

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

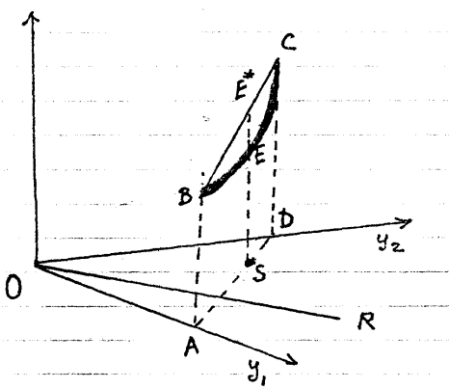
¹⁰ George Joseph Stigler, *The organization of industry*, University of Chicago Press, 1983, p.70: “la libre entrada, en nuestra terminología, es el ingreso de firmas que no sufren diferenciales de costo con respecto a las firmas existentes. La libre entrada es compatible con enormes requerimientos de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

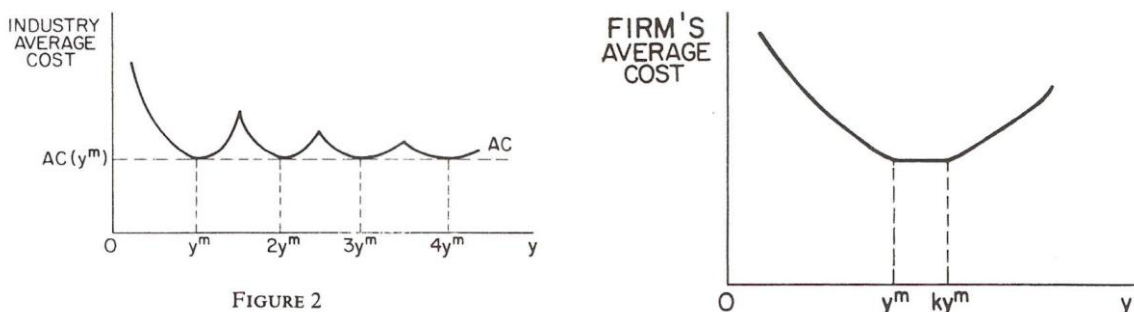


FIGURE 2

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.

2º) Estudios experimentales de mercado

Siguiendo a BW, ha habido una fructífera investigación que ha usado simulaciones de la conducta en los mercados y producido gran cantidad de documentos sobre temas de disputabilidad. Esta literatura usa a seres humanos –habitualmente estudiantes – así como pagos monetarios y reglas experimentales que corresponden a funciones de costo pre-seleccionadas u otras pertinentes, que permiten calcular los resultados predichos por la teoría y compararlos con los observados en sujetos experimentales.



Glenn Harrison

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.

Comenzando con estudios tempranos de la conducta del monopolio, Coursey, Isaac y Smith ⁴³ realizaron uno de los primeros estudios experimentales de la disputabilidad. Buscaban determinar si la libertad completa de entrada y salida de un mercado que podría ser abastecido de la forma más económica por una empresa pero en el cual había dos participantes (potenciales) daría lugar a precios más próximos a los competitivos que el monopolio (ésta fue llamada la “hipótesis débil de los mercados disputables”) o a precios iguales a los competitivos (la “hipótesis fuerte de los mercados disputables”). A los participantes se les dio dinero a ser gastado de acuerdo con una función de costos marginales conocida y estrictamente decreciente. El monto gastado dependería de cuánto quisieran “producir” del bien. También estaba dada la función de demanda de los consumidores pero ésta era desconocida por los vendedores (excepto por la experiencia de jugadas repetidas) que se quedarían con cualquier excedente de las ventas por encima de los costos. Un participante procedía a vender si su precio de oferta no era inferior al de un rival. A los dos se les exigía anunciar sus ofertas de precio y cantidad, *al mismo tiempo*. Los autores concluyeron que los resultados permitían “sostener en forma fuerte la hipótesis de los mercados disputables, o sea, que para observar una conducta competitiva por parte de una única empresa productora con costos marginales que caen en forma sustancial, es suficiente que (a) los costos hundidos sean nulos; y (b) las dos empresas concurrentes actúen de modo no cooperativo, en el sentido de que no haya comunicación no-precio explícita entre ambas que las conduzca a una restricción excesiva de la oferta”.

