

# ■ Economics U\$A - Episodio #6: Monopolio

## ■ Resumen del Episodio

Este episodio examina el poder y el control de los monopolios en la economía estadounidense. Comenzando con el imperio petrolero de John D. Rockefeller y la Standard Oil Company, exploramos cómo una empresa puede dominar completamente una industria. Luego analizamos el monopolio "natural" de AT&T; en la industria telefónica y finalmente examinamos el caso antimonopolio moderno contra Microsoft, cuestionando cómo aplicar las leyes del siglo XX a la economía digital del siglo XXI.

## ■ Objetivos de Aprendizaje

Al final de este episodio, podrás:

- **\*\*Explicar\*\*** qué es un monopolio y cómo puede una empresa controlar toda una industria
- **\*\*Analizar\*\*** la diferencia entre monopolios "malos" (como Standard Oil) y monopolios "naturales" (como las empresas de electricidad locales)
- **\*\*Evaluar\*\*** cómo las leyes antimonopolio protegen a los consumidores y mantienen la competencia en el mercado

## ■ Vocabulario Clave

Término Español | English Term | Definición | Ejemplo en Contexto

**\*\*Monopolio\*\*** | Monopoly | Cuando una sola empresa controla completamente la producción y venta de un producto o servicio en un mercado | Standard Oil tenía un monopolio sobre la industria petrolera estadounidense en 1890

**\*\*Competencia\*\*** | Competition | Cuando múltiples empresas compiten por vender productos similares a los consumidores | La competencia entre gasolineras mantiene los precios bajos

**\*\*Ley Antimonopolio\*\*** | Antitrust Law | Leyes que prohíben prácticas comerciales que eliminan la competencia y crean monopolios injustos | La Ley Sherman de 1890 fue la primera ley antimonopolio importante

**\*\*Monopolio Natural\*\*** | Natural Monopoly | Un monopolio que existe porque es más eficiente tener una sola empresa (como electricidad o agua) que muchas empresas pequeñas | Las compañías telefónicas locales eran monopolios naturales porque era costoso instalar múltiples redes de cables

**\*\*Fijador de Precios\*\*** | Price-Maker | Una empresa con tanto poder de mercado que puede decidir sus propios precios sin preocuparse por la competencia | Rockefeller era un fijador de precios porque controlaba todo el mercado petrolero

**\*\*Tomador de Precios\*\*** | Price-Taker | Una empresa en un mercado competitivo que debe aceptar el precio establecido por la oferta y la demanda | Los pequeños productores de petróleo eran tomadores de precios antes de que Rockefeller creara su monopolio

**\*\*Economías de Escala\*\*** | Economies of Scale | Cuando el costo por unidad disminuye a medida que una empresa produce más | Una gran planta eléctrica tiene costos más bajos por kilovatio-hora que varias plantas pequeñas

**\*\*Conducta Anticompetitiva\*\*** | Anti-Competitive Behavior | Acciones de una empresa para eliminar competidores de manera injusta | Microsoft fue acusado de conducta anticompetitiva cuando forzó a los fabricantes de computadoras a usar solo su navegador

## ■ Cognados Útiles (Spanish-English Cognates)

Estas palabras son similares en español e inglés:

- **\*\*monopolio\*\*** = monopoly
- **\*\*competencia\*\*** = competition
- **\*\*industria\*\*** = industry
- **\*\*producción\*\*** = production
- **\*\*consumidor\*\*** = consumer
- **\*\*tecnología\*\*** = technology
- **\*\*regulación\*\*** = regulation
- **\*\*innovación\*\*** = innovation
- **\*\*corporación\*\*** = corporation
- **\*\*dominar\*\*** = dominate

## ■ Conceptos Fundamentales

### Concepto 1: ¿Qué es un Monopolio?

¿Qué es?

Un monopolio existe cuando una sola empresa o persona controla toda la producción y venta de un producto en un mercado. Sin competencia, el monopolista puede fijar precios altos, limitar la producción y obtener ganancias excesivas.

¿Por qué importa?

Los monopolios pueden perjudicar a los consumidores al cobrar precios más altos de lo que serían en un mercado competitivo. También pueden frenar la innovación porque no tienen incentivo para mejorar sus productos cuando no hay competidores.

Ejemplo cotidiano:

Imagina que solo hay una tienda de comestibles en tu ciudad y el dueño decide duplicar todos los precios. No tienes otra opción que pagar o conducir 50 millas a la siguiente ciudad. Eso es poder de monopolio. Pero si hay cinco tiendas de comestibles compitiendo, ninguna puede subir los precios demasiado o perderá clientes.

## **Concepto 2: Monopolios "Naturales"**

¿Qué es?

