



ARTÍCULOS

La Competencia imperfecta y la Teoría Tradicional (I)

Benjamín Cornejo

Revista de Economía y Estadística, Primera Época, Vol. 6, No. 1-2 (1944): 1º y 2º Trimestre, pp. 1-17.

<http://revistas.unc.edu.ar/index.php/REyE/article/view/3189>



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

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

Contacto: rev_eco_estad@eco.unc.edu.ar

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

Cómo citar este documento:

Cornejo, B. (1944). La Competencia imperfecta y la Teoría Tradicional (I). *Revista de Economía y Estadística*, Primera Época, Vol. 6, No. 1-2 (1944): 1º y 2º Trimestre, pp. 1-17.

Disponible en: [<http://revistas.unc.edu.ar/index.php/REyE/article/view/3189>](http://revistas.unc.edu.ar/index.php/REyE/article/view/3189)

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

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



REVISTAS
de la Universidad
Nacional de Córdoba



Universidad
Nacional
de Córdoba



FCE
Facultad de Ciencias
Económicas



1613 - 2013
400
AÑOS

LA COMPETENCIA IMPERFECTA Y LA TEORIA TRADICIONAL

I

SUMARIO: 1. Introducción. — 2. Problemas e hipótesis básicas de la teoría tradicional. — 3. Oferta y demanda globales. — 4. El equilibrio estable. — 5. Los elementos reales de la competencia imperfecta. — 5. Primeros aspectos metodológicos. — 7. La industria y la firma. — 8. El vendedor individual en competencia perfecta. — 9. El monopolio.

1. — A partir de los trabajos de Sraffa —que abrió el fuego en 1926 con un artículo hoy famoso (1)— y la escuela de Cambridge, una verdadera revolución se viene realizando en el campo de la teoría económica, donde los “revolucionarios” han acometido la empresa de abatir nada menos que los conceptos tradicionales de competencia y monopolio con los cuales se había edificado, en tarea de más de un siglo, la imponente construcción teórica de una disciplina que llegó así a aspirar a un grado de exactitud solo comparable con el de la física celeste. Desde entonces, pocos temas han ocupado un lugar tan destacado en las discusiones académicas como el de la llamada “competencia monopolística”

(1) PIERO SRAFFA, “The Laws of Return under Competitive Conditions”, *Economic Journal*, diciembre de 1926, pág. 535. La versión italiana está incluida en el volumen IV de la *Nuova Collana di Economisti*, Torino, Unione Tipografica. Editrice Torinese, 1937.

que recibió el concurso de los economistas de mayor relieve de la época.

La nueva concepción parece alcanzar su formulación sistemática en 1933 con las conocidas obras de Chamberlin y Robinson ⁽²⁾ que aparecen casi al mismo tiempo y que consagran, respectivamente, las expresiones "competencia monopolística" y "competencia imperfecta" que, aparte discrepancias formales o terminológicas, corresponden a teorías que reconocen entre sí una identidad substancial.

¿En qué consiste esta revolución? ¿En qué medida la nueva teoría es revolucionaria y qué queda en pie de las concepciones tradicionales?

Tales las cuestiones —amén de otras conexas— que nos proponemos analizar en este breve ensayo.

2. — Para comprender debidamente el alcance de las nuevas teorías, es menester una brevísima recapitulación de los problemas que con ellas se encara y una sumaria referencia a los términos en que la ciencia económica más avanzada los tenía planteados y resueltos.

