

MONOPOLIO Y MONOPSONIO*

FRANCISCO ZAMORA **

1. Competencia pura y monopolio

Un análisis de la formación del precio en los mercados de competencia pura, nos llevará a conclusiones que pueden resumirse en unas cuantas fórmulas:

I. El equilibrio del mercado se alcanzará, en cualquier período, cuando la cantidad de mercancía que se demanda es igual a la que se ofrece: $D_e = V_e$.

II. La empresa individual alcanzará el equilibrio en el período corto cuando el precio del mercado—igual al ingreso marginal de ella— se iguale con el costo marginal, y éste es mayor, o por lo menos igual, al costo total medio: $P = IM = CM \geq CU$.

III. La empresa individual estará en equilibrio en el período largo cuando, habiendo alcanzado su tamaño óptimo, $P = IM = CM = CU$.¹

IV. La industria se hallará equilibrada tanto en el período corto

* Fragmento del libro del autor titulado *Tratado de Teoría Económica*, que próximamente publicará Fondo de Cultura Económica, México.

** Catedrático de la Escuela Nacional de Economía, Universidad Nacional Autónoma de México.

¹ El tamaño óptimo no es forzosamente el mismo en todos los casos. El punto ínfimo de la curva de los costos totales medios tiene que estar siempre a igual distancia del eje de las abscisas en la gráfica representativa de la situación de las empresas que lo han alcanzado; pero puede quedar más o menos distante del de las ordenadas, según varíe la productividad de los factores que cada negociación emplee. Por ejemplo, la que use tierra o capacidad directiva superiores, susceptibles de combinarse con cantidades mayores de los demás recursos productivos, se encontrará en condiciones de utilizarlas más intensamente y de adquirir, por consiguiente, un tamaño mayor que el común. Sin embargo, el punto inferior de su curva de los costos totales medios no por ello descenderá en realidad, puesto que el beneficio innecesario que pudiera obtener constituiría una renta, que sería preciso atribuir al factor que la generase, y que una vez imputada como costo, haría ascender la curva del costo total medio hasta que su punto más bajo se nivelara con el de la curva de costos totales por unidad de las empresas que no disfrutaban de rentas económicas.

EL TRIMESTRE ECONÓMICO

como en el largo, cuando todas las empresas que la componen están en equilibrio de período largo. Expresado de otro modo, si son del tamaño óptimo y, además, $P = IM = CM = CU$.

Es decir, en todos los casos, el equilibrio de la empresa quedará determinado por la igualdad entre el precio y el costo marginal: $P = IM = CM$; lo que a su vez implica, que la curva de las ventas de la misma empresa es de elasticidad infinita.

La situación del monopolio es distinta: como oferente único, su curva de las ventas se identifica con la demanda del mercado. Será, por lo tanto, de elasticidad menos que perfecta; en consecuencia, el precio deja de ser para el monopolista igual al ingreso marginal. Por otra parte, su actividad productora se halla sujeta a las leyes de la proporción de los factores y del rendimiento según la escala de la planta, de lo cual resulta que las curvas del costo total medio y del costo marginal tendrán las propiedades normales de esta clase de curvas. De lo anterior se deduce que aun cuando en el equilibrio de la empresa monopolista es todavía válido el principio de la igualdad entre el ingreso marginal y el costo marginal ($IM = CM$), puesto que $P > IM$, la regla de equilibrio del monopolio quedará siempre expresada por esta fórmula: $P > IM = CM$. Es evidente que dicho equilibrio exigirá que el ingreso total sea mayor que el costo total, o igual a él, lo que obviamente supone que $P \geq CU$; pero al contrario de lo que sucede en competencia pura, en el monopolio no hay ninguna relación fija de equilibrio entre CU y CM , aun cuando sí es preciso, para que la empresa monopolista esté equilibrada, que P sea al mismo tiempo mayor que CU y que CM . Por último, mientras en libre competencia el equilibrio queda siempre determinado por un punto de la rama ascendente de la curva del costo marginal en el que éste es mayor que el correspondiente costo total medio, o igual a él, el monopolio puede alcanzar el suyo, como luego veremos, hasta con un monto de producción que corresponda a un punto de la curva del CM perteneciente a la rama

MONOPOLIO Y MONOPSONIO

descendente (al cual corresponderá otro de la rama descendente de la curva del CU) a condición de que en ese punto se igualen el ingreso marginal y el costo marginal ($IM = CM$).

2. *Causas del monopolio*

El motivo dominante en la conducta del monopolio no difiere del que comúnmente se atribuye a la de cualquier vendedor; es el propósito de aumentar al máximo las ganancias que obtiene o, por lo menos, de reducir al mínimo las pérdidas que sufre. Sin embargo de ello, el empresario monopolista tiene una ventaja sobre el productor que opera en libre competencia: mientras éste no puede modificar a su arbitrio el precio del mercado, que deberá aceptar como dato al decidir su plan de producción, aquél goza de libertad para fijar, dentro de ciertos límites, el precio de oferta destinado a convertirse en precio de su mercado. Semejante ventaja no depende, desde luego, de la voluntad del monopolista, ni tampoco del tamaño de la empresa: resulta de las circunstancias, y no es raro que disfruten de ella negociaciones que disponen de un capital relativamente corto, y emplean poca mano de obra, si por cualquier motivo dominan la oferta en el ámbito del mercado de la mercancía o servicio que producen. Son, no obstante, mucho más visibles los grandes monopolios, algunos de escala internacional; sobre ellos se enfoca la atención del público, y también las medidas del Estado encaminadas a impedir que abusen del poder que les confiere el hecho de ser oferentes únicos; pero es evidente que no se ganaría socialmente mucho si con el fin de corregir los inconvenientes anexos a la organización monopolística se renunciara a la posibilidad de aprovechar, en beneficio de la comunidad, las economías de la producción en gran escala, que los grandes monopolios garantizan, sólo por el afán de substituirlos con una pluralidad de empresas minúsculas, incapaces de rendirlas.

Acabamos de decir que la situación monopolística emerge, no

EL TRIMESTRE ECONÓMICO

como simple fruto del apetito de ganancia del empresario, sino cuando median circunstancias propicias para que surja. Así se explica que haya sido posible clasificar los monopolios según las circunstancias de donde emana su poder. He aquí una clasificación de ellos:

Monopolios sociales

1. De bienestar colectivo
 - a) Patentes
 - b) Derechos de autor
 - c) De consumo público
 - d) Fiscales
2. De privilegios especiales
 - a) Basados en el favor político
 - b) Basados en el favor privado

Monopolios naturales

1. Provenientes de la limitación de la oferta de las materias primas
2. Provenientes del secreto industrial
3. Provenientes de las características peculiares de la actividad productiva en donde emergen.³

Los monopolios deben su existencia a circunstancias de carácter social, cuando la situación que les permite fijar el precio con un máximo de libertad no es fruto de las condiciones peculiares en que actúan, sino de privilegios y ventajas que les han sido concedidos, bien por el Estado o por otros monopolios. Las patentes y los derechos de autor, que impiden a terceros, por mandato legal, la reproducción de los bienes protegidos; la prohibición legislativa de

³ Esta clasificación se debe al profesor Richard T. Ely. Aparece en la p. 625 de su libro *Outlines of Economics* (Nueva York, The Macmillan Co., 1937).

MONOPOLIO Y MONOPSONIO

fabricar y vender ciertos artículos—alcohol, tabaco, sal, etc.—impuesta a quienquiera que no obre en nombre del poder público y con autorización suya, constituyen ejemplos típicos de monopolios sociales.

Y son monopolios naturales los que existen como efecto de circunstancias que no han sido creadas por disposiciones legales del Estado, o por concesiones especiales otorgadas por otros monopolios, sino como resultado de la acción de fuerzas físicas o económicas. La limitación de las fuentes de materia prima—verbigracia, minas de diamante o de estaño—confiere un monopolio natural a la negociación que las posee. Se asimilan a la clase que estamos considerando, los monopolios que surgen como consecuencia de que las condiciones económicas en que han de operar las empresas respectivas son tales, que harían ruinosa y socialmente dañina la competencia; lo habitual es que en semejantes casos el Estado intervenga con el fin de elegir los monopolios en *servicios públicos*.⁴

Cualquiera que sea el origen del poder monopolístico, éste se caracteriza, como antes dijimos, por la mayor libertad de que goza el productor que disfruta de él para influir sobre el precio. Sabemos, no obstante, que la cantidad de mercancía que el monopolista logrará vender al precio que adopte, dependerá de las condiciones de la demanda menos que perfectamente elástica con la cual se enfrenta: será grande, si el precio es bajo, y chica si es alto. Por otra parte, su capacidad de modificar esa demanda es muy reducida. Sólo le sería dable aumentarla por tres medios:

1) Acrecentando los ingresos de los consumidores. El procedimiento es poco atractivo para el monopolista puesto que si subiera, verbigracia, los salarios de su personal, apenas una parte, quizá insignificante, de lo que gastara en hacerlo volvería a él bajo la forma de un incremento del total de sus ventas. Resulta, en efecto, muy poco probable que los trabajadores usen la totalidad de la retribu-

⁴ En lo que respecta a los servicios públicos, véase más adelante el apartado 8.

EL TRIMESTRE ECONÓMICO

ción adicional en la compra de la mercancía que produce el monopolio.

2) Reduciendo la cantidad o desmejorando la calidad de los substitutivos de la mercancía monopolizada. El monopolio podría hacerlo si comprara la empresa productora del sucedáneo, con el fin de encarecerlo, hacerlo de inferior clase o retirarlo por completo del mercado. A veces el Estado acude en auxilio del monopolista protegiéndolo contra la competencia mediante elevadas tarifas aduaneras, la obligación impuesta a las dependencias gubernativas de comprarle sólo al monopolio, y otros recursos similares. Sería imposible, no obstante, que el monopolista eliminara todos los posibles substitutivos de su producto, ya que el número de ellos es prácticamente infinito.

3) Por medio de los gastos de venta, cuyos efectos sobre la posición y la pendiente de la curva de la demanda son merecedores de un estudio especial.⁵

Podemos, en vista de lo anterior, suponer por ahora, que el monopolio toma la demanda con la cual se enfrenta como la halla, sin tratar de modificarla; y que a las características de ella ajusta su conducta. En tal supuesto, el análisis de la formación del precio tendrá que conceder particular importancia a las condiciones de la oferta.

3. *El precio de monopolio*

a) *Cuando no hay costos.* Imaginemos que el monopolista vende un producto que no le cuesta nada; por ejemplo, el agua mineral de una fuente heredada por él, que explota dejando a los compradores que tomen en sus propios recipientes las cantidades de líquido que le pagan. Puede optar por dos procedimientos: ofrecer la provisión total correspondiente a cada período de consumo, y dejar

⁵ Sobre las peculiaridades de la demanda que se hace al monopolio, consultar *The Theory of Price*, de Stigler, pp. 219 ss.

