

# Oligopolio y poder de mercado. Discusión de la hipótesis de precios rígidos\*

*Oligopoly and Market Power. Rigid Price's Hypothesis Discussion*

Alfonso Anaya Díaz\*\*

## Resumen

El trabajo examina las relaciones entre la rigidez de precios y el poder de mercado. Se abordan aspectos conceptuales e instrumentales de la medición éste último y se analizan algunos modelos de oligopolio neoclásicos y poskeynesianos, contrastando sus propiedades con el de demanda quebrada y otros planteamientos análogos. Asimismo, se consideran algunas implicaciones que tiene la inflexibilidad de precios para las políticas de competencia y se examina la capacidad del Cociente de Alineación de Precios para la detección de dicha rigidez.

### Palabras clave:

- Poder de mercado
- Rigidez de precios
- Oligopolio
- Política de competencia
- Cociente de alineación de precios

JEL: D40, L11, L16

## Abstract

The paper focuses rigid prices and market power relations, enhancing conceptual and measuring problems of that last phenomenon. Characteristics and properties of the kinked demand curve and other post Keynesian models —supporting price rigidity— are contrasted with relevant microeconomic neoclassical proposals about the short and long run market adjustments. Also are analyzed competition policy implications of price rigidity and the potential of the Price Alignment Quotient as an instrument for price rigidity detection.

### Keywords:

- Market power
- Price Rigidity
- Oligopoly
- Competition Policy
- Price Alignment Quotient.

## Introducción

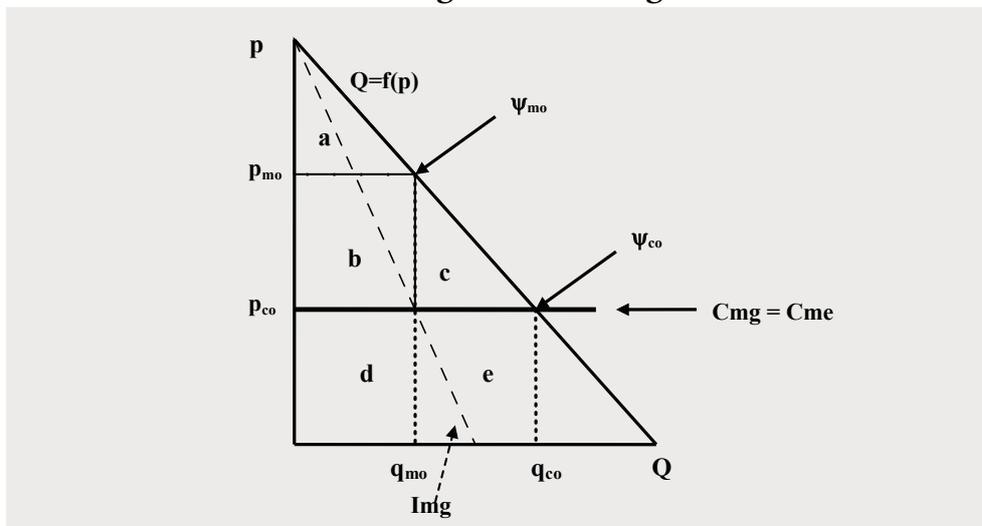
La rigidez de precios, **pr**, está asociada a la extendida presencia de estructuras oligopólicas en el capitalismo contemporáneo y tiene gran significación e implicaciones en la teoría y la política económicas. Aunque desde luego no la única, el modelo de Sweezy (1939) es una referencia común de tal hipótesis, que describe cómo los productores en arreglos industriales con concentración productiva relativamente alta son renuentes a modificar precios, viéndose inclinados a utilizar otras formas de competencia. Además de ser corrientemente aceptada por planteamientos heterodoxos, tal idea también es asumida por la economía convencional. Pero, mientras que para ésta no es un concepto de gran importancia en la explicación del funcionamiento económico (y es antitética con el equilibrio general, la doctrina neoliberal y criterios de eficiencia y normativos asociados a éstos), para la economía pos keynesiana **pr** es crucial en el plano microeconómico y en propuestas de política anticíclica y gestión de la demanda efectiva.

