

XII congreso internacional de la asociación española de Historia Económica, (6-9 Septiembre 2017) Salamanca

TITULO: La defensa de la competencia en los mercados y la reducción de la desigualdad social

Ana Rosado Cubero

arosado@ucm.es

ABSTRACT:

La política de defensa de la competencia se encarga de salvaguardar la libertad de acceso a un mercado, bien sea una industria o un servicio, para cualquier empresa que quiera entrar a competir en ese sector. Principalmente diseña recomendaciones que tratan de evitar la concentración de poder de mercado en unas pocas empresas y con ello trata de reducir la "desigualdad empresarial" que surge entre las nuevas empresas y las ya instaladas. Al fomentar la competencia y el libre acceso al mercado consigue reducir los precios y proteger al consumidor, ya que elimina los precios abusivos que surgirían del ejercicio de "poder de mercado". Por último, la defensa de la competencia al proteger el acceso a los recursos en igualdad de condiciones entre las distintas empresas de una industria contribuye a reducir los abusos en los contratos y la precarización de los mismos.

Este trabajo se ocupa de definir el poder en términos económicos y cómo se ejerce; para explicar que su reducción, a través de la política de la competencia, genera una mejora en el bienestar de la sociedad.

Palabras clave: poder económico, historia del pensamiento económico, antitrust Americano.

INTRODUCCIÓN

Este paper pretende acercar al lector hacia la difícil tarea de ver cómo la competencia en los mercados mejora el bienestar de una sociedad. La garantía de mejores precios para el consumidor frente a los precios impuestos de cualquier estructura de mercado oligopolística se convierte por sí misma en una buena razón para perseguir la libre competencia, si además le sumamos la mejora en la investigación y el desarrollo que lleva consigo la competencia al reducir costes; de paso las empresas puedan incrementar su cuota de mercado, o sea más clientes. Por último pero no menos importante, cuando en los países florecen estructuras de mercado más competitivas, este mero hecho, se transforma en una dispersión o inercias en el resto de las actividades económicas; no en vano las empresas tienden a implantarse en actividades rentables si no existen barreras de entrada a esa industria o servicio que se lo impidan, y eso es beneficioso para los consumidores y la economía en general. Sin olvidar que cuando hay más competencia en los mercados también la hay en los mercados de materias primas, de productos intermedios, de trabajadores cualificados, de patentes y su desarrollo, etc. es decir, toda la red de actividades económicas que componen un sistema se beneficia de ella.

La política de la competencia favorece precisamente la competencia, y se diferencia de cualquier modelo de regulación de los mercados en que cualquier intervención en los mismos está destinada a abrirlos a nuevos competidores, pero sin establecer nuevas normas o reglamentaciones. En otras palabras, la política de la competencia actúa cuando detecta que no hay suficientes competidores en un mercado y por tanto existe algún tipo de control del mismo por parte, casi siempre, de las empresas más grandes e influyentes.

De ahí que el índice de este trabajo primero defina el poder económico y luego establezca las fuentes del poder. Posteriormente, haremos un escueto análisis del ejercicio de poder económico visto por algunos de los grandes economistas que se han ocupado del asunto. El siguiente punto se refiere al bienestar social y cómo éste puede ser mejorado tan solo con un incremento de la competencia en sus mercados y por último repasaremos los orígenes de

la política de la competencia en los Estados Unidos y los argumentos esgrimidos en su defensa a principios del siglo XX.

DEFINICIÓN DE PODER ECONÓMICO

Definir el poder de una manera general y que sea ampliamente aceptada es una tarea imposible. Tradicionalmente ha sido interpretado como la capacidad de control que ejerce una parte sobre otra. En los tiempos que corren queda más políticamente correcto hablar de influencia o de “conexiones”. ¿Una persona, una empresa, o una institución ejercen “control” o “influencia”? Por tanto está directamente conectado con el comportamiento de los agentes en el mercado en el que actúan.