Un monopolio natural ocurre cuando es más eficiente y económico tener una sola empresa proporcionando un servicio. Esto sucede con servicios que requieren infraestructura costosa como cables eléctricos, tuberías de agua o redes telefónicas.

¿Por qué importa?

No todos los monopolios son malos. A veces tener varias empresas compitiendo sería más costoso para todos. Por ejemplo, sería un desperdicio tener tres compañías eléctricas diferentes instalando tres conjuntos de cables en tu calle. En estos casos, el gobierno permite el monopolio pero lo regula para proteger a los consumidores.

Ejemplo cotidiano:

Tu casa recibe electricidad de una sola compañía. No puedes elegir entre diferentes proveedores de electricidad como puedes elegir entre diferentes marcas de zapatos. Pero el gobierno establece límites sobre cuánto puede cobrarte la compañía eléctrica para asegurarse de que los precios sean justos.

## **Concepto 3: Leyes Antimonopolio**

¿Qué es?

Las leyes antimonopolio (como la Ley Sherman de 1890) prohíben a las empresas crear monopolios injustamente o usar tácticas que eliminen la competencia. Estas leyes protegen a los consumidores y mantienen los mercados competitivos.

¿Por qué importa?

Sin leyes antimonopolio, las empresas grandes y poderosas podrían comprar o destruir a todos sus competidores, controlando industrias enteras. Estas leyes aseguran que tengamos opciones como consumidores y que las empresas compitan por nuestro negocio.

Ejemplo cotidiano:

Cuando el gobierno demandó a Microsoft por incluir forzosamente su navegador Internet Explorer en Windows, estaba usando leyes antimonopolio para proteger la competencia. El gobierno quería asegurarse de que otras empresas de navegadores (como Netscape) tuvieran una oportunidad justa de competir.

## ■ Conexión con Tu Vida

### Escenario 1: Tu Experiencia como Consumidor

¿Alguna vez has notado que tienes muchas opciones al comprar un teléfono celular (Apple, Samsung, Google, etc.) pero solo una opción para la electricidad en tu casa? Esa es la diferencia entre un mercado competitivo y un monopolio natural. La competencia en el mercado de teléfonos significa que las empresas deben innovar y mantener los precios razonables para ganar tu negocio. Tu compañía eléctrica no tiene competencia, por eso el gobierno regula sus precios.

### Escenario 2: Tecnología y Monopolios Modernos

Piensa en las aplicaciones y servicios que usas todos los días. ¿Hay algunas empresas que parecen dominar? Por ejemplo, Google domina las búsquedas en internet, Amazon domina las compras en línea, y Facebook (Meta) domina las redes sociales. ¿Son estos monopolios? ¿Deberían ser regulados? Estas son preguntas que nuestro gobierno y sociedad están enfrentando ahora mismo, similares a las preguntas sobre Standard Oil hace más de 100 años.

## ■ Preguntas para Reflexionar

### Antes de Ver (Pre-viewing Questions):

1. Piensa en tu comunidad: ¿Qué productos o servicios tienen muchas empresas compitiendo (como restaurantes o tiendas de ropa)? ¿Cuáles tienen solo una empresa (como agua o alcantarillado)? ¿Por qué crees que es diferente?
2. Tu opinión: Si una empresa crea un producto increíblemente bueno y todos quieren comprarlo, ¿debería el gobierno intervenir si esa empresa controla todo el mercado? ¿O la empresa ganó su posición de manera justa?

### Después de Ver (Post-viewing Questions):

1. Análisis: El episodio muestra tres casos diferentes: Standard Oil, AT&T; y Microsoft. ¿En cuál de estos casos crees que el gobierno tomó las decisiones correctas? ¿Por qué? Usa evidencia del episodio para apoyar tu respuesta.
2. Aplicación: Imagina que eres un consejero del gobierno. Una nueva empresa de tecnología ha creado un sistema operativo revolucionario para teléfonos y ahora controla el 95% del mercado. Los consumidores aman el producto. ¿Deberías demandar a la empresa? ¿Qué información necesitarías saber antes de decidir?

# Economics U\$A

## **Programa #6**

### **Monopolio: ¿Quién Tiene el Control?**

#### **Transcripción del Video**

© 2012 Annenberg Foundation & Educational Film Center

**ECONOMICS U\$A: EDICIÓN DEL SIGLO XXI**

## **Programa #6**

# **Monopolio: ¿Quién Tiene el Control?**

**Annenberg Learner (Logo y Música)**

**Narrador: La Financiación de Este Programa es Proporcionada por Annenberg**

**Learner**

**Logo EFC**

DAVID SCHOUMACHER: El petróleo... El oro negro que alimenta la máquina económica estadounidense. Un hombre, una empresa tenía el monopolio de la industria petrolera estadounidense. ¿Podría algo romperlo? En un momento en que el gobierno estaba disolviendo un monopolio en el petróleo, ¿por qué sancionó un monopolio en la industria telefónica? ¿Se aplicarían todavía las leyes antimonopolio en una nueva economía cuyo producto principal es la propiedad intelectual?

