



ARTÍCULOS

La competencia monopolística y el excedente del consumidor

Charles J. Stokes

Revista de Economía y Estadística, Tercera Época, Vol. 10, No. 1-2 (1966): 1º y 2º Trimestre, pp. 127-148.

<http://revistas.unc.edu.ar/index.php/REyE/article/view/3605>



La Revista de Economía y Estadística, se edita desde el año 1939. Es una publicación semestral del Instituto de Economía y Finanzas (IEF), Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Córdoba, Av. Valparaíso s/n, Ciudad Universitaria. X5000HRV, Córdoba, Argentina.

Teléfono: 00 - 54 - 351 - 4437300 interno 253.

Contacto: rev_eco_estad@eco.unc.edu.ar

Dirección web <http://revistas.unc.edu.ar/index.php/REyE/index>

Cómo citar este documento:

Stokes, C. (1966). La competencia monopolística y el excedente del consumidor. *Revista de Economía y Estadística*, Tercera Época, Vol. 10, No. 1-2: 1º y 2º Trimestre, pp. 127-148.

Disponible en: [<http://revistas.unc.edu.ar/index.php/REyE/article/view/3605>](http://revistas.unc.edu.ar/index.php/REyE/article/view/3605)

El Portal de Revistas de la Universidad Nacional de Córdoba es un espacio destinado a la difusión de las investigaciones realizadas por los miembros de la Universidad y a los contenidos académicos y culturales desarrollados en las revistas electrónicas de la Universidad Nacional de Córdoba. Considerando que la Ciencia es un recurso público, es que la Universidad ofrece a toda la comunidad, el acceso libre de su producción científica, académica y cultural.

<http://revistas.unc.edu.ar/index.php/index>

LA COMPETENCIA MONOPOLISTICA Y EL EXCEDENTE DEL CONSUMIDOR (*) (1)

Se ha demostrado que el excedente del consumidor constituye una medida útil de las ganancias de los compradores (2). Resulta útil no sólo donde la utilidad marginal de la moneda (o del ingreso o del bien compuesto) es constante, sino también donde los efectos del ingreso son pequeños o despreciables. Aunque la discusión teórica reciente ha traído a la luz muchos conceptos de excedente del consumidor, es probable que solamente la medida de Marshall se preste a determinación empírica (3). El uso de la medida de Mars-

(*) El autor, Dr. Charles J. Stokes, es miembro, Estado Superior de "The Brookings Institution", Washington, D. C. (Estados Unidos de Norteamérica) y Profesor de la Cátedra Dana de Economía, de la Universidad de Bridgeport (Bridgeport, Connecticut, EE. UU. de Norteamérica).

Esta traducción fue realizada con la autorización del autor, por V. H. W. Jones, Economista del INTA (Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria), Centro Regional Chaqueño, Estación Experimental Agropecuaria de Presidencia Roque Sáenz Peña (Chaco).

(1) Agradezco las estimulantes sugerencias, así como las críticas de R. L. Bishop, E. J. Burt, Jr. y R. S. Eckaus, quienes leyeron todo o partes de este trabajo. Además, debo poner de manifiesto mi deuda para con J. R. Hicks, en cuyo seminario sobre Análisis Económico comencé a introducirme en los problemas aquí discutidos. La declaración habitual de que las personas mencionadas no deben ser consideradas responsables por las opiniones que aquí se expresan, debe ser subrayada con vigor peculiar en el caso presente, puesto que he mantenido mi posición contra consejos respetables.

(2) J. R. Hicks, "The Rehabilitation of Consumer's Surplus", *Review of Economic Studies*, VIII, p. 108 y sgtes.; "El primer deber de la economía del bienestar es abarcar el estudio formal de las condiciones de organización óptima... El segundo deber... lo constituye el estudio de las desviaciones respecto de este óptimo, y si es aquí donde el excedente del consumidor tiene su papel a jugar" (p. 112).

(3) J. N. MORGAN, "The Measurement of Gains and Losses", *Quarterly Journal of Economics*, LXII:295, (1948).

hall (4) será esclarecedor para examinar las connotaciones de bienestar de la doctrina de la competencia monopolística. Chamberlin ha insistido en que la teoría de la competencia no puede ser aplicada donde están presentes los elementos monopólicos "sin introducir errores definidos en las conclusiones" (5). Las comparaciones entre la producción donde prevalecen los elementos monopólicos y la producción competitiva demostrarán que tales precios de monopolio son más elevados, que los costos de producción monopólicos son más altos y que las escalas de producción monopólica son más bajas. Aunque calificando a sus comparaciones, debido a la naturaleza de las empresas productoras que es probable sean monopolizadas, la señorita Robinson también ha señalado, que las empresas monopolizadas obtienen, por sobre el punto mínimo de costo promedio, un producto que no satisface la demanda competitiva (6).

Para el propósito de nuestro análisis: 1º) examinaremos los postulados Chamberlinianos y Robinsonianos del equilibrio en la competencia monopolística; 2º) re-examinaremos el tipo de curva de demanda utilizado por la escuela de la competencia monopolística; 3º) introduciremos el excedente del consumidor como una medida de comparación entre producto monopolísticamente competitivo y producto competitivo; y 4º) aplicaremos esta medida al problema del producto ideal en la competencia monopolística.

PARTE I

La ley elemental del equilibrio del consumidor o del productor es la igualdad entre ganancia marginal y pérdida marginal. El comprador igualará su costo marginal (o pérdida) con su utilidad marginal (o ganancia) en la obtención de un bien particular. El vendedor-productor igualará su costo de producción marginal (o pérdida) con su renta marginal (o ganancia) al vender un bien parti-

(4) Es decir, el área triangular por sobre el rectángulo que mide el gasto total y por debajo de la curva de demanda.

(5) E. H. CHAMBERLIN, *The Theory of Monopolistic Competition* (Cambridge, Harvard University Press, 1948), Sixth Edition, p. 116.