MONOPOLIO Y MONOPSONIO

que la competencia entre los demandantes fije el precio; o imputar uno cualquiera a la unidad del bien y conformarse con vender la cantidad que corresponde a ese precio en la tabla de la demanda. Sin embargo, habrá un monto que será el óptimo para el monopolista, porque le reportará el mayor ingreso total posible —ingreso que, como no hay costos, será toda ganancia para él—: el correspondiente al punto en que la curva del ingreso marginal cruce el eje de la sequis; es decir, cuando $IM = 0$.

Un caso subsidiario del que examinamos se presentaría cuando la mercancía se produjera con sólo costos fijos —verbigracia, pago de vigilantes en nuestra imaginaria fuente de agua mineral—. En tal supuesto, la curva del costo fijo medio tendría la forma de una hipérbola rectangular, o sea, en ella el producto de cualquiera de las ordenadas por la abscisa correspondientes sería siempre el mismo, indicando así la constancia del costo total para todos los posibles montos de oferta. La existencia de una curva de costo fijo medio sugiere, por lo tanto, la posibilidad de que la curva de la demanda pase por debajo de aquélla sin tocarla, situación en la cual ningún monto de producción convendría al oferente, pues todos le reportarían pérdida; sin embargo de ello, si la curva de la demanda fuera tangente o secante con respecto de la de los costos fijos medios, sí habría un monto de producción óptimo para el vendedor: el que le asegurara el máximo ingreso, pues al alcanzarlo la diferencia entre éste y el costo fijo total sería la mayor posible. Eso ocurriría, como hemos visto, cuando $IM = 0$.

b) Cuando el costo es constante. Esta hipótesis corresponde a la del rendimiento constante de los factores productivos, que tiene una importancia más teórica que práctica. Si el monopolio produce a costos constantes, la curva de sus costos totales medios será una línea horizontal, paralela al eje de las abscisas y separada de él por una distancia equivalente a la expresión lineal del costo medio. En esa curva de elasticidad infinita, $CU = CM$; por consiguiente, el monto óptimo de producción para el monopolista quedará determi-

EL TRIMESTRE ECONÓMICO

nado por el punto de intersección de dicha curva con la del ingreso marginal. Sean, en la figura 1, CC , la curva del costo total medio constante, DD la de la demanda, e IM la del ingreso marginal: el monto óptimo de producción será OM , que podrá venderse al precio MP . Suele llamársele *precio de monopolio*, precisamente porque corresponde a una cantidad de producto que le reporta el máximo

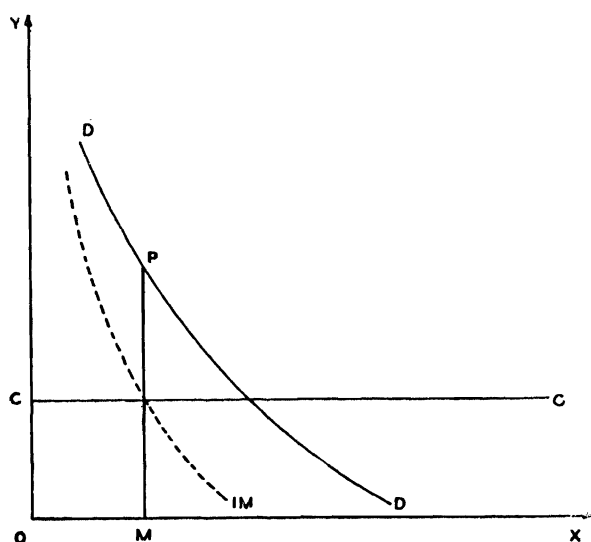


FIG. 1

beneficio innecesario a la empresa, ya que como sabemos, con cualquier otra menor, dejará de ganar la diferencia entre el ingreso marginal y el costo marginal de los montos adicionales que podría producir; y con cualquiera mayor, éste será más grande que aquél. La situación de equilibrio que entonces alcanzará la empresa, podrá expresarse con la siguiente fórmula: $P > IM = CM = CU$.

c) *Cuando los costos totales varían.* En este supuesto, la curva del costo total por unidad, que estará sujeta a las leyes de proporción de los factores y del rendimiento según la escala, tendrá la forma de una

MONOPOLIO Y MONOPSONIO

U de base más o menos achatada. Las posibilidades de equilibrio dependerán de la posición en que esté con respecto de la curva de la demanda. Mientras en la competencia pura, el equilibrio exigirá siempre que $P = CM \geq CU$, en el equilibrio del monopolio no hay ninguna relación precisa entre el CM y el CU capaz de determinarlo, excepto la muy general de que P debe ser mayor que ambos. Los diagramas de la figura 2 muestran varias situaciones que la empresa

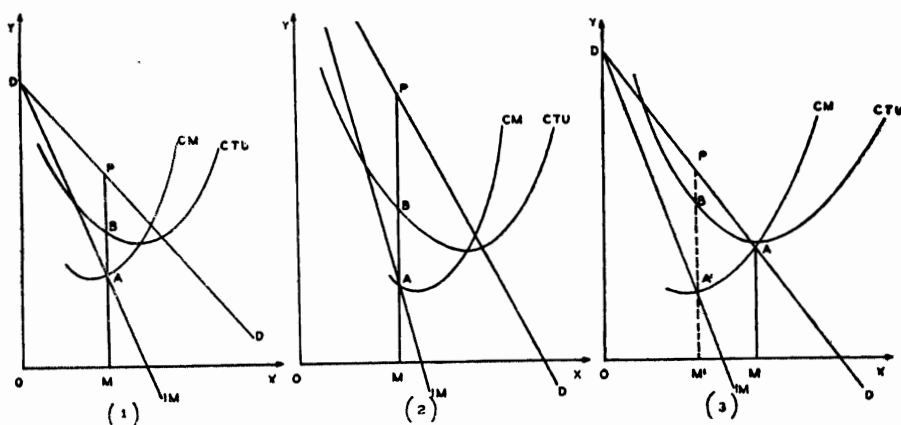


FIG. 2

monopolística podría adoptar en las cuales CU es mayor que CM . En el primero, la posición de la curva de la demanda es tal que el precio del monopolio corresponde a un monto de producción perteneciente a la rama descendente de la curva del costo total medio, aunque dicho monto pertenece a la rama ascendente de la curva del costo marginal. En esta situación, la fórmula del equilibrio es: $P > CU > CM$. En el segundo, la curva del ingreso marginal corta a las curvas del costo total medio y del costo marginal en sus secciones descendentes, de lo cual resulta que el monto óptimo corresponderá, una vez más, a una posición de equilibrio en la que $P > CU > CM$. El tercer diagrama muestra que si la empresa monopolista decide, por cualquier causa —verbigracia, cediendo a

EL TRIMESTRE ECONÓMICO

la presión del poder público—producir un monto OM de mercancía correspondiente a $P = CM$, al hacerlo $CU > CM$; esta situación no será, desde luego, sostenible por mucho tiempo, salvo que el monopolio disfrute de un subsidio, o que el móvil a que obedezca su conducta no sea la obtención de la ganancia máxima, sino algún otro de naturaleza política o moral. En la situación representada en

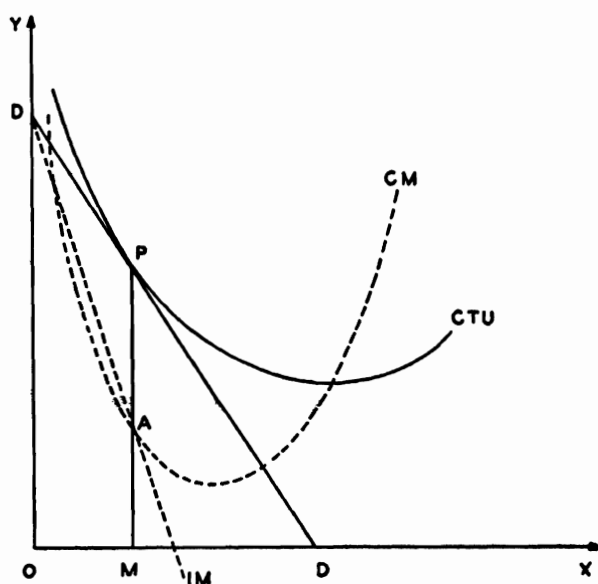


FIG. 3

el diagrama 3, el monto óptimo sería obviamente OM' , y el precio de monopolio $M'P$.

Si las posiciones respectivas de las curvas de la demanda y del costo total medio son las representadas en el diagrama de la figura 3, no habría sino un monto de mercancía que le conviniera producir: OM , determinado por el punto de tangencia entre la curva DD de la demanda y la curva CTU del costo total por unidad. Entonces, el equilibrio se expresará así: $P = CU > IM = CM$; es

MONOPOLIO Y MONOPSONIO

decir, también en este supuesto el costo total medio será mayor que el costo marginal.

En resumidas cuentas, la situación de equilibrio del monopolio exige en todos los casos que $P > IM = CM$; pero al contrario de lo que sucede en competencia pura, no es forzoso que $CM \geq CU$.

4. *El monto de equilibrio del monopolio es menor que el del mercado de competencia pura*

Cuando la empresa opera en competencia pura, $P = IM$: por lo tanto, alcanzará el equilibrio con un monto de producción en el que $P = IM = CM \geq CU$. En ningún caso puede esta fórmula expresar el equilibrio del monopolio, ya que como la demanda con la que se enfrenta es menos que perfectamente elástica, $P > IM$. Aunque la demanda en cuestión se redujera hasta el extremo de que la curva respectiva se hiciese tangente de la curva de los costos totales medios por unidad, como sucede en el diagrama de la figura 3, no podría su gráfica, puesto que no es horizontal, tocar a esta última en el punto más bajo. Ello nos indica que el monopolio supone invariablemente una reducción de la cantidad de mercancía que se ofrecería en libre competencia, y, por lo tanto, un precio de venta más elevado. El tamaño de esa reducción dependerá de la forma y la posición respectivas de las curvas de la demanda y del costo total medio.