DAVID SCHOUMACHER: "Monopolio: ¿Quién Tiene el Control?" Con la ayuda de nuestro Analista Económico Richard Gill y Nariman Behravesch descubriremos en esta Edición del Siglo XXI de Economics U\$A. Soy David Schoumacher.

**(Música - Títulos de Apertura)**

**Parte I**

DAVID SCHOUmacher: Nos gustaría pensar en nuestra economía como una que funciona con competencia. Por ejemplo, podemos elegir la marca de gasolina que compramos. Si una estación fija sus precios demasiado altos, simplemente podemos ir al otro lado de la calle por un precio más bajo. Si suficientes conductores pasan de largo la estación de precios altos, tarde o temprano cerrará. Por supuesto, si para atraer negocios una estación fija sus precios demasiado bajos y no puede cubrir

© 2012 Annenberg Foundation & Educational Film Center

los costos, tarde o temprano también cerrará. Pero ¿qué pasa con los precios si una empresa o una persona controla todas las estaciones de gasolina? Eso fue lo que enfrentó el país en 1890. La empresa era Standard Oil. El hombre era John D. Rockefeller.

Esta era la industria petrolera naciente que John D. Rockefeller vio después de la Guerra Civil. El equipo de perforación era operado a mano y pie en esos días y estaba disponible barato. Cualquiera podía unirse a la fiebre del petróleo y cualquiera lo hizo. Con miles de prospectores, perforadores y refinadores de pequeña escala compitiendo, el suministro de petróleo era abundante. Los precios eran bajos, y las ganancias también.

Rockefeller había estado yendo bien como mayorista de productos agrícolas en Cleveland, pero pensó que podía hacerlo mejor en el petróleo.

Ruth Sheldon Knowles provenía de una familia petrolera de Oklahoma y su libro, *The Greatest Gamblers*, contó la historia de la industria.

RUTH SHELDON KNOWLES: "Rockefeller se mantuvo fuera del negocio de perforación porque no quería perder dinero. Él era quien siempre quería ganar el dinero. Y cuando vio que existía tal cosa como perforar pozos secos, y que podías perder dinero, era obvio para él desde el principio que se iba a perder tanto dinero buscando petróleo como se ganaría encontrándolo."

DAVID SCHOUMACHER: Rockefeller compraba el petróleo que otros hombres perforaban, lo refinaba y lo vendía. Para 1869, tenía la refinería más grande del país y un año después nació Standard Oil of Ohio. Cuando la competencia apretó los márgenes de ganancia, Rockefeller apretó a la competencia. Los competidores dispuestos fueron comprados. Los competidores no dispuestos se encontraron cortados de ferrocarriles, oleoductos y crédito.

RUTH SHELDON KNOWLES: "Al tener el monopolio que tenía originalmente, que era en refinación y oleoductos, pudo controlar el precio del petróleo para los productores. Y los independientes odiaban a Rockefeller. Por ejemplo, hubo un incidente de un granjero

© 2012 Annenberg Foundation & Educational Film Center



que se golpeó el dedo del pie con una roca y dijo: '¡Maldita sea la Standard Oil Company!' Todos culpaban a la Standard Oil Company por cualquier cosa que sucediera."

DAVID SCHOUmacher: Bajo la guía de Rockefeller, la industria rápidamente se volvió menos concurrida. A medida que la competencia disminuyó y luego desapareció, Rockefeller fijó precios donde Standard pudiera obtener las ganancias más altas. Standard Oil y otros monopolios como U.S. Steel, General Electric, AT&T; e International Harvester se convirtieron en fijadores de precios, pero sus métodos dejaron algunas contusiones. El Profesor de Derecho de la Universidad de Georgetown Thomas L. Krattenmaker:

THOMAS L. KRATTENMAKER: "El Trust de Standard Oil se formó en 1882 y eso llevó a una preocupación pública generalizada, y fue esa reacción pública a los trusts lo que llevó a la aprobación de la Ley Sherman en 1890. La Ley Sherman hizo ilegal que cualquier empresa obtuviera un monopolio, es decir, obtener control completo sobre la producción de todos los bienes en un mercado. Y en segundo lugar, la Ley Sherman hizo ilegal que las empresas se reunieran y acordaran la forma en que competirían, por ejemplo, fijando precios o dividiendo mercados o determinando con qué clientes tratarían. La Ley Sherman fue solo una de varias opciones que podrían haberse tomado en 1890. El Congreso podría haber elegido nacionalizar el Trust. Podría haber elegido establecer un gran departamento gubernamental para supervisar el comportamiento de los Trusts. O incluso dirigir los Trusts en cooperación con la empresa privada y esos son dispositivos que se adoptan ampliamente en otros países alrededor del mundo. En cambio, lo que hicieron fue volver a la creencia estadounidense de dejar el poder en manos privadas pero dispersando ese poder."

