

LA TEORÍA DE LAS UNIONES ADUANERAS Y LA INTEGRACIÓN DE LA CAPV EN LA CEE

José María Usategui Díaz de Otalora

Departamento de Teoría Económica e Instituto de Economía Pública Universidad del País Vasco E.H.U.

Palabras clave: Uniones aduaneras, teoría de aduanas, integración en la CEE.
Nº de clasificación JEL: F02, F13, F15, P33.

0. INTRODUCCIÓN

La integración de la CAPV en la CEE va a suponer una serie de reducciones en aranceles y restricciones cuantitativas que alterarán el comercio internacional de la CAPV y producirán una serie de efectos que afectarán a la economía y a los comportamientos económicos en la CAPV. En este trabajo se analiza esa integración desde un doble punto de vista. En primer lugar, tomando como base los resultados de la Teoría de las Uniones Aduaneras, se presentan de manera sistemática y ordenada los principales resultados que dicha Teoría (1) nos proporciona con relación a los efectos de la integración sobre localizador) de la producción en el conjunto de la CEE ampliada y sobre inversión, precios, consumo, bienestar y competencia en la CAPV. A continuación, se plantean algunas cuestiones de esa Teoría que pueden ser especialmente relevantes para el análisis de las consecuencias de dicha integración. Así, en la segunda parte del trabajo se avanza en tres direcciones. En primer lugar, partiendo de la discusión sobre la similitud o complementariedad de las

economías de la CAPV y de la CEE se aborda la dinámica de la diferenciación de producto tras la integración. Después, aceptando que existen economías de escala (de fabricación, distribución o publicitarias) para bastantes productos se estudian los diversos tipos de barreras a la entrada que pueden impedir el aprovechamiento de esas economías de escala por parte de empresas de la CAPV. Por último, dado que la integración de la CAPV en la CEE va a incrementar la competencia espacial en la que estarán inmersas las empresas de la CAPV, se ilustra dicho incremento en competencia espacial con atención particular a la discriminación espacial de precios.

1. UNA LECTURA DE LA TEORÍA DE LAS UNIONES ADUANERAS PARA EL CASO DE LA INTEGRACIÓN DE LA CAPV EN LA CEE

La integración de la CAPV en la CEE va a significar, al final del período transitorio, la eliminación de aranceles y restricciones cuantitativas para el comercio dentro de la CEE ampliada y la reducción de los aranceles que la CAPV impone actualmente a mercancías procedentes de terceros países. Esta reducción variará de unos países a otros en función de las diversas situaciones de partida y de los diferentes aranceles que

(1) Aunque la CEE pretende llegar a constituir un Mercado Común actualmente es sólo una Unión Aduanera y, por tanto, es la Teoría de las Uniones Aduaneras la que resulta, de momento, aplicable al caso.

la Comunidad mantiene hoy con distintos países como consecuencia del conjunto de acuerdos de intercambio comercial que la CEE y ciertos países o grupos de países han firmado (2).

Estas modificaciones en aranceles y restricciones cuantitativas alterarán el comercio internacional de la CAPV y producirán una serie de efectos sobre localización de la producción en el conjunto de la CEE ampliada y sobre inversión, precios, consumo, bienestar y competencia en la CAPV. A continuación, tomando como base los resultados de la Teoría de Uniones Aduaneras, se presentan de manera ordenada y sistemática los principales componentes de cada uno de esos efectos.

1.1. Efectos sobre localización de la producción en la CEE ampliada

Con relación al tema de localización de la producción, la Teoría de las Uniones Aduaneras ha formulado los conocidos efectos de creación de comercio y de desviación de comercio (3). El efecto de creación de comercio señala, que después de la integración de la CAPV en la CEE, habrá productos que dejarán de producirse en la CAPV y pasarán a producirse en la CEE y, al mismo tiempo, productos que se producían en los países de la CEE empezarán a producirse en la CAPV (4).

Para el caso de la integración de la CAPV en la CEE habrá un efecto adicional de creación de comercio ya que al estar la CAPV, tras su entrada en la CEE, obligada a reducir su arancel para los productos provenientes de terceros países habrá productos que antes

se producían en la CAPV y ahora se importarán de esos países.

El efecto de desviación de comercio indica que habrá productos que la CAPV importaba de países que no están en la CEE y que serán ahora importados de países miembros de la CEE (5). Análogamente, productos que otros miembros de la CEE importaban de países que no están en la CEE pueden ser ahora importados de la CAPV.

1.2. Efectos sobre inversión en la CAPV

A partir de los cambios en la localización de la producción se pueden deducir unos efectos sobre la inversión en la CAPV (6). Así, el efecto de creación de comercio hará que, en general, empresas o sectores de la CAPV que aumentan (disminuyen) su producción a costa (en favor) de empresas o sectores de otros países de la CEE aumenten (disminuyan) su inversión. También, dicho efecto hará que empresas o sectores de la CAPV que disminuyan su producción en favor de empresas o sectores de terceros países, no pertenecientes a la CEE, disminuyan, en general, su inversión.

El efecto de desviación de comercio hará que, en general, empresas o sectores de la CAPV que sustituyen a empresas o sectores de terceros países como exportadores a otros países de la CEE aumenten su inversión. Análogamente, empresas de la CAPV que antes importaban de terceros países y ahora importan de países miembros de la CEE pueden aumentar su inversión al conseguir ahora importar a precios más bajos. Por último, empresas de terceros

(2) Esta reducción tendrá una importancia cuantitativa considerable. En la 2ª parte del capítulo III, realizada por el Servicio de Estudios de Caja Laboral Popular, del libro «Euskadi ante la CEE» (1984, Servicio Publicaciones, Gobierno Vasco) se recoge información sobre reducción sobre esa reducción por capítulos arancelarios y para algunas partidas seleccionadas.

