

Economics U\$A - Episodio #6

Monopolio: ¿Quién Tiene el Control?

■ Resumen del Episodio

Este episodio explora el concepto económico del monopolio, examinando cómo surgieron las grandes empresas en Estados Unidos después de la Guerra Civil. Aprenderás cómo compañías como Standard Oil y U.S. Steel dominaron sus mercados, por qué el gobierno aprobó leyes antimonopolio como la Ley Sherman, y cómo se regulan los monopolios naturales hoy en día.

■ Objetivos de Aprendizaje

Al final de este episodio, podrás:

- Explicar qué es un monopolio y cómo las empresas pueden obtener control total de un mercado
- Analizar las ventajas y desventajas de los monopolios para consumidores y empresas
- Evaluar el papel del gobierno en regular monopolios y proteger la competencia

■ Vocabulario Clave

Término Español | English Term | Definición | Ejemplo en Contexto

Monopolio | Monopoly | Mercado controlado por un solo vendedor que puede fijar precios | Standard Oil controlaba el 90% del mercado petrolero

Economías de escala | Economies of scale | Reducción de costos cuando aumenta la producción | Los ferrocarriles permitieron a las empresas producir más barato

Trust | Trust | Combinación de empresas que actúan como un monopolio | El "Sugar Trust" controlaba toda la producción de azúcar

Ganancia económica | Economic profit | Ganancia por encima del rendimiento normal de inversión | Un monopolista gana más que si invirtiera en un banco

Monopolio natural | Natural monopoly | Industria donde una sola empresa es más eficiente | Las compañías eléctricas son monopolios naturales

Ley antimonopolio | Anti-trust law | Leyes que previenen monopolios injustos | La Ley Sherman de 1890 fue la primera ley antimonopolio

Restricción de comercio | Restraint of trade | Práctica que limita la competencia libre | Los trusts creaban restricciones de comercio ilegales

Tasa de retorno justa | Fair rate of return | Ganancia razonable permitida a monopolios regulados | Las agencias reguladoras establecen tasas de retorno justas

■ Cognados Útiles

Estos términos son similares en inglés y español:

- monopolio / monopoly
- competencia / competition
- regulación / regulation
- innovación / innovation
- consumidor / consumer
- restricción / restriction
- producción / production
- industria / industry
- patente / patent
- comisión / commission

■ Conceptos Fundamentales

1. Monopolio y Control de Mercado

¿Qué es?

Un monopolio existe cuando una sola empresa controla todo o casi todo un mercado. El monopolista puede restringir la producción para mantener los precios altos y maximizar sus ganancias.

¿Por qué importa?

Los monopolios pueden perjudicar a los consumidores al cobrar precios más altos y producir menos de lo que sería ideal. Sin embargo, algunos monopolios pueden invertir más en investigación e innovación.

Ejemplo cotidiano:

Imagina que hay una sola tienda de alimentos en tu ciudad pequeña. Esa tienda puede cobrar precios más altos porque los consumidores no tienen otras opciones. Si llegara una segunda tienda, los precios probablemente bajarían.

2. Regulación Gubernamental

¿Qué es?

El gobierno usa leyes antimonopolio para prevenir que las empresas obtengan control injusto del mercado. Para monopolios naturales (como las compañías eléctricas), el gobierno regula los precios en lugar de forzar competencia.

¿Por qué importa?

La regulación equilibra la necesidad de eficiencia empresarial con la protección del consumidor. Sin regulación, los monopolios cobrarían precios excesivos.

Ejemplo cotidiano:

Tu compañía eléctrica es un monopolio regulado. No puedes elegir otra empresa, pero el gobierno controla cuánto puede cobrar para asegurar que los precios sean justos.

3. Economías de Escala y Crecimiento Empresarial

¿Qué es?

Las economías de escala ocurren cuando los costos por unidad disminuyen al aumentar la producción. Esto permitió que grandes empresas dominaran mercados en el siglo XIX.

¿Por qué importa?

Entender las economías de escala explica por qué algunas industrias naturalmente tienden hacia pocas empresas grandes en lugar de muchas pequeñas.

Ejemplo cotidiano:

Amazon puede ofrecer precios más bajos porque compra y envía millones de productos. Una tienda pequeña no puede competir con esos precios porque no tiene el mismo volumen.

■ Conexión con Tu Vida

Situación 1: Tu servicio de internet

Probablemente solo tienes una o dos opciones de proveedores de internet en tu área. Estos son monopolios u oligopolios (pocas empresas). Por eso muchas personas se quejan de precios altos y servicio deficiente - hay poca competencia que obligue a las empresas a mejorar.