DAVID SCHOUmacher: Cambiar las tendencias económicas e históricas es como dar la vuelta a un enorme transatlántico: no es algo que se haga rápidamente. El Congreso pudo haber establecido el curso cuando aprobó la Ley Antimonopolio Sherman, pero pasaron veinte años y cuatro presidentes antes de que la Corte Suprema finalmente disolviera Standard Oil. Incluso entonces, la Corte no declaró ilegales todos los monopolios, solo aquellos que eran irrazonablemente anticompetitivos. La llamada "Regla de la razón."

© 2012 Annenberg Foundation & Educational Film Center

Pero para el cambio de siglo, la poderosa Standard estaba bajo ataque en otro flanco. El enemigo, una banda irregular de petroleros independientes y trabajadores rudos de Texas y Oklahoma. Su munición, vastos nuevos descubrimientos petroleros del suroeste. El primer campo de batalla, Spindletop. El año era 1901. El petrolero de Dallas, Robert Goddard:

ROBERT GODDARD: "Mi padre, Charles Goddard, se mudó allí desde Ohio en 1901 cuando se abrió Spindletop. Bueno, él era perforador al principio, lo llamarías encargado de herramientas, supongo. Era el que dirigía la plataforma y que sabía cómo perforar petróleo, y había muy pocas personas en esos días que perforaban. Los petroleros tenían que mudarse donde estaba el petróleo, y usualmente no había ciudad allí. Surgieron ciudades de tiendas de campaña y pequeñas comunidades con calles de tierra y tal vez algunas aceras de madera, pero era un lugar difícil para vivir."

DAVID SCHOUmacher: ¿Qué diferencia hizo realmente Spindletop?

ROBERT GODDARD: "La mayor diferencia fue la cantidad de producción que encontraron que podían obtener de un pozo. Si puedes hacer 100 barriles al día o 1,000 barriles al día, ahora estás en un negocio económicamente viable. Realmente tienes un producto para vender. Una vez que tuviste producción real, diría que ese fue el fin de cualquier monopolio."

DAVID SCHOUmacher: Para 1911, el comando de Rockefeller sobre el mercado estaba destrozado. La competencia del petróleo occidental, de refinadores como Gulf y Texaco había roto el monopolio de Standard, y la Ley Sherman había terminado la era de los grandes trusts. El mercado y el pueblo habían entregado el mismo mensaje: libre empresa dependiente de la competencia por recursos como el petróleo y por los dólares de los consumidores. El poder monopolístico sobre la producción y los precios no podía tolerarse.

El Analista Económico Richard Gill explica por qué los monopolios como Standard casi siempre resultan en baja producción, precios altos y ganancias altas:

## **(Música - Comentario y Análisis I)**

© 2012 Annenberg Foundation & Educational Film Center

RICHARD GILL: Las quejas contra Standard se basan en la crítica económica central de los monopolios: mantienen la producción demasiado baja, y sus precios y ganancias son demasiado altos. Cuando Rockefeller entró en la industria petrolera en la década de 1860, era competitiva. Miles de empresas competidoras, cada una de las cuales era demasiado pequeña para afectar el precio de su producto, el petróleo. Eran tomadores de precios, como los economistas los llaman, lo que significa que su precio era establecido en el mercado por la oferta y la demanda.

Si la curva de demanda para petróleo en toda la economía se veía así, y la curva de oferta se veía así, entonces el precio terminaría en este nivel, \$9.50 por barril y la producción estaría aquí, digamos, 2 millones de barriles. Debido a la competencia, cada empresa solo podría obtener ganancias ordinarias. Es decir, solo cubrir sus costos.

Ahora, lo que pasa con los monopolistas, como Rockefeller a finales del siglo XIX, es que felizmente toman control de todo el mercado. Enfrentadas al poder de una empresa gigante como Standard Oil, los competidores encuentran virtualmente imposible entrar a la industria.