Imaginemos que en el diagrama de la figura 4 la situación de un mercado de libre competencia se halla representada por las curvas D , de la demanda total, y CM de la oferta, total, porque se trata de una industria que produce a costos constantes. Obviamente el precio del mercado será $M'P'$, punto de intersección de las gráficas de la demanda y de la oferta, y la cantidad de producto vendida será OM' . Supongamos ahora que una sola empresa logra dominar el mercado, antes de competencia pura: la demanda D subsistirá, y CM será a un tiempo curva del costo total medio, curva del costo

EL TRIMESTRE ECONÓMICO

marginal (dada la constancia del costo medio) y curva de la oferta del monopolio recién creado; no obstante, ni el precio ni el monto de producción seguirán siendo los mismos: como acabamos de ver en el párrafo *b)* del apartado 3, ambos quedarán determinados por la intersección de la curva *IM*, del ingreso marginal del monopolista (derivada de la de la demanda *D*), con la curva del costo margi-

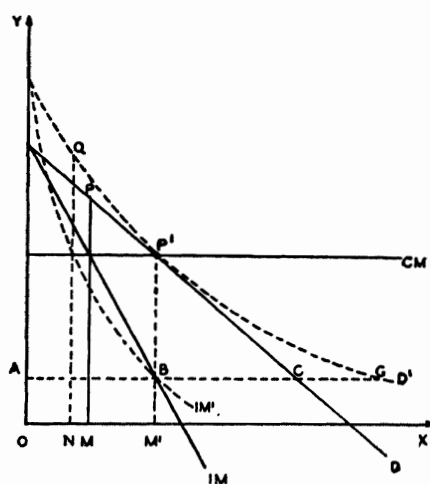


FIG. 4

nal *CM*; es decir, el precio del monopolio será $MP > M'P'$, y el monto óptimo $OM < OM'$. Ahora bien, cuando la curva de la demanda, o ingreso medio, es rectilínea, la del ingreso marginal divide en dos partes iguales cualquier perpendicular trazada de un punto de dicha curva de la demanda al eje de las yes; por consiguiente, $OM = \frac{OM'}{2}$.

Es decir, en el supuesto que consideramos, la reducción de la cantidad ofrecida que el monopolio provoca es de la mitad.

Basta examinar la posición de las líneas *D*, *IM* y *CM* en la figura 4 para deducir que el precio del monopolio habrá de ser tanto

MONOPOLIO Y MONOPSONIO

más alto cuanto menos elástica sea su curva de las ventas, y tanto menos elevado cuanto más elástica sea esa curva. Las gráficas punteadas nos muestran, por otra parte, que si la demanda es curvilínea y convexa hacia el origen, la restricción de la cantidad ofrecida por el monopolio será mayor —y por lo tanto, el precio será también mayor— que si fuera rectilínea.⁶ Si la curva de la demanda fuera cóncava con respecto del origen, la restricción del monto de oferta sería menor que la mitad de la cantidad que se ofrecería en libre competencia.

Sabemos, sin embargo, que lo habitual es que el monopolio no opere a costos constantes. El diagrama de la figura 5 corresponde a una situación en la cual la curva del costo marginal, o sea, de la oferta de la empresa monopolista, es ascendente. Sean D , la gráfica de la demanda, IM , la del ingreso marginal, y CM la de la oferta total, que coincide en todos sus puntos con la del costo marginal del monopolio. El monto óptimo y el precio de monopolio quedarán determinados por el punto de intersección de las dos últimas; es decir, serán OM y MP . Si el mercado fuera de competencia pura, D sería la curva de la demanda, y CM la de la oferta colectiva; en consecuencia, el precio de equilibrio sería $M'P'$, al que correspondería un monto de oferta OM' , menor aquél que el precio de monopolio, y mayor éste que el monto óptimo para la empresa monopolista. Luego también en el supuesto que ahora examinamos el

⁶ La demostración geométrica de ello puede hacerse de la siguiente manera: por el punto B , que en la curva punteada del costo marginal IM' corresponde al punto P' de la curva punteada de la demanda D' en el cual es ésta tangente de la gráfica rectilínea de la demanda D , trazamos la horizontal AG , paralela al eje de las equis; dada la relación que existe entre D y su curva de valores marginales IM , sabemos que $AB = BC$; pero como la curva punteada D' es convexa, deberá quedar G a la derecha de C ; luego $BG > BC$, y como $BC = AB$, resultará que $BG > \frac{1}{2} AC$. En la misma forma se demostraría que el punto de IM' correspondiente a cualquier punto de D' quedaría a la izquierda de la mitad de la distancia lateral entre dicho punto y el eje de las yes. (Joan Robinson, *The Economics of Imperfect Competition*, pp. 39-40.)

EL TRIMESTRE ECONÓMICO

monopolio lleva aparejados una reducción de la cantidad de mercancía que se ofrecería en el mercado en libre competencia, y un alza del respectivo precio; aunque esa reducción no será tan grande como en el caso del costo constante. Si la curva de la demanda fuera curvilínea y convexa hacia el origen (la curva punteada D' del diagrama), la disminución del monto de oferta y la elevación del precio

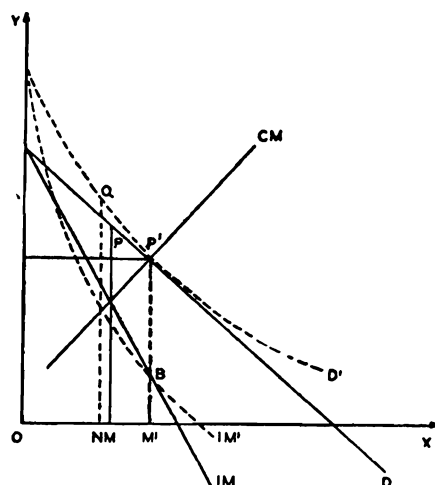


FIG. 5.

debidas al monopolio serían mayores aún. Lo contrario sucedería con una curva cóncava de la demanda.

5. La teoría y la práctica en el monopolio

El análisis que antecede nos permite darnos cuenta de que no le es dable al monopolista, como se supone corrientemente, imponer a su producto el precio que se le antoje; aunque está en aptitud de determinar el precio de oferta con una libertad de que no disfruta el vendedor que opera en libre competencia, esa libertad tiene su límite: el que le marca la relación $CM = IM$. Podría, no obstante,

MONOPOLIO Y MONOPSONIO

juzgarse que los instrumentos diagramáticos y los razonamientos que empleamos son demasiado artificiosos; que ningún monopolista los usaría, a no ser que contara con un sistema de contabilidad de excepcional exactitud y con un conocimiento no menos extraordinario de las condiciones de la demanda que se hace de su mercancía. Semejante apreciación sería errónea: cierto que el monopolista no tiene, por lo regular, ni la menor idea de las curvas de la demanda y los costos, ni es capaz de comprender los resultados a que se llega con el empleo de éstas, ni mucho menos de apoyarse en ellos para fijar su monto óptimo de producción; pero inconscientemente, cuando mediante una serie de pruebas y tanteos procura, a través del tiempo, descubrir el precio de venta que le reporta la máxima ganancia, pone en juego relaciones que en su forma teórica hemos estudiado en nuestro análisis. Si las condiciones de la demanda y de la oferta permanecen inalterables por un lapso suficientemente largo, el monopolista acabará por descubrir el monto de producción óptimo comparando sus ingresos marginales con sus costos marginales: mientras aquéllos superen a éstos, comprenderá que le reporta ventaja el producir más; y en cuanto suceda lo contrario, advertirá que debe reducir la cantidad de mercancía que produce.

Cabría preguntar si le conviene siempre al monopolista tomarse el trabajo de buscar su monto óptimo de producción. En ocasiones se guía, al decidir qué cantidad producirá, por el capricho o la rutina: cuando la Interstate Commerce Commission, de los Estados Unidos, acordó imponer una rebaja en los pasajes ferroviarios, muchos ferrocarriles se opusieron, lo cual no implicó que a poco de establecida la nueva tarifa se convencieran de que sus ganancias, lejos de disminuir, habían aumentado, gracias al incremento del número de pasajeros transportados. Es decir, la demanda real del servicio era distinta de la demanda que suponían las empresas ferrocarrileras. Lo cierto es que el problema de si vale o no la pena preocuparse por determinar el monto óptimo del monopolio depende en mucho de la inclinación de las curvas de los ingresos y los costos marginales. Si

EL TRIMESTRE ECONÓMICO

ambas fueran muy poco pendientes, ni siquiera una divergencia relativamente grande entre la cantidad producida y la óptima según la teoría, y, por lo tanto, entre el precio adoptado y el de monopolio, afectaría mucho la ganancia del monopolista; por lo tanto, no habría estímulo bastante para que éste se esforzara por encontrar el monto de producción teóricamente más favorable. La razón de ello consiste en que, si ambas curvas fueran poco pendientes, la curva de la demanda será muy elástica, caso en el cual, como sabemos, el precio de monopolio es bajo. Si ambas curvas fueran muy pendientes, hasta pequeñas divergencias entre el monto producido y el de equilibrio podría acarrear importantes modificaciones en las ganancias; por lo tanto, se impondrá al empresario la necesidad de procurar que la cantidad que produzca se aproxime lo más posible a la óptima.

6. *Discriminación de precios*

Hasta ahora hemos supuesto que el monopolista vende todas las unidades de mercancía al mismo precio; ocurre a veces, no obstante, que puede expenderlas a diferentes precios. Para que esté en aptitud de hacerlo es necesario que en ningún caso sea posible trasladar las unidades del producto vendidas por él a menor precio, al mercado en donde las ofrece a otro más alto; de no ser así, los compradores las comprarían más baratas en uno de los mercados, para revenderlas más caras en el otro. La venta de la misma mercancía monopolizada a dos o más precios distintos simultáneamente, y a diferentes grupos de compradores, se llama *discriminación del precio*; los precios resultantes son *precios discriminados, diversificados* o *"de clase"*. Ejemplos: las cuotas diferentes que cobran los ferrocarriles por el transporte de mercancías de distinta naturaleza; las que asignan a los pasajes según la clase; los precios que se fijan a la energía eléctrica según se destina a uso doméstico o a empleo industrial, a la iluminación o a la generación de fuerza motriz; los diver-

MONOPOLIO Y MONOPSONIO

sos honorarios cobrados por ciertos médicos a sus pacientes, de acuerdo con las posibilidades económicas de éstos, etc. La discriminación se lleva a cabo con frecuencia entre mercados geográficamente separados, sea por barreras aduanales o por la cuantía excesiva de los gastos de transportes entre ambos. Cuando consiste en fijar en el mercado interno un precio superior al que se fija para los consumidores extranjeros, suele llamarse *dumping*.

A veces los monopolistas se la ingenian con el fin de dividir en grupos a los demandantes, aunque no estén separados por vallas naturales ni legales; así ocurre, verbigracia, cuando presentan el mismo producto, sin cambio esencial de su calidad, bajo envolturas y nombres distintos, para inducir a los compradores ricos y vanidosos a distinguirse de los más pobres adquiriendo la variedad que se les ofrece más cara.