Harrison y McKee a partir de lo anterior y de las réplicas de los experimentos deducen conclusiones bastante débiles ⁴⁴. Utilizando como criterio un “índice de efectividad del monopolio” $M = (\pi - \pi_c) / (\pi_m - \pi_c)$, donde π , π_c y π_m son, respectivamente, los niveles de beneficio que surgen del experimento, de la competencia y del monopolio, observan que en cuatro sobre seis experimentos se alcanzó el nivel $M=0$ esperado de disputabilidad perfecta luego de 10 períodos (e.d. 10 réplicas del experimento por un conjunto de jugadores). Sin embargo, para todas las repeticiones M promedió 29% en el primer conjunto y 19% en el segundo, de lo cual sacan la conclusión de que si bien no está demasiado alejado del resultado competitivo, “... es significativamente positivo”. Concluyen, luego, que “esta forma fuerte de la hipótesis de los mercados disputables puede ser rechazada”. El estudio de Harrison y McKee también extrae otra conclusión, usando básicamente el mismo procedimiento, a saber que “... la disciplina introducida por la disputabilidad sirve para mitigar en forma significativa al monopolio cuando se lo compara con un monopolio no regulado ... pero la regulación inteligente del monopolio la supera en grado sumo al efecto de reducir la efectividad del monopolio”. ⁴⁵

⁴³ Coursey, Don; Isaac, R. Mark; Smith, Vernon L., Natural Monopoly and Contested Markets: Some Experimental Results, 27 J.L. & Econ. 91 (1984); Don Coursey, R. Mark Isaac, Margaret Luke and Vernon L. Smith, [Market Contestability in the Presence of Sunk \(Entry\) Costs](#), The RAND Journal of Economics, Vol. 15, No. 1. (Spring, 1984), pp. 69-84.

⁴⁴ Glenn W. Harrison and Michael McKee, [Monopoly Behavior, Decentralized Regulation, and Contestable Markets: An Experimental Evaluation](#), The RAND Journal of Economics, Vol. 16, No. 1 (Spring, 1985), pp. 51-69.

⁴⁵ En este tipo de ejercicios el papel del regulador se simula ofreciendo un subsidio igual al excedente del consumidor a partir de cualquier nivel de producción que excede al nivel de monopolio, calculado a partir de la curva de demanda.

En otro experimento, Coursey, Isaac, Luke, y Smith (mencionados en nota 43) evalúan los efectos que imponen los costos hundidos tanto sobre los “titulares” como los “ingresantes”. El costo hundido adopta la forma de un permiso de entrada de \$2, válido por 5 períodos. El titular es uno de dos vendedores elegido en forma aleatoria y al que se le permite actuar por 5 períodos. A partir de entonces, se le permite entrar al otro vendedor y anunciar precios en competencia con el titular, al que se le requiere comprar un permiso de entrada en el período 5 para continuar operando en los períodos 6-10. Según lo analizado luego por Harrison, los resultados no exhiben evidencia de conducta de precios predatorios (o dumping), y se indica “... que la amenaza de la entrada *futura* en el período 6 no impuso virtualmente disciplina alguna al titular en los períodos 1-5”. También se observa que los costos hundidos constituyen un riesgo diferencial incremental para el ingresante (y por lo tanto, una barrera a la entrada) solamente en los períodos 6-10. Por lo tanto, se considera notable que “para dieciocho períodos haya un efecto leve e insignificante de los costos hundidos en reducir la eficiencia. Sin embargo, se presenta una reducción significativa de eficiencia en los períodos 6-10 debida a los costos hundidos.”

En último término, Harrison verificó los efectos de imponer el supuesto de Bertrand-Nash (o de líder-seguidor de Stackelberg) de que los ingresantes toman a los precios de los titulares como dados – que es una premisa asociada con la disputabilidad. Lo hizo con todos los participantes anunciando precios en forma simultánea en el primer período, designando al ganador como el titular del próximo período, a quien se le requiere *anunciar un precio antes de que nadie lo haya hecho, y hacerlo en forma pública*, manejando de la misma forma los períodos siguientes. Fueron realizados experimentos con dos y con tres participantes. El autor concluye: “... la satisfacción con el supuesto de Bertrand-Nash está asociada con una caída dramática de *M*... Aún más, se encuentra apoyo... para una *forma fuerte* de la hipótesis de los mercados disputables que requiere que los precios observados converjan *y alcancen* las predicciones competitivas”.