Situación 2: Redes sociales y tecnología

Plataformas como Facebook/Meta, Google y YouTube dominan sus mercados. Aunque técnicamente no son monopolios tradicionales, tienen tanto poder que los gobiernos están debatiendo si necesitan regulación especial para proteger a los consumidores y permitir competencia.

■ Preguntas para Reflexionar

Antes de Leer:

1. ¿Puedes pensar en una empresa que domina completamente su mercado? ¿Cómo afecta eso los precios y la calidad?
2. ¿Cuándo crees que es bueno tener solo una empresa proveyendo un servicio, y cuándo es mejor tener muchas empresas compitiendo?

Después de Leer:

1. ¿Por qué crees que los monopolistas restringen la producción en lugar de producir lo máximo posible?
2. ¿Piensas que el argumento a favor de los monopolios (que pueden invertir más en innovación) supera los problemas que causan? ¿Por qué o por qué no?

Transcripción del Programa de Audio

Economics U\$A

Programa #6

Monopolio: ¿Quién Tiene el Control?

(Música)

Locutor: El financiamiento para este programa fue proporcionado por Annenberg Learner.

FRANK STASIO: Este programa fue grabado originalmente en 1985. Aunque los tiempos han cambiado, los principios económicos básicos presentados aquí permanecen tan relevantes hoy como cuando esta serie fue producida. También, por favor note que las personas entrevistadas en este programa pueden ya no ocupar los mismos cargos que tenían cuando este programa fue grabado.

(Música)

FRANK STASIO: Economics U\$A, uno de una serie de programas diseñados para explorar los principios microeconómicos y macroeconómicos del siglo veinte. El tema de esta edición es el monopolio. Nuestro invitado es el Doctor Thomas Kratinaker, Profesor de Derecho en la Universidad de Georgetown. Soy Frank Stasio.

(La música termina)

FRANK STASIO: 1865. La Guerra Civil ha terminado. La esclavitud está abolida. En el sur, los dueños de plantaciones comienzan desde cero lidiando con las realidades de una nueva economía, pero en el norte donde la revolución industrial había comenzado a remodelar la economía una generación antes, el fin de la guerra significó un retorno al crecimiento sin restricciones impulsado por cambios tecnológicos. En los veinticinco años después de la Guerra Civil, los ferrocarriles construyeron más de ciento treinta mil millas de vías férreas extendiendo las fronteras de América y expandiendo el alcance de negocios e industrias individuales. Ahora era posible para un solo fabricante transportar productos de manera barata y rápida a casi cualquier lugar del país. Con la

perspectiva de ventas expandidas, un negocio podía aumentar la producción y aprovechar los ahorros de costos disfrutados en niveles más altos de producción. Estos se conocen como

© 2012 Educational Film Center & Annenberg Foundation

economías de escala. Luego, yendo más allá de las economías de escala, estas empresas en crecimiento se fusionaron para convertirse en trusts gigantes. Muchos ganarían control casi completo de sus mercados. Thomas Kratinaker es un Profesor de Derecho de la Universidad de Georgetown especializado en ley antimonopolio.

THOMAS KRATINAKER: "A medida que la economía se hacía más grande, se estaba volviendo posible cosechar grandes recompensas si podías formar un trust, porque en lugar de monopolizar digamos mil unidades al año, podrías ser capaz de monopolizar digamos, diez mil unidades al año o más."

FRANK STASIO: Esta fue también una época cuando las ciudades comenzaron a atraer números crecientes de personas. La población urbana creció en un cuatro por ciento al año justo después de la Guerra Civil. Para 1880 la tasa de crecimiento era del seis por ciento. A principios del siglo, dos quintas partes de la población de la nación vivían en ciudades. A medida que la población se consolidaba, también lo hacían los negocios. Ahora era posible para una o dos grandes empresas satisfacer demandas que en un tiempo requerían docenas o incluso cientos de compañías, así que las pequeñas empresas fueron devoradas por las grandes compañías, y las grandes compañías se convirtieron en trusts gigantes. U.S. Steel había absorbido más de doscientas compañías y recogió casi el setenta por ciento del mercado del acero en el proceso. American Tobacco tomó control del noventa por ciento del mercado después de comprar más de ciento cincuenta empresas independientes. La industria estadounidense cayó en un nuevo orden con fusiones ocurriendo a una tasa asombrosa. Hubo casi veinte veces más fusiones en mil novecientos que las que hubo solo tres años antes.

