

## REFLEXIONES SOBRE EL MERCADO

## NEGOCIAR ASOCIADO

**Carlos Ruiz S.**  
Ingeniero Agrónomo Diplomado en Economía

**Alejandra Engler P.**  
Ingeniera Comercial

**Roberto Velasco H.**  
Ingeniero Agrónomo

INIA Quilamapu

El análisis de la participación de los productores en el mercado en el marco del modelo neoliberal o clásico de libertad económica demuestra que la presencia en el mercado de monopolios y de efectos externos, como la contaminación, invalida una de las hipótesis de base del modelo, que es la competencia perfecta. Al existir competencia imperfecta, se acepta que los participantes (agentes) tienen incidencia sobre los precios y cantidades que se intercambian en el mercado.



La competencia perfecta requiere cuatro condiciones básicas: atomización de los participantes, homogeneidad de los productos, libre entrada al mercado y transparencia.

**E**n el marco de la economía libre, donde se admite la existencia de competencia imperfecta, se demuestra que aun manteniendo la hipótesis de racionalidad, en el sentido maximizador de la teoría económica clásica, las elecciones individuales conducen a los agentes a tomar decisiones lejanas del óptimo y, por tanto, colectivamente irracionales.

Esta teoría económica demuestra que las decisiones que maximizan las utilidades para el conjunto de productores deben tomarse en forma asociada. Para lograr este objetivo será necesario que los productores se compenetren en toda

la temática de contratos para asegurar la coordinación y cooperación entre ellos.

### Mercado en competencia perfecta

El modelo económico utilizado en Chile y en muchos otros países está basado en la teoría económica neoliberal, teoría económica estándar o teoría económica clásica, que propone una representación del funcionamiento de la sociedad en el mercado. De acuerdo a ella, el funcionamiento del mercado se explica por dos principios básicos: la racionalidad perfecta de los agentes económicos y la competencia perfecta.

En economía, el principio de racionalidad significa que todos los individuos actúan utilizando de la mejor forma posible los recursos de que disponen. Esto nos conduce a señalar que:

- Un individuo racional es egoísta y tiene en cuenta su propio interés.
- El individuo es maximizador y siempre elige la alternativa que maximiza su satisfacción.
- El individuo es una unidad de decisión autónoma y su comportamiento es independiente.

Esta teoría señala que un mercado está en competencia perfecta si presenta cuatro características básicas:



- Atomicidad de los participantes: en el mercado participa un gran número de vendedores y compradores y el comercio individual no tiene importancia respecto al volumen global de comercio.
- Homogeneidad de productos: los participantes en el mercado comercializan bienes rigurosamente idénticos, de tal suerte que los compradores son indiferentes a la identidad del vendedor.
- Libre entrada al mercado: evitar que los vendedores se coludan.
- Transparencia: los participantes en el mercado están perfectamente informados del precio y calidad del producto.

Todos estos supuestos implican que ningún agente podrá, bajo este escenario, influir en la elección del equilibrio final y, por lo tanto, las decisiones de los individuos no son manejables. Esta es la base de un mercado perfectamente competitivo y la razón por la cual la teoría clásica concluye que la sola acción de la oferta y la demanda del mercado logrará el óptimo para sus participantes. Sin embargo, numerosas críticas a esta teoría demuestran que concebir el mercado como el comercio entre individuos racionales en situación de competencia perfecta, lejos de ser la regla, constituye una excepción, dado que normalmente el mercado funciona en competencia imperfecta.

### Mercado en competencia imperfecta

La hipótesis de la competencia perfecta tiene un carácter limitado por una serie de razones. Una de ellas la constituyen las fallas en la estructura de los mercados. Esto significa que la estructura no es la de un escenario en competencia perfecta, sino que da origen a que existan en los mercados agentes que tienen el poder de dominar el equilibrio del mercado. Este es el caso de los monopolios (firmas que transan en exclusividad un bien). Otro tipo de fallas lo constituyen las externalidades, donde la producción o consumo de un individuo tiene una influencia directa sobre la producción o consumo de otros individuos. Estos son factores en que no existe la capacidad, por parte del agente que lo provoca, de internalizarlos completamente y,



Si todos los productores lanzan una elevada producción al mercado, se produce un aumento de la oferta, bajan los precios y, por consiguiente, la utilidad.

**Las críticas a la teoría neoliberal demuestran que concebir el mercado como el comercio entre individuos racionales en situación de competencia perfecta, lejos de ser la regla, constituye una excepción.**

finalmente, los absorbe la sociedad que lo rodea. Un ejemplo clásico de esto es la contaminación. La información incompleta constituye una falla generalizada, que provoca una desigualdad de oportunidad en la elección dentro del contexto de los principios de base del modelo. La competencia imperfecta aborda un tema esencial dejado de lado por el mo-

delo de la competencia perfecta: el comportamiento estratégico de los individuos. Esto significa que cada uno de los individuos o agentes que participa en el mercado establece sus planes consciente de que puede, individualmente, tener influencia sobre los precios y cantidades transadas. El resultado de este comportamiento se denomina posición estratégica. Lo anterior nos lleva a concluir que los comportamientos no son pasivos, como se postula en un mercado en competencia perfecta, y, por consiguiente, nos conduce a aceptar que el comportamiento de los participantes en el mercado es estratégico.

