

# ECONOMIA

## SEGUNDA PARTE

Dr. JOSE DIMAS HERNANDEZ \*

### I.—CONCEPTO DE MERCADO

El concepto MERCADO, tiene dos acepciones: una de orden geográfico y el otro como sistema. El de orden geográfico, se refiere al lugar donde concurren tanto los compradores como los vendedores para efectuar transacciones comerciales; el mercado puede ser local, regional, continental o mundial. Se llama local al que está situado en la vecindad; regional al que tiene como ámbito una determinada área conformada por varios países; y el mercado internacional o mundial, es el concepto geográfico que tiene como ámbito cualquier continente o el mundo.

El mercado como organización o sistema, consiste en la estructuración administrativa que permite la venta y compra de bienes y servicios en forma sistematizada; un ejemplo de ese tipo de mercado es la bolsa de valores de New York, Londres, París; por analogía podría mencionarse la organización del mercado de San Miguelito, que está geográficamente ubicado en la ciudad de San Salvador, pero su funcionamiento contempla una administración, pues hay una distribución de ventas por artículos. En el caso de las operaciones bursátiles, para poder vender un valor, presupone una organización, contar con teletipo y otros medios de comunicación rápidos para saber las cotizaciones de los valores, corredores o bolsistas, etc.; es una organización tan compleja que utiliza computadoras para tabular la información de valores, así como poder suministrar toda la información que requiera el que desea adquirir un valor. Entonces el mercado no es sólo el lugar donde se efectúan las operaciones de compra y venta, sino la organización donde se realizan las mismas; el mercado es donde en realidad concurren las fuerzas que conforman los niveles de precio en las economías de libre empresa, donde, naturalmente, existe la libre competencia. Un productor para poder establecer los niveles de precios, toma en consideración la demanda potencial y la demanda real, con el propósito de diseñar su producción de acuerdo con la demanda; además trata de indagar cuáles son los niveles de precios a que podría colocar ese producto; a través de una campaña de publicidad hace conocer el producto y comunica su precio. Es a través de esa explicación que podemos encontrar los elementos que influyen a la oferta.

Cuando un empresario diseña un proyecto para lanzar al mercado un producto, establece lo que se llama un **consenso de los consumidores**; al hacer ese consenso de los consumidores estudia los estratos económicos. Si quiere tener una venta masiva, si quiere incorporar al sistema de producción las ventajas de las economías de

\* Profesor de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad de El Salvador. Economista del Banco Central de Reserva de El Salvador.

escala o sea obtener una producción masiva, necesitará de un amplio mercado; para poder contar con un amplio mercado, presupone que los estratos a que se pretende hacer llegar ese producto tienen una rentabilidad que les permitirá adquirir el producto que les es ofrecido; además el productor estudia lo que se da en llamar **escala de demanda** (cada persona tiene una tabla de demanda); por ejemplo, cada persona demanda zapatos, corbata, camisa, calcetines, etc.; y además se trata de cuantificar qué proporción de su presupuesto destina a la adquisición de determinados artículos; es allí donde tal vez podríamos considerar de alguna validez la fuerza de la demanda, pues entra a jugar un papel importante en cuanto a la fijación de los precios. Como ustedes saben al precio de venta se le incorpora el de la publicidad, esa publicidad que ven por T.V. y oyen por radio la paga el consumidor. En los países que tienen una estructura preponderantemente agrícola, sus productos están sujetos a grandes fluctuaciones de precios en el mercado internacional. ¿Por qué? Porque los mercados están controlados por especuladores; en cambio las manufacturas de los países desarrollados imponen sus precios, asimismo tienen el atributo de imponernos el precio que nos pagan por nuestros productos de origen agrícola.