Esto significa que este único monopolista enfrenta la misma curva de demanda de toda la economía que todas esas miles de empresas competitivas tienen. La única diferencia es que él no tiene que tomar el precio del mercado como dado: él es el fijador de precios y no un tomador de precios. Y ciertamente encontrará en su interés fijar este precio muy por encima del nivel competitivo de oferta y demanda. Hace esto, digamos, restringiendo la producción hasta aquí y vendiendo a este precio de \$14.00 por barril, muy por encima del nivel competitivo y muy por encima de sus costos. Esto significa que estará obteniendo no solo ganancias ordinarias o normales, sino ganancias "excesivas". Pero ¿por qué se detiene en \$14.00? ¿Por qué no sube el precio a \$15, \$16, quizás muy arriba aquí? Una razón bastante obvia es que, después de un tiempo, la pérdida en ventas puede perjudicarlo aún más que lo que la ganancia del precio más alto le beneficia. En última instancia, está tratando de maximizar las ganancias, no de sacarle al consumidor todo lo que vale. Aún así, no hay duda de que el consumidor será explotado bastante bien, que la producción será restringida y que las ganancias serán anormalmente altas. En estos tres puntos, los barones ladrones de los viejos tiempos están condenados. Aunque, como veremos, hay un poco más en la historia del monopolio que solo esto.

## Parte II

DAVID SCHOUMACHER: Quizás más que cualquier otra empresa, la compañía telefónica hizo las conexiones que nos unieron. Pero Ma Bell era un monopolio. Por otro lado, ¿existe tal cosa como un monopolio bueno, y si existe, cómo lo controlas, y si el gobierno permite un monopolio, ¿está comprometido con él para siempre? Bueno, durante más de 60 años, el gobierno le dio a la compañía telefónica un conjunto de respuestas.

Las patentes originales de Alexander Graham Bell expiraron alrededor del cambio de siglo. Casi todas las ciudades tenían dos o tres sistemas telefónicos, así que los que llamaban necesitaban dos o tres teléfonos para estar seguros de poder llamar por la ciudad. La competencia significaba precios más bajos y ganancias más bajas.

Bell contraatacó. Redujo las tarifas drásticamente para socavar a algunos competidores y compró a otros. Otros fueron cortados del equipo, o de la red de larga distancia que Bell controlaba y que solo Bell podía permitirse. Los independientes heridos comenzaron a pedirle al gobierno que llevara a Bell a los tribunales bajo las leyes antimonopolio, de la misma manera que lo había hecho con Standard Oil.

Luego, en 1914, el Presidente de AT&T; Theodore Vail envió al vicepresidente de AT&T;, Nathan C. Kingsbury, a Washington. Estableció un acuerdo que crearía lo que Vail llamó un monopolio "NATURAL". Le preguntamos a Picard Wagner de AT&T;, ¿qué había en el Compromiso de Kingsbury?

PICARD WAGNER: "La parte clave de él, por supuesto, fue el compromiso de abstenerse de comprar más compañías telefónicas independientes, que proporcionaría conexiones de larga distancia a los independientes, lo que significa las compañías no Bell que entonces existían."

© 2012 Annenberg Foundation & Educational Film Center

DAVID SCHOUMACHER: "Sr. Wagner, ¿qué cree que impulsó a Theodore Vail a renunciar a la lucha, por así decirlo, y decidir llegar a un acuerdo con el gobierno federal?"

PICARD WAGNER: "AT&T; se quitó al gobierno de encima y, con el compromiso de Kingsbury, pudimos seguir adelante y establecer la red de larga distancia, y se nos aseguró que el gobierno no iba a venir y quitarnos esa red de larga distancia."

DAVID SCHOUMACHER: Henry Geller, ex Asesor General de la Comisión Federal de Comunicaciones, fue uno de los formuladores clave de política telefónica del gobierno.

DAVID SCHOUMACHER: "Bueno, puedo entender qué había en ello para las compañías telefónicas, pero ¿por qué el gobierno compró este arreglo?"

HENRY GELLER: "El gobierno lo compró porque lo que él les prometió fue servicio universal. Iba a tener tarifas razonables. Iba a, como monopolio, poder expandirse, dar este servicio integrado de extremo a extremo. Era un buen servicio. Recuerde, no es un cliché. Los EE.UU. tenía el mejor servicio telefónico, y todavía tiene el mejor servicio telefónico del mundo."

DAVID SCHOUMACHER: "Cuando consideras aquellos tiempos con los periodistas de investigación y todo el desmantelamiento de trusts que estaba ocurriendo, esto casi parecía ir en contra de las corrientes de esos tiempos."

