo del que son sus máximos exponentes las Cooperativas y las Agrupaciones de Productos Agrarios, que permitirán cuando menos una evolución del mercado abierto hacia otro negociado.

RESUME

La concurrence viable («workable competition») répond au point de vue classique de l'étude du marché. Actuellement les modèles de concurrence parfaite et de monopole ne sont pas suffisamment approchés pour expliquer la situation du marché. John M. CLARK en 1940 posa le concept de «workable competition» en s'inspirant de la pensée de SCHUMPETER. Cependant, le critère de CLARK a subi une certaine évolution qu'on a analysée dans ce travail.

Les économistes agricoles américains ont fait les adaptations nécessaires pour l'appliquer au secteur agricole et, en particulier, à l'étude de l'organisation des marchés des industries agricoles. Malgré les progrès réalisés, l'intérêt qu'il y a à approfondir les recherches sur les interrelations existant entre la structure du marché d'une part et l'évolution du marché de l'autre est mis en lumière dans l'article. Evidemment, l'étude descriptive d'un marché est très simple, mais la difficulté réside non seulement dans l'évaluation de l'évolution du marché mais aussi dans la réunion des informations nécessaires pour faire celle-ci. Cependant, on souligne les travaux réalisés par Stephen H. SOSNICK dans ce domaine.

Il ressort de l'analyse sommaire des marchés agricoles que l'agriculteur occupe une situation désavantageuse, car normalement il doit faire face à d'authentiques monopoles pour la négociation de ses produits agricoles et des facteurs de production.

On observe aussi la position privilégiée des industries agricoles qui, fréquemment, occupent des situations d'oligopoles d'une haute concentration qui, dans la pratique, jouent le rôle de véritables monopoles. Pour distinguer les différents niveaux d'oligopoles, nous suivons la norme de Joe S. BAIN relative à la pénétration des huit premières entreprises.

Etant donné cette situation, on conseille au Gouvernement de faciliter l'apparition du «pouvoir compensatoire» («countervailing power») qui sera représenté dans le secteur agricole par le mouvement d'association dont les coopératives et les groupements de producteurs agricoles sont les principaux exposants, ce qui permette au moins une évolution du marché ouvert vers une autre forme.

SUMMARY

Workable competition responde to a normative approach to the market study. At present the models of perfect competition and monopoly are not sufficiently approximate to explain what the market is really like. John M. CLARK, in 1940, put forward the idea of «workable competition», based on the thought of SCHUMPETER. Nevertheless, CLARK's criterion has undergone a certain evolution which is analysed in this study.

The American agrarian economist performed the treatments necessary for its application to the agrarian sector, and particularly to the study of the organisation of the markets of the agrarian industries. In spite of the advances achieved, the article emphasises the convenience of going deeper into the research of the interrelationships existing between market structure on the one hand and the conduct and actuation of the market on the other. Obviously a descriptive study of a market appears very simple, owing to the difficulty not only of evaluating the actuation of the market but also of obtaining the necessary information for proceeding with it. Nevertheless, Stephen H. SOSNICK has performed distinguished work in this field.

From a superficial analysis of the agrarian markets we see the disadvantageous position occupied by the agriculturalist who normally has to face authentic monopolies in the negotiation of this agrarian products and production factors. We also observe the privileged position of the agrarian industries which frequently occupy oligopolistic situations of high concentration, which carry on like genuine monopolies. To distinguish the different oligopolistic levels we follow the norm of Joe S. BAIN with regard to the penetration of the eight leading companies.

The consideration of this situation makes it advisable for Governments to facilitate the appearance of a «countervailing power», which will be represented in the agrarian sector by the associative movement, whose leading exponents are the Cooperatives and Groupings of Agrarian Producers, which will permit, at least, an evolution of the open market towards a negotiated one.