THOMAS KRATINAKER: "Entonces vimos durante la década de 1880 la creación de un montón de Trusts, muchos de los cuales suenan algo caprichosos hoy. Quiero decir, estaba el Trust del Azúcar, luego el Trust del Whiskey. Probablemente puedes empatizar con esos, pero también había un Trust de Bolsas de Papel y había un Trust de Sobres, y un Trust de Hule y Pintura."

FRANK STASIO: Para 1904, el 40 por ciento de la producción industrial de la nación era producida por menos del uno por ciento de todos los negocios del país. Compañías como U.S. Steel,

American Tobacco, y Standard Oil habían eliminado virtualmente toda la competencia en sus campos. Era un sueño hecho realidad.

THOMAS KRATINAKE: "La competencia es buena para los consumidores pero es mala para los negocios. La competencia tiene el efecto de hacer bajar los precios. Cualquiera que esté en el negocio preferiría ser un monopolista que un competidor. El punto de un trust o un... que es realmente solo una manera de crear un monopolio de una sola empresa o fusionar a todos los competidores en una industria, es permitirles ganar control de toda la producción para que puedan recortar lo que se está produciendo y elevar los precios a los consumidores."

FRANK STASIO: Note que el Profesor Kratinaker no simplemente dice que el monopolista dicta precios. Él dijo que una vez que una empresa gana control completo de un mercado, recortará la producción. Es solo manteniendo la producción artificialmente baja que el monopolista puede exigir precios más altos.

THOMAS KRATINAKE: "Todo el concepto de un monopolio es tratar de restringir la cantidad que se está suministrando para poder cobrar precios más altos y tratar de estar... tratando de cobrar precios que exceden sustancialmente los costos de producción. Incluso un monopolista siempre tiene una elección entre expandir la producción y elevar los precios. Usualmente no tiene la oportunidad de seguir ambos cursos de acción. Quiero decir, la razón por la que se asume que venderás más cuando bajas el precio es que entonces la gente sustituirá de algún otro producto a tu producto. Y similarmente si elevas el precio, es probable que pierdas clientes porque encontrarán algo más para sustituir. Supongo que el Trust de Bolsas de Papel cuando elevó sus precios descubrió que la gente estaba volviendo a... volviendo a sacos de tela."

FRANK STASIO: Entonces, bajo un monopolio la producción es usualmente menor de lo que podría ser bajo un sistema perfectamente competitivo, pero ¿cómo sabe el monopolista cuándo se ha alcanzado el nivel de producción ideal? Para encontrar esto, el monopolista mira el costo de hacer cada unidad adicional y el ingreso que recibirá de la venta de esas unidades adicionales.

THOMAS KRATINAKE: "El monopolista quiere mirar cuántos costos adicionales tendrá que soportar para producir más de un bien y comparar eso con el

ingreso adicional que derivará de producir ese bien, y es solo donde esos dos entran en balance o como dirían los economistas en el equilibrio que el monopolista se detendrá. En ese punto dejará de expandir la producción y... y cobrará un precio donde sus costos marginales como acabamos de definir igualan su ingreso marginal como acabamos de definirlos. En ese punto resultará que el monopolista está de hecho cobrando más precio total del que está gastando en costo total por la producción."

FRANK STASIO: Claramente el monopolista tiene una ventaja sobre otros negocios en campos más competitivos.

THOMAS KRATINAKER: "Si estás en un mercado competitivo, maximizar tus ganancias significa reducir tus costos y vender tanto como puedas, porque en el mercado competitivo no tienes mucha influencia sobre el precio. Um, hay tantas empresas allá afuera que tu decisión sobre cómo produces realmente no afecta el precio total que la mercancía obtiene en el mercado. Un monopolista siguiendo los mismos incentivos, es decir, maximizar sus ganancias, enfrenta un conjunto diferente de condiciones. Un monopolista sabe que si restringe la producción el precio subirá porque es el único proveedor de ese bien. Entonces lo que un monopolista está tratando de hacer es encontrar ese punto en el que obtiene las mayores ganancias totales. Lo que eso significa es que quiere la mayor brecha entre sus costos de producción y el precio al que vende el bien."

FRANK STASIO: Porque no tiene que preocuparse por la competencia, un monopolista puede ganar un margen de ganancia más alto que las empresas que tienen que competir por su participación del mercado. El retorno más alto en una inversión monopolista se llama ganancia económica. El Profesor Kratinaker explica la diferencia entre ganancia económica y ganancia simple.