\* Versión revisada de la ponencia sobre el mismo tema presentada en el xxii Coloquio de Economía Matemática y Econometría



Existe una relación positiva de **pm** con  $\Pi_e$  (donde  $\Pi_e > \Pi_n$  son utilidades económicas o beneficios y utilidades normales, respectivamente). Y tal situación implica menor producción y demanda con respecto al nivel de equilibrio de competencia. Las consecuencias de **pm** en cuanto a eficiencia productiva y bienestar social pueden ser claramente percibidas en la gráfica 1, que muestra el triángulo de Haberger (superficie **c**: pérdida irrecuperable de eficiencia o peso muerto del monopolio) y otros efectos ocasionados por **pm**.

**Gráfica 1**  
**Triángulo de Haberger**



Con ayuda del diagrama (en el que **Q** denota la producción;  $p_{mo}$ ,  $q_{mo}$ ,  $\Psi_{mo}$  el precio, la cantidad producida y el equilibrio de monopolio, respectivamente; en tanto que  $p_{co}$ ,  $q_{co}$ ,  $\Psi_{co}$  son los de competencia), podemos ver cómo la empresa monopolista, gracias a **pm**, obtiene  $\Pi_e$ , transfiriendo a su peculio el excedente del consumidor representado por la superficie del rectángulo **b**, al tiempo que se elimina el área **e**, de modo que, socialmente, no sólo se pierde **c**, sino también los insumos productivos o valor agregado y empleo (costos) que supondría producir  $q_{co}$  de no ejercerse **pm**. En suma, la gráfica 1 permite inferir claramente, en términos de bienestar y eficiencia, que:

$$p_{mo} \text{ (pm)} \rightarrow \Pi_e > \Pi_n$$

y

$$[a+b+d] < [a+b+c+d+e]$$



la administración empresarial: con base en  $\mathbf{L}$  aquéllas pueden determinar  $\mathbf{p}$ , a fin de obtener  $\prod_{\text{MAX}}$ <sup>3</sup>. Suponiendo  $\mathbf{Cmg} = \mathbf{Cme}$  (donde  $\mathbf{Cme}$ : costo medio) para hacer más práctico el cálculo, tenemos que:

$$\mathbf{p} = \mathbf{Cme} [1 / 1 - (1/ \epsilon_d)] \quad [2]$$

Dicha fórmula puede ser empleada, p. Ej., para determinar los precios lineales del monopolio o la practica común de la discriminación de precios. En [2] la expresión del paréntesis cuadrado representa el **sobreprecio**, con base en la magnitud de  $\mathbf{L}$ . Al mismo resultado de [2] se llega sustituyendo en el segundo miembro de la ecuación la expresión del paréntesis cuadrado por:  $\epsilon_d / (\epsilon_d - 1)$ , relación ésta que también nos da la medida del **sobreprecio**. Por otro lado, ciertamente tales expresiones pueden ser empleadas aún cuando no haya monopolio ‘puro’, que implícitamente está representado en [1] y [2] dado el valor 1 del numerador de  $\mathbf{L}$ . En la práctica de fijación de precios, lo mismo que en la investigación empírica de mercados oligopólicos de bienes relativamente homogéneos se puede utilizar en lugar de dicho numerador algún indicador del peso relativo de las empresas en el mercado, como el **IHH** (ver, p. Ej., Brown y Domínguez, 2012, 228-9; Pepall *et al*, 2006, 54-7 y Church, 20000, 423-52).

