



ESCUELA DE INGENIERÍA
FACULTAD DE INGENIERÍA

Trabajo de Economía: *Investigación + Debate*
Regulación de los monopolios de las grandes tecnológicas

Profesores: Javier Ayala y Sebastián Espinoza.

Grupo: 25

Miembros:

Teresita Corthorn

Felipe Rodríguez

Ignacio Arteaga

Economía:

¿Debe el estado impedir la concentración de mercado de las grandes empresas tecnológicas?

Un monopolio es una estructura de mercado donde existe un único oferente de un cierto bien o servicio que no tiene sustitutos cercanos. En otras palabras, un mercado monopolista es un mercado donde los precios son fijados por una sola empresa, que es la única presente en dicho mercado. De este modo, los consumidores que desean adquirir dicho bien sólo pueden hacerlo a través del monopolio y deben aceptar las condiciones que este impone (Mankiw, 2012)

Cuando hablamos de un monopolio tecnológico nos referimos a cuando las empresas venden un único servicio o producto gracias a la tecnología o el intelecto empleado. Al inventar o descubrir algo quien quiera obtener beneficio económico de esto debe conseguir una patente que le da el derecho exclusivo de vender, producir o rentar su invento por un lapso de tiempo (*Financiamiento México*, 2016).

Si quisiéramos describir a las grandes tecnológicas de nuestro tiempo, podríamos identificar tres patrones comunes a todas ellas: su carácter innovador, su gran valor comercial y el nivel de información que tienen de sus usuarios.

Entre las grandes empresas tecnológicas, existen aquellas que han surgido sin una finalidad comercial, como puede ser el caso de Facebook y Google, ambas académicas en sus inicios, pero que por su carácter innovador se han ampliado y extendido al público en general, adquiriendo fama y popularidad por lo novedoso de sus propuestas y por entregar un servicio útil, y muchas veces gratuito, a las personas. La gran mayoría de estas empresas han surgido a partir de invenciones de carácter innovador y tecnológico, que, por ser propuestas nuevas y desconocidas para el público, no encuentran competencia en la venta de estos bienes y servicios, formándose, de este modo, monopolios.

Se hace necesario señalar que durante los últimos 10 años, las empresas de este rubro se potenciaron enormemente. Tanto así, que desplazaron a las empresas dominantes en ese entonces, entre ellas Exxon y Total, ambas petroleras. Actualmente, de las cinco empresas más ricas del mundo, cuatro son catalogadas como de Tecnología de Información (BBC, 2017), mientras que la que ocupa el cuarto lugar en este ranking; Amazon, empresa de Consumo, comenzó como un sistema innovador en la venta de libros mediante una biblioteca virtual, es decir, utilizando tecnología.

De lo anterior se puede concluir la gran riqueza y el valor que adquiere la tecnología y, más aún, la importancia de dichos productos y servicios en la vida de las personas; pues, como vimos en clases, el costo de algo, en este caso, una empresa, es a lo que estoy dispuesto a renunciar por obtener dicha cosa. Y esto debido a que la tecnología realmente ha mejorado la calidad de vida de las personas, convirtiéndose en un factor indispensable de nuestro día a día.

Otra característica común a estas empresas es el nivel de manejo de información sobre sus usuarios que tienen. Ofreciendo muchos servicios o funciones predeterminadas en los distintos dispositivos, como puede ser en el caso de los *notebooks*, *tablets* o celulares, como es el caso de Apple y Samsung, por ejemplo; o simplemente ofreciendo sus propios servicios como “gratuitos”, sin costos; lo cual ocurre con empresas como Facebook y Google. Es esta actualización constante de información sobre sus usuarios lo que permite

a estas compañías operar, y, según ellas mismas lo expresan en sus términos y condiciones, mejorar sus servicios para sus adherentes. Lo paradójico en todo esto es que, en dichos casos, en que el servicio es aparentemente gratuito, en realidad estamos pagando con nuestros datos, con nuestras búsquedas, imágenes, etc. Es decir, nosotros somos el producto. A partir de toda esa información, estas empresas seleccionan la publicidad a mostrarnos, que es de donde obtienen sus ganancias. Sin embargo, es necesario señalar que es a partir de esta misma información entregada como Google, Facebook, Netflix u otras de estas grandes empresas se van reinventando y actualizando su base de datos, para así entregar una mejor experiencia al usuario (Odisea, 2010).