(6) JOAN ROBINSON, *Economics of Imperfect Competition* (London, Macmillan & Co., Ltd., 1933), Capítulo 11.

cular. En competencia perfecta (o pura, si así se quiere), para el vendedor, el hecho de que hay muchos vendedores ("una cantidad indefinidamente grande") significará que, en cuanto a él, la curva de renta marginal será colineal con la curva de renta promedio, de modo que el vendedor buscará igualar su costo marginal con el precio (o renta promedio). Cuando existe competencia perfecta en el sector de los compradores del mercado, cada comprador enfrentará a muchos compradores, de manera que cada comprador considerará a la curva de costo marginal como colineal con la curva de costo promedio y tratará de igualar utilidad marginal y costo promedio. La curva de demanda es trazada generalmente como si fuera una *curva de utilidad marginal* y la curva de oferta como una suma de las curvas de costo marginal. La igualdad entre utilidad marginal y costo marginal (que es lo mismo, en este caso, que la igualdad entre utilidad promedio y costo promedio) determina la compra de equilibrio y el precio de equilibrio.

La contribución prestada por la escuela de la competencia monopolística ha consistido en destacar la naturaleza especial de este ajuste de equilibrio. Hoy es de conocimiento general que la igualdad entre utilidad marginal, costo marginal, utilidad promedio y costo promedio es la propiedad de una serie particular (y quizás rara) de circunstancias.

En el sector de vendedores del mercado (al cual se le ha dado un énfasis extraordinario), el equilibrio se obtendrá donde la renta marginal (para el vendedor) iguala al costo marginal (para el vendedor), mientras el precio se lee a través de la curva de renta promedio (la que a menudo se supone que es lo mismo que la curva de utilidad promedio del comprador) (7), en tanto que en el sector de los compradores del mercado, el precio de equilibrio está determinado por la igualdad entre utilidad marginal (para el compra-

(7) Esto es particularmente así, si en algo se tiene en cuenta el poder del monopolista para discriminar entre los consumidores. Así, la señorita Robinson expresa: "La renta promedio del monopolista que discrimina perfectamente puede ser derivada directamente de la curva de demanda y coincidirá con la curva de utilidad promedio para los consumidores". Joan ROBINSON, op. cit., nota a la p. 188.

dor) y costo marginal (para el comprador), mientras el precio se lee a través de la curva de costo promedio (para el comprador) —la que a menudo se supone que es lo mismo que la curva de desutilidad promedio del vendedor—. Las curvas marginal y promedio serán colineales solamente cuando la competencia perfecta prevalezca en cada sector del mercado. Esto es lo que el Profesor Chamberlin y la señorita Robinson creen que es lo más importante en cuanto a su presentación⁽⁸⁾. No puede subrayarse enfáticamente que esta conclusión no es nueva⁽⁹⁾, puesto que la clara iluminación volcada sobre la naturaleza del ajuste del equilibrio del cambio, merced a la cuidadosa delineación del principio marginal, ha coadyuvado en la aplicación del análisis del equilibrio parcial al “mundo real”.

Las implicancias de la aberración del equilibrio en competencia perfecta se expresan en términos de bienestar. El producto en competencia monopolística es “peor” que el producto de competencia en términos de producción. Ello involucra “pérdida” de recursos. El precio es “demasiado alto”. Estas son comparaciones tanto subjetivas cuanto objetivas y los economistas del bienestar han demostrado que existen efectivamente medidas para determinar el grado de “pérdida” o de “empeoramiento” involucrado en la producción bajo condiciones de monopolio⁽¹⁰⁾.

PARTE II

Una curva de demanda subjetiva, o se aproxima a una curva de utilidad marginal, que muestra la pendiente de la curva de utilidad total (y, por lo tanto, debemos aceptar las críticas severas de

(8) Cf. la exposición de las condiciones de equilibrio para la competencia monopolística e imperfecta en R. TRIFFIN, *Monopolistic Competition and General Equilibrium Theory* (Cambridge, Harvard University Press, 1941), págs. 23, 48.

(9) Por ejemplo, aparece sin su atavío peculiar en A. C. PIGOU, *Economics of Welfare* (London, Macmillan & Co. Ltd., 1932), Apéndice III.

(10) Cf. S. ENKE, *Resource Malallocation Within Firms*. *Quarterly Journal of Economics*, XLIII:572-576 (1949).

Marshall al respecto), o es una curva de utilidad promedio⁽¹¹⁾—donde cada combinación utilidad-cantidad es independiente de toda otra—. Objetivamente, el vendedor estará interesado en la curva de renta promedio en un mercado imperfecto para sus bienes y considerará a ésta como su curva de demanda (o ventas). Para Chamberlin, la forma preferida para expresar la relación entre demanda y precio es la curva de renta promedio que relaciona los distintos montos posibles, de acuerdo con el estado actual de preferencia del consumidor, que el consumidor adquirirá a precios alternativos cuando cada combinación precio-cantidad se supone que es independiente de toda otra. La curva objetiva de renta promedio ventas-demanda es una curva subjetiva de utilidad promedio (o la suma de las curvas subjetivas de utilidad promedio de los distintos componentes del consumidor del mercado), de modo que si el consumidor estaba deseoso de comprar, a un precio dado, una cierta cantidad de un bien, desearía adquirir algo menos que esa cantidad si ha pagado un precio más elevado por una parte de ella. El área triangular bajo la curva de demanda y sobre el rectángulo que representa el costo total para el consumidor, no puede ser el excedente del consumidor si consideramos a la curva de demanda como una curva de utilidad promedio⁽¹²⁾. Por esa razón, la medida quizás más familiar del excedente del consumidor parece no ser aplicable en la competencia monopolística Chamberliniana⁽¹³⁾.

La señorita Robinson señala que cuando discute el impacto de los elementos monopólicos está discurrendo acerca de “los principios de la venta”⁽¹⁴⁾. Desde el punto de vista del vendedor, una “curva de demanda representa una lista de precios a los cuales se adquirirán distintas cantidades de un cierto bien, en un mercado

(11) O alguna forma de la curva de utilidad promedio. El Dr. R. L. Bishop me ha señalado que hasta donde el monopolista no es capaz de discriminar perfecta y exactamente un precio que absorberá el excedente, la curva objetiva de demanda será en menor grado una curva de utilidad promedio.

(12) Cf. CHAMBERLIN, *op. cit.*, nota a la p. 27.

