

Disputabilidad: ¿Un Nuevo Paradigma del Oligopolio o un Camino sin Salida?

Por Enrique A. Bour, Abril 2011.

En 1982, William J. Baumol, John C. Panzar, y Robert D. Willig (de aquí en más, BPW) publicaron un libro, *Contestable Markets and the Theory of Industry Structure*, que replanteó toda la literatura existente hasta entonces en torno a la regulación de los monopolios. ¹ Un mercado perfectamente disputable está definido toda vez que 1) todos los productores tienen acceso a la misma tecnología; 2) esta tecnología puede tener economías de escala, tales como costos fijos, *pero no debe tener costos hundidos* ²; 3) las empresas titulares (e.d. que se encuentran activas en el mercado) no pueden cambiar los precios de forma instantánea; y 4) los consumidores responden en forma instantánea a las diferencias de precios. En semejante mercado, una firma ingresante prospectiva puede adoptar una táctica *toco y me voy* ³ sin considerar represalias, o interacciones oligopólicas con la empresa titular. A tal fin, recorta un poco los precios existentes de todos o de algunos bienes, comienza a abastecer a partir de entonces a todo el mercado, y siempre puede abandonar la producción si se produce una represalia. Esta incursión será rentable si la empresa titular no está minimizando el costo de producción de los bienes, o si tiene beneficios globales positivos, o si practica subsidios cruzados entre los bienes (esto es, cobra precios más elevados a un grupo de consumidores para que otro grupo pague menos, una conducta usual en las empresas estatales). Por consiguiente, en equilibrio todas estas prácticas desaparecen, lo que hace que el resultado de mercado sea fuertemente deseable aunque no exista competencia perfecta con muchos productores.



W. Baumol y R. Willig

Bajo este supuesto, BPW establecieron el resultado de que en mercados perfectamente disputables, aún un duopolio debe satisfacer la regla de precios familiar en la teoría de la competencia perfecta: En cada empresa, el precio debe ser igual tanto al

¹ Traduciré *contestable* como *disputable*. Otra versión es *desafiable*.

² Un **costo hundido** debe ser diferenciado de un **costo fijo**. Los costos hundidos son costos pasados (retrospectivos) en los que ya se ha incurrido y que no pueden ser recuperados. A veces son contrastados con los costos prospectivos, que son costos futuros en los que puede incurrirse o que pueden cambiarse si se adopta una decisión. Tanto los costos retrospectivos como los prospectivos pueden ser fijos (es decir, independientes del volumen producido) o variables (dependientes) (Wikipedia).

³ Con esta expresión futbolística (originada en el jugador de Racing Club Luis Pentrelli, que se incorporó al lenguaje popular como sinónimo de no comprometerse) trato de traducir la expresión en inglés *hit and run*.

costo medio como al costo marginal – que es una condición necesaria de equilibrio. Este resultado estaba en contraste con la visión estándar de que, a menor número de firmas en un mercado, mayor sería la diferencia entre el precio y el costo marginal. Habitualmente se suponía que a medida que aumentaba el número de empresas, el precio tendería gradualmente a aproximarse al costo marginal. BPW demostraron, por el contrario, que al respecto existe una discontinuidad entre monopolio y duopolio en los mercados disputables. Tan pronto como el número de firmas es mayor o igual que dos, el precio de equilibrio debe ser igual al costo marginal.

Estas ideas penetraron en la literatura académica y en discusiones prácticas a una velocidad sorprendente. Incluso en youtube pueden ser bajados dos videos [aquí](#) y [aquí](#), este último con una pequeña lección en pizarrón. Los términos “economías de ámbito de aplicación” (*economies of scope*), “precios sustentables”⁴ y mercados “disputables (o desafiables)” son usados en forma habitual como si tuvieran connotaciones familiares. Desde la aparición del libro, hubo una corriente sostenida de publicaciones que ofrecieron extensiones teóricas y críticas, aplicaciones empíricas, así como reacciones acaloradas a la teoría.

En este documento⁵ serán analizados los aspectos básicos de la nueva teoría, y a continuación se explicitarán algunos trabajos críticos, para terminar tratando de establecer si la nueva teoría – que ya tiene 40 años de existencia – puede ser considerada como “revolucionaria”⁶ en el sentido de Kuhn⁷. Luego se hará un resumen de algunas aplicaciones de este nuevo enfoque a la teoría del oligopolio. El plan del artículo es el siguiente: 1^o) serán resumidos los aspectos fundamentales del

⁴ La noción de precios sustentables se refiere a un conjunto de precios de equilibrio de mercado, tales que las empresas titulares tienen beneficios no negativos y no existe un incentivo para que entren nuevas empresas. Si se habla de precios de monopolio sustentables, el titular del monopolio puede, a esos precios, no tener pérdidas mientras que entrar no será rentable para los competidores (Daniel F. Spulber, *Regulation and markets*, MIT Press, 1989, p. 138).

