

LA CREACIÓN DE SITUACIONES MONOPOLÍSTICAS EN ECONOMÍAS SUBDESARROLLADAS

Vernon R. Estéves

(Puerto Rico)

En su concepción más amplia, el término monopolio se utiliza para describir aquellas situaciones dentro de la economía donde una empresa, o un número de ellas pueden ejercer cierto control sobre el mercado de sus productos y, por tanto, afectar los precios de los mismos. Es precisamente la habilidad para influir sobre los precios lo que distingue una situación monopolística. El concepto de monopolio en economía viene a ser lo inverso al concepto de competencia. Este último describe precisamente aquella situación donde las empresas no pueden ejercer influencias sobre los precios de sus productos.

La habilidad para influir en los precios varía de mayor a menor grado. En el caso de monopolio absoluto o puro (ejemplo: una firma produciendo el total de un producto insustituible en una economía aislada) es cuando la influencia sobre el precio puede ser mayor, mientras que el caso de competencia perfecta (ejemplo: un gran número de firmas produciendo cada una porciones insignificantes del total de un producto) es aquél en que ninguna firma ejerce control alguno sobre los precios. Dentro de estos dos extremos se encuentran innumerables variantes o situaciones dentro de las cuales mientras más se aproximen al caso extremo de monopolio puro, mayor será la habilidad para influir en los precios de venta, y mientras más se aproximen al otro extremo de competencia, menor será la habilidad para influir sobre los precios.

Cuando una empresa afronta una situación monopolística, por ejemplo, tiene habilidad para influir en el precio, está en una situación privilegiada dentro de la economía, ya que ello le permite elevar sus precios al consumidor por encima de lo que éstos serían bajo las condiciones normales de competencia, y por tanto elevar sus ganancias. Estas ganancias por sobre lo normal son las que frecuentemente se designan como ganancias monopolísticas.

El incentivo de ganancias monopolísticas opera constantemente en el juego económico, ejerciendo una poderosa influencia en las decisiones de los empresarios y, por tanto, en la organización económica. Es decir, provoca un interés entre los empresarios por convertir una situación de competencia para su empresa en una monopolística. Existen varios caminos para lograr este objetivo y los empresarios, naturalmente, habrán de escoger aquel que mejor se adapte a su situación particular.

A continuación trataremos de hacer una breve descripción de los va-

rios procesos que pueden tener lugar en las economías subdesarrolladas, cuyo desenlace tiende a ser la creación de situaciones monopolísticas, o el acentuar situaciones monopolísticas ya existentes.

1. COMPRA O FUSIÓN DE EMPRESAS

Éste es el método más obvio y simple. Mediante compra o fusión con otras empresas productoras del mismo producto se puede lograr acaparar todo o buena parte del mercado para ese producto. A medida que esto se logre, se obtendrá un grado de control sobre el mismo que permita a la empresa influir sobre los precios de venta, permitiendo así alcanzar el objetivo de ganancias monopolísticas. Este método resulta factible cuando el número de empresas productoras no es grande para comenzar y, por tanto, facilita el problema de compra o fusión, y cuando el producto es de poca sustituibilidad, limitando así la competencia indirecta que puedan ofrecer otros productos y productores. De hecho, este método resulta ser más usado cuando se trata de aumentar aún más el grado de monopolio dentro de una situación monopolística ya existente.

Mientras en los países industrialmente avanzados los casos de fusión de empresa ocurren con relativa frecuencia, en los países subdesarrollados éstos ocurren en muy raras ocasiones. Para estos últimos países, el hecho de que las empresas sean por lo general controladas por familias introduce un elemento social de importante consideración que milita en contra de la fusión, aun cuando los beneficios económicos resultantes de la misma para las partes envueltas sean evidentes.

Aunque la composición familiar de las empresas en los países subdesarrollados desalienta la fusión, este mismo factor tiende, por otro lado, a estimular las posibilidades de compra como medio para generar situaciones monopolísticas, o mejor aún, para incrementar aún más el control sobre el mercado en situaciones monopolísticas ya existentes. La razón para esto es la frecuente falta de sucesión en la administración de empresas familiares. Es decir, cuando el dueño de una empresa no logra asegurar la sucesión de su administración en algún miembro de su familia, el resultado normal es que la misma sea vendida, bien sea por el dueño original en sus últimos años de vida, o por los herederos al recibirla. De hecho, en estos casos, de no venderse la empresa es muy probable que la organización de la misma se desintegre y la empresa desaparezca eventualmente, produciendo el mismo efecto desde el punto de vista de creación o acentuación de situaciones monopolísticas, que si la empresa hubiera sido adquirida por compra por otro productor en esa industria.