(13) Para otra opinión de Chamberlin acerca del excedente del consumidor, ver su “Product Heterogeneity & Public Policy”, *American Economic Review*, Papers & Proceedings Issue, May 1950, p. 85 y sgtes.

(14) Joan ROBINSON, *op. cit.*, págs. 7, 8.

durante un período de tiempo dado" (15). Las condiciones de la demanda permanecen completamente fuera del control del vendedor en la competencia pura, de modo que en tal caso la curva de demanda es perfectamente elástica. En una industria que es manejada bajo condiciones de competencia imperfecta, "la curva de demanda para la empresa individual puede ser concebida para mostrar el efecto pleno sobre las ventas de esa firma que proviene de cualquier cambio en el precio que ella fija" (16). Por lo tanto, cuando utiliza la frase *curva de demanda individual*, la señorita Robinson quiere decir "la curva de demanda para el producto de la empresa individual" (17).

La señorita Robinson sugiere que "con frecuencia es conveniente referirse a una curva de demanda como a la curva de renta promedio de un vendedor" (18). La utilidad no es una consideración importante para el productor, sea bajo competencia perfecta o imperfecta, porque él observa objetivamente a la curva de demanda. Cuando la señorita Robinson diseña la naturaleza del análisis de la utilidad sobre el cual fundamenta su tratamiento del monopsonio, manifiesta que considera a la curva de utilidad marginal como una curva de demanda solamente cuando "la oferta del bien es perfectamente elástica para el comprador" (19). La curva de utilidad marginal "no representa una lista de las cantidades de un bien que serán compradas a distintos precios; representa las cantidades que se comprarán a distintos costos marginales para el comprador" (20). En razón de que la señorita Robinson no cree posible suponer que la competencia entre los compradores sea generalmente perfecta, en la primera parte de su libro (que dedica a los problemas del monopolio) trata a la curva de demanda como si fuese una curva de utilidad promedio (21). Su curva de demanda de monopolio, como

(15) *Ibidem*, p. 20.

(16) *Ibidem*, p. 21.

(17) *Ibidem*.

(18) *Ibidem*.

(19) *Ibidem*, p. 216.

(20) *Ibidem*.

(21) Esta conclusión descansa sobre dos consideraciones. Primero, que la señorita Robinson considera al monopolista típico como capaz, en

la de Chamberlin, es, objetivamente, una curva de renta promedio y, subjetivamente, una curva de utilidad promedio.

Resultará instructivo examinar el significado del concepto curva de demanda de utilidad promedio.

La curva de demanda de utilidad marginal constituye la concepción habitual de demanda subjetiva que se encuentra en la economía Marshalliana y que se halla a menudo implicada en muchas discusiones acerca de la demanda. Se la traza así para subtender (*) el excedente del consumidor. A esta curva de demanda podemos identificarla como Curva I.

La señorita Robinson distingue otra curva de demanda, la curva de utilidad promedio, que subtiende el rectángulo de utilidad total y que "representa una lista de las cantidades de un bien que serán compradas a distintos precios" si suponemos un monopolio perfectamente discriminativo (**). Todo precio en la lista de demanda es un precio de todo o nada. Tal curva de demanda excluye la posibilidad de la medida de Marshall del excedente del consumidor. A esta curva de demanda podemos denominarla Curva II.

Mientras la curva de demanda I es trazada bajo la presunción de que el precio que los consumidores pagan iguala su utilidad marginal y la curva de demanda II lo es bajo el supuesto de que los consumidores no reciben el excedente del consumidor, la tercera curva de demanda puede ser considerada como intermedia entre estos límites. Así, podemos trazar la curva de demanda III bajo la suposición de que el vendedor la considera, en cuanto a su ventaja,

cierto grado, de utilizar la discriminación de precio. Segundo, que ella considera a la curva de utilidad marginal como una curva de demanda solamente cuando puede suponerse que la oferta del bien es perfectamente elástica en el mercado para el comprador. Puesto que es común suponer que ni una falta de discriminación monopolística de precio ni la elasticidad perfecta para los compradores caracterizan a los mercados de competencia imperfecta, parece correcto, por lo tanto, denotar al uso por parte de la señorita Robinson de la curva de utilidad promedio, o de alguna forma de ella, como la curva de demanda en las circunstancias más habituales. No obstante, véase la discusión que sigue.

(*) Subtender: Unir una línea recta los extremos de un arco de curva o de una línea quebrada. (Nota del T.).

(22) Joan ROBINSON, *op. cit.*, nota a la p. 187; nota a la p. 188; págs. 203, 204, 216; nota a la p. 223.

no para exigir un precio de todo o nada, sino cierta proporción fija del excedente del consumidor ⁽²³⁾. Por lo tanto, tenemos una curva de demanda que es, en cierto sentido, una curva de utilidad promedio y que posee una analogía respecto de los conceptos de Marshall sobre beneficio total y beneficio de compromiso o de transacción.

La curva de demanda IV está sugerida por consideraciones de explotación monopsonística ⁽²⁴⁾ y es trazada bajo el supuesto de que el comprador puede imponer una serie de precios alternativos, de los cuales solamente uno es igual a la utilidad marginal. Todo otro precio involucraría alguna explotación y rinde al comprador más que su utilidad marginal del bien. Lo más simple será suponer que el monopsonista puede exigir todo el excedente del productor, de modo que obtiene, merced a la discriminación perfecta del precio monopsonístico, el total del excedente social. La curva de demanda IV puede ser considerada como marginal respecto de la curva de demanda I, exactamente como la curva de demanda I es marginal respecto de la curva de demanda II.

La curva de demanda III se acerca estrechamente a la especie de curva de demanda que utilizan Robinson y Chamberlin y es la que en este trabajo se denomina curva de utilidad promedio ⁽²⁵⁾.

(23) Esta curva puede ser considerada de dos maneras. Puede ser reputada como típica respecto de cierta política de discriminación imperfecta deliberada, o como la evidencia de un fracaso de parte del monopolista en cuanto a maximizar su beneficio porque juzga "a una ganancia para los consumidores como de igual importancia que una ganancia para él" (concepto marshalliano de beneficio total), o porque considera que, para su beneficio, es deseable una proporción fija de la ganancia del consumidor (concepto marshalliano del beneficio de compromiso o transacción). Cf. Marshall, *Principles*, págs. 487 y sgtes.