⁵ Este documento está basado en algunas ideas expuestas por William J. Baumol y Robert D. Willig, en [Contestability: Developments Since the Book](#), *Oxf. Econ. Pap.* (1986) 38(supp): 9-36; Stephen Martin, [The Theory of Contestable Markets](#), Purdue University, July 2000; William J. Baumol, [Contestable Markets: An Uprising in the Theory of Industry Structure](#), *The American Economic Review*, Vol. 72, No. 1, (Mar., 1982), pp. 1-15; A. Dixit, [Recent Developments in Oligopoly Theory](#), *American Economic Review*, Vol. 72, No. 2, *Papers & Proceedings of the Ninety-Fourth Annual Meeting of the American Economic Association* (May, 1982), pp. 12-17; y Elizabeth E. Bailey y William J. Baumol, [Deregulation and the Theory of Contestable Markets](#), *1 Yale J. on Reg.* 111 (1983-1984). Yo mismo usé parte de esta teoría en la sección 3 de [Teoría Económica y Reforma del Estado](#), incluido en *FIEL, El Fracaso del Estatismo - Una propuesta para la reforma del sector público argentino*, Ed. Sudamericana-Planeta S.A., 1987.

⁶ Fue en estos términos que Baumol se refirió a la nueva teoría, en su artículo para *The American Economic Review* de 1982 (ver nota 5). Agregó: “The address of the departing president is no place for modesty. Nevertheless, I must resist the temptation to describe the analysis I will report here as anything like a revolution. Perhaps terms such as “rebellion” or “uprising” are rather more apt. But, nevertheless, I shall seek to convince you that the work my colleagues, John Panzar and Robert Willig, and I have carried out and encapsulated in our new book enables us to look at industry structure and behavior in a way that is novel in a number of respects, that it provides a unifying analytical structure to the subject area, and that it offers useful insights for empirical work and for the formulation of policy.”

⁷ Para un análisis detenido de la noción de Thomas Kuhn, véase el [Capítulo 19 “Ciencia y Derecho”](#) de mis *Lecturas de Metodología Económica y Derecho* (2009).

nuevo enfoque, así como también los avances teóricos producidos por otros autores; 2º) los estudios experimentales de mercado; 3º) las críticas al nuevo enfoque, desde un punto de vista teórico; dado el interés teórico del presente documento, no son analizadas las cuantiosas aplicaciones econométricas que han tenido lugar desde la publicación del libro. Para concluir, se sintetizarán los argumentos centrales a favor y en contra del nuevo enfoque, tratándose de tener una idea acerca de su validez.

1º) Aspectos fundamentales del nuevo enfoque y desarrollos recientes

Hasta principios de los 1980s, se consideraba de manera casi axiomática la necesidad de regular a los monopolios, imponiéndose en forma prioritaria reglas regulatorias de la entrada, la salida y fijación de precios. Empero, ya hacia 1956, Joe Bain había comentado en su libro ⁸ lo siguiente: “la mayoría de los análisis de cómo funciona la competencia y de lo que la hace valiosa conceden poco énfasis a la fuerza de la competencia potencial amenazante de los eventuales competidores... tanto es así que los economistas no tienen una muy buena idea de cuán importante es la amenaza.” Con el crecimiento del movimiento hacia la desregulación de los mercados y, particularmente, con el nacimiento de la teoría de los mercados disputables, se cayó en la cuenta de que varios mercados que tienen economías de escala no deberían ser regulados en forma convencional. ⁹ La nueva teoría hizo énfasis en que ni el tamaño ni el número de empresas implican de modo necesario que los mercados no puedan funcionar de modo satisfactorio. En lugar de ello, debía ponerse la mira en los impedimentos a la entrada y a la salida como fuentes de interferencia con la operación de la “mano invisible”.

El marco analítico de la teoría es drásticamente simplificado al eliminar todas las barreras a la entrada y a la salida, y el comportamiento estratégico cambia en forma sustancial al hacerlo así. También el modelo competitivo sirvió a tal simplificación, facilitando así las porciones más precisas y articuladas de la teoría económica. Pero por construcción, no es útil como referencia para estudiar los factores determinantes de la estructura industrial. La competencia perfecta es un caso particular de la disputabilidad perfecta, y la disputabilidad perfecta se aplica igualmente en los casos en que la competencia perfecta resulta imposible a causa de las economías de escala. Como tal, esta teoría podría ser usada en organización industrial, ya que predice la estructura industrial emergente según un mecanismo endógeno. También, con ayuda de esta teoría, es posible establecer pautas adecuadas para la intervención del gobierno en la estructura y la conducta de las empresas e industrias, y establecer una diferencia entre los casos que requieren intervención y aquellos que no. Un mercado perfectamente disputable satisface las tres condiciones siguientes:

⁸ Joe S. Bain, *Barriers to Competition*, 1956, p.1. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.