A un producto se le puede subir y bajar el precio; pero lo importante es establecer cómo reacciona la demanda, particularmente en el caso de la mayoría de productos agrícolas cuya naturaleza los hace perecederos; esta desventaja los coloca en una situación forzada de comercializar al precio que les paguen por ellos. Existe otro elemento importante por el cual están sujetos a las fluctuaciones de precio del mercado: los productores agrícolas, generalmente, no están organizados y la formación de precios se distorsiona por las mecánicas de compra y venta, particularmente los especuladores que tratan de comprar el producto para retirarlo del mercado y colocarlo cuando se escasea, están en condiciones de poder fijar el precio. Un mecanismo que permite contrarrestar esas fluctuaciones de los precios en los países agrícolas, generalmente los países en vías de desarrollo, consiste en el establecimiento de instituciones estabilizadoras de precios, destinados a la compra de productos para luego colocarlos en el mercado de consumo en determinado momento; este mecanismo es efectivo o inefectivo en la medida en que participe en el volumen de oferta y demanda en el mercado. Por ejemplo, si el país tuviera una demanda de un millón de quintales de maíz, y la oferta en manos de los especuladores es del 95%, y la del ente Estatal representa el 5% no logrará influir en el precio de oferta de ese producto, por el pequeño significado de su participación.

## II.—LA NATURALEZA Y FUNCIONES DEL DINERO

Dinero es todo artículo que tiene el atributo de servir de medio de pago, con él se puede comprar cualquier cosa; tiene otra característica: la de servir de unidad de cuenta —cuando se adquiere un producto, se mide en términos de la unidad monetaria, se dice “vale 10 colones”—; y la otra característica es la de ser acumulador del valor, ya que sirve para pagos diferidos. Los partidarios de la teoría cuantitativa sostienen que el nivel general de los precios varía en razón directa de la cantidad de dinero y de su velocidad de circulación, y en razón inversa del volumen de mercancías y de servicios que pueden ser compradas mediante el dinero, y el origen de las variaciones del nivel de precios se puede encontrar en cualquiera de estos fenómenos. Cuando el dinero se emite en un volumen considerable, hay disponibilidades de medio de pago y las personas estarán con una predisposición psicológica a dar más dinero por el mismo producto.

Velocidad del dinero quiere decir que se manifiesta cuando con un colón en un día se pueden realizar 5 compras o sea una velocidad de 5, es decir si el colón fuera retenido por su tenedor y no circulara, consecuentemente la velocidad se anularía, por lo que se requeriría 5 unidades monetarias para efectuar las cinco operaciones; dicho fenómeno está determinado por una serie de elementos, como son modalidades de pago, los hábitos de consumo, etc. Si a una persona le pagan semanalmente, semanalmente gasta, ese dinero circula; esa circulación y ese mismo dinero, en la medida misma que sirva para comprar o efectuar varias transacciones, es lo que da la medida de la velocidad del dinero; la velocidad del dinero en países en vías de desarrollo es relativamente baja, el crédito no es muy ágil, influye el crédito, formas de pago, hábitos de gastos; la cantidad de dinero, la velocidad y el volumen de producción, influyen en los niveles de precio.

## II.-1.-DETERMINANTE DE LA OFERTA DE DINERO

I.—El tamaño de la base monetaria; es decir, la oferta de fondos que se pueden utilizar como efectivo o como reservas para respaldar cuentas de cheques:

1.—El volumen de reservas monetarias de oro: a) la cantidad de oro acumulado en períodos anteriores; b) las adiciones que hace la producción de oro en la actualidad a la existencia monetaria de oro; c) las importaciones y exportaciones de oro.

2.—La cantidad de otras clases de dinero emitidas por el gobierno: a) metálico, excepto oro; b) papel moneda, excepto certificados oro.

3.—Volumen de crédito otorgado por el Banco Central.

II.—La elección de la comunidad respecto a las cantidades relativas de efectivo y de depósito contra cheques que desee mantener.

III.—La proporción entre las reservas bancarias y los depósitos en cuentas de cheques:

1.—Requisitos acostumbrados o legales de reservas.

2.—Política que sigan los bancos de permitir las reservas que sean inferiores o superiores relativamente a las necesidades.

## II.-2.-FACTORES DETERMINANTES DE LA VELOCIDAD DE LA CIRCULACION DEL DINERO

I.—Estado de desarrollo del sistema financiero y de crédito y el grado en que lo utiliza la comunidad:

1.—Las facilidades de préstamo y de inversiones;

2.—La facilidad de obtener dinero prestado.