(24) Cf. JOAN ROBINSON, *op. cit.*, págs. 301-304.

(25) El concepto de producto diferenciado que utilizan Robinson y Chamberlin en sus análisis de la demanda significa que el productor individual puede usar una especie de discriminación de precio absoluta. Como lo ha puesto de manifiesto Nicols, "la teoría de la competencia monopolística sostiene que cuando los consumidores distinguen entre los productos de vendedores diferentes del mismo tipo de producto, crecen las ventajas que, si no en grado, por lo menos en su naturaleza, son iguales a aquéllas de que disfruta el monopolio común". De tal modo, cada vendedor puede elevar su precio sin perder todas sus ventas". A. NICOLS, "The Development of Monopolistic Competition and the Monopoly Problem", *Review of Economics and Statistics* (May, 1949), p. 118. Cf. también A. NICOLS, "The Rehabilitation of Pure Competition", *Quarter-*

PARTE III

Cuando Marshall trató el problema del producto monopolístico se refirió a lo que desde entonces vino a denominarse "monopolio puro". En sus *Principios* se interesó especialmente en las consideraciones acerca de la renta neta de monopolio y ha dejado aparentemente la impresión, junto con sus discípulos y continuadores, de que consideró a la determinación de la renta neta de monopolio y del producto de monopolio como un problema que requiere herramientas de un carácter diferente al de aquéllas utilizadas en la determinación del producto de competencia. La señorita Robinson ha expresado acertadamente que el análisis marginal utilizado por Marshall en su examen del monopolio no es diferente de aquel análisis oferta-precio y demanda-precio que le permitió establecer las condiciones del equilibrio de competencia (26). Una de las contribuciones de la escuela de la competencia monopolística ha consistido en puntualizar el hecho de que las herramientas marginalistas son necesarias para toda determinación del equilibrio en el análisis neo-clásico del mismo.

Algo que se ha pasado por alto, en lo atinente al tratamiento que Marshall aplica al monopolio, ha sido su utilización de la "curva del excedente del consumidor" para establecer la noción de "be-

ly *Journal of Economics*, LXII:31 y sgtes. (1947). Siendo así, cada vendedor tiene un círculo o núcleo de clientes para su producto, los cuales considerarán a su excedente del consumidor como relacionado, de alguna manera, con el producto y quienes, por lo tanto, en términos de dinero pueden ser inducidos a renunciar a una parte de su excedente del consumidor antes que al producto. La medida en que tal círculo existe determinará la naturaleza de la curva de demanda III.

(26) "Es evidente que el método marginal de análisis producirá exactamente el mismo resultado que el método, utilizado por Marshall, de hallar el precio al cual el área que representa la *renta neta de monopolio* se sitúa en un máximo, puesto que la renta neta se encuentra en un máximo cuando la renta marginal y los costos marginales son iguales. Ambos métodos pueden aplicarse a los problemas de la competencia y del monopolio. Marshall introdujo, en su sistema de análisis, una fisura artificial entre monopolio y competencia al tratar los problemas de competencia solamente merced al método *marginal* y a los del monopolio sólo a través del método de *áreas*". Cf. nota en la p. 54, Joan Robinson, *op. cit.*

neficio total" que surge de la existencia de un monopolio (27). El beneficio total es la suma de la renta neta de monopolio, obtenida por el monopolista de la venta a precio de equilibrio de las unidades de equilibrio del servicio o bien producido por el monopolista bajo condiciones de costo decreciente, y del excedente del consumidor proveniente de la venta del bien a ese precio. "Si el monopolista considerará que una ganancia a favor de los consumidores es de idéntica importancia que otra ganancia igual realizada por él, su propósito consistirá en producir exactamente aquella cantidad del bien que hará que dicho beneficio total sea un máximo" (28). Este razonamiento es aplicable especialmente al caso de un monopolio gubernamental, donde no es posible suponer que la maximización del beneficio sea la determinante única (o principal) del esfuerzo productivo.

Nuestro propósito es aplicar esta curva del excedente del consumidor al análisis de la competencia monopolística, con la finalidad de señalar un posible uso más amplio de esta medida de las ganancias que el consumidor obtiene del cambio. Es perfectamente lógico que haya una curva del excedente del consumidor, puesto que si el excedente del consumidor puede mostrarse como un área geométrica subyacente a una curva que es dependiente del límite de la integral, habrá alguna línea (o curva) que indicará el crecimiento del área a medida que seleccionemos límites sucesivamente más separados. Utilizaremos esta medida Marshalliana —el área por debajo de la curva de demanda de utilidad marginal, desde el precio de todo o nada hasta el precio de equilibrio, y por sobre el rectángulo que mide el costo total para el consumidor de las unidades del bien adquirido— porque sospechamos, con Morgan, que es la medida más susceptible de verificación empírica (29).

(27) MARSHALL, *op. cit.*, págs. 477 y sgtes.

(28) *Ibidem*, p. 487.

(29) Schumpeter ha inquirido: ¿Por qué, "salvo que (el excedente del consumidor) se destinara a conducir a la evaluación estadística de un bienestar cuantificado... no se habrá dado Marshall por satisfecho con mencionar la existencia de tal excedente, una función de muchas variables, en vez de inducir el peligro de la incomprensión y de la oposición al insistir, como Dupuit lo había hecho antes que él, en esta especie de