⁹ Bailey y Baumol dan como ejemplo de uno de los primeros documentos enrolados en la nueva corriente el de Harold Demsetz, [Why Regulate Utilities?](#), *Journal of Law and Economics*, Vol. 11, No. 1, (Apr., 1968), pp. 55-65, como así uno más antiguo de Edwin Chadwick, 1859, *Results of Different Principles of Legislation and Administration in Europe; of Competition for the Field, as Compared with Competition within the Field of Service*. 22 *Royal Stat. Soc’y J.*, 381-402.

1.- La entrada al mercado es totalmente libre, en sentido de Stigler ¹⁰. Esta condición significa que las nuevas empresas no enfrentan desventajas en comparación con las titulares. Tienen acceso a la misma tecnología de producción, a los mismos precios de los insumos y de los productos y atienden a la misma demanda. No existe asimetría de información sobre las preferencias de los consumidores, ni tampoco hay barreras legales a los mercados. Los consumidores potenciales se encuentran indiferentes entre los oferentes, y reaccionan de manera racional e inmediata.

2.- La salida del mercado está libre de cargos, los costos hundidos son nulos. Por consiguiente, todos los costos vinculados con la entrada al mercado son plenamente recuperables. Cualquier empresa podría vender su capital productivo en un mercado secundario a su valor presente, o bien usarlo en distintos mercados alternativos sin incurrir en pérdidas.

3.- El retraso de entrada (es decir, el tiempo que transcurre entre que se nota la entrada de la nueva empresa y su capacidad de vender sus productos) es menor que el retraso de ajuste del precio (el tiempo que transcurre entre la entrada de la empresa y la reacción de precios de las firmas titulares). Sólo será disputable aquél mercado en que los titulares no reduzcan sus precios de modo significativo durante este período.

Si se dan las tres condiciones, las empresas titulares deberán enfrentar la competencia potencial del toco y me voy. Aún en el caso de un monopolio, el titular resultará disciplinado y deberá fijar el precio de equilibrio como bajo competencia perfecta. En caso contrario, podría entrar libremente una nueva empresa (ya que hay libertad de entrada), recortar el precio del monopolista, ganar beneficios anormales, y abandonar el mercado (ya que hay libertad de salida) cuando la empresa titular responda ajustando su precio (el retraso de entrada es menor que el retraso de ajuste de los precios). El resultado central es entonces un equilibrio que conduce a un resultado socialmente eficiente.

Como dicen Baumol y Kyu Sik Lee ¹¹ : “La disputabilidad perfecta facilita un estándar de comparación para juzgar la conducta de mercado ideal. Un mercado perfectamente disputable es un mercado en el que la entrada y la salida no entrañan ningún costo; en esos mercados, la mera amenaza perpetua de entrada puede obligar a los titulares a tener una buena conducta. Siempre que los costos hundidos sean cero, un ingresante potencial puede recortar cualquier precio excesivo (o costo innecesario) de las firmas titulares y aún así ganar una tasa de retorno atractiva. Luego, la disputabilidad perfecta impide la existencia de beneficios y de precios excesivos así como el derroche de recursos y la ineficiencia, y también precios predatorios.” Los precios predatorios, en general, son una estrategia para desalentar a los competidores potenciales a entrar en cierto mercado, mediante una promesa creíble de que se está dispuesto a disminuir el precio de mercado por debajo del costo

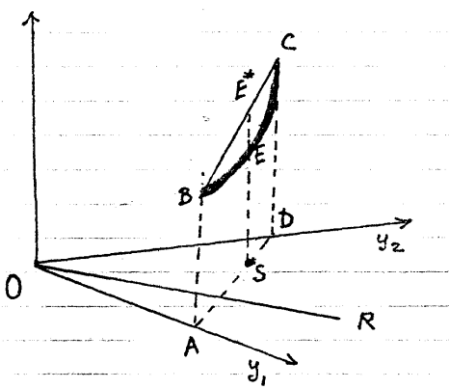
¹⁰ George Joseph Stigler, *The organization of industry*, University of Chicago Press, 1983, p.70: “la libre entrada, en nuestra terminología, es el ingreso de firmas que no sufren diferenciales de costo con respecto a las firmas existentes. La libre entrada es compatible con enormes requerimientos de capital (que tal vez sean la fuente de economías de escala)”.

¹¹ William J. Baumol and Kyu Sik Lee, [Contestable markets, trade and development](#), World Bank, 1991.

medio (variable) en caso de plantearse una disputa. Luego, entrar al mercado le resultaría irracional ex ante al competidor potencial, que se quedará afuera. Al titular los precios predatorios le resultarán racionales sólo si puede compensar las pérdidas actuales mediante los beneficios futuros descontados. No parece existir demasiada evidencia de precios predatorios, y los economistas tienden a considerar que no se trata de un problema regulatorio, sino más bien de política general competitiva.¹² La desregulación puede ser considerada pro-disputable si da lugar a un mayor nivel de producto industrial, productividad y a precios más bajos.