En un artículo publicado en fecha reciente, Utteeyo Dasgupta ⁴⁶ usó un experimento de laboratorio para evaluar el desempeño de la disputabilidad en una situación donde ingresante y titular tienen cada uno su propio mercado doméstico y también la oportunidad de ingresar al mercado del otro. Este experimento permite apreciar de manera clara el efecto de disciplina que impone la entrada *toco y me voy* en los mercados disputables, que dependen de forma “crucial” de la misma. Si tanto el ingresante como el titular tienen sus propios mercados domésticos, al ingresante puede no convenirle entrar y tocar. Aunque un ingresante pueda “tocar” en el mercado del titular, no puede de manera similar “irse” si el titular puede “ingresar” al propio mercado del ingresante. Sus resultados sugieren que el resultado de disputabilidad depende en forma crucial de los beneficios relativos de los mercados doméstico y de entrada del ingresante. Por ejemplo, Dasgupta halla que si un ingresante tiene su propio monopolio doméstico, ingresante y titular cooperarán en forma tácita para lograr beneficios próximos al nivel del monopolio en cada mercado.

⁴⁶ Utteeyo Dasgupta, [Contestability and the significance of the entrant's home market](#), Fall 2005.

Por el contrario, si el ingresante proviene de un mercado más competitivo ejercerá mayor fuerza de disciplina sobre el mercado de monopolio del titular. Por lo tanto, sus resultados experimentales establecen que cuando cada empresa goza de poder de monopolio en su propio mercado, no se observará el resultado disputable. Luego, la teoría de la disputabilidad habría dejado de lado una dimensión importante de interacción entre las empresas, en particular, el mercado del ingresante y la interacción contextual entre las empresas ingresante y titular que deben ser incorporados para una implementación exitosa. *La amenaza de entrada es en efecto una fuerza de disciplina potencial cuando el ingresante tiene poco que perder a largo plazo al ingresar al mercado del titular. Por otro lado, el ingresante de un mercado monopolístico deberá ser cauteloso por un recorte de precios vigoroso en el otro mercado monopolístico, ya que, a largo plazo, esta acción puede llegar a deprimir los beneficios de todos los mercados.*

Resulta claro que no es posible extender resultados experimentales directamente a lo que sucede en los mercados naturales. Empero, estos resultados tienen implicancias de política. En contraste con la evidencia empírica anterior, Dasgupta estima que hay escasa evidencia a favor del “efecto de disciplina” en los mercados disputables, lo que puede originarse en que estén ausentes las condiciones estructurales requeridas para la perfecta disputabilidad. Sin embargo, razona que un motivo plausible puede estar dado por la paciencia mutua entre empresas grandes que operan en distintos mercados, lo que actúa en contra de la fuerza disciplinante de la entrada toco y me voy. “Aunque la tesis de disputabilidad está alejada de la intervención gubernamental en los mercados, una detección del conjunto posible de ingresantes podría traer consigo los efectos deseados de las amenazas potenciales de entrada.”

3º) Críticas a la teoría de los mercados disputables

Marius Schwartz y Steven Martin han realizado críticas a la teoría, cuya validez ha sido reconocida parcialmente por Baumol y Willig, puntualizando que “aún no está dicha la última palabra”. Afirma Marius Schwartz ⁴⁷ : “el experimento de Harrison constituye básicamente una prueba razonable de la conducta bajo condiciones de disputabilidad perfecta: el titular enfrenta un retraso en su respuesta precio y el ingresante puede *tocar e irse* sin costos. Pero la cuestión real no es si los resultados competitivos emergen bajo condiciones de disputabilidad perfecta sino con cuánta frecuencia estas condiciones se dan en la realidad y qué pasa si ello no sucede”. En otros términos, la cuestión crítica es determinar bajo qué circunstancias se cumplen los supuestos de Bertrand-Nash o al menos lo hacen parcialmente. ⁴⁸

Se realizará ahora un breve repaso de los supuestos principales, conjuntamente con los comentarios críticos de Martin.

⁴⁷ 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.

⁴⁸ Es notable, según BW, que se confirme que mediante la imposición de la conducta de Bertrand-Nash se llegue a los resultados de la teoría de los mercados de disputabilidad perfecta.