(3) La presentación original de estos efectos se realizó en Viner (1950).

(4) Este efecto no va a ser sistemático ya que, en general, el arancel para las exportaciones de la CAPV es menor que el arancel que pagan las exportaciones de la CEE con destino la CAPV.

(5) Para algunos productos la reducción en el arancel para terceros países va a ser mayor que la reducción en el arancel para países miembros de la CEE. En consecuencia, tras la integración podrían desviarse importaciones de la CEE a terceros países. Pero esta posibilidad es escasamente relevante en la práctica y no va a ser considerada en adelante.

(6) Por supuesto, la inversión depende de muchos más factores y puede variar por muchas más razones. El efecto que se recoge aquí sólo recoge el impacto de cambios en la localización de la producción. Más adelante se presentarán consideraciones adicionales sobre cambios esperados en la inversión en la CAPV.

países pueden invertir y producir en la CAPV tras la integración (7) al ser desplazadas sus exportaciones a la CAPV por otros países de la CEE.

1.3. Efectos sobre los precios en la CAPV

La creación de comercio abaratará los productos que antes se producían en la CAPV y que ahora se importan de países de la CEE. Por otra parte, el efecto sobre los precios en la CAPV de los productos que la CEE empieza a dejar de producir y a importar de la CAPV tras la integración dependerá, en buena parte, de si hay rendimientos crecientes (economías de escala), constantes o decrecientes en la fabricación (8) de los mismos en la CAPV. La existencia de economías de escala sería un elemento en favor del descenso no se producirá, en principio, y la existencia de rendimientos decrecientes permitiría prever una subida en el precio de los productos considerados.

La desviación de comercio abarata en la CAPV los productos que la CAPV importaba de terceros países y ahora importa de la CEE. Por otra parte, al igual que en el párrafo anterior, el efecto sobre los precios en la CAPV de los productos que la CEE importaba de terceros países y ahora importa de la CAPV dependerá, en buena parte, de si hay rendimientos crecientes, constantes o decrecientes en la fabricación de los mismos en la CAPV.

Por último, los bienes que la CAPV sigue importando, tras la integración, de los mismos países que antes, sean éstos terceros países miembros de la CEE, se obtendrán ahora más baratos. Las empresas que obtienen estos bienes, para los que no se produce desviación de comercio, pueden también aumentar su inversión al conseguir ahora importar a precios más bajos. En general, todas las empresas de la CAPV que consiguen importar más barato tienen incentivos para aumentar su inversión.

(7) Dentro de los límites que imponga la legislación comunitaria.

(8) O, quizá, en la distribución.

1.4. Efectos sobre el consumo en la CAPV

En general, cuando el precio de un bien disminuye (aumenta) su consumo aumenta (disminuye). La cuantía de ese aumento depende de la elasticidad —precio de ese bien. Aunque existen algunos datos sobre disminuciones de precios previstas y sobre elasticidades— precio para algunas importaciones de la CAPV (9) aquí no voy a discutir la previsible variación cuantitativa en el consumo de los diversos bienes en la CAPV sino la dirección de variación de dicho consumo. Además, no voy a considerar los posibles cambios en renta y gustos que también afectan al consumo sino sólo el efecto del cambio en precios. Por último, tampoco me voy a preocupar de momento de los efectos cruzados que se producen al afectar el cambio en el precio de un bien a la cantidad demandada de otro (10).

En este marco simplificado, puede afirmarse que aumentará el consumo en la CAPV de los productos que antes se producían en la CEE y que ahora se producen en la CAPV, de los productos que la CAPV importaba de terceros países y ahora importa de la CEE y de los productos que la CAPV sigue importando de los mismos países que antes, sean éstos terceros países o países miembros de la CEE. Por otra parte, existirán elementos para afirmar que el consumo de los productos que la CEE empieza a dejar de producir y a importar de la CAPV aumentará, permanecerá invariante o disminuirá en la CAPV según que existan rendimientos crecientes, constantes o decrecientes en la fabricación de los mismos en la CAPV. Un razonamiento análogo es aplicable al caso de productos que la CEE importaba de terceros países y que, tras la integración, importa de la CAPV.

1.5. Efectos sobre el bienestar en la CAPV

Los efectos sobre el bienestar en la CAPV dependen de los efectos sobre el

(9) Estos datos pueden consultarse en el capítulo III del libro «Euskadi ante la CEE» (1984), op.cit.

(10) El estudio de los efectos sobre el consumo al estudiar las Uniones Aduaneras se planteó originalmente en los trabajos de Gehrels (1956), Lipsey (1957) y Meade (1955).

bienestar de las personas que viven en la CAPV. Pero ocurre que para la mayoría de los cambios a considerar unas personas salen beneficiadas y otras perjudicadas y que no existe un mecanismo socialmente aceptado para agregar los bienestar individuales. Por ello, va a ser muy difícil decir que pasará con el bienestar en la CAPV y habrá que limitarse a señalar qué individuos aumentan su bienestar en cada caso y cuáles padecen una disminución de bienestar. Por otra parte, el concepto de bienestar que implícitamente se utiliza es limitado ya que se ciñe únicamente a las posibilidades de compra, producción y venta de los diversos grupos de individuos.