En mi [Tratado de Microeconomía](#) (2009, Cap XV) y en el libro de BPW están planteadas las condiciones suficientes que aseguran la existencia de precios sustentables de un monopolista natural¹³ que produce productos múltiples, así como también que aseguran que los precios óptimos de Ramsey sean sustentables. Recuérdesse que los precios de Ramsey son precios de una empresa multiproductora que maximizan el bienestar social, sujeto a la restricción de que la empresa tenga beneficios no negativos (e.d., cubra sus costos o tenga beneficios positivos). También son llamados *precios de óptimos secundario*, ya que son los precios que generan más bienestar si se establece la condición de que la empresa sea viable. Por el contrario, los precios de óptimo primario maximizan el bienestar, pero pueden implicar que la empresa no sea sustentable.

Las condiciones incluyen que la función de costo tenga economías globales de escala y convexidad trans-radial. La convexidad trans-radial exige que el costo de producción de un promedio ponderado de canastas y^1 e y^2 , no resulte mayor que el promedio ponderado de cada canasta tomada en forma aislada; la figura adjunta muestra esta situación, donde en el eje de ordenadas se grafica el costo total; esto significa que la complementariedad de producción sobre-compensa las economías de escala.¹⁴ También ha sido demostrado que la sustentabilidad de los precios de Ramsey podría



¹² Kenneth G. Elzinga y David E. Mills, en [Predatory Pricing and Strategic Theory](#), incluyen un conjunto de casos planteados ante los tribunales.

¹³ Surge un monopolio natural cuando el mayor oferente de una industria, que a menudo es el que apareció en primer término, tiene una ventaja decisiva sobre sus competidores reales y potenciales en términos de costo. Lo cual tiende a ser el caso de industrias con fuertes inversiones de capital que dan lugar a economías de escala amplias con respecto al tamaño del mercado, y con ello a barreras de entrada elevadas; entre otros ejemplos, cabe mencionar a los servicios públicos (aguas y cloacas, electricidad). Resulta costoso construir redes de transmisión (transporte de agua y gas, electricidad y líneas telefónicas); luego, un competidor potencial probablemente no haría la inversión necesaria para entrar al mercado del monopolista. *Una industria constituye un monopolio natural si su función de costos es subaditiva a lo largo del rango relevante de producción.* Hay quienes objetan este concepto (ver Thomas J. DiLorenzo, [El Mito del Monopolio Natural](#), The Review of Austrian Economics Vol. 9, No. 2 (1996)). Con Carlos Carman hemos tratado el tema del sector eléctrico de Argentina en el paper [Cables Sueltos - La Trasmisión Eléctrica en la Provincia de Buenos Aires \(Comedia\)](#), 2003.

¹⁴ Ver William J. Baumol, Dietrich Fisher, and M. Ishaq Nadiri, [Forms for Empirical Cost Functions to Evaluate Efficiency of Structure Industry](#), May 1979, New York University.

tolerar algún desvío de estas condiciones, tales como costos fijos específicos por producto de magnitud acotada.

Pero ¿es posible satisfacer de modo simultáneo en el oligopolio la condición de ausencia de beneficios anormales y la de precios fijados al costo marginal? Para ello BPW se basan en resultados empíricos obtenidos con funciones de costo medio (que serán denotadas como curvas AC), que no tienen un punto mínimo único como sería el caso de una curva suave con forma de U. Basándose en trabajos empíricos tendientes a mostrar que las curvas AC tienen una parte inferior plana (e.d., un intervalo horizontal) – que revelan que el costo medio tiende a reducirse al principio a medida que aumenta el tamaño de la producción, que entonces alcanza un mínimo y continúa a ese nivel en algún intervalo de producción, después del cual comienza a crecer nuevamente, como en la figura 3 del artículo de Baumol de 1982, ver más abajo – llegan a la conclusión de que tal evidencia contribuye a la existencia del equilibrio. En efecto, si el extremo izquierdo del segmento tiene lugar en y^m y el derecho en ky^m , si $k \geq 2$ en tal caso desaparece el problema de existencia ya que las curvas AC de la industria serán horizontales para toda producción superior a y^m . Esto es, que en todo mercado disputable con dos o más empresas, la industria tendrá una curva AC