El método de compra también tiende a ser usado con relativa frecuencia por los grandes intereses monopolísticos de los centros industriales

cuando tratan de penetrar un mercado nuevo, donde existe no una situación de competencia, sino por el contrario, la producción está concentrada en un pequeño núcleo de firmas eficientes.¹ Los grandes recursos financieros de estos fuertes intereses monopolísticos le permiten trasplantar su monopolio a nuevos mercados mediante la compra de las empresas existentes.

2. USO DE LAS MARCAS ("BRANDS") PARA DIFERENCIAR EL PRODUCTO

Éste es uno de los métodos más prevalecientes, y particularmente adaptable a aquellos productos donde el comprador no tiene oportunidad de examinar el producto al hacer la compra, o si lo hace, la complejidad técnica del mismo le impide apreciar su calidad. Ejemplos típicos son los productos enlatados y los automóviles.

Mediante la diferenciación de su producto, el productor limita el mercado dentro del cual su producto compite. Es decir, su producto se convierte en menos sustituible no sólo respecto a artículos análogos, sino también respecto a artículos idénticos. Limitándose el mercado se obtiene una posibilidad de control sobre el mismo. Uno de los efectos más importantes es el de reducir notablemente la posibilidad de entrada a nuevos productores.

Para lograr diferenciación de un producto se requiere por un lado establecer una calidad uniforme para el mismo, y por otro mantener grandes campañas de anuncio hacia el público consumidor. Así pues, mientras mayor sea el tamaño de la empresa, mejor será su habilidad para realizar estos dos requisitos.

3. USO DE COMPETENCIA DESLEAL

En el caso número 1 arriba, explicamos cómo se podría llegar a controlar el mercado mediante la compra o fusión de empresas productoras. Es decir, el proceso llevaba a la eliminación de competidores. Otra forma de eliminar competidores es el método de competencia desleal.

Por competencia desleal se entiende un proceso mediante el cual un productor vende a precios más bajos que sus costos de producción para forzar a sus competidores a vender con pérdidas. Se espera que con el transcurso del tiempo los competidores no puedan sostener estas pérdidas y, por tanto, sean eliminados. Una vez que se haya eliminado la competencia

¹ También es frecuente en estos casos que la organización productiva del mercado en cuestión responda por demás a situaciones monopolísticas originadas por el uso de marcas (*brands*) según se explica subsiguientemente.

se adquiere control sobre el mercado, lo que permite subir los precios y obtener ganancias monopolísticas que se espera más que compensen las pérdidas originales.

Para que este proceso sea factible se requiere la situación de un productor con grandes recursos financieros frente a un número limitado de productores pequeños. Es precisamente la habilidad del primero para sostener pérdidas, y la falta de habilidad de los segundos para sostenerlas lo que permite la efectividad de este método.

La aplicación de este método no es muy frecuente, excepto cuando se trata de ventas en más de un mercado como ocurre en el comercio internacional, o cuando ya existe una situación monopolística y lo que se trata es de evitar la entrada de nuevos productores que no cuentan con grandes recursos económicos.

En el caso de comercio internacional, al método se le conoce como *dumping* e implica la venta en algún mercado exterior a precios más bajos que los precios prevalecientes en el mercado doméstico. Frecuentemente ocurre cuando la empresa tiene exceso de capacidad relativa a su mercado doméstico y resulta económico vender en el exterior a precios que sólo cubran sus costos variables más una pequeña contribución a los costos fijos. Aquí el precio en el exterior está bajo su costo promedio, pero este costo promedio a su vez sería mayor si no se hiciera el *dumping* y, por tanto, las ganancias son favorablemente afectadas.

El *dumping* tendió a prevalecer en el pasado con relativa frecuencia en las relaciones entre las empresas de los países industriales y los países subdesarrollados, sirviendo de obstáculo a la industrialización de estos últimos. Sin embargo, a medida que los países subdesarrollados han adoptado políticas proteccionistas, su uso ha tendido a desaparecer. Sólo aquellos países subdesarrollados que no adoptan medidas proteccionistas tienen que temer las posibilidades de *dumping*.