Entendiendo por productores de una empresa los empresarios y trabajadores de esa empresa, puede afirmarse que los productores en la CAPV de bienes que después de la integración dejarán de producirse en la CAPV y pasarán a producirse en países de la CEE saldrán perjudicados con esa integración. Lo mismo ocurrirá con los productores en la CAPV de bienes que dejan de fabricarse en la CAPV y empiezan a importarse de terceros países como consecuencia de la consiguiente reducción en el arancel. En cambio, los productores en la CAPV de productos que se producían en otros países de la CEE y que pasan a producirse en la CAPV y los de productos que la CEE importaba de terceros países y ahora importa de la CAPV saldrán beneficiados.

Los consumidores de productos que antes se producían en la CAPV y que ahora se importan saldrán, por su parte, beneficiados con la integración. También aumentará el bienestar de los consumidores de productos que la CAPV importaba y que ahora sigue importando, tanto si ha habido desviación de importaciones de terceros países a países miembros de la CEE como si no la ha habido.

El bienestar de los consumidores de productos que la CEE empieza a dejar de producir y a importar de la CAPV aumentará, no variará o disminuirá en función, en buena parte, de que haya rendimientos crecientes, constantes o decrecientes en la fabricación de esos productos en la CAPV. Algo análogo sucederá con el bienestar de los

consumidores en la CAPV de productos que la CEE importaba de terceros países y que ahora importa de la CAPV.

Hay otro elemento importante a considerar al analizar el efecto sobre el bienestar en la CAPV de la integración de la CAPV en la CEE. Es el relativo a la variación en recaudación por arancel y, por tanto, a la variación en una serie de prestaciones o transferencias o en una serie de impuestos o tasas. Estas variaciones en prestaciones, transferencias, impuestos o tasas perjudicarán o beneficiarán a ciertas personas.

Habrà reducción en la recaudación por aranceles para los productos que la CAPV importaba antes y que sigue importando ahora tanto si se produce desviación de importaciones de terceros países a países miembros de la CEE como si dicha desviación no ocurre. Habrà aumentos en la recaudación por aranceles para los productos que antes eran producidos en la CAPV y que ahora, tras la reducción en el arancel exterior, son importados de terceros países.

Aunque en todos los casos en los que hay variación en la recaudación por arancel los consumidores pueden comprar los productos más baratos, debe notarse que en el caso en que se desvíen importaciones que realiza la CAPV de terceros países a países miembros de la CEE se pasa a comprar a un proveedor más caro y, por tanto, la reducción en la recaudación por arancel es superior al ahorro de los consumidores en la compra del bien, aunque se produce también un efecto de aumento de consumo que debe ser tenido en cuenta. La reducción en la recaudación por arancel y el ahorro en el consumo, para los productos que antes se importaban y que se siguen importando de los mismos países que antes. En el caso de los productos que antes se producían en la CAPV y ahora se importan de la CEE, además de aumentar la recaudación por arancel se produce un ahorro en el consumo del bien (y el consiguiente aumento de consumo).

Para conocer el efecto total sobre el bienestar de un individuo de la integración de la CAPV en la CEE habrá que estudiar en qué grupos de los considerados está el individuo considerado y agregar los efectos

correspondientes. Como se ha mencionado, el efecto sobre el bienestar del conjunto de personas que viven en la CAPV es mucho más difícil de precisar porque haría falta para ello comparar los efectos sobre el bienestar de los distintos individuos.

Lo que sí va a producir la reducción de aranceles que ocurrirá como consecuencia de la integración de la CAPV en la CEE será un aumento en la competencia para muchos de los bienes que se producen en la CAPV. Se suele suponer que un aumento de la competencia tiene siempre un efecto beneficioso sobre el bienestar y, por ello, se han elaborado en los distintos países diversas políticas de fomento de competencia (11). Sin embargo, como es obvio, esta aumento en la competencia beneficiará dentro de la CAPV a ciertas personas y perjudicará a otras.

2. ANÁLISIS DE ALGUNAS EXTENSIONES DE LA TEORÍA DE LAS UNIONES ADUANERAS CON REFERENCIAS A LA INTEGRACIÓN DE LA CAPV EN LA CEE

Tras la presentación ordenada, y aplicada al caso de la integración de la CAPV en la CEE, de las principales conclusiones de la Teoría de las Uniones Aduaneras sobre localización de la producción, inversión, precios, consumo, bienestar y competencia, se van a plantear algunas extensiones de dicha Teoría que pueden ser especialmente relevantes para el análisis de las consecuencias de dicha integración. Así, se va a avanzar en tres direcciones. En primer lugar, partiendo de la discusión sobre la similitud o complementariedad de las economías de la CAPV y de la CEE se va a abordar la dinámica de la diferenciación de producto tras la integración. A continuación, aceptando que existen economías de escala (de

fabricación, distribución o publicitarias) para bastantes productos se estudian los diversos tipos de barreras a la entrada que pueden impedir el aprovechamiento de esas economías de escala por parte de empresas de la CAPV. Por último, dado que la integración de la CAPV en la CEE va a incrementar la competencia espacial en la que estarán inmersas las empresas de la CAPV, se ilustra dicho incremento en competencia espacial y se discuten diversas formas de competencia espacial con atención particular a la discriminación espacial de precios.