ANALISIS DE MARSHALL
DE LA RENTA NETA DE MONOPOLIO

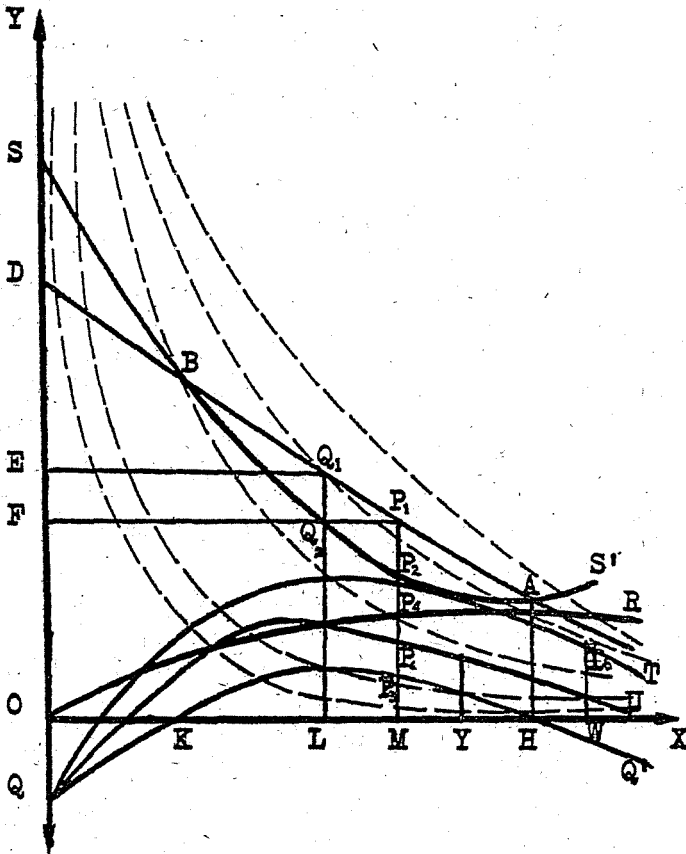


Gráfico 1

REFERENCIAS:

- OH = Producto de equilibrio en competencia pura
- OL = Producto de equilibrio en monopolio
- OW = Producto de beneficio total
($OW \times Wt_3 =$ Beneficio total máximo)
- QT = Curva de beneficio total
- OR = Curva del excedente del consumidor
- QQ' = Curva de renta de monopolio
- DD' = Curva de demanda
- SS' = Curva de oferta
- QU = Curva de beneficio de compromiso o transacción

Aun en su planteamiento del problema de la determinación del producto de monopolio, la curva de demanda de Marshall se mantuvo como una curva de utilidad marginal. Por ello, el área triangular ubicada debajo de la curva de demanda es identificada por Marshall como el excedente del consumidor a lo largo de sus *Principios*. En una nota en la página 487, Marshall describe la derivación de la curva del excedente del consumidor de la manera siguiente: En el Gráfico 1, DD' es una curva de demanda de utilidad marginal y SS' es una curva de oferta de costo marginal. QQ' es una curva de renta de monopolio trazada conforme al principio de restar de la renta total los costos totales en cada punto a lo largo de la curva oferta-costo. La renta neta de monopolio se encuentra en un máximo cuando la curva de renta neta de monopolio es tangente a una curva de renta constante. Por lo tanto, el producto de equilibrio bajo condiciones de monopolio sería OL , mientras que bajo condiciones de competencia el producto sería OH .

Supongamos que la industria monopolizada está produciendo ahora OM unidades del servicio o bien al precio MP_1 y obtiene una renta total de OM veces MP_1 . Al precio MP_1 , el excedente del consumidor es igual al área triangular DFF_1 . Entonces, como el nivel de producto se desplazó desde el nivel cero hacia arriba, una curva que comenzara en el origen y que pasase por P_4 trazaría la curva del excedente del consumidor.

A OM unidades de producto, la renta neta de monopolio se encuentra a un nivel igual a OM veces MP_3 . Si aislamos, desde MP_1 , una sección que comience en P_3 igual a MP_4 , obtendremos la sección P_3P_5 . Ahora, MP_3 es de una longitud tal que cuando se multiplica por OM el resultado es la suma del excedente del consumidor y la renta neta de monopolio, y esta suma es "la (medida monetaria) del beneficio total que la comunidad derivará del bien cuando se le suministre la cantidad OM ".

Superpuesta sobre el Gráfico se encuentra una serie de curvas de renta constante (curvas hiperbólicas rectangulares) que diseña

simplificación que reduciría el número de variables independientes a dos?". J. A. SCHUMPETER, "Alfred Marshall's Principles; A Semi-Centennial Appraisal", *American Economic Review*, XXXI:248.

CURVAS DEL EXCEDENTE DEL CONSUMIDOR
Y COMPETENCIA MONOPOLISTICA

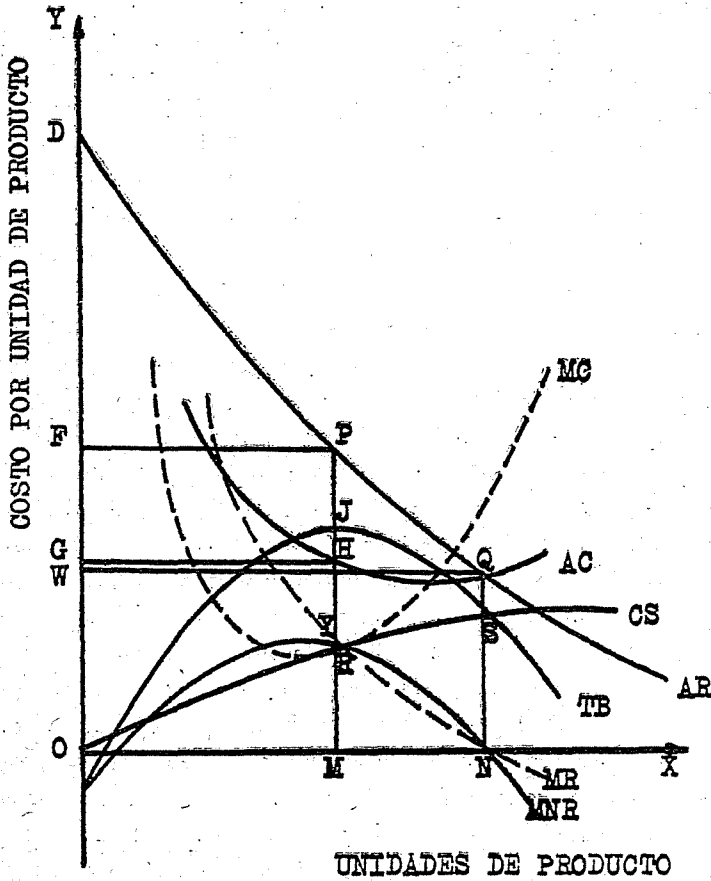


Gráfico 2

REFERENCIAS

—Curvas—:

- AC = Costo promedio
- MC = Costo marginal
- AR = Renta promedio
- MR = Renta marginal
- CS = Excedente del consumidor
- TB = Beneficio total
- MNR = Renta neta de monopolio
- Excedente del consumidor = $OM \times MR = DFP$
- Renta neta de monopolio (o beneficio) = $OM \times MV = GHDF$

(como si lo fueran) niveles de renta. Donde la curva trazada desde Q por P_s es exactamente tangente a una curva de renta constante, se determina un nivel de producto cuyo precio de demanda brindará una renta total de proporciones suficientes como para cubrir las pérdidas del monopolista y proveer una ganancia social neta maximizada. En términos de Marshall, el beneficio total se encontrará en un máximo cuando la cantidad ofrecida en venta es OW , o, para decirlo de otra manera, cuando RW se fija según el precio de venta bajo las condiciones dadas de oferta y demanda.

PARTE IV

Resultará instructivo comparar esta conclusión con aquéllas obtenidas generalmente por medio de las herramientas que los economistas de la competencia monopolística nos han enseñado a utilizar. Como primera etapa, supongamos heroicamente que la curva de demanda en la competencia monopolística es lo mismo que la curva de utilidad marginal de Marshall⁽³⁰⁾. Utilizaremos el Gráfico 34 tal como aparece en la página 95 de la *Economía de la competencia imperfecta*, de Joan Robinson, y en él efectuaremos los cambios que son necesarios para ilustrar la plena importancia de la presentación marshalliana. El producto determinado por la intersección de las curvas de renta marginal y de costo marginal es OM , en el cual el área rectangular $FGHP$ es la cantidad total del excedente de beneficio y DFP es el excedente del consumidor proveniente de la venta de OM unidades al precio PM (si reinase la competencia perfecta, el producto sería ON , que lograría el precio OW y el excedente del consumidor sería DWQ , mientras que el excedente de beneficios habría desaparecido).

Estamos ahora en condiciones para introducir la curva del excedente del consumidor. Si a lo largo de PM determinamos RM , que cuando es multiplicado por OM proporciona una superficie igual en tamaño a DFP , obtenemos un punto sobre la curva del excedente del consumidor. Igualmente, si a lo largo de QN determinamos SN ,

(30) Esto es, la curva de demanda I.

que cuando es multiplicado por ON proporciona un área igual en tamaño a DWQ , tendremos aún otro punto sobre la curva del excedente del consumidor. En realidad, tendremos tres puntos sobre tal curva, puesto que sabemos que a ventas y producto cero no se logra excedente del consumidor. De manera que la curva del excedente del consumidor debe comenzar en el origen. Por lo tanto, la curva ORS es la curva del excedente del consumidor.

Continuando nuestro proceso de asimilación, determinemos, a lo largo de PM , una sección que comienza en R igual a HP , la unidad de excedente de beneficios al producto OM , o RJ . RJ es un punto sobre la curva de beneficio total de la variedad Marshalliana. S debe ser otro punto sobre esta curva de beneficio total, puesto que al producto ON no existe excedente de beneficios y el beneficio total para la comunidad, que se obtiene de la venta de ON unidades del bien (por sobre el costo), será el excedente del consumidor. Igualmente puede trazarse una curva de renta de monopolio que pase por la línea de precio PM en el punto Y y que llegue a cero en el punto N a lo largo de OX .

Un examen del Gráfico 2, que así hemos desarrollado, nos mostrará una de las muy significativas desventajas del producto de monopolio OM . El excedente del consumidor no se encuentra en un máximum, de hecho, puesto que $(OM \times MR) < (OM \times MY)$. Como los beneficios superan al excedente del consumidor, no hay base para compensar, por medio de un impuesto sobre los consumidores, la pérdida de beneficio involucrada en una socialización de esta empresa. Todo incremento en el producto más allá de OM aumenta el excedente del consumidor, permitiendo que funcione un mecanismo de compensación tributaria y de este modo proporcionar un nivel del producto OK .

El neo-clásico pionero señaló que el monopolista, "aun si no se preocupa por los intereses de los consumidores, probablemente reflexione acerca de que la demanda de una cosa depende en gran medida de la familiaridad de la gente respecto de ella". Tal monopolista procurará, para su ventaja a largo plazo, sacrificar algo de

sus beneficios para estimular un uso más extenso o una venta más amplia de su bien ⁽³¹⁾.

En términos de bienestar, de la eliminación del monopolio resulta una ganancia social neta. Subordinemos esta conclusión a un análisis más amplio por medio de las herramientas que han sido forjadas. La señorita Robinson utiliza casi todos los instrumentos clásicos y neo-clásicos. Si podemos suponer que los usa de la misma manera para significar las mismas cosas como lo hicieron sus predecesores, entonces estaremos autorizados para extraer las conclusiones que ellos obtuvieron del uso de este instrumental. Deseamos considerar muy especialmente el uso que ella hace de estas herramientas en el caso de aquellos bienes que son ligeramente diferentes, lo que constituye, por supuesto, la base de su análisis del monopolio. Como lo hemos expresado, el equilibrio se alcanza donde el costo marginal iguala a la renta marginal. El libre acceso se da por supuesto y el acceso acontecerá en el punto en que el costo promedio se encuentra en un *mínimum*. La condición para la producción óptima para cualquier firma es que produzca al costo promedio *mínimo* ⁽³²⁾.

(31) En este sentido resulta interesante especular acerca del papel de los costos de ventas cuando se utiliza la técnica de la curva del excedente del consumidor. El concepto de costos de ventas involucra una consideración implícita de asuntos relacionados con el excedente del consumidor. El efecto de tales costos de ventas consiste en incrementar la demanda, pero no en proporción al costo, sino en una proporción algo menor, puesto que una parte del costo está destinada a formar un círculo de compradores que considerarán a su excedente del consumidor como vinculado, en cierta manera, con el producto. Para Chamberlin, la curva de demanda en sentido habitual "no es la curva real, que juega un papel en la determinación del precio; es una curva ficticia e irrelevante que incluye solamente una fracción de la demanda —aquella parte que existiría si no se realizaran gastos para vender". CHAMBERLIN, *op. cit.*, p. 174.

