



PODER DE MERCADO: MONOPOLIO, OLIGOPOLIO Y COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA

Erick Sequeira Benavides

La competencia

La competencia es fuerza vital del libre mercado, y deshacerse de ella es malo para la sociedad, pero bueno para quien lo logre.

Si unos vendedores eliminan la competencia de otros vendedores, pueden cobrar precios más altos.

Si unos compradores eliminan la competencia de otros compradores, pueden pagar precios más bajos.

Para esto existen dos formas de deshacerse de la competencia:

eliminándola,

o uniéndosele.

La competencia

Para eliminarla hay que construir barreras de entrada.

Para unirse hay que ponerse de acuerdo como si fueran un único vendedor.

Una de las condiciones para que exista la competencia perfecta es que no haya barreras de entrada o salida.

Por ejemplo, si los oferentes pudieran elevar artificialmente el precio por encima del equilibrio entrarían otros productores, aumentaría la cantidad ofrecida, bajaría el precio y se retorna al equilibrio.

Pero si esa entrada y salida estuviera restringida entonces eso no ocurre.

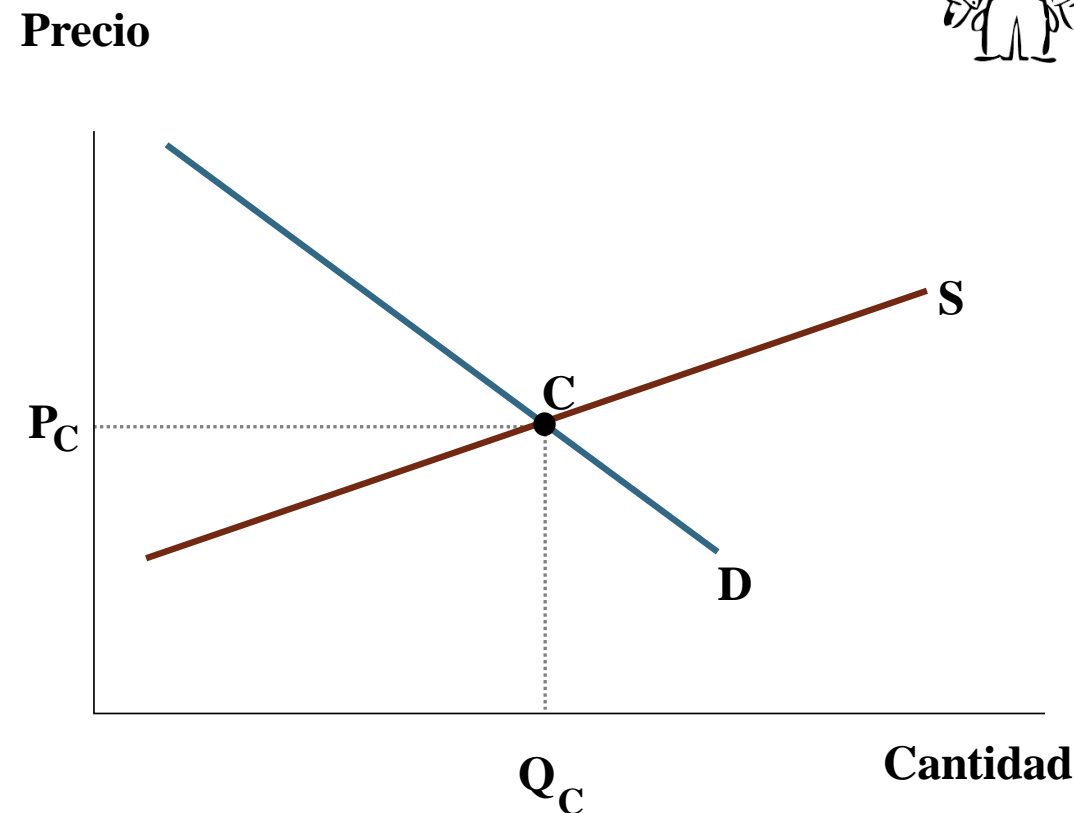
El monopolio

En competencia el equilibrio ocurre en C , donde el precio es P_C y la cantidad es Q_C

Pero...