Ciertamente, el poder, en casi cualquier acepción que utilicemos, es muy difícil de ver, y aún más de demostrar. De hecho permite más una evaluación dentro de cualquier teoría de las conspiraciones que un análisis más científico. En el sentido de que es muy costoso encontrar variables objetivas que lo demuestren. Como dice Dahl “we simply cannot say whether power is likely to be useful in theoretical systems with a relatively large pay-off in the hard coin of scientific understanding. The evidence is not yet in.”¹

Tal vez por ello, el profesor Kurtz, defiende que “Whereas in the past almost all economic discourse was a discourse about power, in much of contemporary economics it is a discourse in which power plays no role whatsoever. (There are, of course, notable exceptions to this.)”²

¿Qué significa poder en economía?

Básicamente poder es asimetría, cuando los agentes que interactúan en un mercado, en un contrato, en una negociación, etc. no disponen de la misma información para negociar o una parte es más débil que la otra y tiene miedo o

1 Dahl, R. A. (1957). The concept of power. p. 202. Dahl escribió un gran artículo tratando de medir el poder de los senadores americanos en base a su comportamiento en las negociaciones de política internacional e impositiva.

2 Kurtz. H. (2016). Power: the bête noire in much of economics.

las partes carecen del mismo respaldo institucional para conseguir que se cumpla lo acordado.

Para Robert Dahl: “The asymmetry can be explained in a causal way: To say that person i has power over person j is equivalent to saying that i’s behaviour causes j’s behaviour, not the other way round”³. El poder modifica el comportamiento, pero no a la inversa.

Enlazando con la difícil definición de poder de la que hablamos anteriormente. El poder puede verse como un valor absoluto, aunque vale más analizarlo en términos comparativos. En el campo de la economía, si un consumidor debe enfrentarse a una multinacional se verá pequeño e indefenso frente al abuso que pueda ocasionarle una gran corporación, por ejemplo, en la negociación del precio del producto. Sin embargo no podemos esperar el mismo comportamiento de una gran empresa cuando negocia el precio de compraventa de un producto con otra gran empresa. Este ejemplo es válido cuando hablamos del poder de los lobbies y su control político, un lobby puede conseguir grandes privilegios económicos influyendo en las autoridades legislativas. Mientras que la legislación promovida por el uso de la “influencia” que no del “control” de un lobby encontrará muchas dificultades para salir adelante si tiene enfrente a otro lobby con los intereses contrarios. Ironizando sobre el asunto, Gary Becker defendía que, “It may be preferable not to regulate economic monopolies and to suffer their bad effects, rather than to regulate them and suffer the effects of political imperfections”. (Becker, 1958: 109)

¿Cuáles son las fuentes del poder y cuales sus efectos?

En una primera aproximación podemos aventurar que las fuentes del poder económico más relevantes son la riqueza, el dinero, la reputación, las influencias y los contactos. Siendo las dos últimas entendidas también como conexiones con el poder político y la posibilidad de controlar el estado, tal como lo definió Stigler en los años cuarenta del siglo pasado. La mala asignación de

³ Dahl, R. A. (1957). The concept of power. p. 205

recursos resultante de la presión política no se puede medir, ya que no disponemos de un modelo que analice y estudie de manera fiable el coste-beneficio de la intervención del Estado, aunque modelos hay muchos. Pero ¿Cuáles son las fuentes del poder del Estado? El interés público, la conveniencia o la necesidad (Coase, 1959: 8). Por tanto, vamos a defender que siendo el Estado el principal generador de poder económico en un sistema, debe ser el primero en ser cuestionado. Los tribunales de la competencia actuarán en muchos casos contra el poder concedido por los Estados.