1. Ingresantes potenciales como tomadores de precio Los resultados de disputabilidad requieren no solamente que entrada y salida de competidores sean rápidas, sino además que tomen sus decisiones adoptando al precio de mercado como un dato. Al ingresante no se permite tener en cuenta la reducción del precio que tendrá lugar con su producción cuando evalúa la rentabilidad de ingresar al mercado. En términos generales, al ingresante no se permite tomar en cuenta las reacciones posibles de los titulares. Se supone que la entrada “toco y me voy” tiene lugar si podría realizar beneficios al precio pre-ingreso. Si el ingresante potencial entrara sólo si puede tener beneficios al precio post-ingreso, la entrada toco y me voy resulta mucho menos plausible. Pero si esta entrada toco y me voy es implausible, no hay un mecanismo dinámico que implemente los resultados estáticos de la teoría de los mercados disputables.

El supuesto de precios tomados como datos es plausible en un modelo descriptivo de la conducta de pequeñas firmas numerosas, pero no con mercados con pocas empresas (en el límite, una o dos empresas con un ingresante potencial).⁴⁹ Luego, la teoría de los mercados disputables ya no es aplicable cuando la tecnología exige que las empresas sean grandes con respecto al mercado. Se aplica si las empresas eficientes pueden ser lo suficientemente pequeñas como para adoptar decisiones que toman como datos los precios de mercado, que constituye, por supuesto, la condición de tamaño usual que se impone para que sea aplicable la teoría de los mercados perfectamente competitivos. Es difícil decir que la teoría de los mercados disputables es una extensión de la teoría de la competencia perfecta a mercados con economías de escala importantes. Esto es reconocido por Baumol y Willig al decir que “las expectativas de precio de Bertrand-Nash (que toman los precios como datos) no siempre se cumplen, y en algunos casos es improbable que lo sean. Pues... los ingresantes competitivos pueden imponer serias pérdidas a los titulares y obligarlos a cambiar sus precios. Pero si el producto de un ingresante es “pequeño” con respecto a la industria, la magnitud de los ajustes requeridos también puede ser “pequeña” y entonces puede justificarse que el ingresante los ignore.”

2. Retraso de salida BPW sostienen que un ingresante no requiere creer que los precios estén fijados para siempre a fin de que se mantengan los resultados teóricos. Lo único que requiere creer es que los precios no cambiarán durante su permanencia en el mercado. Pero en el modelo simple de Schwartz del trabajo ya citado (1986) se demuestra que en todo período, por breve que sea, ingresar puede resultar no rentable si el titular puede responder con rapidez suficiente. Bailey y Baumol⁵⁰ argumentan que “si los titulares pueden contra-atacar rápidamente, la disputabilidad prevalecerá sólo si una entrada toco y me voy puede ser llevada a cabo en forma aún más rápida”. Las interacciones oligopolísticas entre los titulares reducirán los beneficios previos a las represalias por debajo del nivel monopolístico, lo que inducirá a que la entrada de empresas sea aún menos probable. Siempre es posible que bajo ciertas circunstancias los titulares prefieran acomodarse a los ingresantes en vez de

⁴⁹ James W. Friedman, Oligopoly theory, in Kenneth J. Arrow and Michael D. Intriligator, editors Handbook of Mathematical Economics. Amsterdam: North-Holland, 1982, II, pp. 491-534.

⁵⁰ Elizabeth E. Bailey and William J. Baumol, [Deregulation and the Theory of Contestable Markets](#), 1 Yale J. on Reg. 111 (1983-1984).

pelear con ellos. Si se espera una conducta acomodaticia es más probable que haya ingresantes al mercado. Todas estas eventualidades significan que los resultados de mercado quedan determinados por interacciones oligopólicas, no sólo por la fuerza de la competencia potencial.

Ésta constituye una de las críticas más poderosas, a saber *ignorar cualquier interacción estratégica entre ingresantes y titulares*. La teoría tradicional analizó la conducta en mercados imperfectamente competitivos mediante una vasta gama de modelos de “funciones de reacción” (y en fecha más reciente, mediante Teoría de los Juegos). La teoría de la disputabilidad sólo examina estos factores a medias. Si bien se reconoce en forma explícita el poder que tienen los ingresantes potenciales, la teoría no analiza ninguna respuesta vengativa táctica o estratégica por parte del titular. Esto es una consecuencia parcial del supuesto sobre velocidad de ajuste de los precios del titular. En realidad es verosímil que los titulares adopten acciones a fin de preservar su posición de mercado frente a los ingresantes. Los titulares pueden hacer diversas jugadas estratégicas para fortalecer su posición y levantar barreras a las entradas reales o percibidas. De la misma forma, también pueden adoptar medidas con el fin de pre-determinar el resultado de cualquier guerra de precios posterior al ingreso de nuevas firmas.