(32) Evidentemente, no existe acuerdo acerca de este asunto, como lo demostrará toda la controversia respecto de la fijación del precio de costo marginal. Para una exposición clara de las posiciones mantenidas en la materia, cf. Harold HOTELLING, "The General Welfare in Relation to Problems of Taxation and of Railway and Utility Rates", *Econometrica*, VI, 242-269 (1938). He decidido mantenerme firme en este tema de discusión, porque resulta claro que, si buscamos maximizar el excedente del consumidor, éste se maximiza cuando $P = AC$. Vd. el Gráfico 2. La esencia de esta controversia, conforme yo la veo, radica en si uno

En el Gráfico 3, sea AC la curva de costo promedio de una industria que produce bienes que son lo suficientemente semejantes como para que las elasticidades de sustitución de los factores componentes sean finitas y relativamente grandes y cuyas elasticidades cruzadas de demanda son finitas. La intersección de la curva de costo marginal de la industria con la curva de renta marginal de la industria determina un producto de equilibrio, ON , cuyo costo unitario es NS y que se vende al precio NR , rindiendo un excedente de beneficios igual a $PQRS$. Debido a que NS es mayor que MM (el costo promedio mínimo), la señorita Robinson concluiría que hay demasiadas firmas en la industria. Su receta, para tal enfermedad social, consistiría en una reducción en la cantidad de firmas, merced a la eliminación de las marginales (o la marginal).

Sin embargo, podría ser mejor fijar la atención en la firma o firmas marginales y averiguar, por medio de la información acerca de su posición —tanto respecto a costo cuanto en lo tocante a excedente del consumidor proporcionado—, si se encuentra en producción. ¿Es esta firma un productor eficiente? Si aun podemos suponer que esta firma tiene una curva de costo marginal que en cada punto se sitúa por sobre el costo marginal social efectivo, podríamos estar autorizados para concluir que la cesación de producción por parte de esta firma rendiría una ganancia social neta. Los recursos así liberados podrían ser aplicados a un uso más provechoso en cualquier otra parte. La pérdida temporaria provocada por el desempleo de los factores pronto sería más que compensada por el bene-

comprende el significado a largo plazo de una posición de monopolio. Como se ha visto, Marshall consideraba al monopolio como poseedor de un período de vida más prolongado que el de las firmas promedio o "representativas". Esto significaba una mayor seguridad e implica que la firma monopolística no necesita tener en cuenta las decisiones marginales, sino más bien las decisiones promedio. Si aceptamos la ampliación de Chamberlin-Robinson del concepto de monopolio, podemos manifestar que en la medida en que el competidor monopolista tiene seguridad de posición, en esa medida su curva de oferta representará una curva de costo promedio a largo plazo. Tengo la pretensión de que una lectura cuidadosa del Libro V de los *Principios* de Marshall probará la solidez de mi posición. Un artículo reciente de Ragnar Frisch ("Marshall's Theory of Value", *Quarterly Journal of Economics*, LXIV, págs. 495 y sgtes.) se refiere bastante directamente a este tema.

COSTO PROMEDIO MINIMO Y PRODUCTO OPTIMO

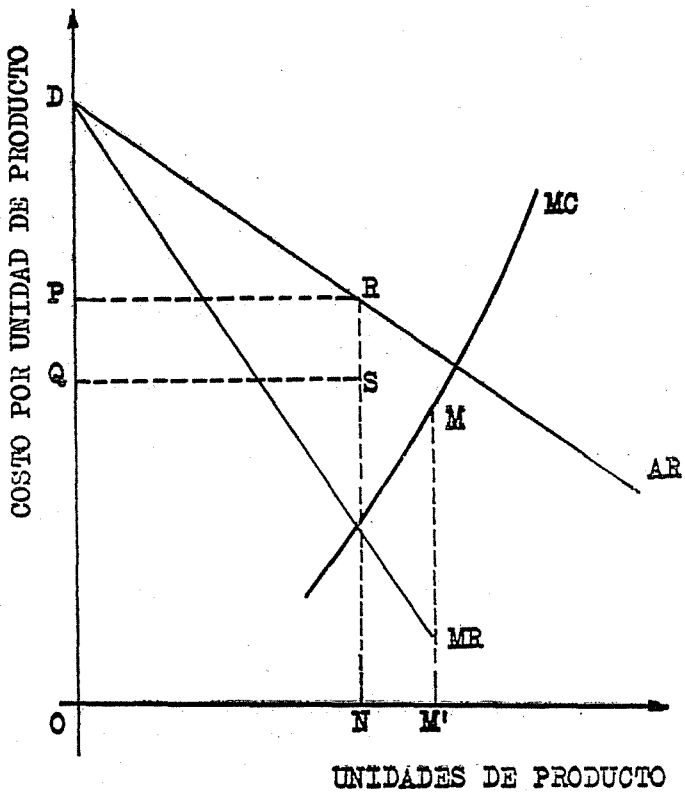


Gráfico 3

ficio obtenido en el nuevo uso. En el uso anterior, el beneficio de la firma podría ser considerado como ilusorio, ya que había, en realidad, una pérdida social.

Hay, sin embargo, otros aspectos que deben ser tenidos en consideración. Es preciso tener en cuenta el excedente del consumidor obtenido de la producción y venta del bien, con la finalidad de percibir todas las contingencias de la cuestión. Tendríamos que determinar si la ganancia en el nuevo uso, luego de la transferencia de los factores productivos, fue mayor que el beneficio anteriormente obtenido más el excedente del consumidor previamente logrado. En otras palabras, tendríamos que tener en cuenta el beneficio total. En realidad, aun cuando la firma bajo consideración no esté realizando un beneficio, o quizás esté soportando una pérdida, puede ser que proporcione un excedente del consumidor harto considerable. Por eso, si el producto se encontrase en algún nivel como el indicado por *OW* en el Gráfico 2, el beneficio total podría ser maximizado, aunque habría una pérdida muy grande para la firma.