El monopolio es lo contrario a la competencia perfecta: una única empresa productora o vendedora de un bien sin sustitutos cercanos.

La habilidad que tiene el monopolista para reducir la cantidad ofrecida y aumentar el precio sobre el nivel de competencia perfecta es el **poder de mercado**.



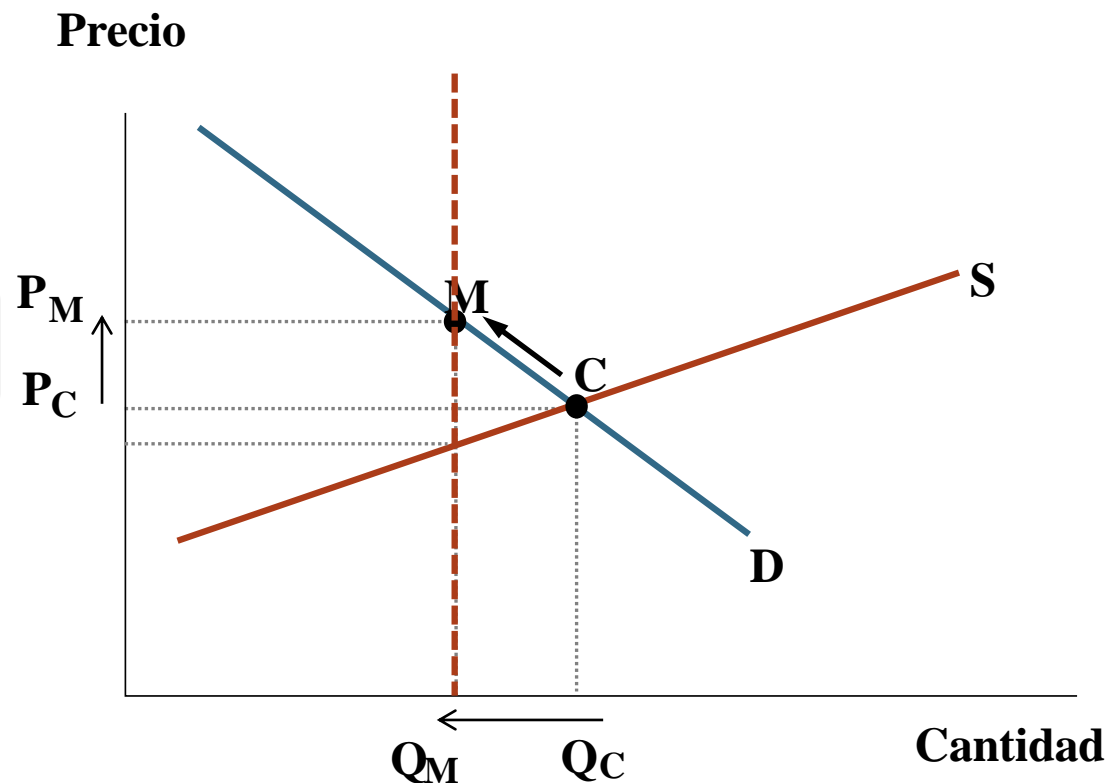
El monopolio

Para maximizar su ganancia, un **monopolista** aumenta el precio hasta P_M , lo que reduce la cantidad demandada hasta Q_M , moviéndose sobre la curva de demanda de C a M ,

El monopolista puede subir el precio, pero no como quiera, porque baja la cantidad demandada; no está limitado por la oferta de otros competidores, pero sí por la demanda.

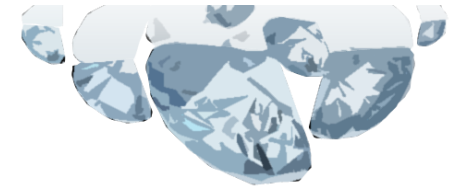
Subirá el precio siempre que la reducción de la cantidad no sea tan grande como para reducir su ganancia.

Aumenta el
precio



Y se reduce la cantidad
vendida del bien

Causas del poder monopolístico



1. Control de un recurso o de un insumo insustituible

Si son recursos o insumos indispensables para una industria se puede evitar que otras empresas entren en el mercado.

Por ejemplo, DeBeers controlaba casi la totalidad de las minas de diamantes en el mundo y eso le permitía fijar el precio para maximizar sus ganancias.