Pero en contra de esta posición, Growitsch y Wein ⁵¹ demostraron que esta crítica no contempla ciertos aspectos importantes. Por ejemplo, si un competidor potencial ingresa a un mercado con una oferta reducida, el titular no tendrá un incentivo para bajar su precio en forma rápida y notoria, ya que sus pérdidas asociadas con un margen de contribución en descenso serían superiores a las que tendría por ventas más bajas. Por cuanto entonces resulta posible que el ingresante amortice la inversión irreversible, los costos hundidos pierden importancia. Los autores aplican estos resultados al mercado de telecomunicaciones de Alemania, así como sacan algunas conclusiones regulatorias aplicables al mercado de telecomunicaciones del mismo país.

3. Ausencia de costos de entrada La libertad de salida se requiere si se desea permitir a titulares e ingresantes liquidar sus inversiones en el mercado a costo despreciable. Pero suele suceder que casi sin excepción la producción exija activos específicos que no pueden transferirse o venderse sin costo. Lo cual incluye desde el equipamiento físico, la publicidad, la investigación y el desarrollo, la capacidad de expertos y otros compromisos necesarios para lograr la entrada. El capital humano no puede transferirse en forma instantánea entre los mercados, ya que puede precisar de entrenamiento, relocalización, etc. Estas fricciones representan costos hundidos y constituyen por consiguiente una barrera a la entrada, lo que permite que los titulares puedan tener beneficios anormales.

En la literatura hay diversas definiciones de costos de entrada:

⁵¹ Christian Growitsch and Thomas Wein, [The Contestable Markets Theory - Efficient Advice for Economic Policy](#), September 2002, University of Lueneburg.

a) Definición 1. Costos Fijos a Largo Plazo de magnitud $F(w)$ en la función de costo total a largo plazo siguiente:

$$C_L(y,w) = \delta F(w) + V(y,w) \quad \begin{array}{l} \delta=0 \text{ si } y=0 \\ \delta=1 \text{ si } y>0 \end{array}$$

donde $\lim_{y \rightarrow 0} V(y,w) = V(0,w) = 0$.

b) Definición 2. Supongamos que $C(y,w,s)$ representa la función de costos a corto plazo, aplicable a un flujo de producción que se produce en s unidades de tiempo (años) en el futuro. En este caso, $K(w,s)$ son los costos hundidos de al menos s años, si se cumple

$$\begin{array}{l} C(y,w,s) = K(w,s) + G(w,s) \\ G(0,w,s) = 0. \end{array}$$

En este caso, como a largo plazo no hay costos hundidos,

$$\lim_{s \rightarrow 0} K(w,s) = 0$$

Según esta definición, el hundimiento depende de la naturaleza del mercado de reventa de los activos de capital. Pero puede objetarse que si éste es el caso, la posibilidad de ausencia de costos hundidos parece muy limitada. Pues si se trata de activos físicos, con un mercado deprimido – que es lo que sucede si la empresa decide dejar el mercado – el titular los venderá incurriendo en pérdidas. Podría resolver en parte el problema trasladando los activos a otro mercado e incurriendo en el costo de transporte. Los activos físicos no específicos – es decir, que pueden usarse como insumos para producir diversos bienes, como los camiones y furgones – sufren un problema de información imperfecta (el caso del “mercado de los limones” de Akerlof⁵²). Si se agrega a estas consideraciones los bienes intangibles, por ejemplo información que será adquirida por un ingresante antes de tomar su decisión, ésta será valiosa para la empresa mientras permanezca en el mercado, pero luego no podrá revenderla. Un ingresante potencial invierte tiempo y capacidad de sus ejecutivos al organizar nuevas operaciones, lo que crea un activo –la organización interna de la nueva operación – valioso para la empresa mientras permanece en el mercado, pero no susceptible de reventa a un valor similar a su costo de producción. En las industrias en crecimiento, un ingresante requiere invertir en I&D para ser viable. Mas, como ha sido subrayado⁵³ “la mayoría de los gastos en I&D son de por sí costos hundidos. Los recursos gastados en un científico para hacer investigación no pueden ser recuperados. Una vez gastados, están gastados.”

⁵² George A. Akerlof, [The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism](#), The Quarterly Journal of Economics, Vol. 84, No. 3. (Aug., 1970), pp. 488-500.

⁵³ Joseph E. Stiglitz, Daniel McFadden and Sam Peltzman, Technological Change, Sunk Costs, and Competition, Brookings Papers on Economic Activity, Vol. 1987, No. 3, Special Issue On Microeconomics (1987), pp. 883-947.