El profesor Pigou⁷ ha definido tres grados de discriminación de los precios: en el primero, el monopolista fija un precio distinto a cada una de las unidades de mercancía que vende, con el objeto de obtener el máximo ingreso posible de cada cantidad vendida; en el segundo, asigna precios diferentes, no a cada unidad, sino a cada determinada cantidad de artículo: un peso, verbigracia, por las primeras diez unidades, setenta y cinco centavos por las siguientes treinta, y cincuenta centavos por las cincuenta posteriores; en el tercero, cobra un precio distinto a un grupo de compradores, o en cada uno de los mercados separados que forman, aun cuando el producto que les ofrece tenga el mismo costo. Los dos primeros grados tienen un interés puramente teórico; como observa Joan Robinson, no es fácil comprender cómo el oferente puede dividir entre sí, no a los compradores individuales, sino las diversas unidades o cantidades de mercancía que vende.

El análisis de los precios de clase de tercer grado—la única que se observa en la realidad corrientemente— puede derivarse del

⁷ A. C. Pigou, *The Economics of Welfare*, 4ª edición, p. 279 (Londres, Macmillan Co., 1932).

EL TRIMESTRE ECONÓMICO

que hicimos cuando se trataba de uno solo. Para que al monopolista le convenga vender a diferentes precios en mercados independientes entre sí, precisa que la demanda tenga en cada uno de ellos distinta elasticidad; porque únicamente de ese modo le será dable obtener con precios diferentes el mismo ingreso marginal de todos. Sabremos por qué si recordamos las relaciones que existen entre el ingreso marginal, el precio y la elasticidad de la demanda. Tales relaciones pueden expresarse con la fórmula siguiente: $m = p(1 - 1/e)$. De esta igualdad es fácil deducir que para que m (el ingreso marginal no varíe, p (el precio de venta) deberá variar en sentido inverso de e (elasticidad de la demanda). En efecto, mientras mayor sea e , menor será el valor de la razón $1/e$, y más grande el de la diferencia $1 - 1/e$; en consecuencia, para que m no cambie, p deberá cambiar en razón inversa de dicha diferencia; o expresado de otra manera: p habrá de ser tanto más chico cuanto mayor sea e , para que no varíe el producto de multiplicarlo por la diferencia en cuestión. De lo cual deducimos que el monopolista deseoso de obtener un ingreso marginal determinado, tendrá que optar por un precio tanto más bajo cuanto más grande sea la elasticidad de la respectiva demanda.

Si la demanda fuera, por el contrario, muy poco elástica, con la misma igualdad anterior hallaremos que el monopolio conseguirá con un precio alto el ingreso marginal dado. Si e es muy pequeña, la fracción $1/e$ será muy grande, y la diferencia $1 - 1/e$ será muy chica; luego para que m no varíe, p deberá crecer tanto más cuanto menor sea esa diferencia; lo que nos indica que el monopolista obtendrá con un precio elevado el ingreso marginal que desea, cuando la demanda es inelástica.

Para que el monopolio que discrimina los precios alcance el equilibrio, el ingreso marginal que obtiene en cada mercado habrá de ser igual al costo marginal del monto de mercancía que en total produce con el fin de repartirlo entre todos. De no ser así, en alguno de esos mercados estaría perdiendo la oportunidad de lograr la máxima ganancia, y, por lo tanto, no se hallaría equilibrado como

MONOPOLIO Y MONOPSONIO

empresa única. Con ayuda de la figura 6 podemos analizar la situación de equilibrio en el supuesto que ahora consideramos. Imaginemos que se trata solamente de dos mercados distintos al primero de los cuales corresponde la curva de la demanda D_1 , y al segundo la gráfica D_2 de la demanda, con las respectivas curvas del ingreso marginal IM_1 e IM_2 . Sumando lateralmente las curvas de las demandas de los dos mercados hallaremos la gráfica D_t de la de-

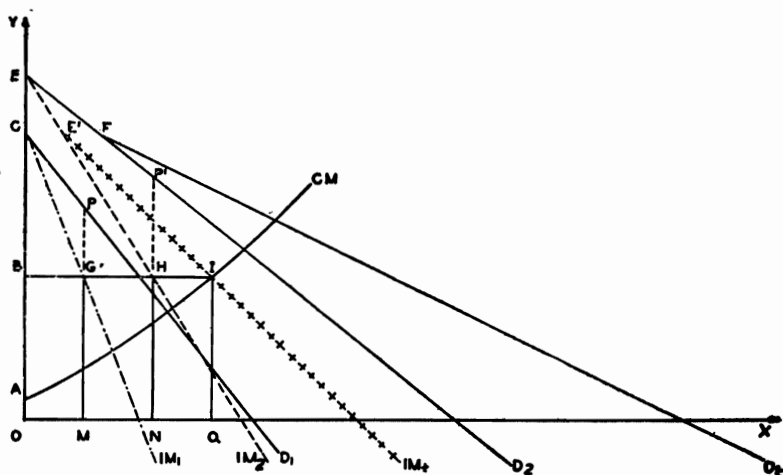


FIG. 6.

manda total con que se enfrenta el monopolio, de la cual derivaremos la curva IM_t del ingreso marginal, a no ser que prefiramos obtener ésta mediante la suma de las curvas de ingresos marginales IM_1 e IM_2 . El punto en que se cruza la curva CM del costo marginal de la empresa monopolista, con la curva IM_t del ingreso marginal total, nos indicará qué monto de oferta llevará el monopolio a cada mercado: estos montos deberán ser tales que el ingreso marginal correspondiente se iguale en ambos casos a QI , determinado por la intersección de IM_t con CM ; por lo tanto, en el primer mercado, la cantidad ofrecida será OM , puesto que $MG = QI$, y en

EL TRIMESTRE ECONÓMICO

el segundo será ON , ya que $NH = QI$; en los dos mercados juntos el monopolio discriminador venderá la cantidad de mercancía $OQ = OM + ON$, toda vez que $OM = NQ$.

Conviene observar que en los puntos de una y otra curva que corresponden a la ordenada OB , la demanda D_1 es más elástica que la demanda D_2 . En efecto, la elasticidad de la primera en el respectivo punto es igual a OB/BC , y la de la segunda en el suyo es igual a OB/BE ; como las dos razones tienen el mismo numerador, y el denominador de ésta es mayor que el de aquélla, resulta claro que en los puntos en cuestión la elasticidad de la curva D_1 es más grande que la de la curva D_2 . Ahora bien, según lo que dedujimos de la fórmula $m = p(1 - 1/e)$, al mismo ingreso marginal OB deberá corresponder un precio menor en la curva de la demanda más elástica, y uno mayor en la menos elástica; y así es, puesto que el precio a que se venderá el monto OM en el primer mercado será $MP < NP$, precio este último a que se venderá en el segundo el monto ON .

7. Efectos externos del monopolio

Puesto que la elasticidad de la curva de las ventas del monopolio —o curva de la demanda— se halla influída por la calidad de los substitutivos de la mercancía que expende —es decir, por el grado de similitud que haya entre ésta y sus posibles sucedáneos—, resulta fácil colegir, primero, que la pureza del monopolio será tanto mayor cuanto menor sea la perfección con que el producto en que opera puede ser substituído por otro u otros; y, segundo, que el mercado monopolista tiene relaciones de rivalidad o “substituibilidad” —y también de complementaridad— con otros mercados, en los cuales suscitan reacciones los hechos que en él suceden.

La medida de la tendencia de los consumidores a demandar mayor cantidad de un producto X si sube el precio de otro Y (como resultado de que al encarecer Y lo substituirán por X), nos la da la siguiente fórmula de la elasticidad cruzada o transversal:

MONOPOLIO Y MONOPSONIO

$$E_{xy} = \frac{C_x - C'_x}{C_x + C'_x} : \frac{P_y - P'_y}{P_y + P'_y}$$

Esta fórmula expresa la elasticidad cruzada o transversal en un arco de la curva de la demanda de X —al cual corresponde, claro está, otro de la demanda de Y —, en términos de las variaciones del precio de Y . Con ayuda de ella podemos determinar la elasticidad cruzada de la demanda de X con respecto de los precios de todos sus substitutivos cercanos o lejanos. Imaginemos que hecho el cálculo en cuanto al gas para usos de calefacción doméstica, hallamos que la elasticidad transversal de la demanda de este producto en términos del precio de la electricidad es 4, en términos del precio del carbón mineral 3, y en términos de los precios de otros combustibles menos que 1. Esto nos indicará que la electricidad y el carbón mineral son muy buenos substitutivos del gas; y que los precios de uno y otros deberán variar simultáneamente, a tal extremo que un ascenso considerable del de cualquiera de ellos podría hacer que no se vendiera.

De ser ello así, no cabría decir que hay un monopolio de gas, aun cuando solamente una empresa lo ofreciera en venta. Sería preciso afirmar que en el mercado de medios de calefacción existe un oligopolio con diferenciación de la mercancía; y que, en consecuencia, la empresa proveedora de gas se verá obligada, al fijar el precio de oferta de su producto, a tomar en cuenta las reacciones que su decisión provocará en los vendedores de los substitutivos.

Ahora bien, una mercancía, en el sentido restringido del término, tiene una infinidad de substantivos más o menos próximos o lejanos, a tal punto que *todas* las demás pueden considerarse como sucedáneos de ella en diferentes grados. Esto nos lleva a la conclusión de que no hay en la realidad una situación de monopolio puro, porque para que la hubiera sería preciso que la elasticidad transversal de la demanda de la mercancía monopolizada con respecto de todas las otras mercancías fuera 0 ó igual a 0. Sin embargo, siempre

EL TRIMESTRE ECONÓMICO

que la mencionada elasticidad, en términos de los precios de los posibles substitutos, sea menor que 1, la situación en que opera la empresa respectiva se acercará lo más posible a la del monopolio completo. En resumidas cuentas, podremos decir que una empresa es monopolio, *cuando produce una mercancía cuya demanda tiene una elasticidad cruzada muy pequeña con respecto a todas las demás mercancías*.⁸

Ahora comprendemos mejor los efectos que la constitución de un monopolio suscita en los mercados de otros bienes. Como, al formarse, la empresa monopolista hará que el precio suba por encima del nivel del de competencia pura, ya que impondrá el precio de monopolio, reduciendo el monto de oferta hasta el punto en que se igualan el costo marginal con el ingreso marginal, esa elevación del precio provocará una transferencia de compradores hacia los substitutivos, tanto mayor cuanto más grande sea la elasticidad cruzada de la demanda de la mercancía monopolizada con respecto de las demás mercancías, en el arco de la curva de dicha demanda comprendido entre el precio de libre competencia y el precio de monopolio. Dicha transferencia motivará un aumento de la demanda de los sucedáneos y, por lo tanto, una elevación de sus precios. Si el arco de la curva de las ventas del monopolio comprendido entre el precio de competencia y el de monopolio fuera pequeño, y la elasticidad transversal de la demanda fuera chica en él; es decir, si a pesar del alza, la mercancía monopolizada siguiera comprándose en la misma o casi en la misma cantidad que antes, los demandantes dedicarían a adquirirla mayor cantidad de sus ingresos que antes; en caso de que éstos no variaran, la demanda de los posibles substitutivos se restringiría, y sus precios sufrirían una baja, imputable a la acción del monopolio.