A continuación presentaremos tres casos reales de concentración monopólica disueltos por tribunales de libre competencia. El primero ocurrido en Estados Unidos y los dos siguientes en nuestro país:

1. Caso *Standard Oil*:

En 1870 el empresario estadounidense John D. Rockefeller junto a otros inversores crea la empresa petrolera *Standard Oil*. Pasados los años, en 1822 Rockefeller y sus colegas unen sus compañías individuales y crean el *Standard Oil Trust*. Gracias a esta asociación las compañías adquirieron mucho más poder de mercado, dictaminando precios del petróleo, presionando a las compañías ferroviarias para otorgar descuentos y controlando alrededor del 90% de la producción de petróleo de EEUU.

A raíz del aumento de las empresas monopolistas en el país, el Congreso aprobó el *Acta Sherman Antitrust* en 1890. Esta prohibía cualquier acto de asociación o conspiración destinado a restringir el comercio. En primer lugar el Estado de Ohio demandó a *Standard Oil*, pero sólo se aplicaba en dicho Estado, por lo que la compañía se instaló en Nueva Jersey. Luego, en 1909 el gobierno demandó a *Standard Oil* por violar el Acta Sherman Antitrust, y dos años después la Corte Suprema ordenó la división de la compañía en 34 nuevas empresas de carácter independiente.

2. Caso Colusión Papel-Tissue:

Otro caso de concentración monopólica importante ocurrido en nuestro país y que se tradujo en una colusión de las dos grandes empresas involucradas en el mercado del papel higiénico es el del caso de colusión del Papel-Tissue.

El año 2000 hasta, a lo menos, diciembre de 2011, las empresas CMPC Tissue y la SCA Chile, realizaron acuerdos con el objetivo de, como dice la sentencia dictada por la Fiscalía Nacional Económica del 2017, “asignarse cuotas de participación de mercado y de fijar precios de venta de sus productos tissues (...) afectando el mercado nacional de la comercialización mayorista de tissue en el canal de venta masivo” (FNE, 2017).

La gravedad del asunto radica en que las empresas asociadas, CMPC Tissue y SCA Chile, representaban un 90% de las ventas de papel tissue y sus ventas anuales

sumaban cerca de USD 400 millones, aparte de la extensión que tuvo en el tiempo, que provocó la casi nula sustitución de productos.

No podemos hablar de que este sea un caso de disolución de concentración monopólica propiamente tal, sino una situación a la que se llegó debido a la concentración de mercado que poseían ambas partes, lo cual les permitió operar de tal modo. Es decir, a partir de una especie de duopolio, se llegó a una colusión de ambas empresas. Considerando lo anterior, es necesario esclarecer que la resolución tomada por la FNE y las multas aplicadas a las empresas coludidas no pasan por un tema de concentración monopólica, debido a que eso sería penalizar a las empresas por ser más eficientes, sino que por la competencia ilegítima a la que estas habían incurrido.

Tras las investigaciones y sentencia pertinentes, el Tribunal de Libre Competencia aplicó a SCA Chile una multa a beneficio fiscal de 20 mil Unidades Tributarias Anuales y eximió del pago de la multa a la CMPC, por ser la primera de las dos en haber acogido el programa de delación compensada. Además, el tribunal ordenó a las empresas adoptar un programa de cumplimiento en materia de libre competencia de acuerdo a las directrices de la FNE por un plazo de cinco años, aparte de compensación a los consumidores.