II.—Las costumbres de la comunidad respecto al ahorro y al consumo.

### III.—Los sistemas de pagos de la comunidad:

- 1.—Según la frecuencia con que se llevan a cabo los ingresos y los desembolsos de dinero.
- 2.—Según la regularidad de los ingresos y de los desembolsos.
- 3.—Según la relación que existe en los diferentes períodos que cobren y paguen.

### IV.—La rapidez del transporte del dinero.

### V.—El estado de previsión de la comunidad:

- 1.—Respecto de los futuros volúmenes de ingreso y de los futuros precios de mercancías y servicios.
- 2.—Respecto de los movimientos de precios y de los bienes que producen ingresos.

## II.—3.—CREACION Y CONTROL DEL DINERO Y EL SISTEMA BANCARIO

En un país existen bancos comerciales y del Estado. El conjunto de instituciones de crédito forma lo que se le da en llamar **sistema bancario**; el sistema financiero está constituido por los bancos y otras instituciones financieras, que no sólo generan créditos sino que captan recursos del público, como son los Bancos, instituciones de ahorro, compañías de seguros. El sistema financiero no funciona en una forma anárquica, está sujeto a directrices, orientaciones y líneas de política definidas por el Banco Central. Los objetivos fundamentales de una Banca Central son: promover y mantener las condiciones monetarias, cambiarias y crediticias más favorables para el desarrollo ordenado de la economía nacional; mantener la estabilidad monetaria del país, preservar el valor del colón y su convertibilidad y coordinar la política monetaria del Banco con la política económica del país. El criterio que sigue el Banco Central para emitir determinada cantidad de dinero descansa en una evaluación de las actividades económicas actuales y las que se proyectan emprender, en base a lo cual establece los requerimientos monetarios.

Se toma en cuenta la velocidad del dinero, establecido mediante un análisis histórico de series monetarias, para poder determinar en un momento dado la emisión del dinero. Otra función del Banco Central es: realizar servicios de Banca General, agencias y de consejeros del Gobierno. Como Banco del Gobierno, maneja sus depósitos, o sea recibe recursos y efectúa sus pagos; se llama Banco del Estado porque le otorga crédito al Gobierno. Como consejero, asesora al Gobierno en la obtención de financiamiento. El Banco Central establece lo que se llama **encajes legales**; es el custodio de todas las reservas del país —las que están constituidas por oro y divisas—. Las divisas están representadas por todas las monedas extranjeras; refuerza la tenencia de oro y divisas con la compra de divisas en los mercados internacionales, es el encargado de venderlas. Otra función consiste en conceder créditos mediante redescuento, anticipo a los bancos comerciales y a instituciones financieras; la operación de redescuento es el mecanismo a través del cual un Banco al

escriturar un préstamo, este documento lo manda al Banco Central para su elegibilidad, la elegibilidad depende del tipo de crédito, que ampara el documento que haya sido concedido de acuerdo a las normas de canalización de créditos establecidas por el Banco Central; al ser considerado elegible, es redescotado, significando el reintegro el valor que fue dado, a un tipo de interés preferencial; el redescuento es la operación que consiste en el redescuento de aceptaciones negociables de créditos otorgados por comerciantes, los cuales son descontados en los Bancos Comerciales y éstos a su vez son descontados por el Banco Central. El Banco Central tiene una política de crédito que se orienta poniendo énfasis en las actividades productivas; dándole menos importancia a las actividades dadas en llamárseles improductivas. Otra función es la de liquidar saldos entre los Bancos del sistema, o sea que realiza la función de compensación del sistema bancario.

### III.—MONOPOLIO

Vamos a desarrollar el tema dando ideas de tipo general sobre cómo se forman los precios en una economía donde funcionan los monopolios.

Como ustedes saben monopolio presupone el control unipersonal, uniempresarial en el mercado; significa la existencia de un único vendedor de un determinado producto.