Lo normal es, no obstante, que cuando hay substitutivos de la mercancía monopolizada —y acabamos de ver que siempre los hay— la elasticidad cruzada de la demanda de ésta respecto de aquéllos

⁸ Stigler, *The Theory of Price*, pp. 220–221.

MONOPOLIO Y MONOPSONIO

sea lo bastante grande para hacer que aumente el precio y la cantidad que se produce de esos substitutivos. Si las empresas productoras de ellos operan en libre competencia; o, de otro modo, si ajustan su producción al principio de $P = CM$, los precios de los bienes que producen subirán, a no ser que CM sea descendente; pero el monto de mercancía que cada una de ellas ofrezca crecerá tanto menos cuanto más inelástica sea la respectiva curva del costo marginal. Y si se tratara de empresas monopolistas, aun cuando operaran a costo constante los precios de sus productos tenderían a ascender. Hay, en suma, normalmente, un incremento de la producción y del empleo de factores productivos en las empresas productoras de sucedáneos de la mercancía que se monopoliza; pero sería erróneo creer que tal incremento compensa la reducción del producto y del empleo de factores que el establecimiento del monopolio lleva aparejada. Además, como la tendencia general de todas las mercancías relacionadas con el artículo monopolizado es a encarecer, fácil es deducir que si los ingresos de los consumidores permanecen constantes (aunque se haga caso omiso de la parte de dichos ingresos que detrae el monopolista en calidad de beneficio innecesario) la constitución del monopolio estará muy lejos de contribuir al bienestar de éstos.

Podría inclusive suponerse que el aumento de la ocupación motivado por el crecimiento de la cantidad que se produce de todas las demás mercancías, a su vez originado por la formación del monopolio, compensa exactamente la reducción que provoca en el empleo la restricción de la oferta del producto monopolizado; de cualquier manera, el monopolio trastornará la distribución de la renta nacional y la composición del agregado de bienes y servicios que constituyen el producto social. Justamente en esto consiste el mayor de los perjuicios que pueden imputársele.⁹

⁹ Weintraub, *Price Theory*, pp. 143-144.

EL TRIMESTRE ECONÓMICO

8. *Sobre la clasificación de los monopolios*

Además de la clasificación de los monopolios que se funda en las fuentes del poder monopolístico, suele dividírseles: *a)* en *públicos* y *privados*, según pertenezcan al Estado, que los administrará con fines de bienestar colectivo por medio de órganos especiales, o sean propiedad de personas físicas o legales que los explotan con la finalidad de obtener beneficios; y *b)* en *locales*, *nacionales* o *internacionales*, por la extensión geográfica del mercado sobre el cual ejercen su poder. La comprensión del significado de la primera y más extensa de las clasificaciones mencionadas —la que se funda en el origen del poder monopolístico— exige ciertas explicaciones.

Monopolios sociales. Se basan en disposiciones legales dictadas por el Estado, o en ventajas y privilegios especiales concedidos por otros monopolios. Su existencia se permite porque se considera que constituyen medios propios para alcanzar ciertos fines de interés colectivo. Así, por ejemplo, las patentes y los derechos de autor tienen por objeto estimular las invenciones y la creación literaria, artística o científica. Son por tiempo limitado, porque se juzga que durante el lapso de su duración, el autor o inventor protegido por ellos logrará la justa retribución de sus esfuerzos, y que una vez que ha obtenido ésta, el interés social exige que el fruto de la capacidad creadora individual pase a ser del dominio público.

Las patentes engendran diversas clases de monopolios. He aquí algunas: *a)* monopolio del artículo patentado, que sólo puede ser vendido por el titular de la patente; *b)* monopolio del producto que se elabora con el artículo patentado; y *c)* monopolio de otras mercancías que han de usarse con dicho artículo, y que el monopolista exige que se le compren a él y no a sus competidores, como expresa condición para venderlo. Las “marcas de fábrica” son monopolios en el sentido de que la ley impide que quienquiera que no las haya registrado las copie o las imite; sin embargo, su eficacia protectora es menor que la de las patentes, puesto que no evitan la producción

MONOPOLIO Y MONOPSONIO

y venta de artículos exactamente iguales a los que las llevan; concurren, no obstante, a diferenciar la mercancía, ya que el fabricante puede persuadir a cierto grupo de compradores de que los géneros que ostentan su marca son preferibles a los de otras marcas. Lo mismo sucede con los “nombres comerciales” —mención del productor o de la fábrica—, y las “indicaciones del origen” —las que se hacen sobre el país o la región de donde procede la mercancía—, que también se usan como expedientes diferenciadores. De ahí que hasta hace poco tiempo, la teoría económica incluyera el estudio de la formación de los precios de los productos patentados, o protegidos por derechos de autor, en el análisis del monopolio; y considerara como perteneciente al de la competencia pura, el estudio de los precios de las mercaderías que llevan “nombres comerciales” o “indicaciones del origen”.

Según el propósito que el Estado persigue al sancionar la creación de los monopolios, pueden ser éstos de “consumo” o “fiscales”. Cuando la intención que persigue al monopolizar la producción o la venta o ambas, de un artículo o de un servicio es la de regular su oferta para influir sobre su consumo, el monopolio resultante será de consumo. Tal sucedería, por ejemplo, en caso de que estancara el comercio de las bebidas embriagantes con el fin de restringir el uso de ellas. Si el objetivo que persigue es el de proporcionarse ingresos, el monopolio sería fiscal. En uno u otro supuestos la empresa que se cree puede ser un monopolio público, o un monopolio privado. Ejemplos de monopolios fiscales son: el del tabaco, existente en España y en Francia; el del alcohol, que existe en los países de la América Central, y el de la sal, que ha existido en diversas épocas y naciones. En ocasiones, las dos finalidades se reúnen, y la formación monopolista que resulta es al mismo tiempo que fiscal, de consumo.

Muchos de los privilegios monopolísticos concedidos en tiempos pasados tuvieron propósitos fiscales: el soberano percibía ingresos de los monopolios, bajo la forma de impuestos o de regalías; pero

EL TRIMESTRE ECONÓMICO

en otros casos fueron simples manifestaciones del favor real, otorgado a ciertas personas o sociedades mercantiles. Pueden asimilarse a este tipo de monopolios los que se mantienen con ayuda de elevadas tarifas de protección aduanal. Los monopolios debidos al favor privado reciben su poder de las ventajas o prerrogativas especiales que les conceden otros monopolios, particularmente los naturales. Por ejemplo, el monopolista de la materia prima puede venderla a una sola empresa de transformación, que así gozará de un monopolio sobre los productos acabados que con aquélla se elaboren. La reducción de las tarifas ferrocarrileras contribuyeron en mucho a la constitución del monopolio petrolero creado por John D. Rockefeller en los Estados Unidos.

Monopolios naturales. No son originados por disposiciones legales, sino por causas naturales, o cuando menos, por circunstancias que no dependen exclusivamente de la voluntad individual. Ejemplos de ellos: la explotación de una fuente de agua mineral de determinadas propiedades, o la empresa que produce vino proveniente de una clase especial de uva que solamente se da en una limitada área de terreno de calidad particular. Las minas de Kimberley, de Sudáfrica, que controlan la casi totalidad de la producción de diamantes en bruto del mundo, constituyen un monopolio de esta especie; otro lo es el de la International Nickel Corporation, de Canadá, dueña de casi todos los yacimientos de níquel que se conocen. Los que se basan sólo en el secreto de una fórmula o de un procedimiento tienen una importancia secundaria, porque la difusión de los conocimientos científicos y técnicos permiten que hombres especializados descifren en más o menos tiempo cualquier enigma de esa clase. El monopolio de la bomba atómica, que poseían los Estados Unidos, ha dejado de serlo por tal razón. Sin embargo, cuando el secreto se halla reforzado por privilegios legales, sigue siendo una fuente de monopolio.

Las características peculiares de algunas actividades productivas son con mucho una causa más importante de las formaciones mono-

MONOPOLIO Y MONOPSONIO

polísticas. Pueden consistir en la limitación de las condiciones físicas requeridas para el ejercicio de esas actividades; verbigracia, las instalaciones portuarias, las plantas de energía eléctrica obtenidas de caídas de agua, los caminos trazados a través de los únicos pasos accesibles de las montañas, no pueden duplicarse con facilidad debido a la imposibilidad de reproducir las condiciones físicas en que operan; los propietarios de ellos disfrutan, por lo tanto, de una situación monopolística.

Surgen también monopolios cuando la actividad productiva se desarrolla en circunstancias tales que hacen la competencia ruinosa, no solamente desde el punto de vista de los particulares, sino también de la colectividad que con motivo de ella podría sufrir pérdidas injustificadas de recursos. Para que esto ocurra, han de reunirse por lo regular tres condiciones: *a*) la mercancía o el servicio producido ha de ser tal que la menor diferencia en el precio de venta induzca a los compradores a preferir a un vendedor entre los demás; *b*) la actividad productiva debe ser de tal naturaleza que sea imposible el establecimiento de un gran número de empresas dedicadas a ella, o porque sólo sea costeable cuando se produce desde el principio en gran escala, o porque existan dificultades físicas que impidan la multiplicación de instalaciones productoras; y *c*) la cuantía del capital fijo necesario tiene que ser muy grande con respecto de la del capital circulante. Un ejemplo típico de monopolios engendrados por la conjunción de esas condiciones son los ferrocarriles.

Servicios Públicos. Cuando se hallan reunidas esas condiciones en una actividad productora cualquiera, el monopolio emerge, por así decirlo, de modo natural, como efecto espontáneo de las circunstancias, aunque el Estado no haga nada por favorecer la aparición de él. La función que entonces incumbe a éste desempeñar, en defensa del interés colectivo, es la de regularlo, y la forma en que con mayor frecuencia la ejerce consiste en la creación de los llamados "servicios públicos". Para el establecimiento de un servicio público se requiere la coincidencia de dos requisitos: la presencia de cir-

EL TRIMESTRE ECONÓMICO

cunstancias capaces de originar un monopolio natural en la actividad productiva correspondiente; y el hecho de que ésta tenga como finalidad la producción de mercancías o servicios destinados a satisfacer necesidades sociales de especial importancia. Ninguno de ellos separadamente justificaría la erección de un monopolio de servicio público.