Así, en general, con ponderadores que atenúen  $\mathbf{pm}$  o sin ellos, [1] y [2] nos muestran algo corrientemente aceptado desde la perspectiva de la corriente principal de la economía: entre más bajo sea el valor de  $\epsilon_d$  mayor será la capacidad de la(s) empresa(s) para fijar  $\mathbf{p}$  arriba de  $\mathbf{Cme}$  y, por ende, mayor será  $\prod_c$ .<sup>4</sup>

<sup>3</sup> Para  $\prod_{\text{MAX}}$ , las empresas en competencia imperfecta deben enfrentar una curva de demanda de pendiente negativa, en la que  $\mathbf{Img}$  es:

$$\mathbf{Img} = \mathbf{p} + (- \mathbf{p} / \epsilon_d)$$

De ahí que, en la situación de equilibrio en la que  $\prod_{\text{MAX}}$ , tenemos:

$$\mathbf{Cmg} = \mathbf{p} + (- \mathbf{p} / \epsilon_d)$$

Así, el término que contiene a  $\epsilon_d$  en el segundo miembro de la anterior igualdad encontramos los fundamentos de  $\mathbf{L}$  y las relaciones que se expresan en [1]. Cabe señalar que los valores que alcanza  $\mathbf{L}$ , como los de la propia  $\epsilon_d$  son  $\geq 0$ . El límite inferior de  $\mathbf{L}$  (cuando  $\mathbf{L} = 0$ ) significa un poder de mercado nulo: caso de la competencia perfecta ( $\epsilon_d = \infty$  y  $\mathbf{p} = \mathbf{Cmg}$ ), en tanto que, para efectos prácticos, como los que se señalan adelante, debido a que el monopolista fija su precio solamente en la parte elástica de la demanda, el valor máximo de  $\mathbf{L}$  es 1. Pero, ciertamente, a nivel de industria, encontramos valores  $\epsilon_d < 1$  y dado que  $\epsilon_d = 0$  significa la completa insensibilidad de las cantidades demandadas a los cambios en los precios, cuando  $\lim \epsilon_d \rightarrow 0, \mathbf{L} \rightarrow \infty$  (una condición de monopolio ‘puro’ o pleno poder de mercado); una implicación de lo anterior es, p. Ej., la estimación de  $\mathbf{pm}$  a nivel de industria, con valores  $\epsilon_d < 1$  y valores resultantes de  $\mathbf{L} > 1$ . Tal eventual incongruencia con respecto a los rangos de  $\mathbf{L}$  hace que a nivel de industria  $\mathbf{pm}$  sea medido generalmente con los indicadores de concentración u oferta y no de demanda, osea  $\mathbf{L}$ .

<sup>4</sup> Cabe reconocer, sin embargo, que la relación empírica directa entre  $\mathbf{pm}$  y el margen,  $(\mathbf{p}-\mathbf{Cmg})/\mathbf{p}$ ,



rios + materias primas) es igual al cociente entre los ingresos agregados de la industria y los costos directos unitarios de la misma. Así, el cociente entre los ingresos y los costos de una industria es estable, aumenta o disminuye dependiendo de lo que suceda con el grado de monopolio; esto, bajo el supuesto de que aquellos no se eleven debido a una oferta inelástica o al agotamiento de la capacidad ociosa (Kalecki, 1973, 11-9)

El concepto de grado de monopolio constituye un fundamento microeconómico básico de los planteamientos macroeconómicos de Kalecki, en particular de la teoría de la demanda efectiva y la explicación del funcionamiento cíclico de la economía capitalista, a través del impacto que tiene en la distribución del ingreso y la inversión. Y es justamente en relación con esas ideas —y su deslindamiento de la economía convencional— que dicho concepto ha devenido en un referente importante para la economía heterodoxa, en particular para la poskeynesiana.

### Oligopolio ¿flexibilidad en precios o en producción?

Con el objeto de discutir los alcances de largo plazo de la hipótesis de **pr** en el oligopolio es necesario considerar algunos modelos de la corriente principal cuyos patrones de competencia y situaciones de equilibrio son paradigmáticos tanto en la economía positiva como la normativa. Pero antes conviene referir el significado e importancia que tiene para la ortodoxia la idea y efectos de la ‘flexibilidad’ de precios, concepto opuesto a **pr**.