El problema es el de la formación de los precios, problema central capaz de abarcar en sí mismo todo el contenido de la economía política científica. Sin embargo, la formulación sistemática de las leyes de los precios sólo se alcanza en Cournot, un tanto al margen de la escuela clásica. Por lo menos, es Cournot quien elabora la teoría del monopolio, tan descuidada por los primeros economistas, y quien precisa los

(2) EDWARD CHAMBERLIN, *The Theory of Monopolistic Competition*, Cambridge, Harvard University Press. Citamos la 3ª. edición de 1938. JOAN ROBINSON, *The Economics of Imperfect Competition*, Macmillan and Co., limited, London. Citamos la edición de 1938. A estos dos nombres, podríamos agregar el de ROBERT TRIFFIN, "*Monopolistic Competition and General Equilibrium Theory*", Harvard University Press, 1940, muchos de cuyos argumentos serán considerados en este artículo y que procura conciliar la nueva teoría con la del equilibrio económico general. Este libro, excelente por muchos conceptos, nos da una abundante bibliografía sobre el tema.

principios básicos —ley de la demanda, ley de la oferta, coste de producción— indispensables desde entonces en toda elaboración científica de la materia que pretenda disipar la confusión sembrada por la introducción en el campo de la ciencia del problema extra-científico de las “causas” del valor, y superar la trivialidad tan corriente en los manuales en la consideración del asunto más complejo de nuestra disciplina.

La teoría que podemos llamar “tradicional” —por oposición a las nuevas que vamos a estudiar— situó la consideración del problema de los precios en dos hipótesis, adoptadas desde entonces sin mayor examen de su validez, de modo que la teoría del valor venía a desdoblarse, perdiendo así el carácter unitario que tuvo mientras los economistas no prestaron mayor atención al monopolio o lo consideraron como un caso de excepción, sometido más a la arbitrariedad del monopolista que al juego de una verdadera ley económica. Fué Cournot el que destacó la importancia de ese *caso* y el que, al estudiarlo en primer término (para ir de lo más simple a lo más complicado), se adelantó a los que mucho más tarde habían de considerar a los elementos monopolísticos como integrantes de la hipótesis que mejor se corresponde con la realidad. De allí en adelante la economía política estudia como distintas la formación del precio en régimen de libre concurrencia y en régimen de monopolio. Debe hacerse notar, no obstante, que la unidad que se había perdido—y que residía en la deficiencia con que se encaraba una de las hipótesis— se recupera con creces cuando, siempre por obra de Cournot, se advierte que el monopolista está sometido a las mismas leyes —en especial la ley de la demanda— que el vendedor en libre competencia. La diferencia está en la suerte distinta que corren el vendedor competidor y el monopolista, pues mientras la concurrencia conduce en el primer caso a la eliminación del beneficio, el monopolio per-

mite en el segundo la subsistencia de provechos, como resultado de los más altos precios. No es que la competencia anule totalmente los beneficios; ellos existen si se miran las cosas desde un punto de vista dinámico, mientras se logra el equilibrio o en el intervalo que media entre el paso de una posición de equilibrio a otra. La competencia uniforma los precios hacia abajo; mientras esa uniformidad no se alcanza, los empresarios realizan beneficios; cuando el equilibrio se alcanza, en el más bajo precio compatible con los costos y la demanda, desaparece el beneficio (los anormales, se entiende, ya que el costo, como es sabido, comprende la remuneración "normal" del empresario). No está de más señalar que la economía pura prestó gran dedicación a estas posiciones de equilibrio que consideró como *estables*; más aún, hizo de tales posiciones el objeto principal de sus afanes. Mas no desconoció que la estabilidad es transitoria, que la realidad es esencialmente dinámica ya que la población, la técnica y los gustos están sujetos a incessantes cambios.

Estas observaciones, elementales por demás, son indispensables para recordar que la economía tradicional al asignar a sus hipótesis el carácter de abstracciones *irreales*, afirmaba —a contrario sensu— la existencia de una realidad más compleja, donde las fuerzas de naturaleza dinámica permiten la multiplicidad de precios y la vigencia de provechos que dejan, de esta suerte, de ser anormales, para constituirse en un fenómeno normal de la vida económica. Esta referencia permitirá, como veremos, hacer mejor justicia a las teorías tradicionales frente a las impugnaciones de los innovadores.

3. — Sobre las bases y planteamientos ya indicados, se ha vulgarizado una representación gráfica de la oferta y la demanda que muestra cómo ellas son una función del precio y cómo —posición de equilibrio— hay un precio en el que

se igualan las cantidades demandadas y ofrecidas de una mercancía o producto.

