

EL DUMPING

A. EL DUMPING.

El dumping es la práctica de vender a un precio más barato en el mercado exterior que en el mercado doméstico.

Para empezar consideremos un monopolio en una economía cerrada (*Figura 1*). El monopolio maximiza sus beneficios igualando el ingreso marginal al coste marginal. La intersección entre el ingreso marginal y el coste marginal nos da la cantidad producida en equilibrio (Q_1). La curva de demanda permite entonces determinar el precio de equilibrio (P_1).

Ahora abrimos los mercados al comercio internacional. En el mercado extranjero nuestro monopolio se enfrenta a un mercado competitivo. Es decir, el precio de equilibrio en el extranjero (P^*) viene dado por el mercado, así que la curva de demanda en el extranjero es una línea horizontal. Como P^* es constante, el ingreso marginal en el mercado extranjero es constante (e igual a P^*). Efectivamente, para vender una unidad más en el mercado extranjero, no hace falta bajar el precio; por tanto, el ingreso marginal es simplemente el precio de la unidad adicional vendida.

Nuestra empresa puede vender en el país doméstico (donde es un monopolio) ó en el país extranjero (donde se enfrenta a un mercado competitivo). La condición para maximizar su beneficio no cambia: ingreso marginal = coste marginal. Pero, ¿cuál es ahora su curva de ingreso marginal? Como se puede ver en la *Figura 2*, a la izquierda de Q_{dom} el ingreso marginal es más grande en el mercado doméstico que en el mercado extranjero; a la derecha de Q_{dom} el ingreso marginal es más grande en el mercado extranjero. La curva de ingreso marginal es entonces el máximo de las dos curvas separadas. La cantidad producida en equilibrio (dado por la intersección entre el coste marginal y el ingreso marginal) es Q_{tot} . Para maximizar los beneficios, la empresa vende las primeras Q_{dom} unidades en el mercado doméstico, porque en este intervalo el ingreso marginal doméstico es más grande que el ingreso marginal extranjero. El precio en el mercado doméstico P_{dom} está dado por la curva de demanda doméstica. Las próximas $Q_{tot}-Q_{dom}$ unidades se venden en el mercado extranjero, porque en este intervalo el ingreso marginal es más grande que en el mercado doméstico. Como ya sabemos, el precio en el extranjero está fijado por el mercado y es igual a P^* .

Como se puede ver en la *Figura 2*, el precio en el país doméstico es más alto que en el mercado extranjero ($P_{dom} > P^*$), lo cual constituye “dumping” ó “discriminación de precios en el mercado internacional”. Es obvio que sólo se puede existir “dumping” cuando los mercados están segmentados: los consumidores domésticos no pueden comprar los bienes destinados a la exportación.

Una última pregunta: cuando el precio en el mercado doméstico es más alto, ¿no sería beneficioso vender más en el mercado doméstico y menos en el extranjero? No, porque el precio no es lo que cuenta, sino el ingreso marginal: aunque el precio es más alto en el país doméstico, el ingreso marginal es más bajo. Esta diferencia es debida a que hay que bajar el precio en el mercado doméstico para vender más (lo cual también afecta a todas las demás unidades vendidas), mientras que se puede vender más en el extranjero sin bajar los precios. (De forma más general: para tener dumping - - vender a precios más bajos en el extranjero que en el mercado doméstico - - es necesario que la elasticidad de la demanda para el productor doméstico sea más grande en el extranjero que en el país doméstico.)

B. EL DUMPING RECÍPROCO.

Consideremos un bien que se consume en dos países. Cada país tiene una empresa. Los dos países y las dos empresas son idénticos. En presencia de costes de transporte no habría comercio entre estos dos países si el mercado fuera competitivo. En este modelo de duopolio, sin embargo, es posible que haya comercio internacional.

Analicemos primero la economía en ausencia de comercio internacional. Cada empresa es un monopolio en su país respectivo (*Figura 3*), por lo que el precio es mayor al coste marginal. Dado que la situación es perfectamente simétrica, es obvio que todas las variables de equilibrio son idénticas en los dos países.