En una situación de competencia perfecta, que en materia de precios, a corto plazo, como fue postulado antes, se define por  $\mathbf{p} = \mathbf{Cmg}$ , las empresas que buscan  $\Pi_{\text{MAX}}$  son precio aceptantes y fijan cantidades. Así, los cambios en la demanda definen los precios del mercado que asume la empresa, la que al decidir las cantidades con las que optimiza  $\Pi$  tendría como referente su  $\mathbf{Cmg}$ , cuyos valores  $\mathbf{Cmg} > \mathbf{CVme}$  (donde esta última denota el costo variable medio) son su oferta, la oferta competitiva, que sumada algebraicamente con la de las otras empresas de la industria forman la oferta del mercado. Por su parte, en el largo plazo, con entrada o cambios tecnológicos de proceso, por el supuesto de inexistencia de barreras a la entrada (o salida), cualquier situación en la que cambios en la oferta o la demanda del mercado, por los incentivos de las empresas para obtener  $\Pi_e > 0$  o evitar  $\Pi_n < 0$ , asociados a  $\mathbf{p} > \mathbf{Cme}$  ó  $\mathbf{p} < \mathbf{Cme}$  respectivamente, llevarían a  $\mathbf{p} = \mathbf{Cmg} = \mathbf{Cme} \therefore \Pi_e = 0$ .



y **Cmg**, o sobreprecio, sería precisamente la explicada por la expresión:  $(1 / 1 - (1 / \varepsilon_d))$  de [2], según fue analizado antes al examinar los factores empíricos asociados a **pm**.

Una forma sencilla de abordar inicialmente el efecto de **pm** respecto a la **ci** del oligopolio, de acuerdo a la visión de la economía convencional, es abordando algunos casos prototípicos de duopolio. Considerando la interacción entre productores que caracteriza las soluciones de equilibrio oligopólico, a modo de ilustración de casos de determinación de los precios (y de cantidades producidas o vendidas, en razón de la relación inversa entre dichos precios, **p** y cantidades **Q** en los mercados de bienes normales), y con ayuda de un modelo de Cournot que supone competencia por cantidades, podemos discernir y comparar soluciones de equilibrio para situaciones: *a*) colusivas (esto es: cooperativas o de cartel); *b*) sin colusión; y *c*) competitivas, tales que, respectivamente:  $Q_{mo} < Q_{do} < Q_{co}$  (y correlativamente:  $p_{mo} > p_{do} > p_{co}$ ), donde los subíndices indican monopolio, duopolio y competencia perfecta.<sup>8</sup> Es bien conocido también el equilibrio de Nash que se da en un duopolio no cooperativo con competencia por precios, que lleva a una solución de competencia perfecta en la que  $p = Cmg$  (ver, p. Ej., Pindyck, 2009, 523).

Las soluciones que prevén los modelos antes abordados ciertamente pueden ser extendidas a mayor número de empresas productoras de bienes homogéneos (o heterogéneos, compitiendo con los precios). Considerando competencia a la Cournot y capacidades productivas similares de las empresas, un resultado es que en la medida en que aumenta el número de éstas, la cantidad y el precio de equilibrio tienden a los valores de competencia perfecta (véase, p. Ej., Fernández de Castro, 2003, 98). De ahí que hay una creencia común acerca de que la entrada, o el mayor número de participantes en un mercado –si éstos no se coluden tácita o implícitamente–, tiende a promover menores precios y mayor eficiencia productiva. He aquí también, cabe reiterar, que la mecánica de ajuste del mercado para que se dé tal resultado, como en la