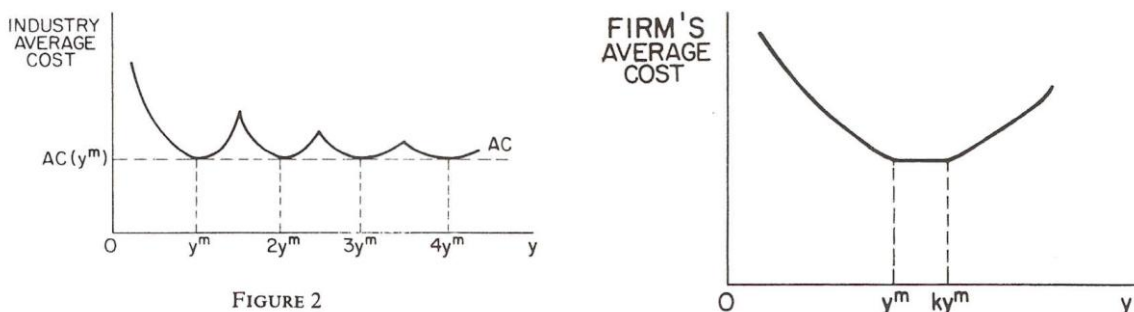


FIGURE 2

horizontal y la fijación de precios al costo marginal no otorgará beneficios positivos. No haré aquí el análisis de las firmas multi-productoras (también tratado en el mismo artículo mencionado) del cual puede extraerse la determinación de “un conjunto de precios y producciones que no dependen de supuestos sobre el tipo de expectativas de la empresa titular sobre el comportamiento de los ingresantes”.

Faulhaber y Levinson ¹⁵ desarrollaron la idea de precios que son equitativos en forma anónima, ya que no brindan subsidios cruzados a ningún grupo de consumidores, y pusieron en contacto esta idea con la de sustentabilidad. Sharkey ¹⁶ y Spulber ¹⁷

¹⁵ Gerald R. Faulhaber and Stephen B. Levinson, [Subsidy-Free Prices and Anonymous Equity](#), The American Economic Review, Vol. 71, Issue 5 (Dec., 1981), 1083-1091.

¹⁶ William W. Sharkey, Existence of Sustainable Prices for Natural Monopoly Outputs, The Bell Journal of Economics, Vol. 12, No. 1 (Spring, 1981), pp. 144-154; id., The Theory of Natural Monopoly, Cambridge University Press, 1983.

¹⁷ Daniel F. Spulber, Scale economies and existence of sustainable monopoly prices, Journal of Economic Theory, Volume 34, Issue 1, October 1984, Pages 149-163. En este artículo, se observa que el tamaño de una empresa con relación a la demanda del mercado resulta crucial para establecer si existen precios de monopolio sustentables. En el caso de un único producto, el tamaño es el que corresponde a la mínima escala eficiente. En el caso multi-productor, el tamaño queda definido por un

presentaron otras condiciones suficientes para que los precios de monopolio sean sustentables, y también resaltaron que los precios de Ramsey no están necesariamente entre ellos. Thijs ten Raa ¹⁸ planteó en forma más nítida las conexiones entre precios sustentables, de equilibrio y sin subsidio. Mirman, Tauman y Zang ¹⁹ establecieron conexiones adicionales, así como nuevos conjuntos de condiciones suficientes para la existencia de precios sustentables, identificando en qué situaciones serían sustentables los precios de Ramsey.

J. C. Panzar y A. Postlewaite ²⁰ demostraron que si los costos son lineales, los precios óptimos de Ramsey no lineales son sustentables, y dieron ejemplos de otras circunstancias. En contraste con los resultados usuales de los mercados disputables, Perry ²¹ demostró que un monopolista natural puede en forma simultánea obtener beneficios positivos y repeler la entrada de otras empresas, comprometiéndose a la venta de algunas unidades de un producto homogéneo a precios más bajos que los que cobra a los compradores marginales.

Pasando ahora a aplicaciones del nuevo aparato teórico a diversas cuestiones, cabe mencionar el documento de Quirnbach ²² que estudia la integración vertical ²³ por

conjunto de productos en los que se hacen presentes complementariedades entre los costos. Spulber demuestra que si el tamaño es suficientemente grande, existen precios equitativos anónimos en el sentido de Aumann-Shapley. Estos precios son muy usados para la distribución de los costos en empresas multiproductoras, y resultan en una suerte de promedio ponderado. P.ej., Dov Samet, Yair Tauman y Israel Zang, en [An Application of the Aumann-Shapley Prices for Cost Allocation in Transportation Problems](#), Mathematics of Operations Research, Vol. 9, No. 1, (Feb., 1984), pp. 25-42, usan estos precios que reflejan, “en cierto sentido, la contribución de cada unidad de carga al costo total de transporte, en cada destino”. Además, a estos precios el monopolio natural resulta sustentable en contra de la entrada de firmas rivales.

¹⁸ Thijs ten Raa, [Supportability and Anonymous Equity](#), Journal of Economic Theory 31, 176-181 (1983); [Resolution of Conjectures on the Sustainability of Natural Monopoly](#), The RAND Journal of Economics, Vol. 15, No. 1. (Spring, 1984), pp. 135-141.

¹⁹ Leonard J. Mirman, Yair Tauman and Israel Zang, [Supportability, Sustainability, and Subsidy-Free Prices](#), The RAND Journal of Economics, Vol. 16, No. 1 (Spring, 1985), pp. 114-126.

²⁰ J. C. Panzar and A. Postlewaite, The Sustainability of Ramsey Optimal Non-linear Prices, mimeo, 1985.