Supongamos que la suma del coste marginal y el coste de transporte sea menor que el precio. En este caso la empresa extranjera tiene un incentivo de vender en el país doméstico. Efectivamente, el coste para la empresa extranjera de vender una unidad en nuestro mercado es el coste marginal más el coste de transporte, mientras que el ingreso marginal de esta unidad será simplemente el precio (como es la primera unidad vendida por la empresa extranjera en nuestro mercado, el ingreso marginal es igual al precio). De la misma forma, la empresa doméstica también entra en el mercado extranjero.

La empresa extranjera sigue vendiendo en nuestro mercado hasta que el coste marginal más el coste de transporte sea igual al ingreso marginal. (Fíjense que el ingreso marginal será menor que el precio en cuanto la empresa extranjera vende más de una unidad en nuestro mercado). La entrada de la empresa extranjera en nuestro mercado disminuye el precio, y por tanto el ingreso marginal de la empresa doméstica. Por consecuencia, la empresa doméstica reduce sus ventas en su propio mercado. En resumen, hay tres efectos en el mercado doméstico: (1) el precio disminuye (2) las ventas de la empresa doméstica en su propio mercado disminuye; y (3) las ventas de la empresa extranjera en nuestro mercado aumenta. Estos efectos se representan en la *Figura 4*, donde z y P_1 son la cantidad y el precio en el mercado doméstico antes de abrir el mercado al comercio; c es el coste marginal; $c+t$ es el coste marginal más el coste de transporte; x es la cantidad vendida por la empresa doméstica después de abrir el mercado; y es la cantidad vendida por la empresa extranjera en el mercado doméstico después de abrir el mercado; y P_2 es el precio después de abrir el mercado. (Como la situación entre los dos países es completamente simétrica, y se puede interpretar también como la cantidad vendida por la empresa doméstica en el extranjero.)

Aquí tenemos una situación de comercio internacional que parece completamente inútil. Hay comercio entre dos países de un bien completamente idéntico (y eso en ausencia de ventaja comparativa y economías de escala). Además este comercio es costoso porque hay costes de transporte. Sin embargo, también hay un aspecto positivo: la fuerza de los monopolios se ha reducido. Para determinar si el aspecto positivo es más grande que el efecto negativo, hay que hacer un análisis de bienestar.

La *Figura 5* representa la economía doméstica antes de abrir el mercado. El bienestar se puede definir como la utilidad total de los bienes producidos (el área debajo de la curva de demanda) menos el coste de producción de estos bienes (el área debajo de la línea de coste marginal). La *Figura 6* representa la misma economía después de abrir el mercado. Comparando la *Figura 6* con la *Figura 5* hay un efecto positivo del comercio (la producción aumenta gracias a la mayor competencia) y hay un efecto negativo (el coste aumenta a causa del transporte). Dependiendo de qué efecto sea más grande, el comercio internacional puede ser positivo ó negativo. En ausencia de costes de transporte, el comercio internacional sería claramente beneficioso.

Referencias

Brander, J. y Krugman, P. (1983), "A Reciprocal Dumping Model of International Trade," *Journal of International Economics*, 15, 313-321.

Krugman, P. (1990), *Rethinking International Trade*, Cambridge: MIT Press.