THOMAS KRATINAKER: "Si estás operando una bolera, no es cierto que tu ganancia sea todo el dinero que queda después de comprar los pines y las bolas y las máquinas. Si te quedan diez dólares, tal vez en lugar de comprar boleras podrías haber comprado un Certificado de Depósito y haber ganado once dólares. Si es así, no deberías estar siendo dueño de una bolera, deberías tener los Certificados de Depósito. Fue un costo para ti, un costo de capital para hacer la tasa de retorno promedio en la sociedad. Entonces para una persona común la ganancia

es solo lo que queda después de los costos, pero para un economista y la noción de ganancia económica es esa cantidad de dinero que ganas que está por encima y más allá de la tasa de retorno ordinaria hecha en los mercados de capital promedio. En cierto sentido, toda la definición de un monopolio es que es una empresa que tiene la opción de ganar ganancia económica."

FRANK STASIO: Ya hemos visto cómo las economías de escala y las fusiones ayudan a crear monopolios. Hay otras razones también. Una forma es controlar la tecnología en una industria a través de patentes.

THOMAS KRATINAKER: "La patente que el gobierno da al descubridor de una invención le da a ese descubridor el derecho de excluir a cualquier otra persona de hacer el producto. Ese individuo entonces tiene un monopolio. Pero el propósito aquí, al menos el propósito declarado no es proteger a los fabricantes existentes u otra justificación que podría darse para otros tipos de dispositivos de protección de monopolio sino para alentar a la gente a inventar, y la patente ha sido un dispositivo más o menos tradicional para tratar de alentar la invención."

FRANK STASIO: Otra forma de construir un monopolio es obtener control de los insumos, es decir, las materias primas o productos necesarios para fabricar un producto particular.

THOMAS KRATINAKER: "Esto es mucho como lo que las empresas trataron de hacer en el caso de Standard Oil, que fue uno de los grandes casos tempranos de la Ley Sherman. Es decir, trataron de ganar monopolio sobre la venta de gasolina y otros productos de petróleo refinado al ganar control de los campos petroleros y de los oleoductos que estaban enviando petróleo desde los campos petroleros a las refinerías."

FRANK STASIO: No pasó mucho tiempo antes de que el poder de mercado ejercido por los gigantes industriales produjera resentimiento y desconfianza. Los agricultores fueron los primeros en sentir la presión cuando intentaron enviar sus productos o pedir dinero prestado. Muchos se unieron a la Grange de Agricultores y otras organizaciones para que pudieran presionar al gobierno a restringir los trusts colosales. Pronto los pequeños negocios afirmaron que fueron exprimidos por competencia desleal, y finalmente los consumidores sintieron que los trusts mantenían los precios artificialmente altos. El gobierno respondió rápidamente. En 1890, el Congreso aprobó la Ley Antimonopolio Sherman.

THOMAS KRATINAKE: La Ley Antimonopolio Sherman está algo oscurecida en la historia hoy. Decirte precisamente por qué fue aprobada sería algo muy difícil, pero algunas cosas creo que todavía podríamos decir con un grado justo de certeza. Primero que todo, ciertamente fue una respuesta a la presión popular. No hay ninguna duda de que grandes números de personas estadounidenses ya sea que fuera el cincuenta por ciento u ocho por ciento o cuarenta y dos por ciento no puedo decir, pero grandes números de ciudadanos estadounidenses comunes y corrientes pensaban que el problema de los monopolios o como se les refería en esos días como los trusts era un gran problema que estaba amenazando la economía estadounidense y amenazaba causar gran daño a los consumidores estadounidenses. Y ese fue principalmente el ímpetu detrás de la Ley Antimonopolio Sherman. Y si lees la Ley casi puedes ver eso porque la Ley dice casi nada. La Ley Antimonopolio Sherman simplemente dice que es una ofensa participar en una restricción de comercio y es una ofensa monopolizar. Eso es literalmente lo que dice. Como cuestión de práctica lo que está diciendo es, tribunales federales, tenemos un problema. Por la presente declaramos que, en general, estamos opuestos al monopolio y preferimos la competencia, ¿podrían por favor encontrar una solución para ello?

FRANK STASIO: Mientras que la Ley Sherman fue vaga sobre qué constituiría o no un monopolio, Kratinaker dice que la legislación reforzó una tradición económica únicamente estadounidense.