Naturalmente, en esta idea de control de mercado no entra en juego la Ley de la oferta y la demanda, la situación de controlar el mercado; el monopolista tiene a su disposición las condiciones de establecer el precio a su libre discreción y su absoluta voluntad; sin embargo, esto no es tan cierto por cuanto el monopolista, para determinar los precios, hace un análisis de la capacidad económica de los estratos y busca la forma de poder lograr un mayor volumen de venta de su producto. Técnicamente el monopolista tiene un límite que orienta sus niveles de producción, como lo es la capacidad de absorción del mercado; otra limitación está dada en aquel punto donde los ingresos marginales sean iguales al costo marginal.

Los monopolios tienen el atributo de imponer sus productos, en la medida que no existan productos sustitutos o sucedáneos; pero si existen esos productos, no tienen tanta libertad de imponer el precio; sin embargo los monopolios utilizan otras estrategias para lograr mantener ciertos niveles de precio. Los monopolios en general persiguen absorber un mercado con el propósito de tener grandes ganancias, condición que les permite aplicar las economías de escala. Sin embargo, para lograr ciertos precios, de conveniencia para ellos, mantienen niveles de producción compatibles con su política de precio.

También existen quasi-monopolios, caracterizando aquellas empresas que logran absorber un mercado por su tamaño o por acuerdos con otras empresas; también a través del mecanismo como podrían ser las barreras arancelarias u otra clase de protecciones; los monopolios tienen limitaciones de tipo legal, es decir, hay leyes que prohíben ese tipo de organización. Sin embargo, en Centroamérica, en el campo de la Integración Económica, existe un protocolo de Industrias de Integración que le confiere a una empresa el carácter de monopolio, como es el caso de la GINSA de Guatemala; al ser declarada Industria de Integración se supone debe de

tener un nivel de producción capaz de satisfacer la demanda del mercado centroamericano, le da la exclusividad de producir llantas y no se autoriza en ningún país de Centroamérica el establecimiento de otra planta de producción de llantas; a través de ese mecanismo jurídico, se está instituyendo un monopolio. Claro está, ese monopolio está protegido por una serie de ventajas arancelarias, es decir, niveles de aforos proteccionistas, que representan barreras arancelarias para la importación. Los monopolios también se caracterizan por monopolizar la compra de productos primarios, condición que los convierte en monopsonio; un ejemplo de este tipo de empresas sería la Cigarrería Morazán, S. A., porque es el único consumidor de un determinado producto: es el único que puede comprar o adquirir tabaco, quedando sujeta la producción al mercado local, pues la incidencia de los costos de transporte imposibilitan desplazar este producto a otro mercado, si el diferencial de precios no es lo suficientemente amplio para compensar el transporte. Es un monopolio porque es la única productora de cigarrillos y además controla la venta de la materia prima que se produce en el país. Asumiendo la hipótesis que existiese la posibilidad de establecer otra empresa similar, ésta confrontaría dificultades iniciales, ya que la Cigarrería Morazán tiene contratos celebrados con anticipación, de comprarles la producción de tabaco a los que lo cultivan; hay otro elemento limitante para el establecimiento de otras empresas, consiste en las dificultades de la nueva empresa en el acceso al crédito bancario, pues tiene que lograr una solidez que le permita gozar de las facilidades crediticias, ventaja de la cual goza un monopolio establecido; el control del mercado le confiere una situación económica-financiera capaz de tener una capacidad de pago suficiente como para ser aceptada por cualquier institución bancaria financiera, es decir el acceso que tiene al crédito es ágil y fácil; naturalmente una empresa nueva que comienza presupone riesgos de pérdidas en los primeros años de operación, lo cual resulta evidente ya que las puertas del campo financiero no las tiene tan expeditas como pudiera suponerse.