Los privilegios que llevan aparejados los servicios públicos implican obligaciones para los concesionarios, que pueden resumirse así: han de rendir el servicio o vender la mercancía que produzcan a cuantos los demanden hasta el límite máximo de su capacidad productora, o sea, hasta un límite más allá del cual la producción les reportaría pérdidas; no harán discriminaciones entre los demandantes, ni les impondrán exigencias irracionales equivalentes a una negativa a cumplir con el deber de "servir a todos por igual"; responderán a la confianza social que en ellos se deposita, produciendo la mejor calidad de servicio o mercancía que les sea dable. Pero también suponen derechos de quienes reciben esos privilegios: el de obtener un beneficio adecuado de la empresa, y el de suspender las operaciones de ésta, previo aviso a los demandantes de sus productos o servicios, y de acuerdo con reglas preestablecidas en la concesión respectiva, cuando lo juzguen conveniente para sus intereses.

La característica más relevante de los servicios públicos es la de que en ellos los precios de venta no se fijan con libertad en el mercado, sino mediante expreso acuerdo gubernativo. El problema que deben resolver las autoridades al determinarlos consiste en hallar en cada caso un precio que, desde el punto de vista del productor, le garantice un beneficio razonable, y que desde el de los consumidores sea lo bastante bajo como para permitir que adquieran el servicio o la mercancía producidas el mayor número posible de éstos. Habitualmente se considera que un beneficio razonable es el que obtendría el monopolista si operara en libre competencia; la dificultad consiste en calcularlo, puesto que dadas las características del mercado de monopolio puro, no cabe esperar a que el juego espon-

MONOPOLIO Y MONOPSONIO

táneo de las fuerzas de la competencia lo determinen, al determinar el precio de equilibrio, ya que el monopolista, por definición, no tiene competidores.

El cálculo de lo que hemos llamado un beneficio razonable de la empresa de servicio público tiene, por supuesto, que basarse en los costos de producción. Se admite generalmente que no ha de cargar por los factores variables que emplea, precios superiores a los que pagan por ellos las empresas similares que operan en competencia libre; la aplicación de la misma regla a los costos fijos no es tan fácil, y con frecuencia origina controversias enconadas entre los empresarios y los representantes del poder público. No hemos de entrar aquí en detalles acerca de los procedimientos que se siguen al valorizarlos; nos conformaremos con indicar que son esencialmente dos: el valor de la planta se estima, bien según el costo original de instalación (menos depreciaciones y más gastos de mantenimiento), o bien conforme a lo que costaría reproducirla en el momento en que se consuma la estimación. La elección de cualquiera de esos dos métodos provoca las discusiones a que antes aludimos, cuando hay notables diferencias entre los precios presentes y los pasados de los factores productivos que se valorizan: si aquéllos son mayores que éstos, los representantes del Estado procurarán que se adopte el primero de los métodos indicados, a lo que obviamente se resistirán los empresarios; y si sucede lo contrario, tenderán a preferir el segundo, mientras el monopolista se esforzará por que se adopte el otro.

Por otra parte, el cálculo del “beneficio razonable”, difícil de suyo, parecerá más difícil si se piensa en que debe basarse, para que sea correcto, en una “prudente inversión”; si no fuera así, pudiera resultar exagerado, aun cuando la tasa de beneficio que se adoptara al hacerlo fuese nominalmente baja. Vencido el obstáculo que implica determinar “la prudente inversión”, restará hallar el precio de venta que garantizará al monopolio el beneficio que se considera razonable permitirle. Ese precio tendrá normalmente que

EL TRIMESTRE ECONÓMICO

estar en algún punto entre el de libre competencia y el de monopolio; aunque en circunstancias excepcionales la agencia reguladora podría encontrarse con que este último todavía es poco, o bien con que hasta el de competencia pura es demasiado alto.

9. *Monopsonio: predominio del comprador*

En un mercado de competencia pura, ni los vendedores ni los compradores ejercen influencia inmediata sobre el precio con sus decisiones individuales. En otros tipos de mercados, o sean, los correspondientes al monopolio, el duopolio, el oligopolio y la competencia monopolística, es posible analizar en qué circunstancias pueden los primeros con sus actos determinarlo, o cuando menos modificarlo, tal como acabamos de hacerlo con el monopolio. Vamos a examinar la posibilidad de que los segundos ejerzan sobre el mercado predominio bastante para regular la demanda en proporción tal que les permita hacer lo mismo: fijar el precio o por lo menos, lograr que cambie como resultado de las decisiones que tomen. Esto ocurrirá, obviamente, cuando la cantidad demandada por un solo comprador constituya una porción tan grande de la demanda total, que la magnitud de ésta dependerá en mucho de la conducta que siga como adquirente.

El caso límite del predominio del comprador se alcanza cuando uno sólo, o un grupo que opera de común acuerdo, impera sobre la totalidad de la demanda; cuando una persona o una coalición de compradores son demandantes únicos. Tendremos entonces un mercado de *monopsonio* (del griego *monos*, solo, y *opsonen*, ir de compras), correspondiente al de monopolio, en el cual un vendedor domina por completo la oferta. De manera semejante, pueden surgir situaciones intermedias entre la libre competencia y el monopsonio, paralelas a las que existen entre aquélla y el monopolio. El duopsonio, en la que la demanda se halla integrada por dos compradores; oligopsonio, en la que el número de éstos es tan corto

MONOPOLIO Y MONOPSONIO

que cualquiera de ellos puede influir sobre el precio; y hasta una competencia monopsonista, que emerge cuando los demandantes son pocos y compiten entre sí otorgando a los vendedores ciertos servicios que pueden asimilarse a una diferenciación de la mercancía; verbigracia, les conceden créditos para futuras producciones, les permiten hacer uso de sus consejeros legales o técnicos, les hacen obsequios o les brindan otras facilidades que les inducen a preferirlos, aunque los demás adquirentes paguen el mismo precio o uno ligeramente mayor. Ni siquiera es raro encontrar ejemplos de gastos similares a los de venta erogados por los compradores; muestras de ellos son los que implican la propaganda que algunos llevan a cabo para la adquisición de joyas, pedacería de oro y automóviles usados.

La combinación de condiciones monopolísticas y monopsonísticas origina además tipos mixtos de mercados. He aquí algunos: el tradicional monopolio bilateral, en el que dos monopolios, situados en dos etapas sucesivas de la actividad productora, se escalonan, a consecuencia de lo cual el segundo viene a ser un monopsonio respecto del primero. Por ejemplo, una de las empresas es la única productora de un artículo y la otra domina la oferta de él a los consumidores; la segunda será un monopsonio frente a la primera, pues es su comprador único. El monopolio-duopsonio, en el que un solo vendedor se enfrenta con dos compradores; el duopolio-monopsonio, de dos vendedores frente a un comprador; el duopolio-duopsonio; el monopolio-oligopsonio, etc. Bastará, no obstante, con que examinemos la formación del precio en algunas de tantas y tan variadas situaciones, dado que los instrumentos de análisis que usaremos al hacerlo son aplicables a todas las demás.

10. *La demanda en el monopsonio*

La cantidad de mercancía que demanda el comprador individual a cada precio en un mercado de competencia pura es tan pe-

EL TRIMESTRE ECONÓMICO

queña, si se la compara con el monto correspondiente de la demanda total, que al precio de equilibrio puede adquirir toda la que desee y esté en posibilidad de comprar. En consecuencia, la oferta que se le hace es para él perfectamente elástica: no necesitará subir su precio de demanda, pues el de equilibrio tendrá el monto que quiera adquirir con el ingreso de que dispone; y si propusiera uno aun cuando fuera apenas ligeramente menor que este último, no hallaría quien le vendiera. De lo anterior se deduce que comprará un número tal de unidades de la mercancía de que se trate, que la destinada al empleo que juzgue menos importante le procure una ventaja, una satisfacción o un ingreso adicional equivalente a su juicio al sacrificio que haga o al adquirirla, o a lo que le cuesta comprarla. (También podemos decirlo de otra manera: la tasa marginal de sustitución del dinero por ese monto de mercancía deberá ser, para el comprador, igual al precio de ella.) Adquirirá, en suma, una cantidad del bien cuya utilidad marginal sea proporcional a su precio. Resulta evidente que las utilidades parciales de las unidades intramarginales son distintas de la que tiene para el demandante la unidad que define la utilidad marginal del monto que compra; pero la única de esas utilidades parciales susceptible de medida objetiva es la de esta última unidad, precisamente porque dicha utilidad se expresa en el precio pagado al comprar la respectiva unidad de mercancía. Si adquiriera más, las utilidades parciales de las unidades adicionales serán inferiores al precio (la tasa marginal de sustitución del dinero por la mercancía se haría menor que el precio): es la razón por la cual no lo hace.

Un monopsonista al que se le hiciera una oferta perfectamente elástica se hallaría en el mismo caso; si la rama industrial que produce la mercancía de la que es demandante único operase a costo constante, compraría un monto de ella cuya magnitud quedaría determinada por la proporcionalidad de la utilidad marginal de dicho monto, con el precio, que, dada la naturaleza de la oferta en el período largo, sería igual al costo. O de otro modo, un monto en el cual la

MONOPOLIO Y MONOPSONIO

tasa marginal de substitución del dinero por el bien se igualara con el precio de venta. Las industrias que operan en tales condiciones son, como sabemos, escasas y de poca importancia; la mayoría produce a costos variables, y este hecho complica el análisis de las situaciones monopsonísticas.

Cuando el monopsonista se enfrente con una oferta menos que perfectamente elástica, tendrá que adquirir a distintos precios los diversos montos que esté dispuesto a comprar: ascendentes a medida que aumente la cantidad comprada, si la industria produce a costos crecientes; o descendentes si lo hace a costos decrecientes. Por otra parte, la curva ordinaria de la demanda no puede servirnos como una expresión gráfica del proceso de decrecimiento de la utilidad del bien a que se refiere, para el demandante o los demandantes, sencillamente porque los puntos de esa curva son alternativos, no sucesivos, como tendrían que serlo si fuera posible identificarla con la curva de la utilidad decreciente. No obstante, necesitamos en el análisis del monopsonio una curva de esta última especie, capaz de representar decrecimientos de la utilidad marginal del producto demandado, medibles no en hipotéticas unidades de naturaleza subjetiva, sino en unidades objetivas, o lo que viene a ser lo mismo, en moneda. De otro modo, una curva de la demanda que nos indique qué pequeña dosis adicional de la mercancía estará dispuesta a adquirir el comprador a cada descenso del precio, para agregarla a las que ya adquirió a los precios anteriores, porque considere que, para él, la utilidad parcial de esa dosis, o la ventaja que puede reportarle, es proporcional al precio pagado por adquirirla (o que la tasa marginal de sustitución del dinero por ella es igual a dicho precio); la utilidad parcial de cada dosis, claro está, será tanto menor cuanto mayor sea la cantidad ya poseída a la cual se agrega dicha dosis.