THOMAS KRATINAKE: Lo que la Ley Sherman hizo no fue tanto responder a los grangers o responder a los trusts sino re-expresar de maneras que están en muchos otros lugares en la economía política estadounidense tal como la Primera Enmienda una creencia en el mercado, una creencia en el control individual de nuestro propio destino. La mayoría de los otros países civilizados en respuesta a un fenómeno como los trusts habrían impuesto una forma de regulación que moderaría las disputas entre los trusts y los consumidores. Los trusts habrían mantenido algunas de sus ganancias, y los consumidores habrían obtenido precios algo más bajos. Así habría percibido que, bueno, ellos tienen su negocio y hay consumidores allá afuera, solo tenemos que asegurarnos de que nadie esté completamente estafando a alguien más, pero si quieren formar un trust está bien para nosotros. Esa no fue la reacción estadounidense. La reacción estadounidense fue enfatizar la soberanía del consumidor.

FRANK STASIO: Como una re-declaración de los valores estadounidenses, la Ley Sherman es una pieza interesante de legislación pero como una herramienta para romper monopolios y preservar la competencia, fue considerablemente menos importante. La Ley nunca especificó qué prácticas eran ilegales ni le dio al gobierno ningún nuevo poder para procesar a sospechosos de malas acciones.

THOMAS KRATINAKE: "Los tribunales respondieron a la ley antimonopolio de maneras que podrías esperar confrontados con este estatuto muy corto, muy vago. Comenzaron en alrededor de cinco direcciones diferentes a la vez, y algunos jueces nos dijeron que cada vez que alguien restringe el comercio eso viola la Ley Sherman. Otros jueces se dieron cuenta de que si yo fuera a venderte un reloj, eso podría caracterizarse como una restricción de comercio porque ahora alguien más ya no puede comprar ese reloj de mí, entonces en ese sentido hay una restricción del comercio libre en el reloj. Él dijo, 'bueno no puede ser que la Ley literalmente signifique lo que significa. Tal vez depende del tamaño de la compañía involucrada. Tal vez otros tribunales podrían haber sugerido que depende del propósito para el cual actúan.' Otros sugirieron que podría depender de tratar de adivinar qué efecto iba a ocurrir. ¿Van a sufrir los consumidores precios más altos o van a ser expulsados los competidores del negocio? Vimos todos estos comienzos a medida que pasó el tiempo y a medida que los tribunales tuvieron más experiencia y más tiempo para pensar sobre el trabajo que se les había dado, comenzaron a refinar la investigación un poco, de modo que por ejemplo ya no hablamos de ningún tipo de lectura literal del estatuto. Los tribunales en general te dirán que la Ley está diseñada para proteger la competencia, no a los competidores. Es decir, nos preocupamos de que los consumidores sean lastimados. No estamos muy preocupados por una acción que solo tiene el efecto de lesionar a un negocio."

FRANK STASIO: En efecto, había dos formas de ver los trusts. Los tribunales podían enfocarse en el desempeño de mercado de la empresa o en su estructura de mercado. El desempeño de mercado se centra en el comportamiento de la compañía mientras que Kratinaker dice que la compañía ha formado un monopolio solo para hacer ganancias excesivas lo cual sería ilegal o debido a innovaciones tecnológicas o eficiencias empresariales que los tribunales podrían permitir. El tribunal podía entonces mirar si la empresa está cobrando un precio justo por su producto. La otra forma de examinar trusts, el enfoque de estructura de mercado, ignora todo eso y simplemente mira si la empresa ha tomado control completo o casi completo del

mercado. El caso contra Standard Oil en 1911 estableció el criterio de desempeño de mercado como el estándar para decidir casos antimonopolio por más de treinta años.

THOMAS KRATINAKER: "En ese caso el tribunal dijo, mira, lo que tenemos es una regla de razón. Aquello que irrazonablemente restringe el comercio es ilegal y aquello que no restringe irrazonablemente el comercio no es ilegal, entonces la gente dejó de preocuparse por el lenguaje preciso de las leyes antimonopolio y comenzó a preocuparse por qué es una restricción razonable y qué es una restricción irrazonable de comercio."

FRANK STASIO: La regla de razón fue modificada algo en 1945 cuando un juez federal dictaminó que la Compañía Alcoa Aluminum era un monopolio ilegal aunque no se encontró que estuviera participando en ninguna práctica que sería considerada ilegal bajo las pautas de desempeño de mercado.