2.1. De la similitud económica a la diferenciación de producto

La Teoría de las Uniones Aduaneras ha dedicado bastante atención al tema de la similitud o complementariedad de las economías de los países que deciden constituir una Unión Aduanera. Calificando como similares a economías que producen fundamentalmente bienes del mismo tipo (clasificables dentro de los mismos sectores económicos o en los mismos capítulos arancelarios) y como complementarias a economías que producen esencialmente bienes de distinto tipo (productos manufacturados y comida, por ejemplo), se ha señalado que el efecto de creación de comercio será mayor en economías similares y que el efecto de desviación de comercio será más importante en economías complementarias. Así, en economías complementarias apenas habrá efecto de creación de comercio porque la producción interna de un país no puede ser sustituida por la del otro. Por otra parte, en el caso de economías similares apenas habrá efecto de desviación de comercio ya que las producciones de ambos países son del mismo tipo y la producción de uno no puede sustituir en gran medida a las importaciones del otro.

Para conocer si la CAPV y la CEE poseen economías similares o complementarias se han analizado datos sobre el comercio internacional de ambas comunidades (12). La conclusión a la que se ha llegado es que la

(11) Así, la política de competencia de las Comunidades Europeas fue explícitamente articulada en los Tratados constituyentes de la CEE, la CECA y el Euratom y su práctica ha sido cuidadosamente vigilada por la Comisión Europea. También, las leyes anti-trust han desempeñado un papel importante en el desenvolvimiento de la economía de EE.UU. En España, en cambio, la ley 110/1963 de Represión de Prácticas Restrictivas de la Competencia apenas se ha aplicado.

(12) Véase en libro de Euskadi ante la CEE, cap. III.

CAPV y la CEE son economías en buena parte similares aunque a nivel de capítulos arancelarios se detectan algunas diferencias importantes y, por tanto, existan complementariedades. Esta conclusión debe ser considerada con cautela porque, además de los efectos de la insuficiente desagregación por partidas (13), los datos sobre el comercio internacional actual no informan totalmente sobre las posibilidades productivas de cada economía ni sobre las especializaciones que se darán tras los cambios arancelarios. De hecho, podría quizá argumentarse que la CAPV y la CEE son economías similares con respecto a Latinoamérica y países menos desarrollados y economías complementarias con respecto a EE.UU., Japón y otros países avanzados. Según esta idea, la similitud o complementariedad económica dependería de cuál sea el tercer país que se está utilizando como referencia para el comercio internacional.

Si aceptamos una cierta similitud económica entre las economías de la CAPV y de la CEE hay un tema que resulta fundamental para explicar el comercio entre ambas comunidades. Este tema es el referente a la diferenciación de producto. Al acceder a un mercado más grande habrá incentivos por parte de ciertos productores de la CAPV para fabricar nuevos productos diferenciados cuya producción no resultaba rentable en un mercado más pequeño. Por otra parte, al entrar en la CEE llegarán a la CAPV diversos productos diferenciados que ya existían en la CEE con lo cual la variedad de producto aumentará en la CAPV, con el consiguiente beneficio para los consumidores. Esta entrada de nuevas variedades de productos procedentes de la CEE hará que ciertos productores de la CAPV reduzcan la variedad de producto que ofrecían con lo que especializarán su producción en una gama de productos.

Se producirá, por tanto, un comercio intraindustrial entre la CAPV y la CEE de cierta entidad, es decir, ocurrirá que, en algunos sectores industriales, cada una de las dos comunidades exportará e importará bienes simultáneamente. De

hecho, existen datos que permiten reflexionar sobre la relevancia actual de dicho comercio (14). Esos datos permiten además concluir que el comercio intraindustrial actual es más significativo en el caso de bienes más susceptibles a la competencia vía diferenciación de productos. Así, la diferenciación de producto es un factor importante en la explicación del comercio intraindustrial (15).

A continuación, se van a ilustrar en un modelo simplificado las consecuencias de la integración de la CAPV en la CEE sobre la diferenciación de producto en la CAPV. Este ejercicio, además de darnos idea sobre el crecimiento y evolución previsibles del comercio intraindustrial, servirá para perfilar el tipo de estrategias relativas a variedad de producto por las que van a poder optar las empresas de la CAPV.

Pero antes de comenzar con el modelo propiamente dicho conviene precisar qué se entiende por diferenciación de producto. La diferenciación de producto puede ser de tres tipos: diferenciación de imagen o diferenciación subjetiva creada por la publicidad, diferenciación en la calidad del producto y diferenciación en la combinación de características físicas del producto sin que pueda hablarse claramente de mayor o menor calidad de producto. El análisis que prosigue es válido para cualquiera de estos tres tipos de diferenciación de producto.

Por simplicidad se va a suponer que la diferenciación o variedad del producto considerado puede medirse a lo largo de una línea (16). Además, los consumidores de la CAPV pueden colocarse en esa línea según sus gustos con relación a las diferentes variedades del producto. De hecho, cada consumidor estaría colocado en el punto

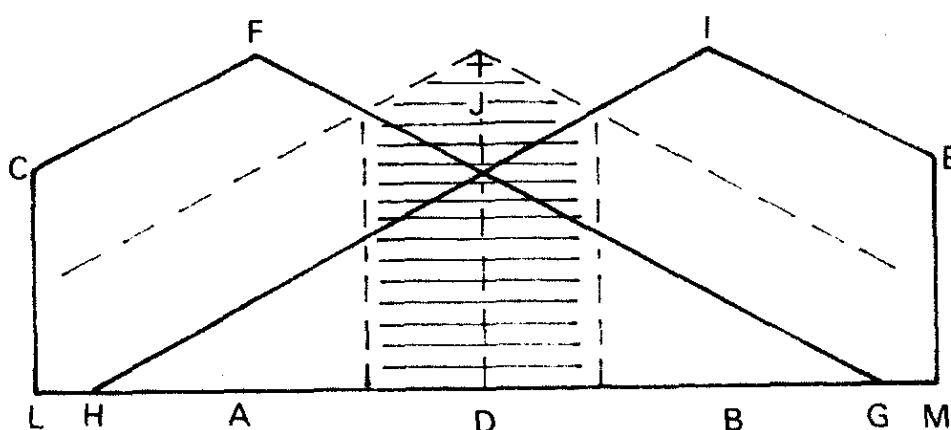
(14) Por ejemplo, J.C. Fariñas y C. Martín (1986) han estudiado el Comercio Intraindustrial entre España y la CEE a un nivel bastante desagregado. De sus datos puede obtenerse información sobre comercio intraindustrial para los sectores que representan las mayores producciones de la CAPV o sus mayores exportaciones a la CEE.