Mediante el empleo de las curvas de indiferencia podríamos derivar una gráfica de la demanda que responda a tales exigencias; pero la aplicación de esas curvas al caso que nos ocupa es bastante

EL TRIMESTRE ECONÓMICO

difícil y complicada.¹⁰ Nos concretaremos, pues, a resumir el razonamiento de que se sirve la profesora Joan Robinson¹¹ para adaptar la curva de la demanda ordinaria a las necesidades del análisis del monopsonio. Puesto que cuando el número de compradores es muy grande —como sucede en competencia pura— la oferta con la cual se enfrenta cada uno es, como vimos antes, perfectamente elástica; y puesto que a cada uno de los precios de su tabla de la demanda individual comprará una cantidad de mercancía cuya utilidad marginal para él es proporcional al precio que paga por adquirirla —la cual, en consecuencia, puede ser medida en unidades monetarias— consideraremos que la utilidad parcial mínima (o utilidad marginal) de la unidad o dosis de cada monto del bien que corresponde a cada precio en esa tabla (o sea, la que determina la utilidad marginal del monto respectivo) tiene como medida objetiva dicho precio. De esta manera, la curva de la demanda individual será una curva de la utilidad decreciente de la mercancía para el comprador, en la cual mediremos en dinero, sobre el eje de las yes, los grados del decrecimiento de la utilidad parcial de cada unidad adicional del bien. Y como la curva de la demanda colectiva es la suma lateral de las curvas de las demandas individuales, podemos admitir que dicha curva es una gráfica de la utilidad decreciente de la mercancía para los compradores considerados como grupo. La cantidad adicional en conjunto comprada a cada baja del precio, se dividirá entre los adquirentes de tal modo que el pequeño monto adicional que cada uno adquiere tenga para él una utilidad parcial mínima que el precio mide.

Una objeción de mucho peso que puede oponerse al procedimiento sugerido por la profesora Robinson es la de que, en el caso de los bienes de consumo, la alternatividad de los puntos de la gráfica de la demanda resulta de la limitación del ingreso de que dis-

¹⁰ Quienes tengan interés en conocerla, pueden consultar el capítulo 11 del libro de Weintraub *Price Theory*.

¹¹ *The Economics of Imperfect Competition*, capítulo 17, apartado 2.

MONOPOLIO Y MONOPSONIO

pone cada demandante: como la cantidad de dinero con que cuenta para cada período de consumo debe bastarle para la satisfacción de todas sus necesidades, la distribuye en forma tal que las utilidades marginales de los montos de los productos que adquieren sean proporcionales a sus precios e iguales entre sí (principio de la equimarginalidad); de lo cual se deduce que una vez que ha comprado a un precio dado determinada cantidad de mercancía, no estará dispuesto a comprar más de ella, aunque el precio baje. Afortunadamente esa objeción no es valedera cuando se trata de compras de productos destinados a fines comerciales o industriales —campo en el cual asume su verdadera importancia el problema del monopsonio—, ya que podemos suponer al demandante capacitado para conseguir sumas prácticamente ilimitadas de dinero a través del crédito, con el fin de realizar sus propósitos. Estará, por consiguiente, en aptitud de comprar cantidades adicionales de la mercancía que necesita a cada uno de los precios posibles de oferta; y adquirirá a cada uno de ellos una nueva dosis capaz de rendirle una ventaja neta igual al precio de adquisición.

De todo lo expuesto podemos sacar la siguiente conclusión: cuando la demanda total se halla dominada por un solo comprador, la curva representativa de ella es una curva de la utilidad decreciente de la mercancía en cuestión, para el comprador. Tendremos que concebirla, no como una gráfica de puntos alternativos, que es como debemos concebir la curva de la demanda ordinaria, sino como una línea de puntos sucesivos, cada uno de los cuales indicará la pequeña cantidad adicional que al precio correspondiente adquiriría el demandante, *después* de haber comprado las dosis adicionales que corresponden a los precios más altos que lo anteceden.

11. *La curva de la oferta marginal*

Decíamos que la probabilidad de que la mercancía que compra el monopsonista sea producida por la respectiva industria a costos

EL TRIMESTRE ECONÓMICO

constantes es muy escasa; en consecuencia, la oferta con la que se enfrenta es, por lo común, menos que perfectamente elástica. Imaginemos que la curva representativa de ella fuera ascendente; llamemos P al precio a que compra el monopsonista un monto X del bien o servicio de que se trata, P' al precio que ha de pagar cuando compra un monto X' , un poco mayor que el que inmediatamente le antecede, ΔX a la pequeña diferencia entre X y X' , y ΔP a la que exista entre P y P' . Tendremos así que PX será el gasto total resultante de la compra de X , primera de las cantidades adquiridas; $P'X'$ el que requerirá la adquisición de X' , segunda de las cantidades compradas; $P'\Delta X$, el valor monetario del incremento de la primera comparada con la segunda (o sea el de la pequeña diferencia entre ambas, puesto que $X' = X + \Delta X$), cuando ese valor se computa al precio a que ha de comprarse esta última; y $X\Delta P$ el aumento neto de la suma gastada en total en la compra de X , cuando se la compara con la que se gasta en comprar X' , ya que $P' = P + \Delta P$. Si llamamos *precio marginal de oferta* a la diferencia neta entre el gasto total hecho por el monopsonista en la compra de la primera cantidad, y el que tendrá que hacer para comprar la segunda, ese aumento neto será el valor monetario que el comprador deberá imputar a la diferencia entre ambas cantidades. Por lo tanto: $PMO = P'X' - PX = P'(X + \Delta X) - X(P' - \Delta P) = P'X + P'\Delta X - XP' + X\Delta P = P'\Delta X + X\Delta P$.

La expresión $P'\Delta X + X\Delta P$ nos permite calcular el precio marginal de oferta que el monopsonista tendrá que pagar al adquirir cada una de las dosis adicionales de mercancías que compraría a los distintos precios. Con la tabla de valores de los precios marginales de oferta que así formemos, podremos trazar una gráfica, que obviamente será, con respecto de la de la oferta colectiva, una curva de valores marginales, puesto que para el comprador monopsonista la gráfica de la oferta total es una curva de valores medios, ya que indica la suma que tendría que pagar por cada una de las unidades del monto que en total podría comprar a cada precio de oferta.

MONOPOLIO Y MONOPSONIO

Conviene insistir en que la curva de la oferta total, que como sabemos se deriva sumando lateralmente las de los costos marginales de las empresas que concurren a integrar dicha oferta, sólo es una gráfica de valores medios desde el punto de vista del comprador monopsonista; por lo tanto, la curva del precio marginal de oferta (que pudiera también llamarse “del gasto marginal de compra”) es una gráfica de valores marginales exclusivamente para él. Sin embargo de ello, mediante el procedimiento que ya conocemos, puede derivarse de la de la oferta total puesto que, como acaba de explicarse, ésta es, considerada por el mismo monopsonista, una curva de valores medios. Resulta obvio que si la diferencia ΔX entre dos montos sucesivos de mercancía adquiridos por el comprador es igual a la unidad, $PMO = P' + X\Delta P$.

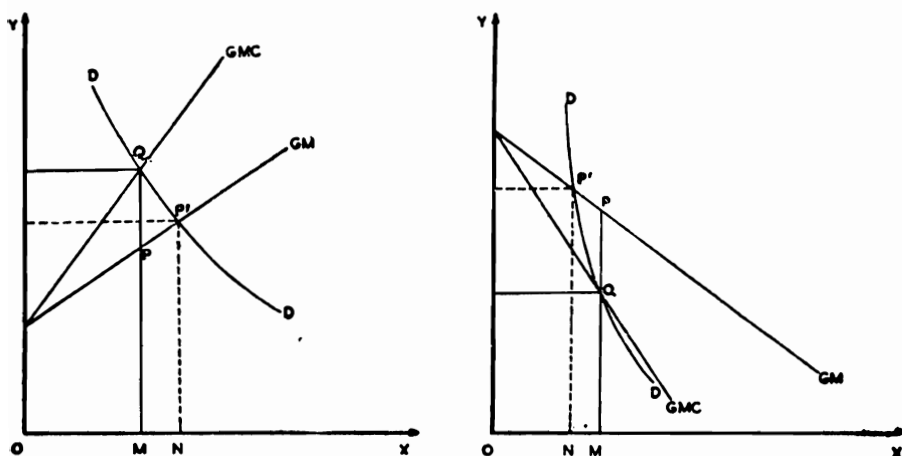
12. *El equilibrio del monopsonio*

Veamos ahora cómo se establece el equilibrio en un mercado cuya demanda total es dominada por un solo comprador. Sean en el diagrama de la figura 7: DD , la curva de la demanda del monopsonista concebida tal como antes se explicó, como una curva de la utilidad decreciente de puntos no alternativos, sino sucesivos; GM , la curva de la oferta total de la mercancía demandada, que para el comprador es, por las razones que acaban de aducirse, una curva de gastos medios de compra; y GMC , la curva de los precios marginales de oferta derivada de la anterior, y que exclusivamente existe debido a la visión que el demandante tiene de los fenómenos reales del mercado.

El punto Q en que se cruzan DD y GMC determinará el monto óptimo de compra para el monopsonista, pues en él se igualan el precio marginal de oferta (o sea, el gasto marginal de compra) con la utilidad marginal, medida en unidades monetarias, que la cantidad de mercancía adquirida tendrá a juicio del comprador. Dicho monto será, pues, OM ; pero el precio de venta no quedará deter-

EL TRIMESTRE ECONÓMICO

minado por la intersección de la curva de la demanda con la del precio marginal de oferta —no será MQ — sino por la ordenada que en la curva de la oferta total GM corresponde a la abscisa que representa el monto OM comprado; será, en consecuencia, MP . De lo expuesto se deduce: primero, que el monopsonista obtendrá un beneficio del comprador igual a $PQ \times OM$; que el precio de monopsonio, MP , es menor que el de competencia pura, que en el caso sería NP' , definido por el punto de intersección de las curvas



FIGS. 7 Y 8

de la demanda total y de la oferta total; y, tercero, que la cantidad OM de mercancía comprada por el monopsonio será menor que la que se vendería en competencia pura: ON .