HENRY GELLER: "Bueno, pero incluso entonces, quiero volver a algo. Vail puede haber tenido razón en realidad. Recuerda que la única tecnología entonces es el cable. ¿Cuántos de ellos vas a tender? Es muy caro tenderlo. No vas a tender dos por la calle. Hay economías de escala y terminarás con una empresa comprando a la otra."

© 2012 Annenberg Foundation & Educational Film Center

DAVID SCHOUMACHER: "¿Cómo funcionó el otro lado del Compromiso de Kingsbury? ¿Qué tan efectivamente reguló el gobierno a la compañía telefónica?"

HENRY GELLER: "Si llegas a eso, el Sistema Bell se volvió tan grande que las regulaciones del Sistema Bell se volvieron muy difíciles de hacer, extremadamente difíciles. En pocas palabras, creo que la regulación falló en todo momento."

DAVID SCHOUMACHER: Esta era la AT&T; con la que crecimos, la benévola Ma Bell manteniendo a las familias unidas.

SCHOUMACHER: Pero para los años 70 y 80, no todos pensaban que mamá sabía mejor.

## **(Comercial)**

**HOMBRE: "¿Por qué demonios estás llorando?"**

**MUJER: "¿Has visto nuestra factura de larga distancia?"**

ANUNCIANTE: "Si tus facturas de larga distancia son demasiado, llama a MCI. Claro, comunícate y toca a alguien. Solo hazlo por mucho menos."

DAVID SCHOUMACHER: El monopolio de Bell comenzó con la tecnología. La tecnología lo mantuvo y luego la tecnología de los laboratorios Bell finalmente lo terminó. Durante la Segunda Guerra Mundial, los laboratorios Bell habían desarrollado tecnología de microondas... la capacidad de enviar sonido 20-30 millas a través del aire. Pero luego en la década de 1960 un par de hombres llamados Jack Goeken y Bill McGowan se les ocurrió una idea sobre cómo usar esas microondas.

JACK GOEKEN: "Se me ocurrió esta idea de poner esta microonda de Chicago a St. Louis, no para competir con AT&T; sino para expandir nuestro negocio de radio bidireccional, encontrar más clientes. Entonces, presentamos una solicitud ante la FCC y en unas pocas semanas AT&T;, Illinois Bell, Southwestern Bell, General Telephone and Electronics y Western Union

© 2012 Annenberg Foundation & Educational Film Center

todos presentaron peticiones para denegar nuestras solicitudes. Entonces, para obtener el dinero para construir esto, en el '68 trajimos a Bill McGowan para hacer el financiamiento."

BILL McGOWAN: "Cuando lo investigué, pensé que el concepto, si se cambiaba, podría tener sentido; no los individuales, sino un sistema nacional conectado... la capacidad de poder proporcionar la entonces existente tecnología de microondas como un servicio competitivo a lo que había sido hasta entonces un monopolio: AT&T; el Sistema Bell, en servicios de comunicación de larga distancia."

HENRY GELLER: "Lo que tuviste fue una revolución en cómo las telecomunicaciones llevaban a cabo su negocio de conmutación y de comunicación entre puntos. Y la revolución, la computadora, las microondas, el satélite, estaban realmente disponibles para todos. No era como tender un cable. Y eso hizo posible la competencia."

DAVID SCHOUMACHER: Pero si el monopolio de larga distancia de Bell está muerto, la idea de un monopolio natural sigue viva. En todo el país, cuando las ciudades y estados deciden establecer las reglas básicas para el servicio telefónico local o la energía eléctrica, generalmente deciden que bajo las circunstancias un monopolio regulado es su mejor opción. Nuestro analista económico Richard Gill puede decirnos cómo él y sus colegas ven este término, monopolio "NATURAL".

## **(Música - Comentario y Análisis)**

RICHARD GILL: Básicamente de lo que estamos hablando aquí es de una caída en el costo a medida que producimos más y más de un producto, lo que los economistas llaman Economías de Escala. En la mayoría de las industrias, después de que se alcanza cierto nivel de producción, los costos por unidad de producción de una empresa tienden a aumentar. Pero puede que no lo hagan.

Debido a que los clientes telefónicos necesitan estar conectados entre sí, puede ser muy costoso tener varias redes telefónicas de pequeña escala sirviendo una región en lugar de solo una más grande. Por la misma razón, una planta de energía pequeña puede tener costos más altos por kilovatio-hora al producir electricidad para un área metropolitana que una mucho

más grande. Es decir, que, sobre el rango relevante de producción, los costos por unidad, el costo promedio de producción, podrían verse así, inclinándose hacia abajo a medida que una empresa produce más y más unidades de servicio telefónico o energía eléctrica. Cuando tenemos costos promedio decrecientes como este, tenemos un monopolio "natural". No tiene sentido traer competidores ya que entonces todos tendrán que producir no aquí sino en niveles bajos de producción, es decir, arriba aquí, donde los costos son altos.