(15) Véase J.C. Fariñas y C. Martín (1986), op. cit.

(16) Es decir, que existe una característica o agregado de característica que permitirían colocar a cada variedad de producto en un punto de esa línea.

(13) Reconocidos en el trabajo que se comenta.

Figura 1.



que corresponde a la variedad de producto que más le gusta. Por otra parte, la ordenación en la línea de las distintas variedades de producto es tal que cada consumidor prefiere aquellas variedades de producto que están cercanas a él a aquellas que están más alejadas.

Considérese ahora que antes de la integración en la CEE había dos variedades de ese producto en la CAPV, las variedades A y B de la Figura 1. La curva CFG de esa figura mide verticalmente los ingresos que podían obtenerse vendiendo la variedad A a cada consumidor. La forma de esa curva con un máximo a la altura del punto A muestra que podían extraerse más ingresos de los individuos situados en A o cerca de A que de los consumidores que están mas alejados en gustos de la variedad A (17). La curva HIE debe ser interpretada de forma análoga. Además, la curva HIE es idéntica a la CFG difiriendo ambas únicamente en el punto en que están centradas (18).

Si los consumidores compran la

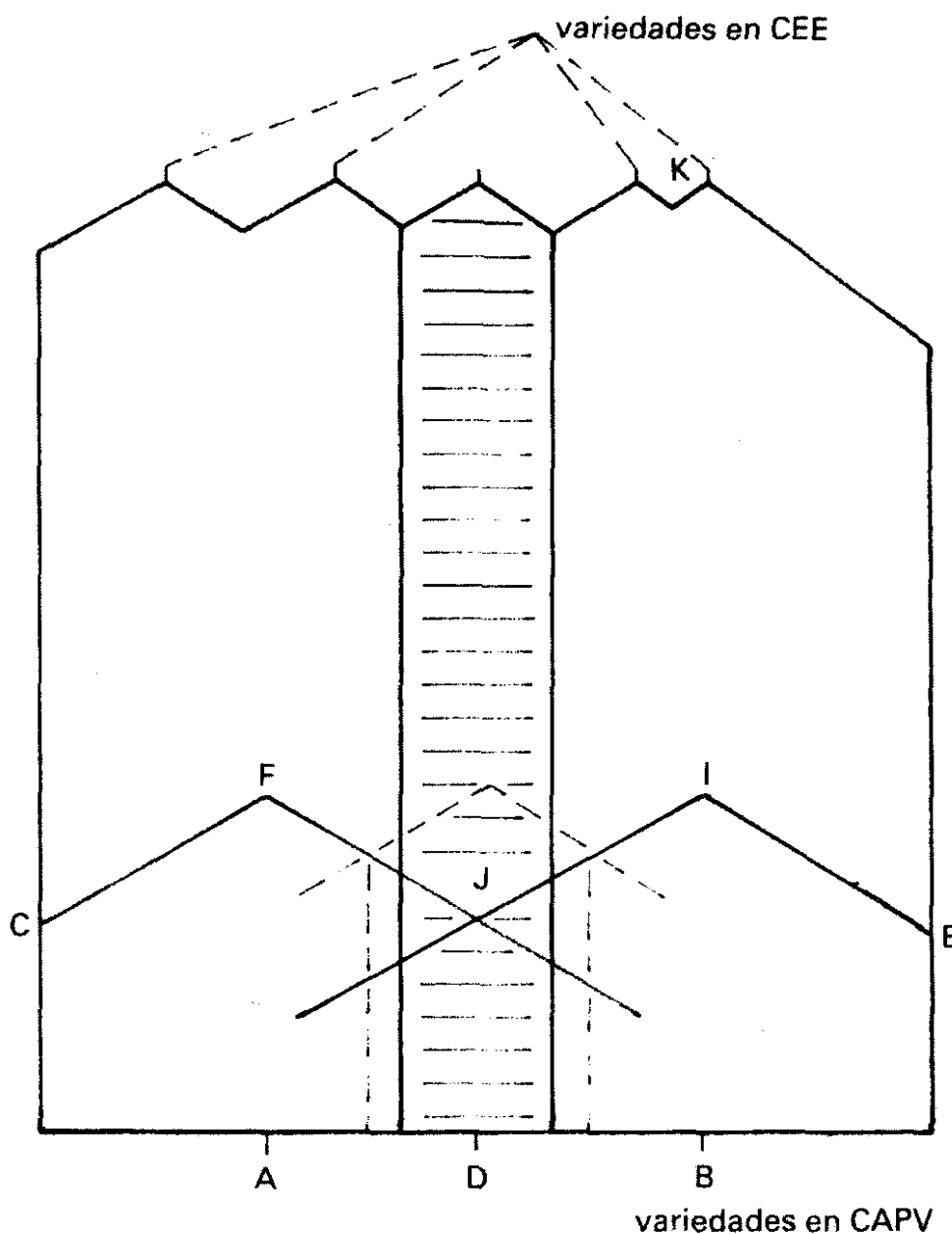
variedad del producto menos alejada de sus gustos, la división del mercado que se deduce de la Figura 1 sería la siguiente: los consumidores en el tramo LD comprarían A y los consumidores en el tramo DM comprarían A y los consumidores en el tramo DM comprarían B. El productor de A obtendría unos ingresos dados por el área LCFJD y el B unos ingresos dados por el área DJIEM.