<sup>8</sup> Si realizamos los cálculos para la obtención  $\Pi_{MAX}$  de dos empresas con la misma capacidad productiva que compiten, considerando  $Q_d = q_1 + q_2$ , donde **q** es la producción de las empresas 1 ó 2, el equilibrio de Cournot (o Cournot-Nash) se da cuando:  $q_1 = q_2$  siendo  $q_1 = \frac{1}{2}(a - q_2)$  y  $q_2 = \frac{1}{2}(a - q_1)$ . Sustituyendo en  $q_1 = \frac{1}{2}(a - q_2)$  a  $q_2$  por el miembro derecho de  $q_2 = \frac{1}{2}(a - q_1)$  y resolviendo, obtenemos:  $q_1 = a/3$ , que es la elección  $\Pi_{MAX}$  de la empresa 1 considerando la producción de la 2. Tal resultado es equivalente al que ésta última tendría con el mismo cálculo. Así,  $Q_d = q_1 + q_2 = 2(a/3)$ . Por otro lado, para encontrar  $Q_{mo}$  (suponiendo  $Cmg = 0$ , para simplificar) tenemos que, dados:  $Q_d = f(a - p)$  y  $p = f(a - Q_d)$  e ingreso total  $I = Q_d p = Q_d(a - Q_d) = aQ_d - Q_d^2 \therefore Img = dIT/dQ_d = a - 2Q_d$ , atendiendo a la condición  $Img = Cmg \rightarrow a - 2Q_d = 0$ , obtenemos  $Q_{mo} = a/2$ ; asimismo, dado que  $Q_{co} = (\frac{1}{2}a + \frac{1}{2}a) = a$ , se cumple que:  $a/2 < 2a/3 < a$ , cantidades **Q** de equilibrio en monopolio, duopolio y competencia perfecta, respectivamente.



competitivas (ver Ocampo, 1988), planteamientos que serán examinados en forma más amplia en la siguiente sección, contrastándolos con las posturas de algunos economistas ortodoxos, particularmente en cuanto a la relación de **pr** con **pm**.

### Precios rígidos: corto y largo plazos

Lo expuesto en la sección anterior nos explica en términos generales cómo, según los planteamientos de la teoría convencional, se forman (o determinan) los precios en algunas estructuras de mercado y sugieren condiciones para sus cambios en el largo plazo. Pero, queda por reconocerse y discutirse el fenómeno de **pr**, en torno al cual hay cierta colindancia –pero también conflicto– entre ortodoxia y heterodoxia, siendo un principio de más importancia teórico-práctica para esta última que para la ‘sabiduría convencional’ u ortodoxia, cuyos representantes más radicales, como veremos más adelante, incluso niegan la existencia ‘dilatada’ de **pr** en el largo plazo.

Una aproximación ‘clásica’ a **pr** es la del modelo de demanda quebrada de P. Sweezy (1937, 568-73)<sup>10</sup>. El planteamiento de Sweezy propone que en una situación ‘no colusiva’, la elevación de precios de alguna firma no es seguida por las demás, ya que con ello éstas ganarían una mayor porción del mercado; y, por otro lado, tampoco se dan rebajas de precios, las que sí se seguirían por las demás para no reducir su participación en aquél, y que de darse ocasionarían  $\Pi_e \rightarrow \Pi_n$ .

El propio P. Sweezy, en el citado artículo, lo plantea de la siguiente forma refiriendo una imaginaria curva de demanda, de acuerdo con las percepciones del oligopolista:

*...rivals react differently according to whether a price change is upward or downward. If producer A raises his price, his rival producer B will acquire new customers. If, on the other hand, A lowers his price B will lose customers. Ordinarily the reaction to a gain in business is a pleasure feeling calling for no particular action; the reaction to a loss in business, however, is likely to be some viewing with alarm accompanied by measures designed to recoup the loss. If the cause of the loss is obviously a rival's price cut, the natural retaliation is a similar cut. From the point of view of any particular producer this means simply that if he rises his price he must expect to lose business to his rivals (his demand curve tend to be elastic going up), while if he cuts his price he has no reason to believe he will succeed in taking business away from his rivals (his demand-curve tends to be inelastic going down).*

<sup>10</sup> La autoría del concepto de precios rígidos también está vinculada con los nombres de Hall y Hitch, que plantean una idea similar a la de Sweezy, con fundamentación empírica, respecto a la insensibilidad relativa de los oligopolistas a los costos marginales; empero, el concepto de ellos que más trascendencia ha tenido en la teoría económica es la fijación de los precios por ‘costo pleno’, mediante un margen discrecional agregado a los costos medios. ‘colindante’ con el de **pr**. Vid, infra 5.