Indicando los precios en las ordenadas (OY) y las cantidades en las abscisas (OX), sabemos que la curva DD' indica las diferentes cantidades que en un instante dado se demandan a los distintos precios (por ejemplo: al precio PA se demanda la cantidad OA), y que la curva CC' indica las diferentes cantidades que en ese instante se ofrecen a los distintos precios (por ejemplo: al precio PA se ofrece la cantidad OA). El precio de equilibrio es aquel en el que la curva de

la demanda intercepta a la de la oferta, o sea cuando se igualan las cantidades demandadas y ofrecidas. (El precio PA de la figura 1).

Si el precio fuera $P'A'$ sólo se demandaría la cantidad OA' , en tanto que la oferta,

a ese precio sería OA'' (desde que $P'A'$ es igual a $P''A''$), o sea que habría una oferta excedente. Si el precio fuera menor, se demandaría más pero la demanda quedaría insatisfecha desde que a ese precio menor se ofrecería también menos (por ejemplo: si el precio fuera $M'A'$ igual a $N'A''$). La teoría tradicional hace de esas curvas la representación "global" de la demanda y la oferta. En efecto, la curva DD' expresa las cantidades totales que se demandan a los distintos precios, vale decir, la suma de las cantidades demandadas por

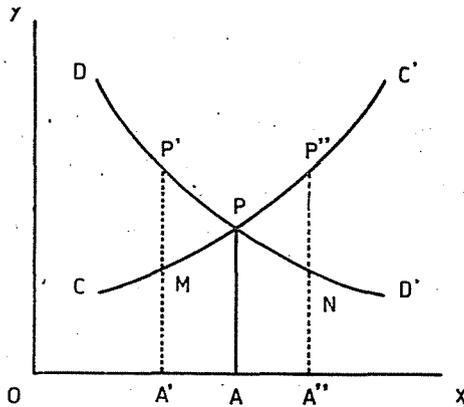


FIGURA N°. 1

un conjunto numeroso de consumidores. La curva "engloba", pues, a consumidores que tienen cada uno su propia curva o tabla de demanda. Pero lo mismo ocurre con la curva de la oferta. Las cantidades ofrecidas y que dicha curva representa, son aportadas por numerosos vendedores que producen con distintos costes de producción. En otras palabras, la curva de la oferta es la curva de la *industria* y no de un productor particular (3).

4. — Cuando las cantidades ofrecidas son aportadas, como hemos visto, por numerosos vendedores, decimos que estamos en régimen de competencia o concurrencia. Si esa competencia es perfecta o pura, el precio de equilibrio se fijará, decíamos, en el más bajo coste de producción compatible con el estado de la técnica. Ese precio, por otra parte, no está influido por la conducta de ninguno de los vendedores en particular ya que la cantidad aportada por cada uno es una mínima parte del total. Esta conclusión no se altera sea que consideremos a la "industria" como refundida en una sola firma o empresa representativa, sea que la consideremos integrada por una multitud de empresas; en este último caso, el coste de producción *total* (total en el sentido de que agrupa a todas las firmas) nos dará el coste indispensable para producir las cantidades demandadas. Si cada empresa tiene costes distintos a los de sus competidoras, se producirían fenómenos de *renta* para las empresas de coste inferior al de las empresas marginales. Mas, si la competencia es *realmente* perfecta, como tendremos ocasión de verlo más adelante, esos fenómenos de renta deben también anularse, determinando un precio de equilibrio *estable*.

Si, en cambio, la cantidad total del producto es aportada

(3) La empresa "tipo" o "representativa" de Marshall no es más que una abstracción o un instrumento de trabajo. La curva de la oferta sigue siendo, por tanto, una curva de oferta global o total.

por una sola empresa, se dice que estamos en el caso del monopolio. En tal caso, el precio de equilibrio *estable* del monopolista será un precio que signifique la existencia de un provecho. Es decir, el precio de equilibrio es superior al coste de producción.