En la situación de la Figura 1 se considera que no resulta rentable introducir una nueva variedad de producto en D porque los ingresos obtenidos (área rayada) no compensan los costes de creación y comercialización de ese producto diferenciado. Sin embargo, al producirse la integración de la CAPV en la CEE se produce la integración en un mercado más amplio y la curva de ingresos sobre la que basar la decisión de introducir una nueva variedad de producto será más alta que la CFJIE de la Figura 1. Entonces, incluso aunque el rango de consumidores que se consiga si se introduce una nueva variedad de producto en D sea menor que el que se hubiera logrado en el caso de la Figura 1, los ingresos a derivar son mayores y la nueva variedad de producto puede ser introducida. La Figura 2 ilustra el cambio de situación tras la integración con un mayor número de variedades de producto en la CEE y en la CAPV. El área rayada en dicha Figura representa los ingresos que se lograrían si se introdujera una nueva variedad de producto en D.

(17) Esto requiere algún supuesto sobre la distribución de los consumidores a lo largo de la línea. Supongamos que esa distribución es uniforme.

(18) Esto implica un supuesto con respecto al precio relativo de los bienes A y B. Si los consumidores son idénticos y están uniformemente distribuidos en la línea LM los precios de los bienes A y B son iguales.

Figura 2.



¿Qué ocurrirá con las variedades de producto A y B que existían en la CAPV antes de la entrada en la CEE? Quizá, en la situación de la Figura 2 la variedad B desaparezca al existir otra variedad K en la CEE muy próxima a ella (19). La variedad A, sin embargo, quizá permanezca al estar suficientemente alejada de otras variedades existentes en la CEE. Por supuesto, los productores de las distintas variedades de producto

pueden adoptar una serie de estrategias ofensivas o defensivas con el objeto de alterar el resultado final. Así, un productor puede decidir modificar su variedad de producto (moverse a lo largo de la línea horizontal) para «encontrar un hueco» o ampliar su mercado. Otro productor puede, con los mismos objetivos, reducir el precio de su producto con lo que su curva de ingresos se desplazaría hacia arriba. Por último, otras estrategias, como una adecuada campaña publicitaria, también desplazarían hacia arriba la curva de ingresos de un productor.

Este análisis ha permitido ilustrar los aspectos relativos a diferenciación de

(19) También puede desaparecer la K en vez de la B. Pero la K opera en un mercado más amplio y puede tener ventajas relacionadas con economías de escala y ser más conocida.

producto que habrá que tener presentes con la integración y sugiere algunas estrategias relativas a variedad de producto por las que pueden optar las empresas de la CAPV. La necesidad de diferenciar su producto va a ser ineludible para muchas de esas empresas. Los aspectos relativos a calidad, diseño, servicios accesorios, etc., son fundamentales para conseguir un trozo de mercado en la CEE ampliada. En cambio, conseguir diferenciación mediante publicidad no va a ser fácil ni poco costoso en ese mercado (20). Las reducciones de precios, por su parte, pueden provocar represalias por parte de otros productores y constituyen un medio puramente transitorio de mantener un mercado.

2.2. De las economías de escala a las barreras a la entrada

Una de las ventajas señaladas por la Teoría de las Uniones Aduaneras para un país que se integra en una Unión Aduanera ha estado relacionada con la posibilidad de aprovechamiento de economías de escala por los productores de ese país. Estas economías de escala pueden estar vinculadas a aspectos de fabricación, distribución o, también, a otro tipo de actividades empresariales como las actividades publicitarias (21).

Sin embargo, el aprovechamiento de economías de escala está condicionado de manera fundamental por la existencia de barreras a la entrada. Cuando haya barreras a la entrada los productores de la CAPV no podrán acceder en condiciones adecuadas a ese mercado más amplio.

En ocasiones, las barreras a la entrada se producirán por razones meramente circunstanciales relacionadas con la

demanda en el mercado correspondiente y con la tecnología de producción disponible. Así, piénsese en el siguiente ejemplo (22). Sea $p = 30 - Q/800$ la función inversa de demanda con p : precio y Q : output total de la industria. Supóngase, por otra parte, que existen 3 posibles tecnologías de producción que recogen una situación de existencia de economías de escala. La tecnología denominada «pequeña» permite producir un máximo de 100 unidades con un coste fijo de 100 y un coste marginal de 20. La tecnología «mediana» permite producir un máximo de 500 unidades con un coste fijo de 1000 y un coste marginal de 15. Por último, la tecnología «grande» permite producir un máximo de 2000 unidades con un coste fijo de 10.000 y un coste marginal de 8.

Si en el mercado planteado en el ejemplo hay 6 empresas grandes que se comportan de la manera propuesta por Cournot (23), en el equilibrio (24) no existe la posibilidad de que pueda entrar ninguna otra empresa, sea ésta pequeña, mediana o grande, de manera que obtenga beneficios. Esto ocurre sin que las empresas que están dentro del mercado hagan un esfuerzo especial para crear una barrera a la entrada. Son las condiciones del mercado y el orden de entrada de empresas las que producen esa situación. Por supuesto, la existencia de economías de escala en los tramos de producción relevantes es fundamental.