Lo que se ha manifestado acerca de la comparación entre producto de competencia y producto de competencia monopolística ha involucrado la presunción de que la señorita Robinson y el Profesor Chamberlin usaban la curva de demanda que hemos denominado I. Hemos demostrado que usaban, en realidad, una curva de utilidad promedio del tipo que hemos identificado como III. Si se supone que ellos utilizan la curva de demanda II, resulta obvio que la técnica de la curva del excedente del consumidor pierde su validez, puesto que el excedente del consumidor resulta completamente "devorado" por el monopolista perfectamente discriminativo.

Efectuar una comparación entre el producto de competencia pura (con la curva de demanda I) y el producto de competencia monopolística (con la curva de demanda III), implica una cantidad de dificultades técnicas. Primero, tendremos que reconocer que ambos productos no son, en cierto modo, comparables. En segundo lugar, tenemos que trazar una curva de demanda especializada para que se ajuste a la concepción de demanda que hemos establecido. La primera dificultad obstruye todas las comparaciones entre producto

de monopolio y producto de competencia y supondremos simplemente que existen elementos de comparabilidad en cuanto a lo más importante ⁽³³⁾.

La segunda dificultad involucra un poco de geometría. En el Gráfico 4, la curva de demanda I es una curva de utilidad marginal, la curva de demanda II es una curva de utilidad promedio tal que el área OLP_1Q_1 representa la utilidad total y PQP_1Q_1 el excedente del consumidor. Si el monopolista decidiera tomar alguna proporción fija (digamos, PP_2/PP_1) del excedente del consumidor, por conducto de una técnica de fijación de precio discriminativa, la curva de demanda III estaría determinada.

Ahora, si trazamos III_a marginal a III, intersectará a MC en R' y determinará un nuevo nivel de producto, OL' , más alto que el determinado bajo el supuesto de una curva de demanda de utilidad marginal. Al precio $L'P'_2$, los beneficios serán mayores, mientras que el excedente del consumidor será algo menor que al precio LP . Por lo tanto, el producto bajo el concepto de la demanda III se encontrará más próximo al producto de competencia que bajo el concepto de la demanda I. Como ha sido señalado por la señorita Robinson, el producto bajo el concepto de la demanda II sería exactamente igual al producto de competencia si los costos promedio fueran constantes (o si la curva de costo promedio intersecta a la curva de utilidad marginal en el costo promedio mínimo). De lo contrario, el producto bajo el concepto de la demanda II tenderá a ser levemente

(33) "Para efectuar una comparación teórica válida entre producto de competencia y producto de monopolio en una industria particular, es menester establecer muchos supuestos rigurosos. Primero, debemos tener una idea definida acerca de lo que damos a entender por el bien que consideramos. Segundo, si queremos discutir lo que acontecerá al producto y a los precios, si se monopoliza un cierto bien que hasta ahora es producido por firmas competidoras, debemos presumir que ni la curva de demanda del bien ni los costos de producción de cualquier producto (output) dado son alterados por el cambio. Es improbable que estos supuestos se cumplan en cualquier situación real, y al estudiar un caso real deben ser tenidos en cuenta los cambios en la demanda y en la eficiencia de la producción. Bajo la presunción de que no varían, la relación entre producto de monopolio y de competencia puede descubrirse fácilmente". Joan ROBINSON, *op. cit.*, págs. 143, 144.

CUATRO CURVAS DE DEMANDA

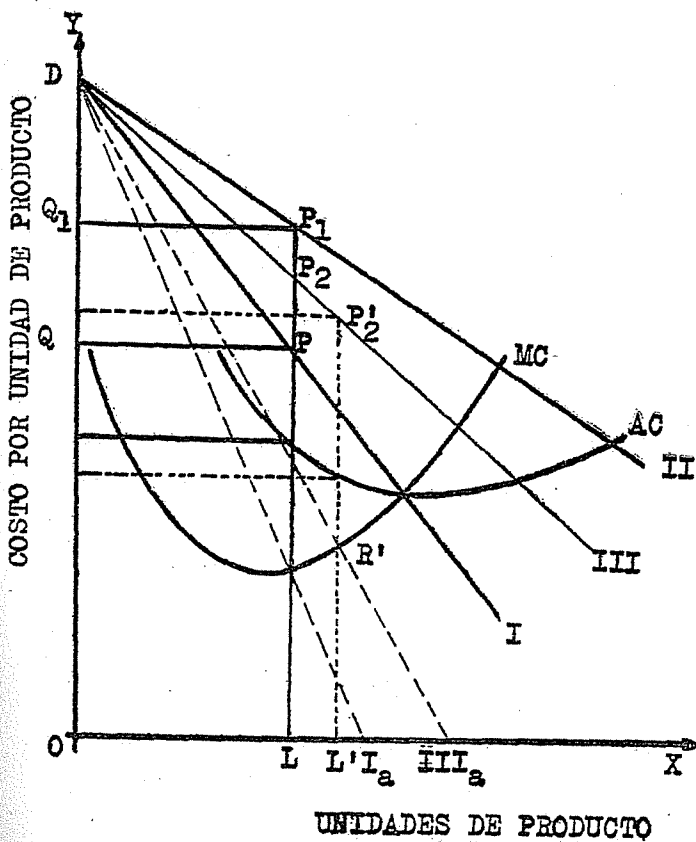


Gráfico 4

mayor o menor que el producto de competencia, según que los costos promedio se eleven o declinen.

Ahora resulta visible que la mayoría de las exposiciones sobre el producto de competencia monopolística han sido incompletas respecto del producto de monopolio, a causa de supuestos implícitos en cuanto al excedente del consumidor. Nuestro examen de la curva de utilidad promedio y del excedente del consumidor ha puesto de manifiesto la medida en que debe tenerse precaución al comparar el monopolio y la competencia pura y contribuye a destacar lo que Chamberlin quiere decir cuando insiste en que la "curva de demanda (de competencia) no es la curva real que juega un papel en la determinación del precio" (34).

DR. CHARLES J. STOKES

(34) CHAMBERLIN, *op. cit.*, p. 174.