BREVE HISTORIA DEL PENSAMIENTO ECONÓMICO ACERCA DEL PODER ECONÓMICO

Adam Smith

Según A. Smith, los distintos tipos de asimetría en la riqueza, la educación, el status social o la información hacen que sea más fácil o difícil que un grupo de personas se pueda organizar para defender sus intereses. En la mayoría de los casos para defender su “monopolio” y que tradicionalmente ha sido defendido como el interés general. El primer caso que interesa a A. Smith para explicar un monopolio frente a los extranjeros es el los propietarios de la tierra, los arrendatarios de la misma y los agricultores; usando sus propias palabras:

“Those other regulations secure them equally against that of foreigners. The enhancement of price occasioned by both is every-where finally paid by the landlords, farmers, and labourers of the country, who have seldom opposed the establishment of such monopolies. They have commonly neither inclination nor fitness to enter into combinations; and the clamour and sophistry of merchants and manufacturers easily persuade them that the private interest of a part, and of a subordinate part of the society, is the general interest of the whole” (Smith, 1776. Vol 1, Ch. X, PT II)

Según Smith los mercaderes y manufactureros `invertían´ una parte de su riqueza tratando de ganarse la consideración pública. “Merchants and master manufacturers are, in this order, the two classes of people who commonly employ the largest capitals, and who by their wealth draw to themselves the greatest share of the public consideration”. (Smith, 1776. Vol 1, Ch. XI). Por supuesto la idea es siempre conseguir una legislación favorable, o reducir la competencia. Serán los distribuidores los que manipularán más los precios y por tanto, perjudicarán más a los ciudadanos.

“To widen the market and to narrow the competition, is always the interest of the dealers. To widen the market may frequently be agreeable enough to the interest of the public ; but to narrow the competition must always be against it, and can serve only to enable the dealers, by raising their profits above what they naturally would be, to levy, for their own benefit, an absurd tax upon the rest of their fellow-citizens” (Smith, 1776. Vol 1, Ch. XI)

Podemos defender que para Adam Smith el poder reside en la asimetría entre clases y en la organización de las mismas para defender sus intereses, o su capacidad de lobbying.

Karl Marx

Para Marx, el poder está enlazado con la clase social en la que se nace, y no se ejerce a través de la fuerza sino a través de las relaciones económicas, ya en el manifiesto comunista escribía que “el Poder público viene a ser, pura y simplemente, el Consejo de administración que rige los intereses colectivos de la clase burguesa” (Marx, [1848], 2013: 53).

No obstante, los marxistas al ir depurando estas ideas nos dan unas claves para poder ver su pensamiento desde una perspectiva más moderna; en primer lugar lo enlazan con la teoría de Smith, a saber: “Different Marxist approaches locate the bases of class power primarily in the social relations of production, in control over the state, or in intellectual hegemony over hearts and minds” (Jessop, 2012) y posteriormente con el concepto de asimetría, “Moreover, as

these structured social relations entail enduring relations, there are reciprocal, if often asymmetrical, capacities and vulnerabilities” (Jessop, 2012)

Podemos sostener que para los marxistas, el poder reside en la asimetría en las relaciones económicas que establecen las distintas clases sociales.

La visión neoclásica

El profesor Kurtz, en la ponencia⁴ ya citada nos dice que Walras en la misma línea que Gossen defendía que “private property of land and its unequal distribution amongst men have a negative effect on wealth” Gossen (1854). Y por tanto lo enlazamos con el problema de la distribución, es decir, el poder recae en aquellos que tienen algún tipo de propiedad, tierra, capital, etc. y su desigual distribución es la capacidad que les confiere poder. Es decir la asimetría en la propiedad de los recursos productivos y en su remuneración; Kurtz lanza una pregunta al aire “which of the rates of remuneration enforced through means of power will be of long duration” (Kurtz, 2016). La remuneración a los factores productivos enlaza con la tradición marxista, pero mientras los mercados funcionen en competencia, los factores recibirán el pago que el mercado establezca. Del problema de la distribución no nos ocuparemos en este paper al merecerse por sí mismo un estudio independiente.

En economía definimos la competencia perfecta en un mercado como aquel tipo de mercado en el que ningún agente tiene ningún tipo de poder para intervenir en el mismo. Y libre competencia como aquel mercado en el que no existen barreras de entrada ni de salida. Según la economía clásica cuando un mercado es competitivo tiene que tender a tasas de beneficios y salarios uniformes, aunque “This does not mean that masters (or landlords) are devoid of any power” (Kurtz, 2016)

En este sentido, la competencia perfecta neoclásica es la entelequia sobre a que se sostiene que ningún agente del mercado posee poder suficiente como para manipular a los otros participantes en el mercado; y que paguen

4 Kurtz. H. (2016). Power: the bête noire in much of economics.

más por un producto o que hagan lo que no desean o reciban una remuneración menor que el valor que aportan a quién os contrata, en el caso de los mercados de factores, etc.