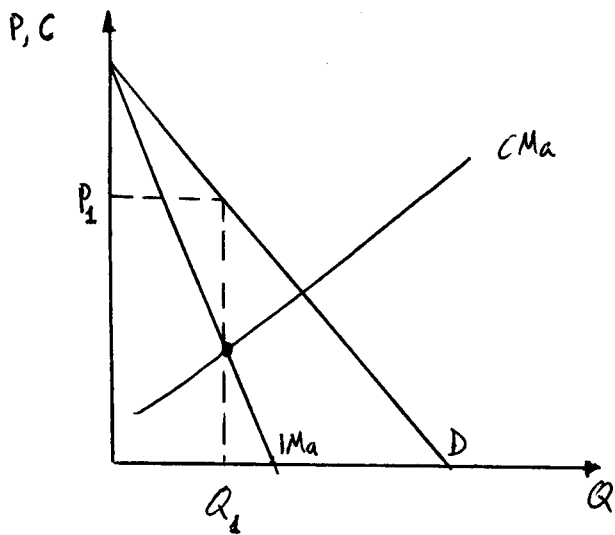


FIGURA 1

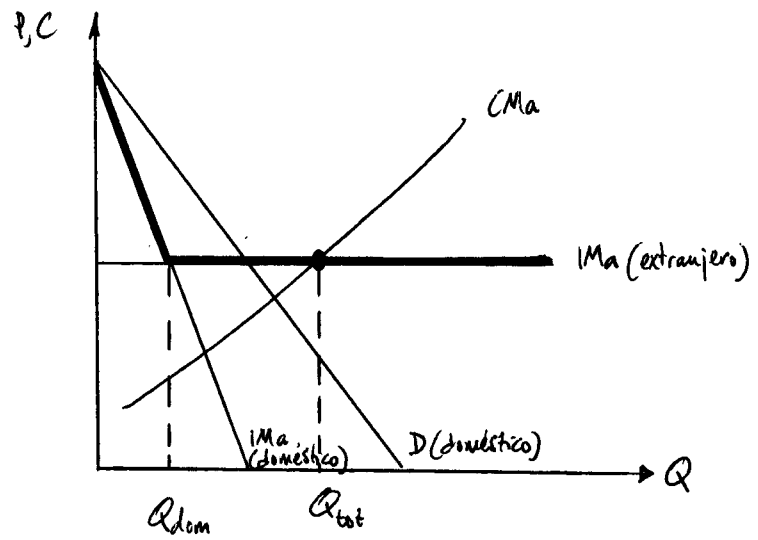


FIGURA 2

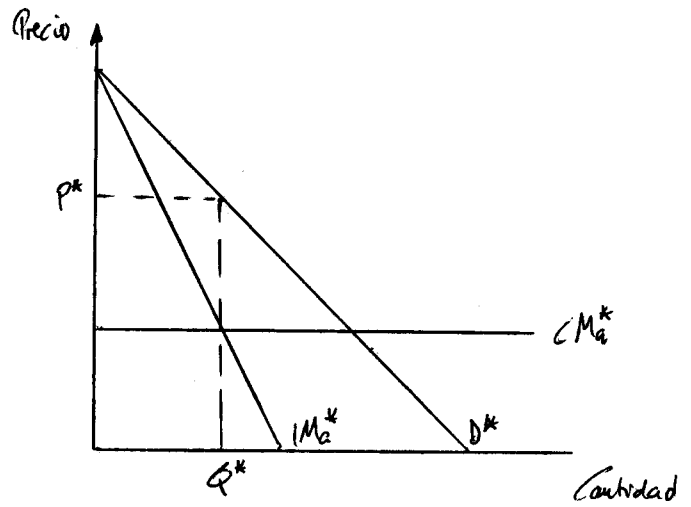
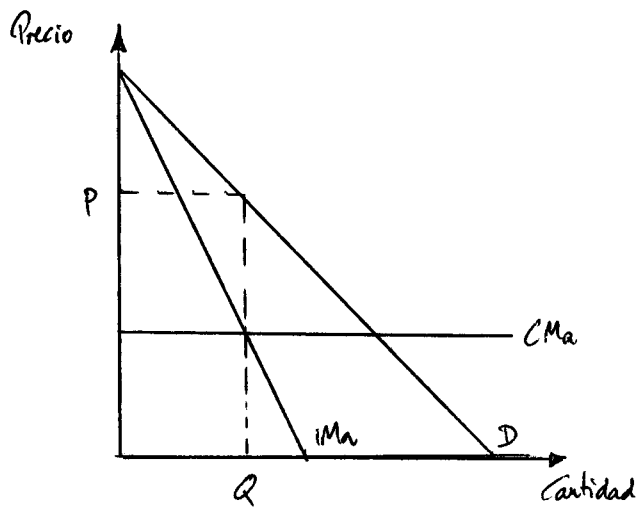