Empero, la captura de los beneficios de las inversiones en I&D no pueden ser atribuibles exclusivamente a las empresas. En el Tratado de Microeconomía (pp. 952-953) se plantea lo siguiente: Se trata de las externalidades de la investigación y el desarrollo, que han sido vistas como complementarias de la educación superior. El argumento clásico para justificar el apoyo público a la I&D es que se trata de un bien público, basado en la no-exclusión de los beneficios de la investigación. Este argumento habla de la falta de incentivos en fondear investigación por parte de las empresas privadas, especialmente básica, señalando la posibilidad de la “captura” de los frutos de la ID por otros competidores.

Pero se ha mostrado la dificultad en identificar estas externalidades como fuente del crecimiento económico.⁵⁴ Al mismo tiempo, está aparentemente bien documentado que entre las grandes firmas, aquellas que emprenden investigación superan, en forma consistente, a aquellas que no lo hacen. Un análisis instructivo para diagnosticar esta externalidad es el de las empresas de **biotecnología**. Luego del descubrimiento en 1973 de la técnica básica del DNA recombinante, fundamento de la biotecnología comercial y fuente de una explosión de investigación novedosa, la tasa de retorno de los científicos con capacidad en esta técnica creció vertiginosamente cuando se apreciaron sus aplicaciones comerciales. Posteriormente, fue reduciéndose en forma paulatina a medida que más científicos aprendieron la técnica, hasta que el conocimiento de la técnica sólo permitió ganar una tasa de retorno normal por el tiempo necesario para que un graduado llegara a dominarlas. El mero conocimiento de las técnicas del DNA recombinante no fue suficiente para ganar estas tasas extraordinarias: el conocimiento es más productivo cuando está incorporado en un científico con talento y capacidad suficientes como para innovar, definir en forma permanente las fronteras del área de investigación y aplicar las nuevas técnicas en áreas prometedoras de elevados retornos. La I&D, en variados campos, y particularmente en investigación básica, es viable por la existencia de capital humano intelectual exclusivo: los propios científicos. La exclusión proviene de que la “información científico-tecnológica” no es un conjunto de instrucciones para combinar insumos y productos que sólo puede ser protegida por derechos de propiedad intelectual. Proviene del carácter *complejo* y *tácito* de la información requerida para hacer práctica una innovación.

En el caso mencionado, el crecimiento del capital humano intelectual fue el factor determinante de cuándo y dónde se desarrolló la industria biotecnológica americana. Esto plantea la hipótesis de que las externalidades de I&D pueden verse, más que como resultado de la no-exclusión o no apropiación del conocimiento científico, como el resultado del comportamiento maximizador de científicos que tienen la capacidad de apropiarse del fruto comercial de sus descubrimientos académicos. Llevando el argumento a su conclusión lógica, esto implica que no hay tal cosa como *free-ride* en I&D. Sólo los científicos calificados pueden “capturar”. Pero como son ellos los que la practican, para retener sus servicios las empresas deben fondearlos con generosidad y libertad considerables. Si bien la dinámica del mercado de I&D aún es imperfectamente comprendida, existe la sospecha de que constituye un fenómeno de apropiación de renta mediante el cual el investigador con credenciales internaliza una gran parte de los beneficios de los procesos científico-tecnológicos.

De ser éste el caso, al menos a largo plazo, los costos hundidos en investigación y desarrollo son magnitudes identificables en diferencias salariales que, captadas por los investigadores, dejan de ser hundidas para los mismos y para la industria – aunque puedan seguir siéndolo para las empresas individuales que los contrataron.

⁵⁴ Zvi Griliches, [The Search for R&D Spillovers](#), NBER Working Paper No. 3768, November 1992.

En resumen, los costos hundidos, salvo algunas excepciones cuyo carácter aún no resulta del todo claro, predominan en las firmas del mundo real. Por implicancia, la teoría de los mercados perfectamente disputables no es aplicable directamente en el mundo real.