THOMAS KRATINAKER: "Esa decisión pareció establecer la proposición de que la prohibición de la Ley Sherman sobre monopolios fue más allá de su prohibición sobre restricciones irrazonables de comercio. Una empresa que adquirió un monopolio debía ser disuelta o ser castigada de alguna manera ya sea que hubiera participado o no en actos ilegales en el camino. Ahora al mismo tiempo el autor de la Opinión, el Juez Leonard Hand, dijo que no estaba diciendo que alguien que inventa una mejor ratonera debe ser consignado a Haití, pero estaba tratando de caminar algún tipo de línea fina entre la empresa que gana un monopolio por lo que describió como maniobras honestamente industriales o habilidad superior previsión en la industria por un lado. Esos seguirían siendo monopolios legales, pero por otro lado aquellos monopolios que adquirieron una posición de dominancia pero no por medios que eran como él lo expresó, económicamente inevitables, debían ser tratados como monopolios ilegales."

FRANK STASIO: Ha tomado décadas desarrollar una interpretación significativa de la Ley Sherman. En los años poco después de su aprobación, pocos trusts fueron llevados a tribunal. El gran rompedor de trusts mismo, Teddy Roosevelt, procesó solo dieciséis casos durante su administración. El registro generalmente mixto de aplicación bajo la Ley Sherman llevó a la aprobación de legislación más dura en 1914. La Ley Antimonopolio Clayton y la Ley de la Comisión Federal de Comercio.

THOMAS KRATINAKE: "La Ley Clayton o algo como ella fue parte de la plataforma de Wilson cuando se postuló para la Presidencia en 1912 y uno de los principales... había dos temas principales que estaban siendo expresados, ambos de los cuales surgieron de la vaguedad de la Ley Sherman. A los consumidores y a los grupos de acción de consumidores Wilson estaba diciendo hay ciertos tipos de prácticas que son perniciosas que deberíamos estar condenándolas de plano, y la Ley Sherman no admite ese tipo de tratamiento porque los tribunales siempre están preguntando sobre propósito y efecto. Entonces tenemos que endurecer las leyes antimonopolio definiendo específicamente ciertos tipos de cosas como arreglos de pastel, discriminación de precios y fusiones que son inherentemente dañinas para los consumidores. Esta fue una idea que fue en gran medida la creación mental... de... la lluvia de ideas, perdón de... de Louis Brandeis. La segunda cosa que Wilson estaba diciendo estaba dirigida a los negocios. Esta no fue la idea de Brandeis. Otros la tuvieron pero era que la vaguedad de la Ley Sherman significa que las personas de negocios están cada día en riesgo de si están violando o no la Ley Sherman. Merecen tener orientación más específica. ¿Por qué no creamos una agencia administrativa experta que pueda usar procedimientos de investigación de hechos y elaboración de reglas para especificar bajo qué circunstancias una restricción de comercio es irrazonable o bajo qué circunstancias este comportamiento podría considerarse un intento de monopolizar? Estas dos ideas dan orientación a los negocios y pongamos algunos dientes detrás de ciertos tipos de prescripciones de actividad antimonopolio se unieron en la promulgación conjunta... quiero decir, ocurrieron virtualmente al mismo tiempo... de la Ley de la Comisión Federal de Comercio y la Ley Clayton."

FRANK STASIO: Incluso con la Ley Clayton, sin embargo, el gobierno nunca intentó prohibir los monopolios completamente. Hay algunas industrias donde tú y yo reconocemos que somos mejor servidos por una gran compañía que por varias más pequeñas todas compitiendo por nuestro negocio. En muchos casos, estos negocios se llaman monopolios naturales. Una de las formas de determinar si una empresa es un monopolio natural es ver si los costos continuarán disminuyendo a medida que aumente la producción. Si una empresa puede reducir costos sirviendo a un mercado completo como en el caso de las empresas de servicios públicos, se considera un monopolio natural. Pero dejado a su suerte, un monopolio natural actuaría como cualquier otra compañía con control completo del mercado. Restringiría la producción para mantener los precios y por lo tanto, las ganancias altas. Pero como hemos escuchado

no sería del interés de nadie forzar competencia en estas industrias, entonces en lugar de romper un monopolio natural, el gobierno a menudo decide regularlo.

THOMAS KRATINAKER: "Usualmente lo que hace el gobierno es tratar de forzar a esa compañía por regulación detallada a no recortar su producción sino a continuar expandiendo su producción hasta el punto donde estaría produciendo si estuviera en una situación competitiva. Eso significa continuar vendiendo mientras todos sus costos estén cubiertos por los ingresos totales que está... que está ganando de los consumidores."