En este último supuesto, la curva de la oferta deja de ser global para transformarse en singular, pero la curva de la demanda sigue siendo global porque el producto del monopolista es consumido por muchos (4). La curva de la demanda permanece la misma, pero el monopolista, teniendo en cuenta la curva de los costes, fijará aquel precio que multiplicado por el número de unidades vendidas represente la máxima ganancia neta y porque la fuerza de la competencia no lo conducirá al punto más bajo de la curva del costo.

5. — A esta altura podemos ya entrar a examinar algunos aspectos de la teoría de la competencia imperfecta.

La nueva teoría, si bien impugna el concepto de monopolio, por lo menos en cuanto atañe a la singularidad, lleva su carga de fondo contra el concepto de competencia.

La realidad económica, afirman, no está integrada por competidores puros que venden el mismo producto, sino que, dentro de cada *industria*, cada vendedor vende un producto *diferente* al de sus competidores. La competencia perfecta, en consecuencia, es una hipótesis "ideal" y sus leyes un producto de laboratorio, sin correspondencia con los fenómenos del mundo real.

Las razones o causas que permiten afirmar la *individualidad* de cada vendedor, serían las siguientes (5):

-
- (4) MARSHALL, *Principes d'Economie Politique*, traducción francesa de Sauvaire - Jourdan y Savinien Bouysson, Bibliothèque Internationale d'Economie Politique, París, Giard & Briere, 1906-1909. Libro V, capítulo XIII, parágrafo 3.
- (5) CHAMBERLIN, cap. IV, pág. 56 y sigtes. ROBINSON, cap. 6, pág. 85 y sigtes.

La *ignorancia* y la *inercia*, determinan que los consumidores efectúen sus compras a ciertos proveedores, sin consideración a los precios más ventajosos que otros podrían ofrecerles.

A ese elemento, en el cual el consumidor desempeña un papel activo, súmase la influencia de la *publicidad* y la *propaganda*; aquí son los vendedores los que procuran, *activamente*, atraerse a los compradores.

La *ubicación* de los negocios atrae más o menos compradores, aún prescindiendo del hecho de que la distinta ubicación no signifique la existencia de gastos de transporte. En una ciudad, pocas cuadras de distancia significan, a veces, una notable diferencia de localización comercial y así se explican también grandes diferencias en el valor venal del suelo.

Agreguemos a esto que todas las condiciones externas e internas del negocio influirán en la atracción de compradores: *trato a la clientela*, *presentación*. A lo que puede agregarse el *crédito que concede*.

En cuanto al producto mismo, hay elementos característicos de diferenciación como el *nombre* o la *marca*. Y más en general, puede decirse que *cada productor* vende "su" producto, distinto al de los demás, aunque más no sea por la *personalidad* de aquél, que se refleja en preferencias de los compradores extrañas a los precios.

Y aún podríamos agregar nosotros que cada consumidor es distinto a los demás en inteligencia y conocimiento del mercado.

Las circunstancias anotadas nos conducen, en síntesis, a establecer que el mercado es *imperfecto* y que cada producto es *diferente* al de sus competidores, sobre lo que ponen el acento Robinson y Chamberlin, respectivamente.

6. — Hasta aquí la nueva teoría se nos presenta adoptando un método más realista que la economía ortodoxa.

Pero conviene anotar que el alcance de la crítica para la teoría tradicional implícitamente contenida en este nuevo modo de ver, no va más allá del aspecto metodológico. Ya hemos advertido que aquélla tenía conciencia del carácter irreal de sus hipótesis. Así, Walras, que podemos tomar como modelo, decía: "El valor de cambio abandonado a sí mismo se produce naturalmente sobre el mercado bajo el imperio de la *concurrència*. Como compradores, los cambistas demandan al alza, como vendedores, ofrecen a la baja, y su concurso produce así un cierto valor de cambio de las mercaderías, tanto ascendente, descendente ó estacionario. Según que esta *concurrència* funcione más o menos bien (la bastardilla es nuestra), el valor de cambio se produce de una manera más o menos rigurosa. Los mercados mejor organizados bajo el régimen de la *concurrència* son aquellos donde las ventas y compras se hacen de viva voz, por intermedio de agentes tales como los agentes de cambio, los corredores de comercio..." "...Supondremos siempre un mercado perfectamente organizado bajo el régimen de la *concurrència*, como en mecánica pura se suponen en principio máquinas sin frotamientos" (6).