5. Ausencia de costos de transacción en los mercados financieros Si no hay costos hundidos, supongamos que las empresas financian parte de su inversión mediante capital financiero. La existencia de costos de transacción sugiere que los ingresantes y las empresas al margen deben pagar un mayor costo de capital que las titulares⁵⁵. El argumento es similar al que sugiere que si hay “limones” en un mercado de bienes de capital el precio de todos los bienes de ese carácter (limones o no) tiende a caer. Algunos ingresantes podrán ser capaces de instalar una empresa exitosa en un mercado. Otros no – habrá una cola de “limones” de potenciales ingresantes, y es probable que terminen en quiebra y sin poder cumplir con sus acreedores. Los ingresantes potenciales, que saben quién es un limón y quién no, pretenderán ser tratados por igual. Un prestatario que convenza a los prestamistas de que tendrá éxito podrá acceder a una tasa de interés más baja. Pero los prestamistas no pueden distinguir entre ambos tipos de ingresantes. Luego, los ingresantes potenciales en grupo pagarán una tasa de interés sobre sus préstamos más elevada que los titulares. Pero en tal caso las empresas titulares podrán emprender dumping si lo encuentran rentable. Toco y me voy resultará imposible si los titulares practican dumping. Esto significa que la existencia de competencia potencial resulta insuficiente para determinar los resultados del mercado. “Si los ingresantes financian sus inversiones en los mercados de capital del mundo real – que operan en condiciones de información imperfecta – falla la teoría de los mercados disputables” (Martin).

5. Ausencia de Diferenciación de Producto BPW sostienen una particular interpretación de la ausencia de diferenciación de productos. Martin objeta lo siguiente: “Tal como ha sido concebida en economía, sería imposible que un ingresante toco y me voy pueda duplicar en forma exacta a una firma existente. Podría darse una aproximación, pero no se obtendrían los resultados de la teoría de los mercados disputables, como fue reconocido por Baumol y Bailey en 1984, en el artículo mencionado en nota 5 de su artículo: *Puede haber un problema si los productos de una industria perfectamente disputable son heterogéneos, y cada oferente ofrece su propio modelo con características particulares. Pero puede demostrarse que... si cada variedad es vendida al menos por dos oferentes distintos, la disputabilidad perfecta llevará a precios iguales a los costos marginales.*” Pero si se adopta la definición de que para dos productos diferenciados resulta imposible su producción simultánea por dos o más oferentes, como lo hace Martin, entonces la conducta toco y me voy resulta imposible. En ese caso, los productos deben ser absolutamente estándar.

Estudios Empíricos: Funciones de Costo Multiproducto y Estructura de la Industria. En los últimos años florecieron los estudios empíricos que usan conceptos de costo

⁵⁵ Stephen Martin, Sunk costs, financial markets, and contestability, European Economic Review, Volume 33, Issue 6, July 1989, Pages 1089-1113 .

derivados de esta literatura ⁵⁶. Facilitan estimadores de la forma de las curvas de costo radiales, de las economías de ámbito de aplicación, del lugar-*M* (que es el lugar de puntos de costo medio mínimo en cada radio en el espacio producto-cantidad). Los estudios abarcan una amplia gama de industrias (incluyendo a la bancaria, los ferrocarriles, el transporte por camiones y por agua, los seguros, los hospitales y varios más). Sólo haremos mención de estos estudios, que, como se puede presumir, difieren de manera radical en escala, atributos de economías de ámbito de aplicación y su grado de aproximación a la disputabilidad. Ejemplos de sectores en que la teoría ha sido aplicada son el transporte por ferrocarril – disputado por la industria de transporte por camión -, la desregulación de la aviación, del transporte por carretera, y de las telecomunicaciones ⁵⁷.

4^o) Conclusiones

Nuestro tema nos ha llevado a posiciones encontradas en la literatura, aún entre autores pertenecientes a una misma escuela de pensamiento. Se tiene, por un lado, una amplia literatura desarrollada alrededor de la nueva teoría, con variadas aplicaciones, originada en los trabajos de Baumol, Panzar, Willig, Bailey, ten Raa, Friedlander, y otros. Por otra parte, tenemos la crítica de Stephen Martin y Marius Schwartz, según la cual toda la teoría fue una *insurrección* producida en la teoría de la estructura industrial, aunque consistente con el paradigma *estructura-comportamiento-performance* de la economía industrial del enfoque dominante, que se remonta a los trabajos de Joe S. Bain. Extendió los resultados del equilibrio de largo plazo a mercados en los que es necesario que las empresas sean grandes (con relación al mercado), pero que si hay al menos dos empresas entonces cada una opera en el segmento de rendimientos constantes a escala. Libró al concepto de equilibrio de supuestos arbitrarios sobre las interacciones oligopolísticas entre los titulares, pero sus resultados sólo son válidos si los titulares tienen un conjunto particular de creencias sobre la forma en que se comportan los ingresantes. Baumol y Willig dijeron de su obra: *Facilita una teoría del equilibrio estático (parcial) de la estructura industrial, del comportamiento y de los resultados más aplicable que lo disponible hasta la fecha*. De acuerdo con Stephen, Martin, “no es éste el concepto que los estudiosos de la economía industrial tienen, cada vez más, de la teoría de los mercados disputables.”

