

# Jean Tirole

Por: Mario Savater  
Especial para ABC



## Biografía y publicaciones

Jean Tirole es director científico del Instituto de Economía Industrial de la Universidad de Ciencias Sociales, Toulouse, Francia. Antes de trasladarse a esta ciudad, fue profesor de economía en el MIT. En 1998, fue presidente de la sociedad econométrica, en cuyo comité ejecutivo participó desde 1993. Actualmente, es presidente electo de la Asociación Europea de Economía.

de *Doctor Honoris Causa* de la Universidad Libre en Bruselas en 1989, el premio Yrjö Jahnsson de la Asociación de

Economía Europea en 1993. Es miembro extranjero honorario de la Academia Americana de Artes y Ciencias (1993) y de la Asociación americana de economía (1993).

Ha publicado más de cien artículos profesionales en economía y finanzas. Asimismo tiene desarrollados 6 libros incluyendo "Teoría de la Organización Industrial", "Teoría de los juegos" (con Drew Fudenberg), "Teoría de los incentivos en procuración y regulación" (con Jean-Jacques Laffont), "Regulación prudencial de Bancos" (con Mathias Dewatripont), y "Competencia en Telecomunicaciones" (con Jean-Jacques Laffont). El está actualmente trabajando en la "Teoría de las Finanzas Corporativas".

Sus campos de investigación cubren la organización industrial, regulación, teoría de los juegos, banca y finanzas, y macroeconomía. Él recibió su grado de Doctor en Economía del MIT en 1981, es ingeniero de la escuela politécnica, París (1976) entre otros títulos.

"La noción de un mercado no es sencilla. Obviamente no queremos restringirnos al caso de un bien homogéneo. Si se postula como principio que dos bienes pertenecen si y sólo si son sustitutos perfectos, entonces virtualmente todos los mercados tendrían una sola empresa, las mismas producen bienes que en cualquier caso pueden ser diferenciados (tanto físicamente como por su localización, disponibilidad, información poseída por el consumidor). Pero de hecho, la mayoría de las empresas no disfrutan de un poder puro de monopolio. Un aumento del precio de un bien provoca que los consumidores lo sustituyan en parte al adquirir (en sentido agregado) un número pequeño de bienes alternativos. Por tanto, la definición de un mercado no puede ser tan restrictiva" (\*)

**A**ctualmente, gran parte de lo que conocen los economistas se basa en una ciencia hasta hace poco en boga: la microeconomía. Ella estudia el comportamiento de unidades específicas, el consumidor, la empresa. Básicamente estudia dos tipos de modelos, el de competencia perfecta y el monopolio.

La ciencias sociales trabajan, fundamentalmente, mediante la abstracción, esto es mediante la construcción de modelos, que son edificaciones simplificadas de la realidad en los cerebros de los científicos (un ejemplo parecido es el del diseño de aviones, los ingenieros construyen los mismos a escala con la finalidad de someterlos a condiciones atmosféricas creadas en un laboratorio y así evaluar su desempeño). Dado que es imposible experimentar con la sociedad, este es un poderoso instrumento para entenderla.

El modelo de competencia perfecta es un aparato teórico que supone la existencia de muchos vendedores y compradores, por lo tanto ninguno es tan grande como para poder variar con sus acciones las cantidades y precios que garantizan que los mercados se vacíen. Por lo tanto cada consumidor se enfrenta a una demanda enorme

que permite que compre todo lo que el quiera. Lo propio ocurre con los oferentes que se enfrentan a un ejército de compradores tan grande que pueden vender todo lo que se les antoje.

En el otro extremo se encuentra el monopolio, en esta estructura de mercado existe un solo vendedor y muchos consumidores. Por lo tanto el monopolista tiene un fuerte *poder de mercado*, consistente en la potestad de determinar los precios y cantidades de equilibrio que maximicen sus beneficios. Con límites, naturalmente, porque no puede vender más allá de lo que los compradores deseen en conjunto, pero al interior de estos puede hacer lo que le plazca.

## Entre lo perfecto y lo imperfecto

Modelos, sin duda, útiles para entender muchas relaciones que conforman el entramado económico de las sociedades, pero con muy poco contenido si se intenta su aplicación mecánica al análisis de las modernas economías. Este es el punto de partida del profesor Jean Tirole,

experto en regulación, quién ha dedicado su vida al estudio del funcionamiento de los mercados, no en el plano teórico sino tomando en cuenta las complicadas interacciones que se establecen entre los individuos el momento en que deciden intercambiar sus productos.

En el mundo entero no existe ningún mercado que encuadre perfectamente en el modelo de competencia perfecta o el monopolio. Existen algunos que se aproximan, pero sólo eso. La mayoría se encuentran entre ambos, es decir lo que existe en el mundo es un tropel de mercados que responden al concepto de *competencia imperfecta*.