"Este estado de equilibrio de la producción es, como el estado de equilibrio del cambio, un estado ideal y no real. No sucede jamás que el precio de venta de los productos sea absolutamente igual a su precio de costo en servicios productores, como no sucede jamás que la oferta y la demanda efectivas de los servicios productores o de los productos sean absolutamente iguales. Pero es el estado normal en el sentido que es hacia el cual las cosas *tienden* por sí mismas bajo el régimen de la libre *concurrència* aplicada a la producción como al cambio" (7).

Vale decir, Walras no desconoce que en la vida real

(6) WALRAS, *Eléments d'Economie Politique Pure*, ed. definitiva. París, 1926; págs. 44-45.

(7) WALRAS, loc. cit., pág. 194.

obran fuerzas distintas y concurren muchas circunstancias que modifican los resultados de la ciencia pura. Con plena conciencia, pues, de su "debilidad" adopta el método de suponer el libre juego de una sola de aquellas fuerzas: la competencia, con el presupuesto básico de que todo empresario persigue hacer máximos sus beneficios.

Y Marshall, más próximo a las teorías modernas, es más explícito aún: "...vemos cómo el uso del vocablo "normal" se encuentra en armonía con el uso que se hace en la frase *acción normal*. En efecto, la acción normal es aquella que se puede esperar de un cierto grupo de personas en *circunstancias dadas* (la bastardilla es nuestra); es decir, el resultado de ciertas tendencias cuyas fuentes se indican en el texto como estando llamadas a obrar (en las condiciones del problema) de una manera persistente, y a predominar a la larga; algunas de esas tendencias reposan sobre una base física y otras sobre una base moral. Sin embargo, ciertas otras tendencias, —*las unas competitivas y las otras no competitivas*— (la bastardilla es nuestra) son llamadas a hacerse sentir de una manera más o menos intermitente, y de allí que ellas se encuentren ser relativamente no persistentes. *La acción combinada de esos dos grupos de causas, las que son persistentes y las que no lo son, constituye en cualquier momento el precio "efectivo" o de "mercado".* (bastardilla nuestra) (8).

Esta fuerza de la competencia aislada por la teoría tradicional —o conceptuada como más persistente para producir sus efectos *a la larga*, como suponía Marshall— no se elimina en las nuevas teorías. Como que sus dos genuinos expositores conservan el vocablo al enunciarlas: competencia imperfecta, competencia monopolística. Pero en adelante no será presentada como única o más preponderante, sino en vinculación con la fuerza de sentido contrario que la

(8) MARSHALL, tomo II, págs. 38-39.

acompaña en la realidad: la fuerza de los elementos monopolísticos.

Nótese cómo la elegante metáfora de Chamberlin trae reminiscencias del ya citado pasaje de Marshall: "La analogía de las fuerzas componentes, aunque no exacta, es útil. Los precios reales no se acercan más a los precios puramente competitivos que lo que el curso de un navío a doble hélice se acerca al curso que seguiría si solamente funcionara una sola. Pura competencia y puro monopolio son extremos, justamente como son extremos los dos cursos del vapor según sea impulsado por una u otra hélice separadamente. Los precios reales no tienden hacia ninguno de los dos, sino hacia una posición intermedia determinada con referencia a la relativa potencia de las dos fuerzas en cada caso particular. Un precio puramente competitivo no es un precio normal; y excepto para aquellos pocos casos del sistema de precios donde la competencia es realmente pura, no hay tendencia a que sea establecido". (9).