Desde una vereda opuesta (a saber, la de la escuela austríaca), Brätland ⁵⁸ sostiene que la teoría carece de poder regulatorio, ya que “*si bien el empresario individual puede llegar a tener algunos juicios sobre las economías de escala, las economías de ámbito de aplicación, la subaditividad y la sustentabilidad se hallan mucho más allá de las investigaciones empíricas. No existe información disponible de una autoridad regulatoria que justifique su intervención o la presunción de que el*

⁵⁶ Ver Elizabeth E. Bailey and A. F. Friedlaender, Market Structure and Multiproduct Industries, Journal of Economic Literature, Vol. 20, September 1982, pp. 1024-1'48.

⁵⁷ Estos sectores han sido analizado en el artículo de Baumol y Bailey citado en nota 5, al que es referido el lector.

⁵⁸ John Brätland, [Contestable Market Theory as a Regulatory Framework: An Austrian Postmortem](#), The Quarterly Journal of Austrian Economics, Vol. 7, N° 3 (Fall 2004).

bienestar pueda ser acrecentado mediante una sanción regulatoria particular. En tal medida, la teoría de los mercados disputables no puede aplicarse a los mercados reales puesto que está demasiado alejada de la realidad como para tener validez en una política regulatoria.”

Desde la vereda marxista Ankarloo y Palermo ⁵⁹, en una crítica a la economía neo-institucional, explican cómo el ‘marco teórico’ de la estructura *mercados y jerarquías* está basado sobre tres categorías teóricas: el oportunismo, la racionalidad limitada y la especificidad de los activos. La presencia simultánea de estas tres categorías impide que los mercados asignen los recursos de forma eficiente. Bajo ciertas condiciones, los fracasos del mercado pueden ser reducidos mediante organizaciones jerárquicas (como las empresas). Si falta uno de estos factores, el mercado aún puede asignar los recursos de modo eficiente en comparación con la empresa: si no hay racionalidad acotada, todos los problemas futuros potenciales pueden ser resueltos de una vez para siempre y el oportunismo y la especificidad de los activos pueden ser administrados por el mercado; si no hay oportunismo, la administración puede usarse para reemplazar a la jerarquía (ya que las partes pueden tenerse confianza entre sí por respeto de los acuerdos); y sin especificidad de los activos, pueden “definirse” mercados disputables en el sentido de Baumol (p. 415).

Las críticas formuladas más arriba nos llevan a concluir que la teoría de los mercados disputables es atractiva por sus puntos de vista sobre el rol activo que desempeñan las barreras a la entrada y la salida y, con ello, pone en duda a enfoques tradicionales de la regulación gubernamental – acentuando la importancia que en política económica tiene la remoción de las mismas; y que, además, pone el acento en que la competencia por un mercado no está restringida a las empresas que caen tradicionalmente dentro de sus límites – de hecho, la disputabilidad nos obliga a definir industrias y mercados en forma amplia para tomar en cuenta a los productos sustitutos, tanto domésticos como internacionales; que, finalmente, si no se tiene en cuenta el punto de vista de la disputabilidad de un mercado, se puedan sacar conclusiones erróneas del análisis económico tradicional (p.ej. fue habitual considerar como indeseable la existencia de un único productor de una línea de productos determinada, cuando en realidad puede darse el hecho de que el mercado sea altamente disputable y que su dominación provenga de la eficiencia particular del único productor). Pero lo anterior no implica que la teoría tradicional sea redundante, ni que su enfoque deba ser dejado de lado en cuestiones de política anti-monopolística, o que los parámetros tecnológicos sean de sencilla medición.

En resumen, las consideraciones anteriores nos llevan a concluir que la disputabilidad es un concepto útil que añade una perspectiva adicional a la interpretación de quienes formulan políticas en los mercados.

⁵⁹ Daniel Ankarloo and Giulio Palermo, [Anti-Williamson: a Marxian critique of New Institutional Economics](#), Cambridge Journal of Economics 2004, 28, 413–429.