Por cierto, aunque los monopolios naturales, como AT&T; en los viejos tiempos, son a menudo empresas enormes que cubren toda la nación, no necesitan serlo. Realmente depende del tamaño del mercado involucrado. Por lo tanto, podrías tener costos promedio decrecientes para el servicio telefónico local en una región determinada o para una empresa de servicios públicos eléctricos que sirve a una ciudad en particular.

Donde existen monopolios naturales, como en estos casos, alguna forma de regulación parece ser la respuesta correcta, de hecho la única manera de asegurar que los servicios necesarios estén disponibles a precios razonables y tasas de retorno justas.

## **Parte III**

DAVID SCHOUmacher: Cada año durante la última década, la participación de mercado de Microsoft para sistemas operativos de computadoras personales ha estado por encima del 90%. ¿Se debió el éxito sin precedentes de Microsoft a su innovación superior y destreza de marketing? ¿O estaba abusando de su poder monopolístico para sofocar la competencia?

El gobierno de los Estados Unidos decidió presentar una demanda antimonopolio contra la corporación Microsoft. El caso de Standard Oil en 1911 definió las reglas de competencia en la era industrial. Pero ¿podría el gobierno aplicar la ley del siglo XX al orden económico del siglo XXI?

Microsoft se dio cuenta temprano de que internet se había convertido en un incentivo importante para que los consumidores compraran computadoras personales. El acceso a internet era controlado por un



navegador, desarrollado con éxito por primera vez por la corporación Netscape en 1994. Esto planteó una amenaza para Microsoft en que un navegador tiene el potencial de reemplazar su sistema operativo. Microsoft decidió desarrollar su propio navegador, Internet Explorer, e incorporarlo en el sistema operativo Windows.

JOEL BRINKLEY: "Microsoft estaba siguiendo la estrategia que estaba destinada a sacar a Netscape del negocio cooptando el negocio del navegador y llevándolo al sistema operativo para que un navegador independiente no pudiera posiblemente permanecer a la venta. Y eso es de hecho lo que sucedió."

DAVID SCHOUMACHER: 18 de mayo de 1998. El Departamento de Justicia llevó a Microsoft a los tribunales.

FISCAL: "Esos hechos muestran un monopolista involucrado en comportamiento depredador y anticompetitivo que no era simplemente su intención, damas y caballeros, ese fue su efecto. Se propusieron lograr lo que querían hacer, que era asegurarse de que nadie se acercara a erosionar su posición de monopolio en el sistema operativo de escritorio Windows."

DAVID SCHOUMACHER: ¿Era este el caso antimonopolio que definiría las reglas de competencia en la era de la información?

CLIFFORD WINSTON: "Nunca ha habido ningún consenso sobre qué constituye realmente un monopolista. Ya sabes, ha habido esfuerzos de académicos e incluso del Departamento de Justicia para tratar de caracterizar a los monopolistas en términos de participaciones de mercado y elasticidades cruzadas de demanda, y este tipo de medidas, pero nunca ha habido una declaración definitiva de esto es lo que es un monopolista."

DAVID BOIES: "Los competidores pueden resultar heridos. Los competidores pueden caer en el camino. Pero mientras eso esté al servicio de una buena y dura competencia para los consumidores, las leyes antimonopolio no solo lo toleran, sino que lo celebran. Es cuando las empresas se involucran en conductas

que son malas para los consumidores con el fin de distorsionar el proceso competitivo que la conducta es etiquetada como anticompetitiva."

RICK RULE: "Todo el testimonio fue que Netscape Navigator funcionaba maravillosamente en Windows. No hubo prueba de que Microsoft hiciera algo para evitar que los fabricantes de PC instalaran Netscape Navigator en las computadoras."

DAVID BOIES: "Tanto Microsoft como Standard Oil usaron su poder para requerir que sus proveedores, sus proveedores, les dieran tratos especiales que no dieron a los competidores. Ambos requirieron que algunos de sus proveedores no hicieran negocios con sus competidores. Ambos ataron un producto a otro para restringir la competencia."

ROBERT LITTON: "Pero lo que lo hace tan difícil en la industria informática de aplicar es que no sabemos en el caso del nuevo programa de software de computadora si el programa es un producto o dos. Y esa es la esencia de la cuestión."

ROBERT HAHN: "No necesariamente quiero instalar un corrector ortográfico en mi programa de procesamiento de textos. No necesariamente quiero instalar una calculadora en mi sistema operativo. Entonces la empresa lo hace por ti y de esa manera economiza tu tiempo y satisface mejor tus necesidades."