7. — Frente a esta posición de la teoría de Robinson y Chamberlin, ¿cuál es la primera consecuencia importante que debemos anotar para la elaboración de una teoría de los precios?

La concepción tradicional fijó su atención en dos extremos: pura competencia y monopolio. Como según se desprende de lo ya visto, la "realidad" está integrada por situaciones intermedias, hay que elaborar la teoría construyendo la hipótesis intermedia, vale decir, aquélla en que jueguen *a la vez* las dos fuerzas elementales, la que empuja los precios hacia abajo por la acción de la competencia y la que los impulsa hacia arriba por la intervención de los elementos monopolísticos, la que vincula a cada productor con sus competidores y la que tiende a aislarlo. Ahora bien; como es de la esencia de la teoría que siempre o ca-

(9) CHAMBERLIN, pág. 64.

si siempre hay algún grado de aislamiento —que depende de la medida en que cada producto se diferencia de los que le hacen competencia— nos vemos obligados a efectuar un desplazamiento, de la *industria* hacia la *firma*. Y es ésta la primera consecuencia importante de la nueva teoría que debemos anotar.

La *firma* o empresa individual sólo fué considerada antes en el caso del monopolio. La firma, en cambio, unidad integrante del conglomerado de firmas que concurren a integrar la oferta global de un producto, fué casi completamente descuidada. En efecto, no puede en rigor considerarse que Cournot, Walras o Pareto tomaran como centro de gravedad del problema lo relativo a la firma —empresa individual— en el caso de la libre concurrencia y que, por tanto, los economistas del equilibrio general (Walras-Pareto) no tendrían nada que aprender a este respecto, según lo sostiene Triffin (10).

Los autores nombrados se refirieron a la firma individual —en el caso de la libre concurrencia— en función de su carácter de productora de una mercancía que a la vez es producida por otros numerosos productores. Y aparte de algunas ideas generales que se han transmitido a los modernos economistas acerca de la posición de la firma dentro del conjunto —la industria de Marshall— se interesaron más en el conjunto y en su curva de demanda, es decir, la demanda global de la mercancía de que se trata. Tan es así que Marshall, que realiza una especie de grandiosa síntesis de las direcciones marginalista y matemática del neo-clasicismo, prefiere recurrir al artificio de una empresa tipo o representativa, ficción que le permite considerar como *una* empresa a las muchas que concurren para producir la misma mercancía. La consabida proposición de que la demanda es función del precio —esencial en la teoría del precio ya se trate de Cournot, Walras, Pareto o Marshall—

(10) TRIFFIN, págs. 9-10.

sólo tiene aplicación para el caso de la demanda global. Y ello es así porque, de acuerdo a las ideas generales sobre la firma antes aludidas, la situación de cada empresario es la siguiente: la cantidad producida en relación al total es tan insignificante, que el comportamiento individual del empresario no tiene influencia sobre el precio; ni el precio puede ser modificado para mejorar su posición: si lo eleva, sus rentas caen a cero ya que los competidores venden la *misma* mercancía a un precio inferior; si lo baja, actúa a pura pérdida ya que al precio anterior podía vender *toda* la cantidad que quisiera. En resumen, de acuerdo a la enseñanza de la teoría económica tradicional, la curva de demanda para el vendedor o firma individual, es perfectamente elástica. Pero si este vendedor individual no tiene competidores *en esa mercancía*, estamos en el caso de monopolio, y aquél puede buscar activamente su posición de máxima ganancia maniobrando sobre cantidades o sobre precios; en este caso su curva de demanda es igual a la que tendría el producto si en lugar de ser vendido por uno solo lo fuera por muchos.

8. — Son en realidad los economistas de la competencia imperfecta quienes —utilizando aquellas ideas de la teoría tradicional— precisan de manera concluyente la posición de la firma en la hipótesis de la concurrencia pura. Como es la firma la unidad fundamental que ellos consideran, procuran establecer cuál es la situación del vendedor individual en la hipótesis de pura competencia (o "perfecta"), simple extremo teórico, para compararla con la del vendedor en régimen de competencia imperfecta o monopolística que correspondería a la realidad.