4. USO DE MÉTODOS EFICIENTES DE PRODUCCIÓN

Para los países subdesarrollados el uso de métodos eficientes de producción tiende a ser el medio o la causa principal para la creación de situaciones monopolísticas.

Es preciso distinguir entre dos casos o situaciones diferentes dentro de las cuales el uso de métodos eficientes de producción puede conducir a situaciones monopolísticas. La relación entre el tamaño óptimo de la empresa eficiente y el tamaño del mercado podría ser tal que la misma permita a la empresa eficiente: a) suplir una pequeña parte del mercado, o b) suplir una parte considerable del mismo. Aunque en ambos casos la utilización de métodos eficientes de producción puede conducir a si-

tuaciones monopolísticas, el proceso resulta ser menos obvio en el primero de ellos.

A. CASO EN EL QUE EL TAMAÑO ÓPTIMO DE LA EMPRESA REFLEJA UNA PEQUEÑA PARTICIPACIÓN DEL MERCADO

El ambiente de un país subdesarrollado, con técnicas de producción atrasadas u obsoletas y un mercado aislado o protegido, permite con frecuencia a las grandes empresas de países industriales establecer subsidiarias dentro de esos mercados protegidos, las cuales por su mayor eficiencia pueden desplazar las empresas locales hasta lograr ejercer un control sobre esos mercados. De hecho, estos casos podrían quizás mirarse como una variación o sustituto al método de *dumping* en el mundo moderno.

Las circunstancias que favorecen este proceso son, por un lado, la protección o aislamiento relativo del mercado, y por otro la ineficiencia de la organización industrial dentro de ese mercado. Mientras mayor sea el aislamiento y mayor la ineficiencia, mayor serán las probabilidades de éxito de una empresa subsidiaria en el desplazamiento de competidores. El factor de aislamiento es necesario para impedir la competencia de productores eficientes en el exterior, y el factor de ineficiencia local también es necesario para permitirle a la subsidiaria producir con costos mucho más bajos.

Este diferencial de costos le permite a la subsidiaria provocar una rebaja en el precio hasta un nivel dentro del cual los competidores operen con pérdidas, mientras que la subsidiaria opera con ganancias.² Al igual que el caso número 3, los competidores tenderán a eliminarse al no poder sostener las pérdidas. Una vez eliminada la competencia se adquiere control sobre el mercado, lo que permite subir los precios y obtener ganancias monopolísticas. El caso guarda cierta similitud con la teoría ricardiana de la renta, pero con la diferencia básica de que mientras que en el caso de Ricardo el factor de producción tierra es relativamente fijo, en el caso actual que nos ocupa, la producción de la subsidiaria se puede expandir sin gran dificultad para suplir las necesidades del mercado que queden descubiertas al cesar sus operaciones los productores ineficientes.

Hay varios aspectos en este proceso que es preciso reconocer. En primer lugar, el ejemplo de subsidiaria de una empresa extranjera, aunque

² Se ha llamado la atención de que en aquellos países subdesarrollados donde prevalece una doble escala de salarios, por ejemplo, una escala alta para las industrias eficientes y una escala baja para las industrias ineficientes, el proceso de desplazamiento queda obstaculizado (véase Albert O. Hirschman, *La estrategia del desarrollo económico*, "La razón de un desarrollo dualista". F.C.E., México, 1961, pp. 130-136). Si bien esto es cierto, lo mismo sólo tiene relevancia para aquellos países donde existe la doble escala y donde el diferencial entre ellas sea sustancial. El caso de Puerto Rico, por ejemplo, no se ajusta a esta realidad.

sí podría ser el caso más común, no necesariamente es el único. De hecho, dadas las circunstancias arriba estipuladas, la aparición de una empresa doméstica eficiente gozaría de las mismas ventajas y podría, mediante el mismo proceso descrito, desplazar las demás. Asimismo el proceso podría realizarse no ya por una sola empresa eficiente, sino por un reducido número de ellas.