²¹ Motty Perry, Sustainable positive profit multiple-price strategies in contestable markets, Journal of Economic Theory, Volume 32, Issue 2, April 1984, Pages 246-265.

²² Herman C. Quirnbach, [Vertical Integration, Contestable Markets, and the Misfortunes of the Misshaped U](#), RAND Co. Santa Monica CA, June 1982.

²³ Las empresas integradas verticalmente están unidas por una jerarquía y comparten un mismo dueño. Generalmente, los miembros de esta jerarquía desarrollan tareas diferentes que se combinan para satisfacer una necesidad común. Esa necesidad común proviene de generar **economías de escala** en cada empresa, y **sinergias** dentro de la sociedad. Todo ello traducido en la búsqueda tanto de mayores beneficios como de generar mayor valor agregado partiendo del sector primario, hasta el consumidor final. Debe ser diferenciada de la integración horizontal. El ejemplo clásico de la integración vertical es el de las empresas petroleras: una misma empresa puede reunir bajo su control tareas disímiles como exploración, perforación, producción, transporte, refinación, comercialización, distribución comercial y venta minorista de los productos que procesa. En el campo de la agroindustria también son muy frecuentes los casos de integración vertical. Una empresa azucarera, por ejemplo, puede estar en manos de una compañía que tiene sus propias plantaciones de caña de azúcar, sus ingenios o centrales azucareras, fábricas de ron y de otras bebidas y licores, sus marcas comerciales y sus propios medios de transporte. Por otra parte, la integración horizontal es una teoría de la propiedad y el control. Es una estrategia utilizada por una sociedad que busca vender cierto producto

parte de un monopolista “aguas arriba” con una industria competitiva “aguas abajo”. Si bien los efectos de bienestar, en general, son ambiguos, Quirmbach demuestra que una integración rentable elevará el bienestar social si el mercado “aguas arriba” es perfectamente disputable.

En un libro que, según BW, abre nuevos caminos, ²⁴ Helpman y Krugman esbozan una nueva teoría del comercio internacional con industrias perfectamente disputables en distintos países, en lugar de competitivas como en la teoría tradicional. Esta construcción permite analizar los efectos que imponen los rendimientos crecientes a escala en los procesos internos a las empresas, sin que sea necesario postular ninguna forma de conducta oligopólica o estratégica. Una de sus conclusiones es que el equilibrio por igualación de precios sustentables es una construcción muy útil para el análisis del comercio, y que aún con economías de escala la ventaja comparativa es la que da forma a patrones de comercio con dotaciones factoriales distintas; y que existe una fuerte presunción de que habrá ganancias de comerciar cuando los mercados nacional e internacional sean disputables.



Martin Weitzman

El trabajo más reciente sobre las propiedades de los costos de producción fue estimulado por la importancia que tienen para el tipo de estructura industrial de los mercados disputables. Weitzman ²⁵ demostró que deben satisfacerse rendimientos constantes a escala si la demanda puede ser abastecida mediante la acumulación instantánea de inventarios que son repetidamente activados y desactivados sin costos adicionales. Concluyó que las oportunidades de entrada con la característica toco y me voy que son parte necesaria de la disputabilidad son entonces inconsistentes con los rendimientos crecientes a escala. Baumol y Willig respondieron que los servicios no pueden ser acumulados como inventarios, aunque sea por un período breve, y la disputabilidad no requiere la capacidad de activar y desactivar sin costos – solamente exige la de vender sin ser vulnerable a la respuesta del titular del monopolio por un tiempo suficientemente largo como para que todos los costos de producción resulten reversibles desde el punto de vista económico.

en numerosos mercados. Para alcanzar esta cobertura de mercado, son creadas varias empresas subsidiarias. Cada una comercializa el producto para un segmento de mercado o para un área diferente. A esto se lo llama integración horizontal de marketing. La integración horizontal de producción se produce cuando una compañía tiene plantas en diferentes puntos produciendo productos similares. Es mucho más común la integración horizontal en marketing, que en producción (Fuente: Wikipedia).

²⁴ Elhanan Helpman and Paul R. Krugman, *Market Structure and Foreign trade: Increasing Returns, Imperfect Competition, and the International Economy*, MIT Press, 1987.

²⁵ Martin L. Weitzman, *Contestable Markets: An Uprising in the Theory of Industry Structure: Comment*, *The American Economic Review*, 73 (1983), Issue 3 (June), pp. 486-87.

Teece ²⁶ analizó las fuentes de las economías de ámbito de aplicación, tanto desde el punto de vista teórico como en aplicaciones específicas. Gorman ²⁷ dio resultados sobre economías de ámbito de aplicación donde se presentan complementariedades o anti-complementariedades en los costos marginales²⁸. Bittlingmayer ²⁹ hizo un análisis teórico a partir de funciones de costo con servicios múltiples para aerolíneas sobre la base de los costos de operación de las aeronaves. Halló economías de ámbito de aplicación de las rutas que salen del centro de actividad y la arquitectura de rutas que resulta eficiente desde el punto de vista del costo. Luego estudió estructuras tarifarias sustentables óptimas en sentido de Ramsey.