Otro de los limitantes, y que coadyuva al establecimiento y a la persistencia de los monopolios, es la necesidad de la producción de escala, es decir una empresa pequeña difícilmente puede competir; contemporáneamente existen sistemas de producción con ventajas técnicas, cuya incorporación a procesos de pequeñas empresas resultaría demasiado costoso, particularmente si relacionamos el ámbito del mercado. Los mercados limitados o pequeños no posibilitan el aprovechamiento de las ventajas de las economías de escala, viéndose reducido, en algunos casos, a la aplicación de técnicas de producción obsoletas o sistemas atrasados, haciéndolos menos competitivos y los coloca en situación de desventaja frente a los monopolios. Por ejemplo, la Cigarrería Morazán por su misma condición monopolística tiene la posibilidad de incorporar en sus procesos de producción la maquinaria más moderna que hasta hoy en día se utiliza, coyuntura que no podría aprovechar otra empresa. Para concluir, podemos decir que las posibilidades de aprovechar las ventajas de las economías de escala sólo existen para las empresas grandes, no para las pequeñas. Como ustedes han de observar, también existe otro tipo de monopolio, además de los privados y los públicos. ¿Cuáles son los públicos? No necesito definirlos porque su mismo nombre lo indica, son aquéllos cuya propiedad corresponde al Estado; tenemos para el caso la generación de energía eléctrica, está monopolizada por una institución autónoma de carácter estatal, sin embargo la distribución de dicha energía eléctrica está monopolizada por una compañía privada; también tenemos monopolios en las actividades de servicios, como es el aseo que está centralizado por la municipalidad. Existen monopolios incondicionales a largo plazo, éstos son aquéllos que por su estructura de producción, el mercado les asegura a

un tiempo infinito su permanencia monopolística, tal es el caso de la empresa generadora de energía; los requerimientos de una elevada inversión, la hacen menos atractiva para la inversión privada, pues no es fácil reunir una cantidad masiva de capital, y la recuperación de la inversión es a largo plazo. Al constituirse el instituto autónomo CEL las ventajas son tan óptimas que difícilmente una empresa privada podría competir en ese campo, situación que le asegura su condición monopolizadora a largo plazo. También existen los monopolios condicionados a largo plazo, que son aquéllos que por razones circunstanciales de mercado, se les da la concesión de que se establezcan con características de monopolio, tal es la GINSA de Guatemala, condición que le fuera conferida al acogerse al régimen de industrias de integración, mediante un protocolo; situación que le permite que sus productos gocen de la exclusividad del mercado centroamericano. Es obvio que esa condición presupone llenar ciertos requisitos, siendo uno de ellos el de satisfacer la demanda de Centroamérica. Como la población crece y la demanda y el transporte se van desarrollando intensamente, consecuentemente la demanda de ese producto tiene que llegar a un punto, donde la capacidad instalada de esta fábrica no sea capaz de satisfacer la demanda regional; estas circunstancias condicionan a esta organización monopolística, controlando su funcionamiento de tal manera que satisfaga el mercado a largo plazo; por eso se dice condicionada a largo plazo, ya que esta empresa para llegar al límite máximo de su producción debe implantar tres turnos, pues si la demanda del mercado es superior y no amplía sus instalaciones, los gobiernos tendrán que permitir el establecimiento de otra planta. Existe asimismo el tipo de monopolio a corto plazo incondicionado. Para poder ejemplificar esta característica tomaremos el ejemplo de aquellas empresas que se acogen al régimen de incentivos fiscales, gozando de beneficios no sólo de orden fiscal, sino municipales, barreras arancelarias y no arancelarias lo que les permite funcionar a corto plazo como un monopolio; es decir, las ventajas y efectos de esos beneficios se reflejan incidiendo en sus costos, situación que les permite desplazar cualquier producto importado, por cuanto éste, dada la incidencia del impuesto de importación, podría resultar prohibitivo; el monopolio a corto plazo estimulado por dicho mecanismo, tiene el riesgo de que otra compañía se pueda establecer en el mismo mercado.