Tal afirmación es de gran interés para nuestro propósito sobre los vínculos de **pr** y **ci** (uno de los factores asociados positivamente a **pm**) y coincide, en términos generales, con las aseveraciones de otros economistas. Rotemberg y Saloner (1986, 20) —a la sazón investigadores del Instituto Tecnológico de Massachusetts, MIT—, en un estudio sobre el fenómeno de **pr** en el monopolio, comparándolo con el duopolio, expresan en sus conclusiones la consistencia de sus hallazgos con la relación monótonica entre **pr** y **ci** reconocida por otros autores, de tal modo que los duopolios cambiarían sus precios con menos frecuencia que un oligopolio de tres firmas y ‘*so on*’. Al respecto, ellos dicen:

*What was crucial in our analysis in that perceived demand curves become flatter as there are more competitors.*

De acuerdo con lo anterior, una posible respuesta acerca de la existencia misma y efectos de **pr** en el largo plazo tendría que verse a la luz de la volatilidad, inestabilidad, turbulencias o ‘entropía’ de los mercados, asociada al tipo y fortaleza de las barreras a la entrada.<sup>13</sup>

En un texto clásico de crítica a la idea de la demanda quebrada (y al posible mantenimiento en el tiempo de **pr**), escrito a finales de los años cuarenta, G. Stigler (1947), después de evaluar la consistencia teórica tanto de la que él llama ‘versión norteamericana’ (la de Sweezy) como ‘la inglesa’ (la de Hall y Hitch) y de hacer un análisis empírico de algunas industrias en Estados Unidos, concluye lo siguiente<sup>14</sup>:

*The empirical evidence reveals neither price experiences that would lead oligopolists to believe in the existence of a kink nor the pattern of price quotations that the theory leads us to expect ... The kink is a barrier to changes in prices that will increase profits, and business is the collection of devices for circumventing barriers to profits. That this barrier should thwart businessmen —especially when it is wholly of their own fabrication— is unbelievable. There are many ways in which it can be circumvented. We have occasion to notice the development of price leadership of the barometric variety as one*

<sup>13</sup> Una aproximación a esos conceptos se obtiene de la forma en que se miden. Entre las medidas de la volatilidad con las que se puede estimar la intensidad de la competencia o la falta de ella a lo largo del tiempo, asociada al supuesto de la presencia o no de barreras a la entrada, está el índice de inestabilidad, **I**, definido así:

$$\mathbf{I} = \frac{1}{2} \sum_{i=1}^{\mathbf{n}} |s_{i2} - s_{i1}|$$

donde,  $s_{i2}$  y  $s_{i1}$  son las cuotas de mercado de la empresa **i** en los periodos 1 y 2, y **n** el número de empresas activas en esos periodos. **I** varía entre **0**, inestabilidad mínima en la que todas las empresas mantienen su cuota de mercado, y **1**, que sería la situación en que la participación de las que en el periodo anterior estaban el mercado sería nula en el segundo periodo. Ver, Cabral, Cap 2.

<sup>14</sup> Stigler, pp. 440-1.



explican los precios en las estructuras de mercado oligopólicas por la fórmula de un margen sobre el costo (en consonancia con las ideas de Hall y Hicht y/o Kalecki), aceptando o postulando la presencia generalizada de **pr**, ya que en las empresas oligopólicas los precios, por diversas razones, no son una variable de ajuste ante los vaivenes de la demanda, sino más bien lo son las cantidades ofrecidas y el propio margen. Dentro de ciertos ‘límites’, el margen es una variable ‘exógena’ en la determinación de los precios, que responde a una política de precios, así como también a necesidades de financiamiento e inversión. En este terreno, el tamaño del margen, y por tanto los precios, son un factor para generar financiamiento interno de acuerdo con los planes de expansión de la empresa, limitando la incertidumbre derivada de las variaciones de la tasa de interés. Así, margen y montos de producción serían los elementos flexibles para ajustar la escala de actividad en el corto y el largo plazos, mientras que se tienden a utilizar otras formas de competencia diferentes a los precios (Cfr. Ocampo, 1988).