VOZ FEMENINA: "Le insto a negar el aumento de tarifas en total y negar la solicitud de reestructurar las tarifas."

VOZ MASCULINA: "Estas propuestas son un intento descarado de simplemente estafar al público, a los contribuyentes, aquellos que trabajan para vivir, y aquellos con ingresos fijos."

FRANK STASIO: Hay comisiones reguladoras en cada nivel de gobierno que supervisan los monopolios naturales. Estas comisiones establecen precios al permitir a la empresa una tasa de retorno justa sobre su inversión. Es decir, una ganancia justa basada en los costos totales y la producción. La regulación pública tiene sus críticos. Algunas personas acusan que las comisiones reguladoras se acercan demasiado a la industria que supervisan y a menudo permiten ganancias más altas de lo necesario. Otros se quejan de que el costo de regular una industria excede los beneficios.

THOMAS KRATINAKER: "Hay una escuela de pensamiento que cuando sumas el costo de regulación, el costo de los abogados, el costo de la agencia reguladora, los costos judiciales que se consumen en revisión judicial... tienes suerte si terminas con un neto positivo."

FRANK STASIO: Otra crítica de los monopolios regulados es que ofrecen poco incentivo para la innovación o eficiencia. Mientras se le garantice una ganancia, la empresa no es penalizada por dejar que los costos se vuelvan demasiado altos.

THOMAS KRATINAKER: "Como un bromista lo expresó, ojalá pudiera tomar crédito por ello, una de las recompensas de un monopolio es la vida tranquila. Un monopolista puede no solo elevar el precio sino también puede ser laxo en controlar costos. Puedes decidir que puedes permitirte poner a tu sobrino

en la nómina, y puedes... y puedes pagar a tu cuñado el accionista tasas de retorno infladas porque no enfrentas ninguna competencia."

FRANK STASIO: Es importante notar que aceptando industrias donde encontramos monopolios naturales, es casi imposible para una compañía ganar control completo de un mercado sin la ayuda del gobierno.

THOMAS KRATINAKER: "Por ejemplo, supón que todos... todos los fabricantes de automóviles en América se juntaran y se fusionaran en una sola empresa y luego comenzaran a restringir la producción y elevar los precios. Bueno, serían un monopolio efectivo solo si alguien más no comenzara otra compañía de automóviles viendo que hay estas ganancias para hacer o solo si no comenzáramos a tener cantidades masivas de automóviles enviados desde Japón o Europa. Mantener a la gente fuera del mercado estadounidense ya sea de construir empresas aquí o de suministrar o de exportar bienes desde el extranjero usualmente requiere protección gubernamental activa."

FRANK STASIO: También ten en cuenta que mientras el gobierno puede permitir a un monopolio hacer negocios, la aprobación no es siempre permanente. Un monopolio puede perder su estatus protegido cuando los cambios tecnológicos hacen factible la competencia.

JACK GOEKEN: "Si yo vine con esta idea de poner este microondas de Chicago a St. Louis, no para competir con AT&T; sino para expandir nuestro negocio de radio de dos vías, encontrar más clientes. Entonces presentamos una solicitud con la FCC y oh, qué en unas pocas semanas AT&T;, Illinois Bell, Southwestern Bell, General Telephone Electronics, y Western Union todos presentaron peticiones para negar nuestras solicitudes."

FRANK STASIO: Ese es Jack Goeken, uno de los fundadores de MCI Corporation. Goeken pronto aprendió por qué la compañía telefónica se opuso a su solicitud. Si se permitía, rompería el monopolio de Bell sobre la comunicación de larga distancia. Henry Geller fue Consejero General de la Comisión Federal de Comunicaciones.

HENRY GELLER: "Lo que tuviste fue una revolución en cómo las telecomunicaciones realizaban su negocio de conmutación y de comunicación entre puntos y la revolución,

la computadora, el microondas, el satélite, estaban realmente disponibles para todos. No era como tender un cable, y eso hizo posible la competencia."

FRANK STASIO: MCI fue exitoso y el monopolio de Ma Bell sobre la comunicación de larga distancia terminó. El crecimiento de MCI y otras compañías de larga distancia parece probar la teoría de que los monopolios serán tolerados solo mientras claramente sirvan al mejor interés del público en general. Hay un argumento para alentar la propagación de monopolios generalmente a través de la economía. Los proponentes sugieren que hay beneficios a largo plazo para los consumidores que superan los costos a corto plazo provocados por el suministro restringido.