Los contemporáneos

En 1915 Robert Liefmann publicó “Monopoly or Competition as the Basis of a Government Trust Policy” y se convirtió en el artículo teórico más relevante durante los años veinte del siglo pasado en los Estados Unidos, principalmente porque los políticos americanos finalmente encontraron un economista que hablaba sobre la dinámica de los mercados, lo que era perfectamente conveniente para sus propuestas

Liefmann resolvió el debate sobre cómo funciona la competencia perfecta y vinculado con economías de escala, y la cuestión del monopolio. Su artículo analiza la competencia como una cuestión dinámica y lo que significa, a corto plazo: “The advantages of free competition, that supply is better adjusted to demand, that it brings about lower prices to consumers, and so on, have been pointed out so often that it appears unnecessary to enter here into detail concerning them” (Liefmann 1915, pp. 309), pero bajo la Ley de igualación de los costes marginales, donde el elemento decisivo es el excedente de utilidad sobre los costes:

“The maximum is brought about by monopoly. This is the chief reason for the fact that competition, pushed to the extreme, becomes monopoly. The climax of competition is monopoly, and all competition is nothing but a striving for monopoly” (Liefmann 1915, pp. 315)

Abba Lerner, por otra parte, desarrolló la fórmula que demuestra el poder ejercido por un monopolio, pero su argumentación teórica enlaza con el tema que nos ocupa, las ganancias del monopolista son una pérdida social neta, en sus palabras:

“By increasing the price of the monopolised commodity, causes buyers to divert their expenditure to other, less satisfactory, purchases. This constitutes a loss to the consumer which is not balanced by any gain reaped by the monopolist, so that there is a net social loss” (Lerner, 1934: 157)

Y por tanto, la pérdida debida al monopolio puede ser analizada como la diferencia entre el precio y el coste marginal (Lerner, 1934: 165). Desde entonces en los mercados de bienes, la fórmula más convencional que explica el grado de monopolio en un mercado, y por tanto la asimetría o el control del mismo, es la diferencia entre el precio del producto y su coste marginal; también conocido como el índice de Lerner ⁵

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

Lo que viene a decir que una parte del mercado, los oferentes, no venden sus productos al coste marginal de producción, sino que incrementan el precio porque los demandantes carecen de la información necesaria para negociar el precio; o aún con información suficiente no pueden ejercer su cuota de “poder” y se convierten en precio aceptantes.

Kenneth Arrow, unos años después incluía la falta de información como variable a tener en cuenta en el análisis de los monopolios y su ejercicio de poder económico. Arrow defendía que los fallos en la competencia perfecta para conseguir una asignación de recursos óptima, se deben, entre otras razones, a la incertidumbre, siendo la falta de información, la noción más desarrollada en la teoría económica más formal. (Arrow, 1962: 609) veremos más adelante, cómo la política de la competencia de un país puede mejorar la información en los mercados y beneficiar a empresas y consumidores.

Cualquier fallo en la competencia derivado de la información asimétrica generará una asignación sub-óptima de los recursos. La información debe ser considerada como una mercancía, y por tanto tiene un mercado y un precio.

⁵ Lerner 1934. The Concept of Monopoly and the Measurement of Monopoly Power

“Uncertainty usually creates a still more subtle problem in resource allocation; information becomes a commodity. An entrepreneur will automatically acquire a knowledge of demand and production conditions in his field which is available to others only with special effort. Information will frequently have an economic value, in the sense that anyone possessing the information can make greater profits than would otherwise be the case”. (Arrow, 1962: 614)

El dueño de cualquier tipo de información⁶, en sentido abstracto, puede conseguir un beneficio por su venta, incluso mejorar su salario si consigue que le contrate el competidor directo de la empresa; de ahí el interés de las grandes corporaciones en que sus empleados se sientan valorados y pagados, y los contratos que han de firmar antes de acceder a información sensible. Pero si la información la posee una empresa con cierto poder de monopolio en un mercado, buscará aprovecharse de la misma en su propio beneficio; dentro de algunos marcos legales las empresas pueden ganar mucho dinero "Then the monopoly power can indeed be exerted" (Arrow, 1962: 615); dentro de otros marcos legales la misma información no valdrá mucho.