DAVID SCHOUmacher: El tribunal ordenó la disolución de Microsoft. Pero eso fue anulado en apelación. Finalmente, el Tribunal de Apelaciones de EE.UU. ordenó a ambas partes que llegaran a un acuerdo y en octubre de 2001 el gobierno y Microsoft llegaron a un acuerdo.

JOHN ASHCROFT: "Con el acuerdo propuesto que se anuncia hoy, el Departamento de Justicia ha abordado completa y totalmente la conducta anticompetitiva que fue delineada por el tribunal de apelaciones contra Microsoft."

© 2012 Annenberg Foundation & Educational Film Center

CLIFFORD WINSTON: "...y para ser honesto, para cuando todo esté dicho y hecho, después de mucha discusión sobre varios remedios, no está claro que hubo algún resultado significativo que realmente afectara las operaciones de Microsoft o la competencia en la industria del software."

RICK RULE: "Se asegura de que esas prácticas que el gobierno siente que podrían dañar a los consumidores estén proscritas, estén prohibidas, mientras permite a Microsoft continuar innovando y diseñando sus propios productos."

CLIFFORD WINSTON: "Hay personas que piensan que las intervenciones antimonopolio realmente no son particularmente útiles, en algunos casos contraproducentes, pero hay otras que son muy positivas sobre el antimonopolio. Ahora una razón importante es probablemente el punto de venta más importante del antimonopolio, es algo que nadie observa, y eso es la disuasión."

DAVID BOIES: "Creo que una de las cosas que el caso de Microsoft estableció es que las leyes antimonopolio pueden aplicarse a industrias de alta tecnología. Eso significa que los consumidores en una amplia variedad de industrias estarán mejor debido al caso de Microsoft. Porque ahora obtendrán el beneficio de la competencia."

DAVID SCHOUmacher: Para más análisis del monopolio, escuchamos a Nariman Behravesht.

### **Música (Comentario y Análisis III):**

NARIMAN BEHRAVESHT: Al final, el caso del gobierno de EE.UU. contra Microsoft será visto como la salva de apertura en un intento de amplia base para frenar las prácticas monopolísticas del fabricante de software. AOL Time Warner, el propietario de Netscape y Sun Microsystems lanzó demandas privadas separadas contra Microsoft. Las autoridades antimonopolio europeas también se han preparado para frenar el comportamiento anticompetitivo del gigante del software. Sin embargo, el mayor control sobre el comportamiento monopolístico de Microsoft bien podría ser el rápido ritmo del cambio tecnológico en las industrias de software de computadora y en línea. Microsoft ya ha tenido que transformarse muchas veces para mantenerse al día con el mar de

© 2012 Annenberg Foundation & Educational Film Center

cambios en los mercados de tecnología de la información. Un objetivo del caso antimonopolio del gobierno era evitar que Microsoft y otras empresas suprimieran el desarrollo de nuevas tecnologías o negaran el acceso a estas nuevas tecnologías a los competidores. Este tipo de bloqueo de la tecnología es uno de los tipos más dañinos de comportamiento anticompetitivo y puede perpetuar un monopolio.

Las prácticas monopolísticas están vivas y puede que incluso estén prosperando en el siglo XXI. Pero afortunadamente también lo están las fuerzas de mercado y legales que pueden frenarlas. Como en el pasado, el truco es permanecer vigilante contra estas prácticas y sobre todo asegurarse de que nada se interponga en el camino de la innovación y el desarrollo de nuevas tecnologías.

DAVID SCHOUMACHER: Lo que Robert Frost dijo sobre las paredes es cierto de los monopolios también. Algo hay que no ama un monopolio, que lo quiere derribar. Si se requiere un monopolio para garantizar la disponibilidad de un servicio esencial como teléfonos o electricidad a un precio asequible, entonces la mayoría de las personas estarán de acuerdo con los tipos de regulaciones necesarias. Pero aquí en el siglo XXI, los economistas, y la mayoría del resto de nosotros, sentimos que una empresa controlando una industria le da a esa empresa demasiado poder para controlar la producción y fijar precios. Demasiado poder para ganar ganancias más altas de lo que la competencia permitiría. Para esta Edición del Siglo XXI de Economics U\$A, soy David Schoumacher.

(MÚSICA - Aparece el LOGO DE ECONOMICS U\$A en pantalla)

**Narrador: La Financiación de Este Programa es Proporcionada por  
Annenberg**

**Learner**

**Narrador: Para Información Sobre Este y Otros Programas de Annenberg**

**Learner Llame al 1-800-Learner y Visítenos en**

**[Www.Learner.Org](http://www.Learner.Org)**