THOMAS KRATINAKE: "El crecimiento real en la economía estadounidense viene, en cualquier economía, viene de la innovación, innovación real, innovación impresionante como el automóvil. No más caballo y buggy. Vayamos a los automóviles. O como el avión. Olvida las carretas cubiertas, estamos volando a California. Eso es un gran negocio. No es tan gran negocio bajar el precio de las correas de reloj de un dólar a noventa y ocho centavos, como hará la competencia. El argumento es que un monopolista tiene el lujo, los recursos, y el tiempo para invertir dinero en investigación y desarrollo fundamental que una empresa competitiva puede no tener tiempo para y eventualmente que cualquier tipo de daño que se haga a los consumidores es un daño a corto plazo. Mientras tanto lo que esperas es que esa empresa con un monopolio en caballos y buggies puede tener el lujo y los medios para inventar el Modelo T."

FRANK STASIO: Miremos ahora hacia atrás algunas de las formas en que los monopolios ganan control sobre sus mercados y cómo los gobiernos tratan con ellos. Un monopolio es un mercado con un solo vendedor. Una vez que un negocio tiene control del mercado tenderá a restringir el suministro para mantener los precios altos. Cerca del cambio de siglo algunos hombres de negocios aprovecharon las economías de escala y el crecimiento económico general en los Estados Unidos y construyeron trusts, que ganaron control casi completo de sus mercados. Las quejas de que los Trusts cobraban precios injustos comenzaron con los agricultores y rápidamente se extendieron por toda la población. El gobierno respondió aprobando la Ley Antimonopolio Sherman en 1890. La Ley Sherman meramente reforzó los principios de derecho común contra la restricción de comercio. Pocos Trusts fueron procesados bajo la Ley Sherman en los años poco después de su aprobación. En 1914,

el Congreso aprobó la Ley Antimonopolio Clayton, que especificó prácticas que eran ilegales. La Ley de la Comisión Federal de Comercio, también aprobada en 1914, estableció la Comisión Federal de Comercio con autoridad para regular la competencia empresarial. Hay dos formas de ver la política antimonopolio. Una es apuntar al comportamiento de la empresa para determinar si sus acciones lastiman a los consumidores. Esto se llama el enfoque de desempeño de mercado. El otro método es usar la posición de la empresa en el mercado como la única base para hacer un fallo. Esto se llama el enfoque de estructura de mercado. Un monopolio puede ocurrir debido a patentes, control de insumos y acción gubernamental. Las economías de escala también ayudan en desarrollar un monopolio. Si una empresa puede reducir costos sirviendo a un mercado completo, se llama un monopolio natural. Para tal mercado puede no ser deseable mantener competencia y el público puede insistir en un monopolio regulado por el gobierno. Las empresas de servicios públicos son ejemplos de monopolios naturales. Usualmente son regulados por una agencia pública, que decide la producción y las tarifas que una empresa de servicios públicos puede cobrar. La agencia reguladora permite al monopolio una tasa de retorno justa sobre su inversión basada en costos totales y demanda. Los monopolios regulados son a menudo criticados por las tarifas que cobran. Algunos críticos dicen que las agencias reguladoras ceden demasiado fácilmente a los negocios que supervisan. Algunos cuestionan si el costo de regular un monopolio vale los beneficios. Finalmente, ya que a los monopolios regulados se les garantiza una ganancia, los críticos acusan que hay poco incentivo para la eficiencia de costos. Mientras que los monopolios tienden a restringir el suministro y cobrar precios más altos que si estuvieran en un ambiente más competitivo, hay un argumento de que los monopolistas pueden usar sus ganancias más altas y libertad de preocupaciones de competencia para invertir en investigación básica que podría llevar a innovación dramática.

(Música)

FRANK STASIO: Has estado escuchando Economics U\$A, uno de una serie de programas sobre principios microeconómicos y macroeconómicos. Nuestro invitado ha sido el Doctor Thomas Kratinaker, Profesor de Derecho en la Universidad de Georgetown. La canción "Rally Around the Grange" fue interpretada por miembros de los Hutchinson Family Singers de Minneapolis, Minnesota. Economics U\$A ha sido producido por el Educational Film Center en Annandale, Virginia. Soy Frank Stasio.

© 2012 Educational Film Center & Annenberg Foundation

(La música termina)

Locutor: El financiamiento para este programa fue proporcionado por Annenberg Learner.

© 2012 Educational Film Center & Annenberg Foundation