¿Qué es un mercado? Pregunta el profesor Tirole para iniciar la polémica del tema. A la que le responden “Es el lugar físico o virtual en el que se encuentran oferentes y demandantes e intercambian sus productos”. El profesor no se contenta con esa respuesta, a la que juzga incompleta, porque para que exista lo descrito es necesario que todos los productores ofrezcan productos idénticos. “Reacuérdesse el supuesto de que en el modelo todos los oferentes ofrecen un solo bien X”. Si se levanta dicho supuesto entonces cada bien tiene un mercado o a lo mucho son sustitutos imperfectos. Entonces como definir el mercado de, por ejemplo, los automóviles ¿Estarán

en uno solo los Mercedes Benz y los Brasilia? ¿Se establecerá un solo precio y cantidad que vacíe los mismos? Claramente la respuesta es negativa a estas preguntas. Si existen muchos mercados aún en una misma rama, cada productor actúa como un pequeño monopolista que puede alterar los precios y cantidades de equilibrio de su propio mercado. Lógicamente, con límites: los reyes chiquitos tienen poderes pequeños. Así potencialmente si se abusa en demasía del *poder de mercado*, los consumidores buscarán otras alternativas.

Lo señalado se observa con mayor claridad al analizar las marcas. Si cualquier empresa logra posicionar una marca goza un *poder de mercado* muy parecido al del monopolista. La mayoría de las personas considera que los automóviles Toyota son los de mejor calidad y eso les permite cobrar precios más altos. Lo propio ocurre con la marca Sony, IBM, Microsoft, etc., que han logrado un auténtico monopolio gracias a la diferenciación de sus productos.

## De la imperfección a la regulación

Si existen más monopolios de los que generalmente se imaginan. Entonces deben ser

regulados. Las disgresiones teóricas de Jean Tirole no son ociosas, tienen aplicaciones prácticas muy útiles para el desempeño de las sociedades. La existencia de compañías que tienen un alto *poder de mercado* plantea serias dificultades al bienestar de los individuos: si una empresa puede controlar el precio entonces lo acomodará en un sitio tal que pueda quedarse con parte del excedente del consumidor.

En esta situación el Estado debe intervenir para evitar el abuso de los pequeños monopolios. Al respecto Tirole señala que la competencia perfecta es un referente que permite decidir dónde se encuentra el punto óptimo, de precios y cantidades, que debe tener una industria de manera tal que se maximice el bienestar de los individuos.

Tirole aboga por una economía mixta, donde se comprenda que ni el Estado ni el mercado tienen en sí mismos las respuestas para el progreso de las sociedades. Lo imperfecto es lo humano, constatación que permite saber que ambas cosas son construcciones humanas y como tales deben ser mejoradas, lo importante es tener la capacidad de decidir cual es el mejor rumbo para hacerlo ■

(\*) Jean Tirole (1990)

## La empresa: Una ventana al monopolio

En estas épocas, es frecuente encontrar dos bandos alrededor de cómo debería ser la organización económica de los países. Por un lado están aquellos que confían ciegamente en las virtudes del libre mercado, en el otro se encuentran los críticos, aquellos que piensan que la razón de todos los defectos de una sociedad se encuentran en haber dejado en el libre albedrío a las unidades productivas.

Un punto de vista alternativo es ofrecido por el profesor Tirole, según él toda empresa es una ventana abierta al monopolio. Sostiene que es muy difícil dudar de los beneficios del libre mercado en virtud de las potencialidades que ha desatado para bien de la humanidad. De no haber sido por éste, no existirían los celulares, ordenadores y todos los bienes y servicios que proporciona tal organización. Sin embargo, la misma razón que impulsa tales fuerzas en aras del progreso de la humanidad: la búsqueda de maximización de las ganancias. Actúa en contra de la sociedad.

Los monopolios son una muestra de lo manifestado. Toda empresa es una rendija al monopolio, porque esta estructura es la que garantiza mayores beneficios y menores esfuerzos. Así todas las unidades



productivas buscan de una u otra manera convertirse en uno. La integración vertical es una muestra de ello. Cuando la empresa y su proveedor se encuentran separados, deben pagar impuestos al Estado por cada transacción que realicen. ¿Qué ocurriría si se integran? Claramente al interior de una misma empresa no se pagan tributos, con lo que el Estado, y la sociedad, saldrían perdiendo. Razones como la señalada impulsan a no confiar tanto en el libre mercado, pero orientan la intervención del Estado, sin pretender liquidar la iniciativa privada, mediante la regulación.