Estas conclusiones tendrán que modificarse si la industria vendedora opera a costos decrecientes. Si $P = P' + \Delta P$, porque el precio de oferta de la segunda cantidad de mercancía (X') es menor que el que habría que pagar por la primera (X), o expresado de otra manera porque $P' = P - \Delta P$, tendremos:

$$PMO = P'X' - PX = P'(X + \Delta X) - X(P' + \Delta P) = P'X + P'\Delta X - XP' - X\Delta P = P'\Delta X - X\Delta P.$$

Por tanto, la curva de los precios marginales de oferta se des-

MONOPOLIO Y MONOPSONIO

arrollaría por debajo de la curva de la oferta total, que ocuparía, dentro del sistema de coordenadas, una posición similar a la de la curva ordinaria de la demanda (fig. 8). De ello resultará que el punto de cruce de GMC con DD quedará a la derecha y abajo del punto de intersección de DD con GM ; o sea, que el monto de adquisición óptimo para el monopsonista (OM) será mayor que el de competencia pura (ON), aunque el precio de monopsonio (MP) será siempre menor que el de libre competencia (NP'). Si la curva de la oferta fuera perfectamente elástica, coincidiría en todos sus puntos con la del precio marginal de oferta; es decir, caso de que la rama industrial vendedora produjera a costos constantes, el monopsonista pagaría el precio de competencia pura y compraría la misma cantidad que a ese precio se vendería en un mercado de libre competencia.

13. *El monopolio bilateral*

Como se dijo antes, hay monopolio bilateral si en dos etapas sucesivas del mismo proceso productivo dominan la venta sendos monopolios; en tal supuesto, el segundo será, con respecto del primero, un monopsonio. Reducido el problema que así se plantea a sus más sencillos términos, podemos resolverlo con ayuda de los instrumentos diagramáticos que hemos venido usando.¹²

Sean en la figura 9: D , la curva de la demanda que hace el monopsonista, y la del ingreso marginal correspondiente, IM ; GM la de la oferta hecha por el monopolista, y la del precio marginal de oferta que de ella se deriva, GMC . Si el monopsonista pudiera determinar a su arbitrio el precio de venta, sería éste NP' , y la cantidad del producto vendida, ON , puesto que compraría un monto determinado por el punto de intersección de las gráficas de la utilidad marginal y del precio marginal de oferta; pero si él no estuviera

¹² Un análisis más detallado de él se hallará en un trabajo del doctor A. C. Hollman, reproducido por Meyer en su *Modern Economics.—Elements and Problems*, pp. 491-497.

EL TRIMESTRE ECONÓMICO

en el mercado, y el monopolista pudiese a su vez decidir según su conveniencia el precio de oferta y la cantidad ofrecida, optaría por el de monopolio MP , al que corresponde el monto OM de mercancía, determinados ambos por el punto en que se cruzan la curva del costo marginal (igual a la curva de la oferta) y la del ingreso marginal. Surge así un conflicto de intereses entre los dos compo-

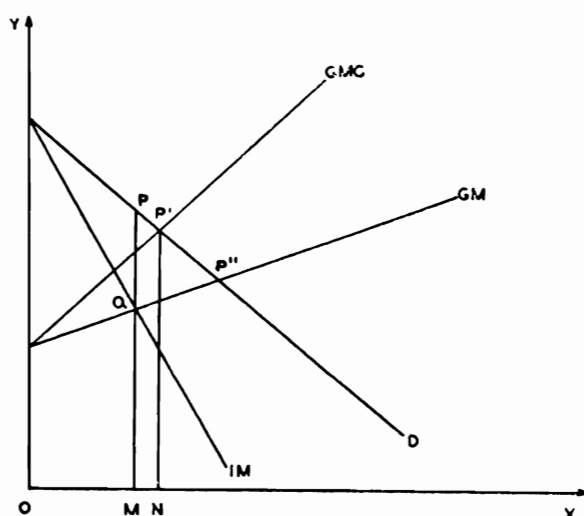


FIG. 9

nentes del mercado, el comprador único y el único vendedor; por tanto, el precio efectivo será cualquiera entre MP y NP , porque ninguno que fuera más alto o más bajo que éstos sería admisible, a la vez, por las dos empresas. De cualquier manera, el que admitan a la postre, será superior al de libre competencia, definido por la intersección en P'' de la curva de la demanda total con la de la oferta total.

En el supuesto de un monopolio bilateral, el resultado a que se llegue dependerá, en suma, de las respectivas habilidades y fuerzas

MONOPOLIO Y MONOPSONIO

de contratación de los participantes, así como de las previsiones que hagan acerca de las futuras condiciones del mercado, puesto que el temor de que aparezcan competidores, tanto del uno como del otro, puede influir en la conducta del comprador, del vendedor o de ambos.

14. *El monopsonio con discriminación de precios*

El monopsonista se halla, al igual que el monopolista, en aptitud de discriminar o diferenciar los precios. Esto sucede cuando diversos grupos de vendedores, separados entre sí de tal manera que no puedan trasladarse con facilidad de uno a otro de los distintos mercados que forman, se ven obligados a venderle a un solo y mismo comprador. En semejante caso, el monopsonista comprará en cada centro de producción y venta una cantidad de mercancía cuyo precio marginal de oferta equivalga a la utilidad marginal que tiene para él el monto adquirido en total en todos ellos. La figura 10 ilustra la situación que estamos suponiendo: DD es la curva de la demanda, o sea de la utilidad decreciente de la mercancía para el comprador; CMC y GM la del precio marginal de oferta, y la de la oferta en el primer mercado; $G'M'C'$ la del precio marginal de oferta y $G'M'$ la de la oferta en un segundo mercado. Para que le convenga al monopolista discriminar los precios, se requiere que las elasticidades de las ofertas, y, por tanto, la de las curvas del precio marginal de oferta, sean distintas en uno y otro. Si la elasticidad de la oferta es la misma en ambos—caso en el cual las curvas del precio marginal de oferta serán igualmente elásticas en las dos—, el comprador único podrá adquirir en cualquiera de ellos, al mismo precio, un monto de mercancía en el que el precio marginal de oferta y la utilidad marginal de dicho monto, para él, sean iguales. Por consiguiente, no le reportará ninguna ventaja la discriminación.

Para encontrar la porción del monto total que comprará en cada mercado el monopsonista, así como el precio que pagará por ella, ne-

EL TRIMESTRE ECONÓMICO

cesitamos las gráficas de los precios marginales de oferta totales, que hallaremos sumando lateralmente las de los parciales. De esta manera trazaremos la curva $GMCT$ de los precios marginales de oferta totales. Arrancará del punto E de $G'M'C$ porque no le convendrá al monopsonista adquirir en el primer mercado ninguna cantidad de mercancía menor que la determinada por dicho punto, ya

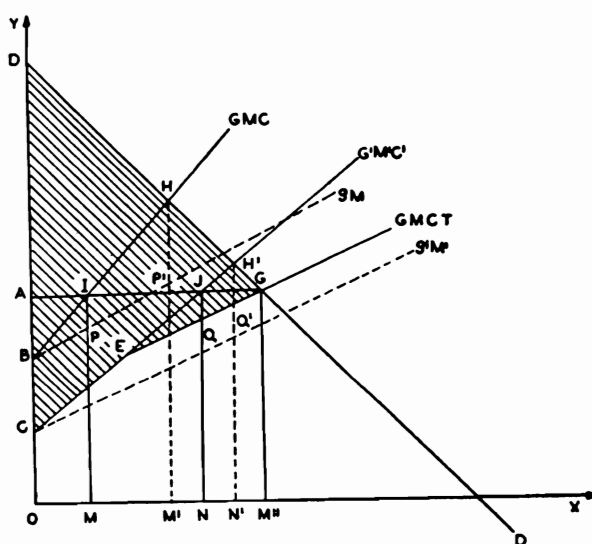


FIG. 10

que en el segundo mercado podrá obtenerla a un precio marginal de oferta más pequeño. A partir de ahí, adquirirá cantidades distintas en los dos centros de venta, con el mismo precio marginal de oferta. Comprará en conjunto, por consiguiente, un monto cuyo precio marginal de oferta total será igual a la utilidad marginal que le reporte, o sea, el monto OM'' .

De éste, adquirirá en el primer mercado la cantidad OM , a un precio marginal de oferta $MI = M''G$, y en el segundo, la cantidad ON , a un precio marginal de oferta $NJ = M''G$. En conjunto com-

MONOPOLIO Y MONOPSONIO

prará OM'' , porque $OM = NM''$, de lo cual resulta que $OM + ON = ON + NM'' = OM''$. La cantidad OM , adquirida en el primer mercado, la obtendrá al precio MP , y el monto ON comprado en el segundo, al precio NQ , determinados ambos por las respectivas curvas de la oferta. Esos dos precios son inferiores a los que tendría que pagar el monopsonista si operara sin discriminarlos; porque los precios de monopsonio sin discriminación, como ya sabemos, son los que corresponden en la curva de la oferta a montos del producto determinados por la intersección de las gráficas del precio marginal de oferta y de la utilidad marginal, o sea, de la demanda. Serían, pues, $M'P$, mayor que MM , en el primer mercado, y $N'Q'$ mayor que NQ , en el segundo. Como el monopsonista gastará en total, para comprar la cantidad OM'' de mercancía, una suma de dinero igual al área $OM''GEC$ y la mercancía comprada tendrá para él una utilidad total medida también en dinero, igual a la superficie $OM''CD$, es claro que logrará un beneficio del comprador representado por el área sombreada. Sin discriminación de precios, ese beneficio sería menor: si suponemos, por ejemplo, que el monopsonista adquiere el monto óptimo sólo en el segundo mercado, el excedente del comprador sería $CH'D$, menor que el que obtiene comprando en los dos, a diferentes precios.

La existencia del monopsonio no es una simple abstracción teórica: aparece, verbigracia, cuando los compradores de una mercancía cualquiera—suelen hacerlo así quienes adquieren fuerza de trabajo—se ponen de acuerdo para pagar por ella los mismos precios; es decir, actúan como si constituyeran un comprador único. Tal ocurre en México, por ejemplo, con la Asociación de Productores de Azúcar, que opera monopsonísticamente frente a los productores de caña. La United Fruit Co. o Standard Fruit Co. ha sido por mucho tiempo un monopsonio completo en los centros productores de plátano de los países de Centro América y de algunas regiones de México. Un caso común de monopsonio es el del comprador de un artículo que solamente él puede utilizar, como ocurre con los marbetes

EL TRIMESTRE ECONÓMICO

de la Coca-Cola, las hojas de papel de carta con membrete y las tarjetas de visita. Por lo regular, los monopolios, tan frecuentes en la actividad económica contemporánea, son al mismo tiempo monopsonios con respecto a uno o varios de los medios de producción que utilizan. La asociación azucarera que acaba de mencionarse es un monopolio como vendedora del producto acabado y, como queda dicho, un monopsonio como compradora de materia prima.