3. Caso Copec-Shell Chile Limited y ESSO Chile:

En septiembre de 1956 las tres empresas distribuidoras de petróleo y sus derivados se “habían suscrito a un convenio privado que establecía cuotas de mercado a cada una y la venta de sus productos a precios similares” (FNE 2013). Por este acuerdo, COPEC se quedaba con un 50% de las ventas y las dos restantes con un 25% cada una. La finalidad de este asociación era “obtener el el máximo de eficiencia y economía para las tres partes con el fin de colocar sus productos en manos del consumidor al costo más bajo posible” (Illanes, 1965).

El 9 de agosto de 1960 se dictó la resolución de la Comisión Antimonopolios de Chile. En esta oportunidad se estipulaba que las empresas no habían contravenido a la ley antimonopolios. Pues se había tomado la decisión en “(...) en conciencia y dentro del carácter especial que tiene la importación y distribución de los derivados del petróleo, que se encuentran bajo control público”; como decía el fallo de la comisión. Sin embargo, debido al no existir concordancia entre los integrantes de la comisión, la decisión fue acordada por votos de mayoría. A partir de esto, la resolución final fue que el convenio de las petroleras contravenía las disposiciones del artículo 173 de la Ley Antimonopolios, trabando la libre competencia e impedía a las empresas a determinar sus propios precios. De este modo, se dictaba que ENAP quedaba autorizada para repartir toda su producción entre estas tres empresas y, en caso de entrar al mercado una nueva empresa, debía ser tratada con las mismas condiciones que las demás, en cuanto a suministrarle combustible. Mientras no entrara una nueva empresa el mercado, dicho convenio se mantendría vigente, de modo de evitar el establecimiento de un cartel o monopolio por parte de las tres empresas distribuidoras de combustible.

Corresponde decir que los productos y servicios ofrecidos por las grandes tecnológicas, son muy deseables para casi cualquier persona, por lo que no es en sí mismo

un mal, el hecho de (casi) no tener alternativas para tales productos y servicios. Dicho esto, se procederá a analizar cómo afecta tanto la actual regulación, como la regulación más deseable, respecto de las grandes tecnológicas.

Hay que comenzar definiendo los principales pros y contras de un oligopolio en abstracto, para así ver cuáles son aplicables y cuáles no, para este caso concreto: La mayor desventaja consiste en la falta de diversidad en los productos. Por otro lado, la principal ventaja es que, dada la alta competencia entre las empresas, se producen muchos bienes implícitos, como la investigación. Los oligopolios tienden a bajar los precios de sus productos, pero también son capaces de manejarlos en una colisión u otro modo. Por esto, el precio puede ser una ventaja o una desventaja, tanto para productores como para consumidores.

La falta de diversidad en los productos no es tan real. Esto ya que, precisamente por la alta competencia, las empresas se esfuerzan por hacer más y mejores productos y servicios, dándole una gran diversidad al mercado por cada empresa. De hecho, la mayoría de las personas tienen celulares de diferentes modelos. Pero los bienes implícitos sí se deriva de la competencia. En efecto, la investigación crece de forma rapidísima, por lo que las mejoras en la tecnología de sus productos son tanto o más veloces. Respecto del precio, se dan ambas caras de la moneda: casi todos tienen acceso a un celular, o a internet, o a un computador por precios relativamente bajos. Pero si se quiere una tecnología un poco más avanzada, los precios suben y por cada mínima mejora, se cobra una cantidad proporcionalmente mucho mayor.

Ahora bien, la regulación más deseable desde un punto de vista económico no está tan lejos de la actual. Esto ya que, como se vio, las potenciales desventajas se ven muy reducidas, mientras que las ventajas se ven incluso potenciadas. (Todo esto teniendo en cuenta las ventajas y desventajas más significativas y a grandes rasgos).

Sabiendo ahora cómo se comporta actualmente este mercado, y teniendo en cuenta también que no es muy lejana a la regulación más eficiente, veremos cómo afecta un cambio en la regulación respecto al flujo económico del mercado.