Después, en la segunda mitad del siglo XX se descubrieron minas en Rusia y Australia y eso rompió el monopolio.

Causas del poder monopólico

2. Superioridad tecnológica

Una empresa con ventaja tecnológica significativa puede tener suficiente control de mercado como para evitar la entrada de competidores y vender por encima del costo marginal.

Pero...

No es una ventaja segura de largo plazo, porque el cambio tecnológico es dinámico y puede hacer que entren nuevos competidores, como pasa con Intel y AMD.



Causas del poder monopólico

3. Economías de escala o rendimientos crecientes a escala: Monopolio natural

Ser el productor más grande podría permitir producir a un menor costo y eso da una ventaja insuperable, ya que los más pequeños no pueden vender al mismo precio.

Hay algunos procesos con costos fijos enormes y con costos variables relativamente bajos.

Cuando el costo de producir unidades adicionales es menor que el costo de las unidades previas decimos que los costos marginales son decrecientes y que existen economías de escala o rendimientos crecientes.

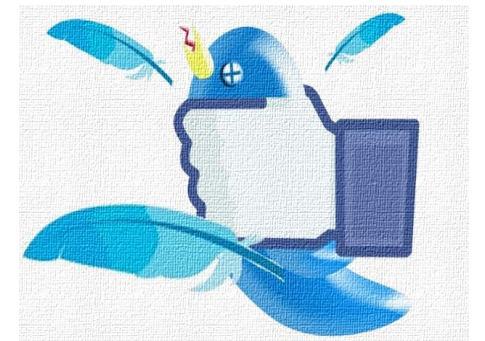


Causas del poder monopólico

4. Externalidades de red

En algunos mercados la utilidad percibida por un bien depende del número de usuarios; eso hace que la ventaja competitiva dependa de la densidad de esa red, lo que desestimula el uso de productos alternativos.

Por ejemplo: Facebook y Twitter.



Causas del poder monopólico

5. Monopolios legales

Algunos monopolios se sustentan en regulaciones legales establecidas por los gobiernos u organismos internacionales ([ver artículo 46 – Constitución política](#)).

Las patentes y los derechos de autor restringen la competencia para generar un incentivo a la innovación, pero pueden limitar el consumo de esos bienes ([ver ley 6867](#)).

La patente otorga el derecho exclusivo a fabricar el producto por un periodo de aproximadamente 20 años, pero la temporalidad no se diseña para casos específicos, con lo que el sistema es imperfecto ([ver artículo 17 – Ley 6867](#)).



Renta monopólica: ¿qué hacer?

Al no enfrentar competencia, el monopolista ofrece una cantidad menor de la que la sociedad habría querido comprar en condiciones de competencia perfecta.

Eso le permite cobrar un precio más alto que el costo marginal y entonces tiene una ganancia extraordinaria: la renta monopólica. [Ver en la pizarra]

Este es un resultado ineficiente: la sociedad recibe una cantidad menor a un precio mayor.

Entonces, ¿qué hacer?

Hay tres opciones, a parte de no hacer nada:

1. Prohibir la operación monopólica: hacerlos ilegales y exigir su disolución.
2. Recurrir a la propiedad pública; puede ser mejor un monopolio público que uno privado.
3. Regular los precios.

Renta monopólica: ¿qué hacer?

La ley Sherman de 1890 es una de las primeras y más importantes legislaciones antimonopolio.

De acuerdo con la Corte Suprema de los Estados Unidos:

El propósito de la ley [Sherman] no es proteger a las empresas del funcionamiento del mercado; sino proteger al público de las fallas del mercado. La ley no se dirige contra la conducta competitiva, sino contra la ilegítima o desleal que tiende a destruir la competencia misma.

Así, por ejemplo, se ordenó fragmentar la empresa Bell System o la empresa Standard Oil. Y se han establecido propuestas de fragmentar Amazon, Facebook y Alphabet.



Competencia imperfecta

La competencia perfecta y el monopolio se ubican en los dos extremos del poder de mercado: el caso en que ningún agente tiene poder de mercado y el caso en que un único agente tiene todo el poder.