FIGURA 3

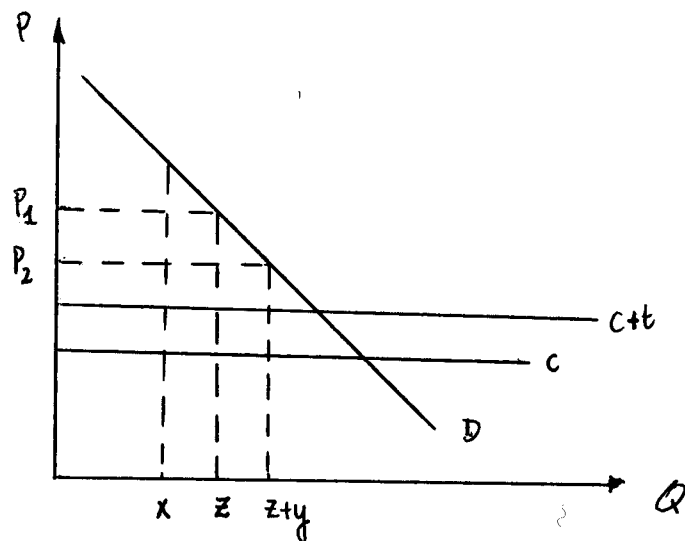


FIGURA 4

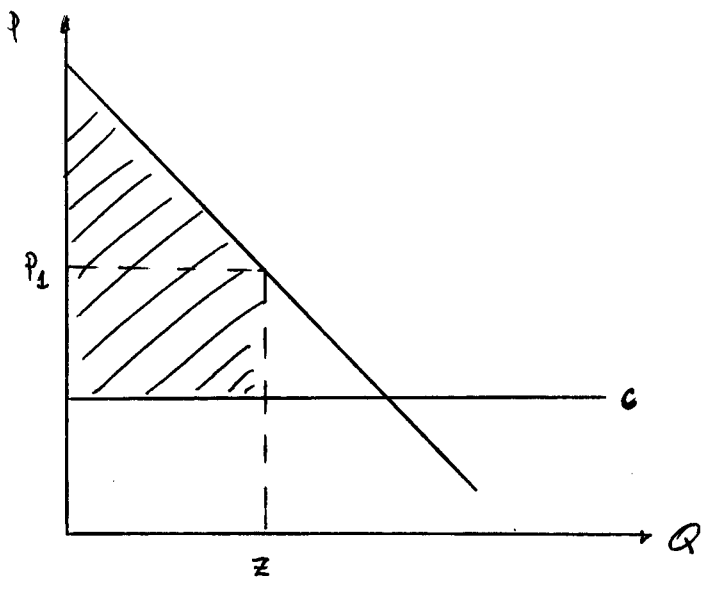


FIGURA 5

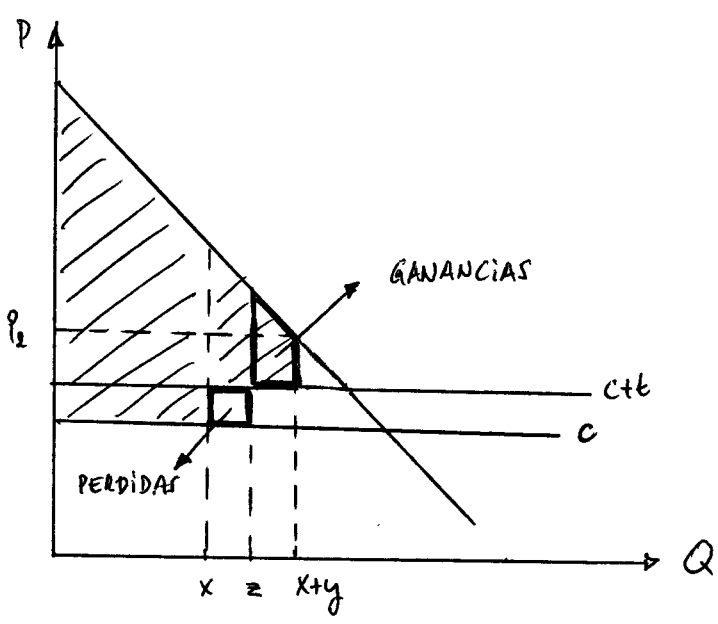


FIGURA 6