Resulta más difícil realizar una reseña sucinta de los trabajos teóricos sobre las relaciones entre disputabilidad y conducta estratégica de la empresa, porque está entrelazada con la masa de nuevas investigaciones de la organización industrial sobre conceptos de estrategia y solución del oligopolio. La disputabilidad perfecta, sostienen BW, es un punto de referencia teórico que por construcción es inmune a consideraciones de comportamiento estratégico por fuerza de su supuesto de ausencia de costos económicamente hundidos y de compromisos irreversibles necesarios para entrar. Pero como señalaron Brock ³⁰, Spence ³¹, y Schwartz ³², cabe investigar qué formas de juegos y modelos del oligopolio estratégico dan lugar a resultados consistentes o no con la disputabilidad. Aquí, Knieps y Vogelsang ³³ formularon modelos de cantidades sustentables con resultados bastante distintos de los que se dan en mercados disputables, porque los ingresantes potenciales toman como datos las cantidades de los titulares más que los precios. Teniendo en cuenta el documento de Kreps y Scheinkman ³⁴ ahora resulta claro que la conducta cantidad-aceptante refleja pre-compromisos de determinación de capacidad por empresas que, posteriormente y en forma simultánea, anuncian sus precios.

²⁶ David J. Teece, [Economies of Scope and the Scope of the Enterprise](#), Journal of Economic Behavior and Organization, 1, 1980.

²⁷ Ian E. Gorman, Conditions for Economies of Scope in the Presence of Fixed Costs, The RAND Journal of Economics, Vol. 16, No. 3 (Autumn, 1985), pp. 431-436.

²⁸ Existe **(anti) complementariedad de costos marginales** cuando el costo marginal de producir un bien (aumenta) se reduce al aumentar la producción de otro producto. Para un ejemplo de estos tipos de funciones de costo en la industria pesquera, v. Dales Squires and James Kirkley, [Production Quota in Multiproduct Pacific Fisheries](#), Anal of Environmental Economics and Management 21, 109-126 (1991).

²⁹ George Bittlingmayer, The Economics of a Simple Airline Network, Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, March 1986.

³⁰ William A. Brock, Contestable Markets and the Theory of Industry Structure: A Review Article, The Journal of Political Economy, Vol. 91, No. 6 (Dec., 1983), pp. 1055-1066.

³¹ Michael Spence, Review: Contestable Markets and the Theory of Industry Structure: A Review Article, Journal of Economic Literature, Vol. 21, No. 3 (Sep., 1983), pp. 981-990.

³² Marius Schwartz, The Nature and Scope of Contestability Theory, Oxford Economic Papers, New Series, Vol. 38, Supplement: Strategic Behaviour and Industrial Competition (Nov., 1986), pp. 37-57.

³³ Gunter Knieps and Ingo Vogelsang, The Sustainability Concept under Alternative Behavioral Assumptions, Bell Journal of Economics, Vol. 13 (1982), Issue 1 (Spring), pp. 234-241.

³⁴ David M. Kreps and Jose A. Scheinkman, [Quantity Precommitment and Bertrand Competition Yield Cournot Outcomes](#), The Bell Journal of Economics, Vol. 14, No. 2 (Autumn, 1983), pp. 326-337.

Por oposición, se consiguen resultados disputables como equilibrios de Nash en un juego de fijación de precios sin pre-compromisos (Mirman, Tauman y Zang ³⁵), y en un juego donde las curvas de oferta incluyen conjuntos de estrategias (Grossman ³⁶). BPW demostraron que los resultados disputables son condición necesaria de equilibrio en el límite a medida que los costos hundidos tienden a cero, usando un modelo en el que los precios de los titulares son rígidos al menos por un corto lapso. Maskin y Tirole ³⁷ analizan un modelo de oligopolio dinámico que involucra empresas con costos fijos y demuestran que la solución se aproxima al resultado disputable a medida que las ventajas estratégicas caen a cero. En contraste, Dasgupta y Stiglitz ³⁸ trabajan con modelos donde las ventajas estratégicas del titular sobre un único ingresante potencial, por pequeñas que sean, permiten al titular ganar beneficios económicos sin riesgo de entrada. Appelbaum y Lim ³⁹ modelan una situación con disputabilidad endógena, determinada por los incentivos del titular a comprometer una cantidad de capacidad teniendo en cuenta la incertidumbre de la demanda y la evolución de los costos a través del tiempo.

Stefanadis ⁴⁰ indica que la idea de una industria con costos hundidos que sea disputable si no tiene contratos de largo plazo recibió poca atención de la academia pero resulta popular entre las empresas que enfrentan demandas anti-monopolísticas. Formalizó el argumento, mediante un juego de repetición infinita en el que hay una clase de resultados disputables con un monopolista que vende en el mercado de contado y aplica precios más bajos a lo largo de la trayectoria de equilibrio con la idea de impedir que sus clientes acudan a contratos a largo plazo. Por lo tanto, la prueba crucial de disputabilidad es el nivel de los costos de transacción en el mercado de contratos latente.