En el mundo real hay pocos ejemplos que se encuentren en esos extremos.

Así, hay otros casos de competencia imperfecta, que son esas situaciones intermedias en las que los agentes no son tomadores de precios pero tampoco tienen el poder de un monopolista.

Se van a tratar dos estructuras de competencia imperfecta:

1. El oligopolio.
2. La competencia monopolística.

El oligopolio

Es una industria en la que pocas empresas se ponen de acuerdo para actuar como si fueran un monopolio y se reparten la totalidad del mercado.

Eso es lo que hace que tengan poder de mercado.

Ninguna tiene todo el poder, pero tampoco son tomadoras de precios.

Al ser pocas empresas tienen interés en ponerse de acuerdo (**coludir**) para no competir [demasiado] bajando los precios hasta el nivel de equilibrio competitivo, sino quedarse a un nivel de precios más alto y cantidades más bajas, de tal manera que obtienen una ganancia extraordinaria.

Un ejemplo de esta estructura es la Organización de Países Exportadores de Petróleo (OPEP)



El oligopolio

La forma de colusión más fuerte es el cartel, donde se siguen ciertas reglas de limitación de la producción para repartirse el mercado.

Puede ser más débil, cuando se ponen de acuerdo en no competir en una guerra de precios.

Lo que pasa es que estos acuerdos son muy inestables porque siempre hay incentivos para incumplirlos y obtener mayores ganancias.

Así, actúan de manera no cooperativa, se irrespetan acuerdos, se dan guerras de precios...



El dilema del prisionero

La policía captura a Bonnie y Clyde, pero solo tienen pruebas para condenarlos a un año de cárcel por tenencia ilegal de armas, aunque sospechan que robaron un banco y asesinaron a los guardas.

La policía los interroga por separado y les ofrece el siguiente trato:

-Bonnie, si usted confiesa y Clyde no, usted sale libre y a él lo condenamos 20 años.

Si ambos confiesan van 8 años a la cárcel.

Si Clyde confiesa y usted no, él sale libre y usted va 20 años presa.

-A Clyde le ofrecen el mismo trato.

Y claro, si ninguno confiesa ambos van solo 1 año a la cárcel por tenencia de armas pero quedan libres por el crimen.



El dilema del prisionero

		Decisión de Bonnie	
		Confesar	Guardar silencio
Decisión de Clyde	Confesar	<div>A Bonnie le dan 8 años</div> <div>A Clyde le dan 8 años</div>	<div>A Bonnie le dan 20 años</div> <div>Clyde sale libre</div>
	Guardar silencio	<div>A Bonnie sale libre</div> <div>A Clyde le dan 20 años</div>	<div>A Bonnie le dan 1 año</div> <div>A Clyde le dan 1 año</div>

¿Qué es lo mejor?

Que guarden silencio
ambos.

¿Cuál decisión toman?

Confesar ambos.



El dilema del oligopolio y sus restricciones

Al igual que los prisioneros, los participantes de un oligopolio tienen la misma disyuntiva:

Sin acuerdo no hay ganancia oligopólica.

Si cumplen el acuerdo, limitan la cantidad producida, sube el precio y tienen una buena ganancia.

Si uno cumple y otro no, y aprovecha para vender más, el que no cumple tiene una ganancia extraordinaria y el que cumple va a estar peor que cuando no hay acuerdo.

La tentación está en no cumplir esperando que el otro sí lo haga.

[ver en la pizarra]

El dilema del oligopolio y sus restricciones

Por lo general los cárteles son ilegales, pero muchos tienen éxito en la colusión tácita: ponerse de acuerdo de manera informal.

Pero está limitada por:

- un gran número de empresas,
- productos complejos,
- poder de negociación de los compradores
- y conflictos de intereses.

La economía moderna es fundamentalmente oligopólica, pero no es fácil identificarlos.

Existe una influencia significativa de un selecto número de empresas sobre el mercado, aunque parece que compiten, y efectivamente lo hacen.

La competencia monopolística

A diferencia de la competencia perfecta sí hay poder de mercado y los productos no son homogéneos; existe una diferenciación del producto.

A diferencia del monopolio, hay más de un competidor y hay libre entrada y salida del mercado.