Existen otras formas de organización que adquieren el carácter de monopolios, mediante la estructura organizativa que adoptan; ejemplo lo tenemos en la convención naviera que es la que se reúne en un lugar determinado del mundo, para establecer precios y redistribuir líneas de navegación entre sus miembros. Funciona en forma monopolística y se llama monopolio desde el punto de vista de la convención naviera; sin embargo, en base a sus elementos constitutivos o componentes, podríamos llamarlos oligopolios. Otra forma de monopolio es la IATA (International Air Transport Association o Asociación Internacional de Transportes Aéreos) que es la convención de líneas aéreas, organizada para fijar las nuevas tarifas de pasajes aéreos y ninguna compañía puede rebajar o aumentar su tarifa. La Asociación Salvadoreña de Industriales, es una organización que se ha integrado con el propósito de fijar políticas que beneficien sus productos, unificar esfuerzos para defender intereses empresariales y evitar prácticas que contribuyan a una competencia ruinosa; ésta es una de las modalidades de organización monopolista.

También existen asociaciones para regular la producción; tenemos una en nuestro medio: la Cooperativa Algodonera, que agrupa a todos los productores para constituirse el único vendedor para regular los precios, la producción y presentarse en el mercado como solo oferente; situación que le da el carácter de monopolio, y la

condición de receptor de algodón lo tipifica como un monopsonio. Sin embargo esta forma de monopolio es beneficiosa para los productores, ya que representa un mecanismo de comercialización y de defensa de precios. También existen consorcios que establecen su fondo común con el fin de otorgar financiamiento para las operaciones de sus asociados; es otra de las modalidades de monopolio. Existe otra forma de monopolio que en nuestro país está en vías de desarrollo, es la formación de asociaciones de profesionales, tipo de organización que permite distribuir los contratos o los servicios, por ejemplo en el campo de la ingeniería que es donde más se dan.

Existen también formas transitorias de monopolio, como son las agencias de ventas en algunos países desarrollados: varios productores se asocian y establecen una sola agencia de venta concentrando en esta forma la oferta de sus productos; evitando que un empresario, individualmente, lance su producto al mercado y a través de una publicidad masiva haga que la demanda o la preferencia de los consumidores se inclinen por su producto; al concurrir todos los productores se informan de los precios y se establecen los límites en relación a las calidades; es una forma de monopolio.

Existe otra forma de monopolio conocido como cartel. Tuvo su origen en Alemania en 1879; la característica principal consiste en la formulación de acuerdos para fijar precios por una convención de productores para poder limitar a la producción o fijar los precios. No siempre se formalizan estos acuerdos ante un abogado, pero algunas veces sí se legaliza, por eso necesitan estudiar estos aspectos, ya que los abogados tienen que asesorar a los empresarios sobre la mejor forma de organizarse. También se establece mediante pacto de caballero.

Otra forma de monopolio en países desarrollados es el "Voting Trust" o sea "el fideicomiso de votos"; consiste en que los empresarios se reúnen y cada uno da sus acciones a un fideicomisario, recibiendo a cambio de ellas certificados de fideicomisos por el mismo valor. Así, los fideicomisos quedaban capacitados para controlar completamente la dirección de todos los negocios del grupo de empresas.

También existe el tipo de monopolio "Intercambio de Acciones". Dos o más Compañías entrelazan su suerte mediante un intercambio de acciones. El efecto previo depende de la magnitud relativa de las empresas y del número y proporción de acciones cambiadas. Para ejemplificar podríamos suponer que una empresa adquiere acciones de otra compañía y viceversa; esta práctica se ha utilizado con el propósito de compartir riesgos o compartir beneficios, ya que la producción de un producto podría tener mayor rentabilidad, y menos rentabilidad el producto de la otra empresa; es decir que las acciones de la empresa que rinde más beneficios son compartidos por las dos y las acciones de menor rentabilidad por igual.

Otra forma de monopolio la constituyen las Compañías Tenedoras (Holding Companies); la cual se caracteriza por el método de unificar un grupo de compañías; en el que cada una de ellas vende sus acciones a otra compañía que se establece para ese fin; los accionistas de cada empresa reciben a cambio acciones de la compañía tenedora. Se conserva la existencia individual de cada empresa, disfrutando cada una de mayor o menor grado de autonomía, pero la política general la controla la compañía tenedora en beneficio del grupo.