BW extraen la conclusión de que hay mucha investigación excitante en el área de la conducta estratégica de las empresas, y que una de las formas de establecer diferencias entre los distintos modelos es la relación entre las soluciones de los juegos y los resultados que surgirían en mercados perfectamente disputables. Al momento, la relación parece resultar sensible a la estructura más fina de los juegos de los modelos, por lo cual es posible que la realidad empírica contenga relaciones más estables y robustas que la teoría del oligopolio en su estado actual.

³⁵ Leonard J. Mirman, Yair Tauman and Israel Zang, [Monopoly and Sustainable Prices As a Nash Equilibrium in Contestable Markets](#), Discussion Paper N° 562, May 1983.

³⁶ Sanford J. Grossman, [Nash Equilibrium and the Industrial Organization of Markets with Large Fixed Costs](#), *Econometrica*, Vol. 49, No. 5 (Sep., 1981), pp. 1149-1172.

³⁷ Eric Maskin and Jean Tirole, [A Theory of Dynamic Oligopoly, I: Overview and Quantity Competition with Large Fixed Costs](#), *Econometrica*, Vol. 56, No. 3 (May, 1988), pp. 549-569; [A Theory of Dynamic Oligopoly, II: Price Competition, Kinked Demand Curves, and Edgeworth Cycles](#), *Econometrica*, Vol. 56, No. 3 (May, 1988), pp. 571-599.

³⁸ P. Dasgupta and J. Stiglitz, *Sunk Costs, Competition, and Welfare*, mimeo, 1985.

³⁹ Elie Appelbaum and Chin Lim, *Contestable Markets under Uncertainty*, *The RAND Journal of Economics*, Vol. 16, No. 1 (Spring, 1985), pp. 28-40.

⁴⁰ Chris Stefanadis, [Sunk Costs, Contestability, and the Latent Contract Market](#), Federal Reserve Bank of New York, April 1999.

Para terminar esta sección voy a mencionar un pequeño ensayo de Hans Melberg ⁴¹ que, reducido a su mensaje principal, asegura que “el famoso poeta romántico ruso Alexander S. Pushkin (1799-1837) ya conocía el mecanismo de los mercados disputables desde el siglo 19. Por ejemplo, cuando afirmó: *“Las librerías pueden comprar una colección completa de ensayos por 1 rublo cada ejemplar y luego venderla por 5 o 6 rublos. En este caso, el autor podría producir una segunda edición más económica de su poesía, pero entonces la librería también podría reducir el precio bloqueando la nueva impresión. Son cosas como éstas las que nos resultan demasiado familiares a nosotros, ipobres autores!”* Aquí lo importante es que el monopolista fijaría un precio tan elevado como pudiera, y le bastaría con la amenaza de reducirlo si apareciera algún competidor en el mercado, lo que suena plausible. Además tiene una fuerza que no tiene el argumento de los mercados disputables, porque no estará obligado a reducir su precio ya que lo único necesario es amenazar con hacerlo para alejar a los ingresantes. Pero existe un contra-argumento: la amenaza de reducir el precio si otro competidor entra al mercado puede no ser creíble. Es decir, si entrara un competidor, no sería rentable bajar el precio tanto como para que sea no rentable para el ingresante ($p < \text{Costo Medio}$). Pero Kreps y Wilson ⁴² demostraron que, si sus competidores tienen incertidumbre acerca de si el monopolista titular luchará contra los ingresantes, a aquél le resultará rentable luchar (ya que aumenta la reputación de dureza y fortaleza que disuade a los nuevos ingresantes y le permite al monopolista fijar un precio más elevado que el de un mercado perfectamente competitivo). Pero la teoría de Baumol, Panzar y Willig es correcta en el sentido de que sus conclusiones se siguen de sus premisas. Baumol, Panzar y Willig no sostienen que la teoría sea una perfecta descripción del mundo real. Están en lo cierto en subrayar que los costos de entrada y de salida son factores decisivos de competitividad de un mercado. Pushkin – como la mayoría de los poetas – también es un poco ambiguo. ¿Está diciendo en realidad que la amenaza de bajar el precio será suficiente para disuadir a los competidores potenciales, o sólo que la posibilidad de que haya un ingresante afectará en realidad al precio corriente?” Según Melberg, tal vez la respuesta correcta sea una combinación de ambas posibilidades.

⁴¹ Hans O. Melberg, [Pushkin or Baumol - Poets, Economists and Contestable Markets](#), 1997.

⁴² David M. Kreps and Robert Wilson, [Sequential Equilibria](#), *Econometrica*, Vol. 50, No. 4 (Jul., 1982), pp. 863-894.