A diferencia del oligopolio, en general hay *muchos* productores compitiendo en una industria.

Lo característico es que tienden a diferenciar los bienes que ofrecen, de manera que no haya buenos sustitutos y de ahí surge su poder de mercado.

Eso puede ser a través de la calidad, la localización o la marca (imagen como percepción de calidad o autoimagen como símbolo de status)

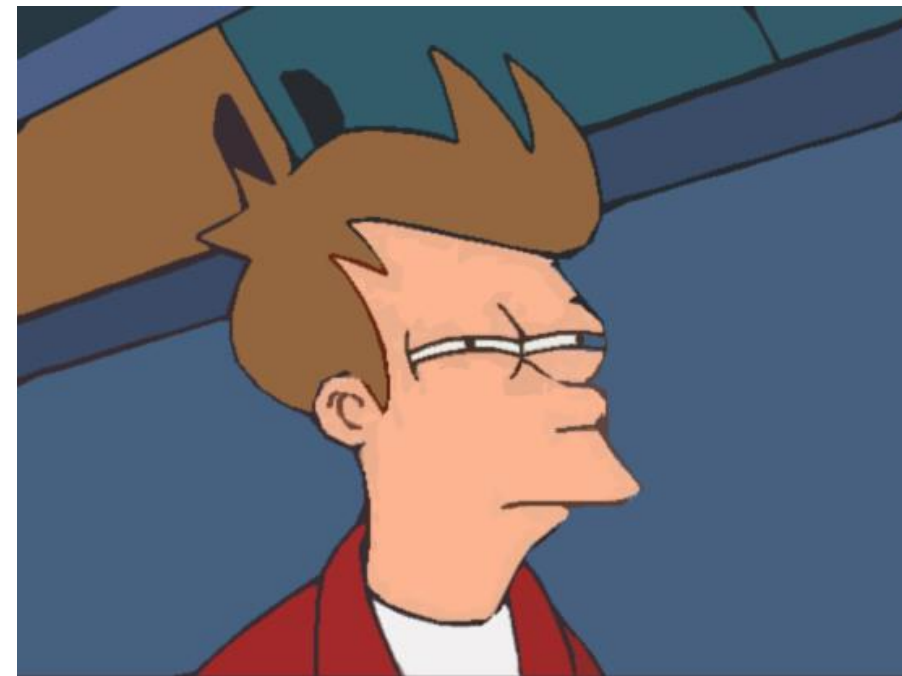


¿Oligopolio...

No es fácil distinguir una situación de un oligopolio de una de competencia monopolística.

Un criterio tiene que ver con la cantidad de competidores: en el oligopolio son unos pocos, en la competencia monopolística suelen ser más ¿pero cuántos?

El otro tiene que ver con la estrategia: los oligopolios tienden a ponerse de acuerdo para repartirse el mercado; en competencia monopolística suelen recurrir a la diferenciación del producto



... o competencia monopolística?

Tipos de mercados

Puede haber cuatro tipos de mercados dependiendo de dos criterios:

1. Según haya uno, pocos o muchos competidores
2. Según los productos sean homogéneos o diferenciados

Nota: Hay una diferencia con Krugman:

Cuando son pocos competidores pero los bienes son diferenciados, tenemos un **área gris** en que el mercado puede comportarse como un oligopolio en que prevalece la colusión o como un caso de competencia monopolística en la que prevalece la diferenciación del producto.

		Productos diferenciados u homogéneos	
		Homogéneos	Diferenciados
Número de productores	Uno	Monopolio	No aplica
	Pocos	Oligopolio	Oligopolio / o Competencia Monopolística
	Muchos	Competencia Perfecta	Competencia Monopolística

Principio No. 5: poder de mercado

Cuando hay poder de mercado, el mercado no genera un resultado eficiente: se ofrecen cantidades menores a precios más altos.

A detailed view of the central portion of Michelangelo's famous fresco, 'The Creation of Adam'. It focuses on the two hands reaching toward each other: the hand of Adam on the left, extended from a reclining position, and the hand of God on the right, reaching forward from a seated position. The fingertips are just inches apart, creating a sense of tension and divine spark. The background is a soft, pale blue and white, typical of the original fresco's tones.

¿Preguntas?