### Negociaciones y cooperación

Actualmente, el mercado se construye en un mundo donde la información no está perfectamente disponible para todos los agentes por igual y donde las decisiones son tomadas de acuerdo a la posición estratégica de los participantes en el mercado. La posición estratégica de cada individuo o agente en el mercado genera interacciones estratégicas entre ellos que, sumadas a las deficiencias o imperfecciones de información, conservando aún la hipótesis tradicional de racionalidad, nos dirigen a señalar que las decisiones tomadas por un in-



dividuo o agente en el mercado afectan directamente la satisfacción de otros, lo que genera, en consecuencia, intereses contrarios entre ellos.

Cuando un productor decide lanzar un nuevo producto, espera tomar parte del mercado. En consecuencia, elige qué producir, la calidad de su producto, la cantidad, etc. El conjunto de la elección de este productor afecta, sin duda, las utilidades de otros productores.

Ahora bien, no hay ninguna razón para que estos otros productores se mantengan pasivos y no respondan a las decisiones de quien les estaría tomando parte de sus eventuales utilidades.

Ante tal conducta, nos podríamos preguntar ¿cuál es la utilidad que obtienen ellos en forma individual o asociada cuando participan en el mercado?

La respuesta se puede obtener cuando se analiza la participación de dos o más productores en el mercado, donde, con el mismo producto, cada uno de ellos aspira a obtener el mayor precio y utilidad posible.

Todos los productores obtendrían su mayor utilidad individual lanzando una elevada producción al mercado. Sin embargo, esto conduce a que ellos, por el interés de alcanzar su mayor beneficio personal, no acuerden cantidades y precios a transar, generando una oferta excesiva y, en consecuencia, sólo alcanzan el menor precio

**El comportamiento del individuo en el mercado no es pasivo, como supone el modelo, sino estratégico. Cada uno de los agentes que participa establece sus planes consciente de que puede, individualmente, tener influencia sobre los precios y cantidades transadas.**

y, por consiguiente, la menor utilidad.

Al contrario, si los productores hubieran participado en forma asociada, habrían evitado la competencia entre ellos y hubieran obtenido el mayor precio y la mayor utilidad total para todos.

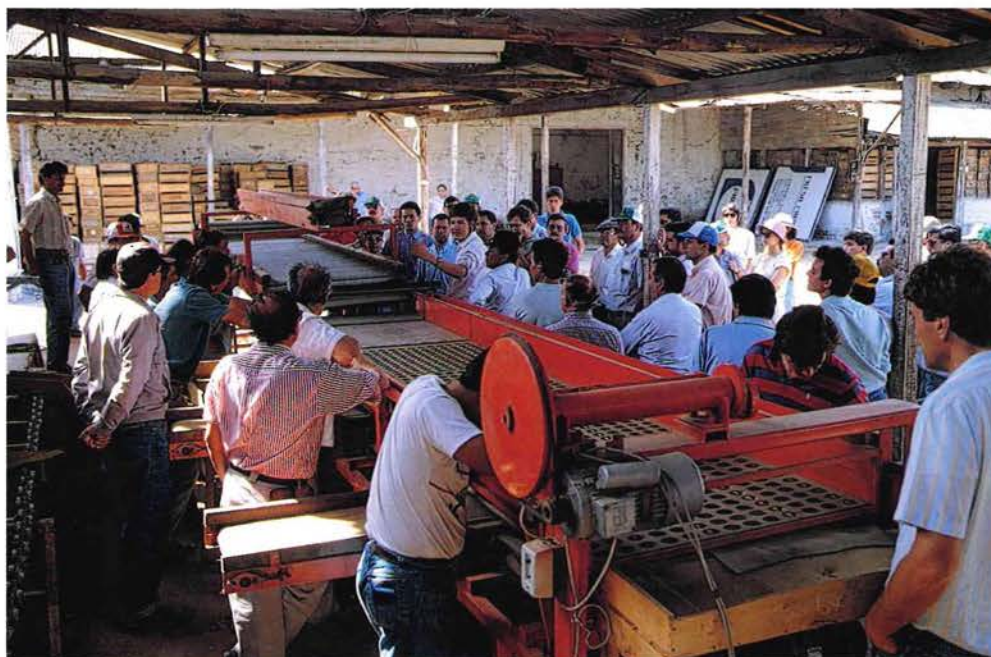
En consecuencia, las negociaciones no cooperativas entre productores; es decir, donde los individuos toman sus decisiones independientemente unos de los otros, conducen a obtener la menor utilidad y, por lo tanto, a lograr una solución bajo el óptimo y no racional para el conjunto de productores.

### Posición estratégica clave

De los antecedentes expuestos se puede deducir que el modelo económico neoliberal, que considera al mercado en competencia perfecta, donde los agentes individualmente no tienen influencia sobre las cantidades a transar y los precios, es en realidad diferente, dado el hecho, como lo hemos demostrado, de que la construcción del mercado depende de la posición estratégica de cada agente. Esto nos lleva a concluir que el mercado es algo en permanente evolución.

El análisis realizado permite señalar que la participación de los agentes en el mercado es frecuentemente fuente de conflictos potenciales. En consecuencia, la premisa de agentes racionales con intere-

ses individuales propios predomina, haciendo que la asociación por voluntad propia sea muy difícil. El riesgo a que se verá enfrentado todo productor, en caso de que decida participar en forma coordinada y asociada, será que los otros productores, que eventualmente son sus socios, pero a la vez sus competidores, cumplan sus compromisos. Para solucionar este problema, los agricultores involucrados deben asociarse y negociar con apego a un contrato, tema que será analizado en un próximo artículo. ▲



El riesgo de actuar en forma asociada es que los socios no cumplan sus compromisos.