Haciendo uso, pues, de los elementos heredados de los viejos economistas, Robinson y Chamberlin nos dan la misma visión del caso considerado ⁽¹¹⁾.

(11) ROBINSON, págs. 95 y sigtes.; CHAMBERLIN, págs. 6 y sigtes. El gráfico es el 37 de ROBINSON y el 3 de CHAMBERLIN.

Prescindiendo por el momento de la curva CM , la del costo marginal, tenemos que: siendo CU la curva del costo promedio o unitario, y PA el precio *fijado por el mercado*, a ese precio la firma vende la cantidad que le conviene —lo único sometido a su arbitrio es la cantidad— que en el caso considerado será $O A$ desde el momento que siendo la demanda perfectamente elástica, la curva DD' , es en P tangente a la curva del costo.

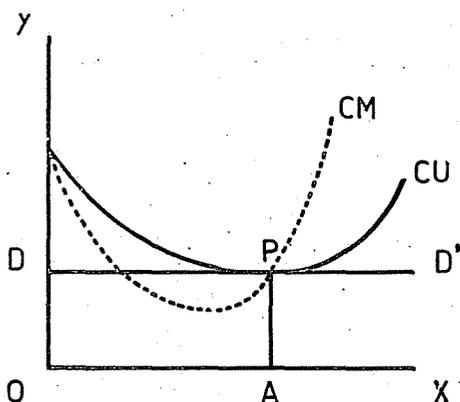


FIGURA N.º 2

Una cantidad mayor o menor no le convendría al empresario pues para cualquier cantidad que no sea $O A$ el el precio estaría por debajo del costo unitario. A un precio inferior también vendería con pérdida pues P es el punto más bajo de la curva del costo. A un precio superior sus ventas caerían a cero ya que hemos supuesto que el mercado es perfecto y que los competidores venden la *misma* mercancía al precio PA . Si el precio de mercado fuera momentáneamente superior a PA , se producirían fenómenos dinámicos de renta que las firmas aprovecharían para producir aquellas cantidades que —teniendo en cuenta precio y costo— representen la máxima ganancia. Pero la fuerza de la competencia llevará los precios hacia PA que señala así el precio de equilibrio estable. "En una industria perfectamente competitiva cada firma producirá, estando en completo equilibrio, aquella cantidad a la cual sus costos promedios son mínimos. Cada firma estará, pues, en

su *dimensión óptima*" (12). Esto está de acuerdo con la hipótesis walrasiana del empresario que, en el punto de equilibrio, no hace ni ganancias ni pérdidas (13). Para que la posición de equilibrio sea la descrita es indispensable que estén reunidas las condiciones que definen la competencia perfecta: numerosos vendedores y mercancía indiferenciada, además de las otras circunstancias de tiempo, lugar y personas que definen la perfección del mercado. "Es solamente si prevalecen las condiciones de la competencia perfecta, dice la economista inglesa, que las firmas serán de *dimensión óptima*, y no hay razón para esperar que ellas sean de *dimensión óptima* en el mundo real, desde que en el mundo real la competencia no es perfecta" (14).

9. — Si nos situamos en el otro extremo, en la hipótesis de *monopolio*, entramos en la materia en que la teoría tradicional trabajó con la "firma", ya que la idea de monopolio se asociaba a la de *singularidad*: un solo vendedor.

Pero he aquí que si queremos definir el monopolio —como lo hicimos con la competencia perfecta— como una posición extrema o límite que podríamos llamar el monopolio *puro* o *perfecto*, el tema nos conduce a la consideración de uno de los aspectos más difíciles y controvertidos de las nuevas teorías y cuya discusión, por consiguiente, reservamos para el próximo capítulo.

BENJAMÍN CORNEJO

(Continuará)

(12) ROBINSON, pág. 96.

(13) WALRAS, pág. 195.

(14) ROBINSON, pág. 97.