En la contabilidad de costes de las empresas, el coste de la información se trasmite a los costes marginales y el precio sube, y será la demanda la que haga frente a un precio resultado del ejercicio de poder de mercado debido a una estructura no competitiva. Arrow al hablar de este asunto, defendía que desde el punto de vista de asignación óptima y con costes de información, las empresas al realizar sus compras deben manejar los problemas que surgen por las indivisibilidades, pero los economistas no hemos resuelto el problema de la incapacidad del comprador para juzgar por adelantado el valor de la información que compra (Arrow, 1962: 616)

Brevemente, la relación entre las empresas y los consumidores podría interpretarse de la siguiente manera: La renta de los consumidores se deriva de la venta de mercancías, incluido el trabajo, a las empresas y por ello reciben unas rentas que se gastan comprando bienes mientras maximizan su utilidad

⁶ Stigler en 1961 hizo un intento de cuantificar “el conocimiento dentro de una empresa como poder”. Su inclusión en este artículo sobrepasa los objetivos del mismo.

acorde con un presupuesto restringido e impuesto por esas rentas (Arrow, 1962: 611). Por tanto, la riqueza de las empresas resulta afectada de forma directa por su relación con los consumidores (Demsetz, [1982], 1986: 32) de ahí que cuando se producen desequilibrios en el mercado y las corporaciones esperan tener pérdidas apelan a la soberanía del consumidor, y no tienen mayor interés en los clientes cuando la expectativa es de ganancias.

El Mercado de los factores es más complicado, ya que requiere un análisis de los derechos de propiedad sobre esos factores y como nos dice Coase: "All property rights interfere with the ability of people to use resources" (Coase, 1959: 27) principalmente cuando los recursos son su trabajo y no resulta fácil definir y pagar el uso de esa "propiedad". En esta línea nos dice Demsetz que "La competencia en el sistema de propiedad privada hace que recaiga sobre el propietario de esos recursos, incluido el capital humano, las consecuencias de la utilización de esos recursos, precisamente por ser él el propietario" (Demsetz, [1982], 1986: 32). Ronald Coase matiza esta afirmación defendiendo que sea el sistema legal el que establezca una delimitación clara de los derechos de las partes "on the basis of which the transfer and recombination of rights can take place through the market" (Coase, 1959: 25)

EL BIENESTAR SOCIAL

El bienestar social se define tradicionalmente como el conjunto de factores que intervienen en la calidad de la vida de las personas dentro de su sociedad, y que hacen se sientan más satisfechas, humana y socialmente. Los mercados en libre competencia mejorarán el bienestar social, primero porque benefician al consumidor, además de promover la investigación y el desarrollo, por último reduce el poder que pueden ejercer los grupos de poder o lobbies sobre las instituciones.

Un modelo en competencia perfecta bajo condiciones de Laissez-Faire atenderá mejor las demandas de los consumidores (Demsetz, 1986: 39) y mejorará su bienestar social. Además de que la competencia crea un incentivo a invertir para reducir costes y por tanto, se puede comparar con una mejora en

el beneficio o bienestar social (Arrow, 1962: 622). Y también la competencia es un sistema socialmente más deseable: “It will be argued that the incentive to invent is less under monopolistic than under competitive conditions but even in the latter case it will be less than is socially desirable” (Arrow, 1962: 619)

Cuando no existe competencia perfecta surge el conflicto conocido como “inadecuabilidad” que explica la divergencia entre el beneficio social y el privado. La palabra económica que se usa es “Appropriability” y se define como la capacidad de las empresas para retener la creación de valor que genera su proceso productivo; la cantidad que es capaz de retener en su propio beneficio sería el beneficio privado. Sin embargo, una parte de esa creación de valor depende tanto de las decisiones de la empresa como de la estructura del mercado en el que opera, y este último matiz es la intersección con el beneficio social. De cuánto del beneficio social se apropie una empresa descansa en la estructura de su mercado y en las instituciones de los países en los que opere, comprando materias primas, desarrollando sus procesos o vendiendo su producto terminado.