Tras la integración de la CAPV en la CEE puede ocurrir que la entrada en ciertos mercados sea difícil porque esos mercados estén ocupados y no haya margen para competir con las empresas ya existentes, como ocurre en el ejemplo. En dichos casos, las posibilidades de aprovechamiento de economías de escala para las empresas de la CAPV quedarán truncadas.

(20) Véanse, al respecto, los resultados obtenidos en O. Bajo (1986) para el comercio España-CEE.

(21) En el caso de la publicidad habría economías de escala si se pudiera doblar el número de mensajes publicitarios sin duplicar el gasto en publicidad. Se considera aquí que la empresa consigue un mensaje publicitario cuando un cliente potencial escucha, ve o lee la publicidad de la empresa.

(22) El problema recogido en este ejemplo es un clásico planteado en Sylos-Labini (1962).

(23) Otro tipo de supuestos de comportamiento con conjeturas sobre las reacciones de los rivales resultan más realistas pero exceden los objetivos pretendidos en esta exposición.

(24) En dicho equilibrio $p = 15$, y cada empresa produce 2.000 y obtiene unos beneficios iguales a 4.000.

Hay otro tipo de barreras a la entrada que pueden limitar la penetración de productos de las empresas de la CAPV en el mercado de la CEE. Así, en el caso de la CEE existen bastantes disposiciones institucionales y reglamentarias que favorecen a las empresas ya instaladas o a las empresas de un determinado país (25). En general, los sistemas de patentes, las condiciones de financiación y créditos, los regímenes de seguros, las normas de seguridad e higiene, las condiciones de adjudicación de obras públicas, etc., pueden dar origen a barreras a la entrada.

El comportamiento de las empresas, por otra parte, puede dar lugar también a barreras a la entrada. Los modelos de entrada tipo precio límite analizan precisamente esta estrategia empresarial. En ciertas situaciones la empresa o grupos de empresas que ya están en el mercado establecen un precio que está por debajo del que maximizaría sus beneficios si no hubiese entrada en el mercado. Sin embargo, ese precio es el máximo de entre los que impiden la entrada de nuevas empresas y, por tanto, en un contexto de libre entrada es un precio que maximiza los beneficios de la empresa o empresas que ya están en el mercado. Esta práctica de precios puede además disfrazarse en ocasiones en las que no hay transparencia informativa como una consecuencia de una pretendida inferioridad absoluta de costes de las empresas que ya están en el mercado (26).

¿Hasta qué punto existen prácticas de precio límite en los mercados de la CEE? Los precios menores con los que operan ciertas empresas de la CEE en relación a empresas de la CAPV, ¿son debidos a inferioridad absoluta de costes, al aprovechamiento de economías de escala o a prácticas de precio límite? Las respuestas a estas preguntas requieren la realización de los correspondientes estudios empíricos. Dichos estudios

estarán, sin embargo, limitados por el deseo de las empresas de no desvelar sus estrategias de mercado.

Hay por último, otra barrera a la entrada que puede tener importancia en la CEE. En algunos mercados de la CEE las campañas publicitarias son de tal entidad que es imposible que una empresa se abra paso en el mercado sin un esfuerzo publicitario considerable. Este esfuerzo publicitario ineludible constituye una barrera a la entrada (27).

2.3. De la competencia espacial a la distribución de precios

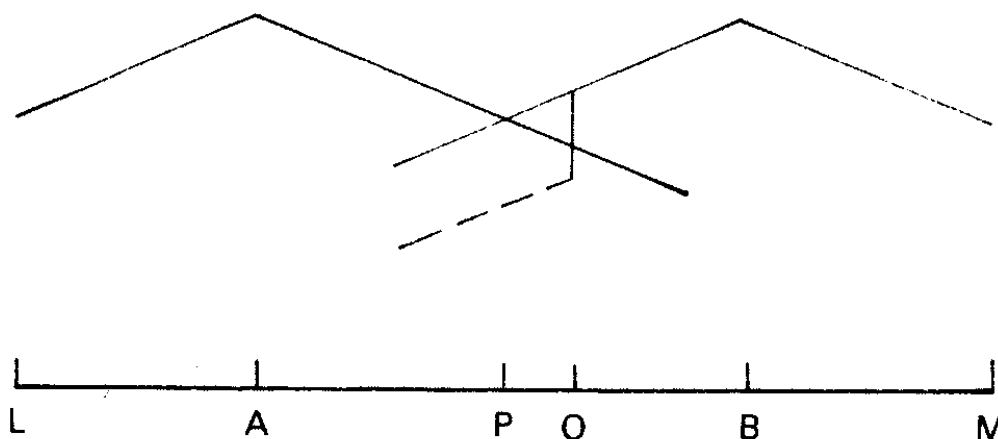
La integración de la CAPV en la CEE va a plantear una serie de nuevas situaciones de competencia espacial. En efecto, la competencia entre empresas situadas en diferentes localizaciones y que compiten por clientes con distintas ubicaciones en el espacio, en un contexto en el que los costes de transporte son importantes, va a sufrir alteraciones. Para empezar, la eliminación o reducción de aranceles va a afectar a las cuotas de mercado de las empresas. El modelo presentado en la Sección 2.1 puede ilustrar lo que ocurre. Supóngase que las posiciones de empresas y consumidores en la línea LM de la Figura 3 indican su posición en el espacio. Además, considérese que la empresa A está en la CAPV, la B en la CEE y que la frontera entre la CAPV y la CEE está en 0. La curva de ingresos de la empresa A tiene su máximo a la altura de A y decrece al alejarse de A debido a que los clientes más alejados de A deben pagar un mayor coste de transporte, además del precio del bien, y, en consecuencia, compran menos. Lo mismo ocurre con la curva de ingresos de la empresa B. Pero la curva de ingresos de B tiene una discontinuidad en 0 a consecuencia del arancel que inicialmente deben pagar los productos de la CEE al entrar en la CAPV y cuyo efecto es encarecer el producto B

(25) En el capítulo VII, que realicé conjuntamente con Elena Iñarra, del libro Euskadi ante la CEE (1984) se comentan, dentro del marco de la CEE, algunas prácticas estatales de apoyo a las empresas del propio país.