En segundo lugar, el desplazamiento puede no estar relacionado a producción doméstica, sino a importaciones. Cuando la creación de una empresa eficiente (subsidiaria o doméstica) permite crear un diferencial sustancial entre sus costos promedio de producción y el precio de importación,³ se puede conseguir el desplazamiento de las importaciones hasta permitir un control sobre el mercado. Aunque este desplazamiento puede ocurrir rápidamente, de no ser grande la resistencia de los importadores, existe un límite a la habilidad subsiguiente para subir los precios que es aquél que provocaría de nuevo las importaciones.⁴

Otro aspecto importante es que el proceso podría no completarse si un número sustancial de las empresas ineficientes existentes lograra realizar cambios tecnológicos que reduzcan sustancialmente o eliminen el diferencial de costos, o asimismo si se creara un número sustancial de empresas nuevas eficientes, que aunque todas éstas en conjunto desplacen las antiguas, la situación final no sea de monopolio. La combinación de mejoramiento de empresas ineficientes y creación de modernas empresas produciría también el mismo efecto.

Aunque en teoría las limitaciones indicadas en el párrafo anterior parecerían indicar que este proceso tiene pocas probabilidades de éxito, no parece ser así en la realidad de los países subdesarrollados. Las resistencias estructurales prevalecientes en la economía de estos países tienden a hacer factible el mismo. Es de suponerse, sin embargo, que los economistas pertenecientes a la escuela estructuralista de Latinoamérica concurren con esta opinión.

Finalmente, está la posibilidad de que un gran número de subsidiarias eficientes de grandes empresas extranjeras penetren el mercado para producir el desplazamiento. En tal caso el resultado final sería una organización de múltiples empresas eficientes aunque las mismas sean de origen extranjero. Sin embargo, la posibilidad de que esto ocurra tampoco parece tener grandes probabilidades. La natural resistencia a invertir en los países subdesarrollados tiende a obstaculizar este resultado.

³ Este diferencial puede existir aun cuando la empresa doméstica o subsidiaria que se cree no sea muy eficiente, si se llegara a establecer un alto grado de protección, o sea, si se aumentara arbitrariamente en magnitud sustancial el aislamiento.

⁴ En el historial de países subdesarrollados hay muchos casos de prohibición casi absoluta de importaciones, lo cual implica que el desenlace del proceso resulta en control monopolístico del mercado, sin el límite que pueda ejercer la posibilidad de importar.

B. CASO EN QUE EL TAMAÑO ÓPTIMO DE LA EMPRESA REFLEJA UNA PARTICIPACIÓN CONSIDERABLE DEL MERCADO

En el proceso descrito en el caso A la presunción fue aquella de que el tamaño de la empresa eficiente era tal que su producción resultaba ser una pequeña parte del mercado total. De ahí que nos permitiéramos indicar la factibilidad de una reorganización productiva mediante la cual un número relativamente grande de empresas eficientes pudiera ser el resultado final. Esta suposición, sin embargo, no resulta ser cierta en una gran variedad de casos.

La relación que existe entre tamaño y eficiencia tiende a regirse por las economías de gran escala. La producción en masa es lo que comúnmente se asocia con una reducción en los costos de producción. La implicación de esta relación es que la reorganización industrial para la producción de un tipo de producto que cuenta con un mercado pequeño y aislado podría implicar el desplazamiento de un número relativamente grande de empresas pequeñas ineficientes, a favor de un reducido número de empresas eficientes de mayor tamaño. (En no pocos casos las condiciones resultan en que un solo productor eficiente puede suplir todas las necesidades del mercado.)

En estos casos, la subsidiaria extranjera o la empresa local eficiente, según indicadas en el caso A arriba, o la combinación de un número reducido de ambas, por su habilidad para desplazar productores ineficientes, llegan una vez terminado el proceso a ejercer control sobre el mercado pudiendo así realizar ganancias monopolísticas.

También en estos casos el proceso no se limita al desplazamiento de productores locales ineficientes, pues lo mismo puede ocurrir mediante el desplazamiento de importaciones cuando existe un relativo aislamiento del mercado o se crea el mismo mediante medidas proteccionistas.

Los casos donde la organización de una producción eficiente sólo puede hacerse mediante un número pequeño de empresas tienden a ser más frecuentes mientras menor sea el tamaño del mercado y mayor sea el aislamiento del mismo. Resulta un poco irónico que para los países pequeños subdesarrollados la alternativa resulta ser la mayor parte de las veces el escoger entre producción ineficiente o importación de un lado, o producción eficiente, pero monopolística del otro.