Entre las explicaciones de los economistas heterodoxos que contrarían las ideas de la ortodoxia a propósito de la eliminación de **pr** en el largo plazo, está el modelo de entrada en pequeña escala de P. Silos Labini (1966, cap II). Dicho modelo, tal como fue originalmente expuesto por este economista, contrasta dos posibles escenarios: el primero, un intento de competencia por parte de una firma entrante con tamaño equivalente al de la incumbente, y la aplicación por parte de ésta de una política de precio límite. La guerra de precios que se desata en ese contexto tiene un elevado costo de oportunidad, que sería atenuado con otra modalidad de entrada, si la capacidad productiva adicional se proyecta a atender una demanda residual y tiene lugar la instalación de un tamaño de planta que no amenace las utilidades de la incumbente. Así, en el segundo escenario, la situación permite a la previamente establecida fijar un precio de monopolio para el resto de la demanda y consecuentemente obtener elevadas utilidades económicas, en tanto que los precios de las relativamente pequeña o pequeñas empresas competidoras son fijados al mismo nivel o un poco más bajos y éstas pueden obtener las utilidades normales y algunos beneficios. Tal situación, que explica a la perfección casos de **pr** con entrada como el del mercado ‘liberalizado’ de las telecomunicaciones en México (ver Anaya, 2012), ciertamente parece ser una situación bastante común a juzgar por la frecuencia con que aparece en los textos de microeconomía y organización industrial.



Cabe señalar que el  $\mathbf{Ca}_i$  ha sido sometido exitosamente a diversas pruebas en las que se evaluó su eficacia para detectar y medir  $\mathbf{pm}$ : se ha contrastado con  $\mathbf{L}$  obteniéndose un elevado nivel de correlación entre ellos; asimismo, se ha observado su concordancia con las magnitudes relativas de coeficientes de concentración industrial y otros indicadores industriales (Anaya, 2008a y 2008b).

Por su naturaleza y propiedades, cabe presumir que el  $\mathbf{Ca}_i$  permitiría detectar  $\mathbf{pr}$ , en una situación tal que, como se estableció en el análisis teórico de la sección precedente, se ejercite el  $\mathbf{pm}$ , o sea:  $\mathbf{p} < \mathbf{Cmg} \leq \mathbf{Cme}$  en el largo plazo, asociada a los casos de la rigidez de precios del oligopolio con barreras a la entrada difíciles de vulnerar, grandes asimetrías productivas y/o colusión o cartel. Situaciones como éstas serían expresadas por un alineamiento estructural de precios,  $\mathbf{Ca}_{i_t} \approx \mathbf{Ca}_{i_{t+n}}$ , con valores  $\mathbf{Ca}_i > 1$  en ambos momentos de comparación. El caso opuesto,  $\mathbf{Ca}_{i_t} \approx \mathbf{Ca}_{i_{t+n}}$ , con  $\mathbf{Ca}_i \leq 1$  en ambos momentos, indicaría el mantenimiento de situaciones competitivas en las que  $\mathbf{p} \rightarrow \mathbf{Cmg} \rightarrow \mathbf{Cme}$ .

## Conclusiones

Aun cuando en menor medida que el monopolio, los oligopolios tienen poder de mercado,  $\mathbf{pm}$ , que ocasiona pérdida irrecuperable de eficiencia en la economía y bienestar para los consumidores. Tales efectos tienden a ser mayores cuanto más se alejen las estructuras de mercado de las condiciones competitivas o de libre concurrencia (en un extremo: la ‘competencia perfecta’).