(26) Esta inferioridad puede justificarse apelando a la disponibilidad de ciertas fuentes de aprovisionamiento, al uso de ciertas redes de distribución, etc.

(27) También los gastos en I + D (Investigación y Desarrollo) pueden actuar como una barrera a la entrada disuadiendo en un mercado la entrada de nuevos productos o variedades de producto ya que unos gastos en I + D elevados indican la posibilidad de un gran ritmo de progreso técnico en las empresas ya instaladas.

Figura 3.



en la CAPV (28). Antes de la integración de la CAPV en la CEE el mercado de la empresa A, por tanto, viene dado por el segmento LO y el de la empresa B por el segmento OM.

Después de la integración de la CAPV en la CEE el arancel desaparece, la curva de ingresos de la empresa B no es discontinua en O y la empresa B aumenta su mercado hasta el segmento PM a costa de la empresa A. Así, tras la integración los clientes de la CAPV situados en el segmento PO comprarían a la empresa B con lo que habría creación de comercio. Por supuesto, variando sus precios o localización las empresas podrían tratar de ampliar su mercado tal y como se ha explicado para el modelo análogo presentado en la Sección 2.1.

En el modelo anterior se pueden introducir interesantes variaciones. Así, podría suponerse que los costes de transporte varían de unas zonas a otras, que la población no está distribuida uniformemente a lo largo de la línea, etc. Estas modificaciones afectarán a la intensidad y/o a la dirección del comercio (29).

(28) Se supone, aquí, que los productos de la CAPV no pagaban arancel al entrar en la CEE. El razonamiento, sin embargo, no queda alterado si se introduce un arancel para dicho comercio.

(29) Un trabajo reciente en esta dirección para un modelo más elaborado que el aquí presentado es X. Martínez-Giralt, P. Garella y A. Svoronos (1986).

Pero queda aún por considerar una forma fundamental de competencia espacial: la discriminación espacial de precios. Se considera que hay discriminación espacial de precios cuando clientes localizados en distintos lugares pagan diferentes precios netos por un mismo bien. Por precio neto se entiende el precio que resulta tras descontar el coste de transporte y el coste de diversos servicios que acompañan a la venta del bien.

La entrada de la CAPV en la CEE colocará a las empresas de la CAPV en una situación en la que estarán afectadas por una mayor competencia espacial que muchas veces adoptará formas, a veces sutiles, de discriminación espacial de precios. Una de las maneras clásicas en que este tipo de discriminación ocurre es mediante una desigual absorción del coste de transporte por parte de la empresa que vende el producto. Dicha absorción suele estar orientada a quitarles clientes a las empresas competidoras y, por tanto, suele consistir en mayores descuentos del coste de transporte a clientes que están próximos a otras empresas pero quizá alejados de la empresa que discrimina precios (30).

(30) Por supuesto, las reacciones de las demás empresas deben ser tenidas en cuenta antes de poner en práctica cualquier medida de discriminación espacial de precios.

3. COMENTARIO FINAL

La Teoría de las Uniones Aduaneras nos permite sistematizar los efectos de la integración de la CAPV en la CEE sobre localización de la producción en la CEE ampliada y sobre inversión, precios, consumo, bienestar y competencia en la CAPV. Pero la información a obtener será mucho más completa si introducimos en dicha Teoría elementos

que provienen de otras ramas de la Teoría Económica y, en concreto, si, como se hace en este trabajo, se dedica atención a una serie de problemas fundamentales para dicha integración como son el comercio intraindustrial y la diferenciación de producto, las economías de escala y las barreras a la entrada, y la competencia espacial y la discriminación espacial de precios.

BIBLIOGRAFÍA

- BAJO, O. (1986), «Organización Industrial y Comportamiento Exportador de los Sectores Industriales Españoles ante la CEE», 2^{as} Jornadas de Economía Industrial, Madrid, Septiembre.
- FARIÑAS, J.C. y MARTIN, C. (1986), «El Comercio Intraindustrial en España: Medición y Determinantes», 2^{as} Jornadas de Economía Industrial, Madrid, Septiembre.
- GEHRELS, F. (1956), «Customs Union from a Single-Country Viewpoint», *Review of Economic Studies*, vol. 24 (1), pp. 61-64.
- LIPSEY, R.G. (1957), «The Theory of Customs Unions: Trade Diversion and Welfare», *Economía*, vol. 24 (Feb.), pp. 40-46.
- MARTINEZ-GIRALT, X., GARELLA, P. y SVORONOS, A. (1986), «Price Competition in a Non-Homogeneous Space», CORE Discussion Paper n.º 8611, Université Catholique de Louvain.
- MEADE, J.E. (1955), «The Theory of Customs Union», North Holland Publishing Company, Amsterdam.
- Harvard University Press, Cambridge, Mass.
- VINER, J. (1950), «The Customs Union Issue», Carnegie Endowment for International Peace, Nueva York.