Kurtz nos dice que el estudio de las necesidades y el papel de las instituciones como depósitos de poder, formadores y protectores de opiniones, es pertinente, ya que significa un estudio de cómo funciona el sistema como un todo. “If economic power gets more and more concentrated, an irreconcilable contradiction obtains between the democratic logic of “one voter one vote” and the market logic of “one Dollar one vote” (Kurtz, 2016)

Thomas Piketty recientemente también defiende que los cambios en las instituciones juegan un importante rol en la distribución de la riqueza (Piketty, 2015: 48), de hecho su investigación más reconocida se entra en una comparativa de distintos ratios entre países a lo largo de la historia; siendo la evolución de distribución de la renta y la retribución al capital las dos variables mejor analizadas.

No podemos considerar casi ningún mercado como perfectamente competitivo porque en todos los mercados existen algunos costes de información y asimetrías. Por eso los tribunales de la competencia se dedican a promover la competencia, a la vez que mejoran la eficiencia económica y el

bienestar de los consumidores. De este modo modifican los niveles de renta de la población (UNCTAD, 2014: 4)

Entre las instituciones que pueden mejorar el bienestar social estarían la Federal Trade Commission Americana (FTC), por ser la primera, y los tribunales de defensa de la competencia Europeos: nacionales y el supranacional en Bruselas.

LA POLÍTICA DE LA COMPETENCIA Y SU TAREA DE REDUCIR AL PODER ECONÓMICO

Tradicionalmente las democracias modernas usan el mecanismo de distribución de la renta que regula los niveles de salarios, beneficios y rentas a través del estado, en un intento de corregir la asimetría en la distribución de la riqueza y la remuneración a los factores productivos. Dependiendo del país varía el grado de regulación y corrección. La política de la competencia puede ayudar a mejorar el bienestar social a través de la mejor asignación de factores y una mejor remuneración de los mismos. Al equilibrar las relaciones de poder entre los agentes que interactúan en el mismo, todas las partes pueden negociar. El antitrust se diseñó para mejorar la eficiencia y no como un instrumento político para manejar cuestiones de distribución de la renta.

Los orígenes de la política de la competencia debemos buscarlos en los Estados Unidos de América, cuando se cambiaron las principales disposiciones de la Clayton's Act y la Federal Trade Commission como organismo independiente fueron aprobadas en 1914. Pero conseguir que el proyecto de ley fuera aprobado no resultó una tarea fácil, en palabras de Chandler: "Indeed Roosevelt had to use his great political skill to steer the bill pass the opposition of a large block of senators who had the support of much of the American business community as well as its railroad leaders" (Chandler 1977, pp 175).

Chandler decía que la intención de Roosevelt era llevar a los trust bajo el control del gobierno federal, y luego llevar al mundo de los negocios de vuelta a

la verdadera economía de la libre empresa y del laissez-faire. A pesar de sus intenciones, Roosevelt nunca intentó atacar y derribar todos los trust de la nación, pero sí creía que los trust abusaban de su poder económico.

Cuando Theodore Roosevelt salió de la Casa Blanca en 1909, los días de la lucha contra los trust no habían terminado. Su sucesor, el ex secretario de guerra William Howard Taft, también persiguió la destrucción de los trusts. En 1913, el presidente Woodrow Wilson, con fuertes convicciones religiosas que lo llevaron a enfatizar la necesidad de reunir negocios y cristianismo. Sin embargo, la plataforma de Wilson se llamaba de "la regulación de la competencia" y la plataforma de Roosevelt, del Partido progresista, fue llamada del "monopolio regulado".