En primer lugar, la primera tendencia es a colocar un precio máximo a los servicios ofrecidos. Esto afecta directamente al mercado, porque, dependiendo cómo funcione el precio máximo, es decir, cuán alto o bajo es, y cómo varía respecto de otros factores, se pueden ganar o perder muchas propiedades actuales del mercado. Si el precio máximo es absoluto y constante, mientras sea mayor al precio de equilibrio (equilibrio de mercado, no el precio actual), no va a afectar mucho, sino que va a producir una disminución proporcional del precio relativamente baja. Si es menor al precio de equilibrio, sí cambia considerablemente el panorama, ya que una propiedad fundamental de los oligopolios es que pueden percibir más dinero que lo que sería en un mercado competitivo. Pero en este caso, pasarían no sólo a perder esa capacidad, sino que empeoraría su situación respecto del mismo mercado competitivo. Ahora bien, si el precio máximo depende del costo de producción, de la tecnología o de algún otro criterio, pueden pasar varias cosas.

Hay que decir que respecto del mínimo precio máximo sucede lo mismo antes explicado. Por lo tanto, hay que fijarse en la curva de crecimiento de este. Si la pendiente de la curva es mayor a la pendiente del producto hasta antes de ese punto, es decir, si la curva da más margen de lo que venía dando, o, dicho de otro modo, si la pendiente aumenta, la afectación es mínima. Pero si, por el contrario, la pendiente disminuye, sí afecta al mercado. Para esto hay dos posibilidades: que disminuya considerablemente, y que el precio siempre

quede más bajo al precio de equilibrio de mercado, o que la disminución sea moderada, y que el precio esté entre el de equilibrio y el actual. Para la primera opción, sucede lo mismo que con el precio fijo, o sea, las ganancias pasan a ser pérdidas, y el mercado pierde. Pero para la segunda opción, el mercado gana, ya que los productores siguen percibiendo más dinero, pero, a cambio, los productos que a priori estaban siendo comprados por las personas más pudientes, ahora son accesibles a más gente, lo que genera un sinnúmero de bienes implícitos, tales como la motivación al consumo y a la actualización de sus antiguas tecnologías o la aplicación de aquéllas en más aspectos de la vida.

La regulación de las grandes empresas tecnológicas también abarca la falta de privacidad en internet. Un ejemplo de esto es la “Ley de Derecho al Olvido” establecida en Europa, que le afecta directamente a Google. Esta establece un derecho en las personas de eliminar un dato personal de la web y regula la difusión de información que atenta contra los derechos de una persona, limpiando su imagen y reputación.

Referencias Bibliográficas:

Álvarez, Cecilia (2014). “Sentencia Google Spain y Derecho al Olvido”. pp. 110-118. Recuperado de:

<http://www.uria.com/documentos/publicaciones/4370/documento/fe04.pdf?id=5584>

BBC Mundo. (2017). Las 10 empresas más valiosas del mundo (y cuáles son las 5 que lideran en América Latina). octubre 2018, de British Broadcasting Corporation Sitio web:

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-42327754>

Comisión Investigadora Papel Confort.(2015).Conclusiones Comisión Investigadora

Papel Confort. Recuperado de:

<https://www.camara.cl/pdf.aspx?prmTIPO=DOCUMENTOCOMUNICACIONCUENTA&prmID=15090>

Financiera Red México. (2016). ¿Qué son los monopolios y por qué surgen?. 29 octubre 2018, de Financiera Red México. Sitio web:

<http://laeconomia.com.mx/que-son-los-monopolios-y-por-que-surgen/>

Fiscalía Nacional Económica. (2017). TDLC condena a CMPC y SCA por colusión en el mercado del papel tissue. octubre 2018, de Fiscalía Nacional Económica Sitio web:

<http://www.fne.gob.cl/tdlc-condena-a-cmpc-y-sca-por-colusion-en-el-mercado-del-papel-tissue/>

N. Gregory Mankiw. (2012). Principios de economía, Sexta edición. Col. Cruz Manca, Santa Fe. Cengage Learning.

Patricio Bernedo. (2013). Historia de la libre competencia en Chile 1959-2010. Santiago: Fiscalía Nacional Económica. Recuperado de:

http://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2013/11/Historia_libre_competencia.pdf