No obstante su rechazo por los neoclásicos más ortodoxos y las muy diversas ideas que hay sobre su naturaleza y causas, la rigidez de precios,  $\mathbf{pr}$ , es una característica corrientemente aceptada respecto al funcionamiento de las estructuras de mercado oligopólicas y monopólicas, y hay cierto acuerdo en que dicha rigidez es tanto mayor cuanto más elevado es  $\mathbf{pm}$ .

Junto a  $\mathbf{pm}$ ,  $\mathbf{pr}$  es otro factor que tiende a restringir la eficiencia de los mercados, ya que debido a ella los excesos de demanda o de oferta –típicos del funcionamiento de la economía capitalista–, no se eliminan de manera espontánea y expedita mediante ajustes en los precios para alcanzar un equilibrio en el que los mercados se ‘vacían’. Más bien, como lo sostienen los economistas poskeynesianos, los ajustes de las empresas oligopólicas respecto a las condiciones coyunturales del mercado, tienden a hacerse ajustando cantidades o márgenes de utilidad, no precios.



- (2008 b), “Poder de mercado en industrias selectas de la economía mexicana. Análisis de correlación de rangos del Cociente de alineación de precios y el índice de Lerner”. En: *A. Gómez Navarro (Coord.) Memoria de trabajos en extenso del XVIII Coloquio Mexicano de Economía Matemática y Econometría*. FE-UNAM, editado en medio electrónico.
- Bilas, R. A (1984), *Teoría microeconómica*, Alianza Universidad, Madrid.
- Brown, F. y L. Domínguez (2012), *Organización industrial. Teoría y aplicaciones al caso mexicano*, FE-UNAM, México.
- Cabral, L. (1997), *Economía industrial*, McGraw-Hill, España.
- Carlton, D W. (1986), “The price rigidity”, *AER*, Sept.
- Carlton, D.W. et al (1994), *Modern Industrial Organization*, HarperCollins; N.Y.
- Church, J. y J. Ware (2000), *Industrial Organization. A Strategic Approach*, McGraw Hill, Singapur.
- Eichner. A. (1973), “Una teoría de la determinación del margen de ganancia en el oligopolio”. En: *Economía poskeynesiana. Lecturas del FCE*, No. 60, México, pp. 204-24.
- Fernández de Castro, J. y N. Duch (2003), *Economía industrial. Un enfoque estratégico*, McGraw-Hill, México.
- Hall, R. L. y C. J. Hitch (1939), “Price theory and business behavior”, reimpreso en: M. C. Sawyer (ed.) *Post-Keynesian Economics*, Inglaterra, 1988, pp. 205-26.
- Kalecki, M. (1973), *Teoría de la dinámica económica*, FCE, Méx.
- (1977), *Ensayos escogidos sobre la dinámica de la economía capitalista*, FCE, México.
- Ocampo, J. A. (1988), “De Keynes al análisis poskeynesiano”. En: *Economía poskeynesiana. Lecturas del FCE*, No. 60, México, pp. 9-61.
- Pepall, L. D., J. Richards y G. Norman (2006), *Organización industrial*. Thomson, México.
- Pindyck, R.S. y D. Rubinfeld (2009), *Microeconomía*. Pearson Ed., Madrid.
- Rotemberg, J. y G. Saloner (1986), “The Relative Rigidity of Monopoly Pricing”, working paper No. 414, MIT Department of Economics.
- Silos Labini, P. (1966), *Oligopolio y progreso técnico*. Oikos-tau, Barcelona.
- Steindl, J. (1979), *Madurez y estancamiento del capitalismo norteamericano*. S. XXI Eds.
- Stigler, G. (1947), “The Kinky Oligopoly Demand Curve and Rigid Prices” *JPE*, Vol. 3, No. 5, pp. 432-49.
- (ca. 1990), *Monopoly The Concise Encyclopedia of Economics*. Liberty Fund, Inc. 2008: <http://www.econlib.org/library/Enc/Monopoly.html>.
- Sweezy, P. (1939) “Demand Under Conditions of Oligopoly” *JPE*, Vol. 47, Issue 4, No. 5, pp. 568-73.