La definición exacta de los límites de la competencia fue hecha por Clark en 1914 y publicada como un folleto provocativo titulado "Social justice without socialism", dedicado al Rey Edward porque el rey había dicho en un discurso "we are all socialists, now". El clamor de Clark por la competencia es claro y los argumentos que emplea ya han sido expuestos en este paper en epígrafes anteriores "The first thing to be rescued is competition –meaning that healthy rivalry between different producers which has always been the guarantee of technical progress" (Clark 1914, pp. 5). Porque el comportamiento de las empresas americanas en este periodo iba destinado a controlar materias primas, vender bienes por debajo de coste en aquellas áreas donde actuaban pequeñas empresas rivales, forzaban a los comerciantes a boicotear a los artesanos independientes, a pesar de las leyes y las comisiones, expulsaban a los competidores del negocio (Clark 1914, pp. 29).

Aunque la competencia entre grandes corporaciones da mejores resultados para el público que la monopolización porque los beneficios de la rivalidad pasan directamente al público bajando el precio de venta. En este contexto, Clark defendió la necesidad de una reforma de las condiciones de competencia en América. Su solicitud da sus frutos cuando Clark redacta una versión preliminar de la Ley Antitrust de Clayton de 1914.

CONCLUSIONES

Hemos visto en este breve ensayo que el poder económico se sostiene sobre la asimetría entre las partes que operan en el mismo mercado, resaltando la asimetría en la información; y que el coste y difusión de la información no son fáciles de cuantificar. Asimismo, hemos constatado que esa asimetría precisa de la ayuda de las instituciones públicas para sobrevivir en el largo plazo, de lo contrario con el mero funcionamiento de la libre competencia no se puede “capturar” al estado.

Desde A. Smith, Marx, Lerner, Arrow y otros muchos han argumentado que cualquier monopolio perjudica al bienestar social, ya que hace desaparecer la ganancia social neta que genera la libre competencia. Con este argumento en 1914 se puso en marcha en Estados Unidos la Federal Trade Commission que protege los derechos de los consumidores y garantiza la libre competencia en los mercados, tanto de productos y servicios finales como intermedios.

Bibliografía

Arrow, K. 1962. Economic Welfare and the Allocation of Resources for Invention. In NBER. The Rate and Direction of Inventive Activity: Economic and Social Factors, Princeton University Press: 609 - 626

Becker, G. 1958. Competition and democracy. Journal of Law and Economics, 1: 105-109.

Chandler, Alfred. 1977. The visible hand. Cambridge. Mss: Harvard University Press

Clark, John Bates. [1888] 1973. Big business economic power in a free society. New York: Arno press.

Clark, John Bates. [1914] 1973. "Social justice without socialism." in John Bates Clark, Big business economic power in a free society, New York: Arno press

Coase, R. 1959. The federal communications commission. Journal of Law and Economics, 2: 1-40.

Dahl, R. A. (1957). The concept of power. Behavioral Science, 2, 3: 201-15.

Kurtz. H. (2016). Power: the bête noire in much of economics. Aispe Conference, Lecce. Italy

Jessop, B. 2012. 'Marxist Approaches to Power' in E. Amenta, K. Nash, A. Scott, eds, The Wiley-Blackwell Companion to Political Sociology, Oxford: Blackwell, 3-14. Disponible en internet <https://bobjessop.org/2014/03/27/marxist-approaches-to-power/>

Lerner. A. 1934. The Concept of Monopoly and the Measurement of Monopoly Power. Review of Economic Studies, 1, 3: 157-175

Liefmann, R. 1915, "Monopoly or Competition as the Basis of a Government Trust Policy." The Quarterly Journal of Economics. 29 (2): 308-325.

Marx [1848] 2013, El manifiesto comunista. Madrid: Fundación de Investigaciones Marxistas.

Piketty, T. 2015. American Economic Review: Papers & Proceedings, 105, 5: 48-53

Smith, A. [1776], the wealth of Nations,

Stigler, G. 1961. The economics of information. The Journal of Political Economy, 69, 3: 213-225.

UNCTAD, 2014. The impact of cartels on the poor. Disponible en. http://unctad.org/meetings/en/SessionalDocuments/ciclpd24rev1_en.pdf