5. MONOPSONIO, O CONTROL SOBRE LA DEMANDA DE UN PRODUCTO

La situación descrita en la sección número 4 B arriba, donde debido a la pequeñez del mercado sólo sería posible organizar una producción efi-

ciente sobre la base de un reducido número de empresas, también puede llevar al monopsonio. Es decir, la concentración de la producción conduce por demás a la posibilidad de ejercer control sobre la demanda de aquellas industrias cuyos productos son para el consumo de un reducido número de empresas. Esto tiende a ser particularmente cierto mientras menor sea el número de empresas productoras en relación con el número de empresas suplidoras, y mientras menor sea la posibilidad de las empresas suplidoras de abrirse otros mercados directamente en el exterior.

La situación de monopsonio arriba descrita se presenta con mayor frecuencia en las industrias elaboradoras de productos agrícolas. Para estos casos, por demás, a veces el monopsonio no resulta de las limitaciones del mercado para la empresa elaboradora, ya que éste puede ser de exportación, sino debido a limitaciones de las empresas agrícolas en su habilidad para producir en conjunto, por razones tales como limitación de terrenos adecuados o inercia estructural para la adopción de métodos más productivos. Cuando la producción agrícola en su conjunto resulta estar limitada en relación con la capacidad o escala de las plantas elaboradoras, la situación se traduce en una limitación al número de empresas elaboradoras, creándoles una posibilidad de ejercer control monopsonístico sobre la demanda de las empresas agrícolas suplidoras.

6. CONTROL DE LA DISTRIBUCIÓN

Los casos discutidos anteriormente son aplicables tanto a la organización productora como la distribuidora. Sin embargo, en el campo de la distribución pueden surgir casos de control sobre el mercado de parte del distribuidor intermediario sin que haya participación del productor en el mismo. Normalmente estos casos surgen al nivel de mayoreo de los productos.

Cuando un productor pequeño confronta un mercado grande, o cuando un productor grande vende una parte relativamente insignificante de su producto en un pequeño mercado, resulta conveniente hacer uso de un intermediario, quien mediante la organización distributiva de varios productos relacionados puede funcionar en mayor escala y, por tanto, hacerlo más eficientemente que si estos productores trataran de hacerlo de un modo directo para sus productos individuales.

La situación del intermediario puede resultar doblemente privilegiada. Su habilidad para adquirir control sobre la venta de un número de productos relacionados reduce la competencia entre ellos y puede llevarle a adquirir control sobre el mercado. Por otro lado, su relación de compra con los productores puede convertirse en monopsonística, particularmente con respecto a productores pequeños.

En el caso de su relación con los productores grandes, la posición del intermediario tiende a fortalecerse mientras más pequeño sea el mercado y, por tanto, mayor será el número de productos que caiga bajo su control. Por esto resulta relativamente común encontrar en países pequeños y muy subdesarrollados situaciones de control monopolístico de mayoristas importadores. A medida que el mercado crece en tamaño, el intermediario comienza a perder su posición privilegiada, ya que se tiende a hacer económicamente factible la distribución directa o especializada del productor grande.

En su relación con el productor pequeño, la posición del intermediario tiende a fortalecerse mientras más grande sea el mercado del producto, o mientras mayor sea la distancia en que se encuentre el productor del mercado consumidor. De ahí que los productores de los países pequeños subdesarrollados, que por lo común son relativamente pequeños, tienden a tener una excesiva dependencia en intermediarios cuando tratan de exportar sus productos.

Así pues, podría describirse el caso de un país subdesarrollado como uno donde en su origen los mayoristas importadores por lo regular tienen un excesivo control sobre el mercado, pero que a medida que éste crece este control se va diluyendo. El problema tiende a aparecer en otra forma, o sea del lado de la exportación de los productores relativamente pequeños de un país subdesarrollado en sus relaciones con intermediarios distribuidores, y teniendo el mismo características monopsónicas. Esta relación puede llegar a conducir a la eliminación de firmas exportadoras en los países subdesarrollados, o, si éstas tuvieran una gran ventaja competitiva, a la compra de estas firmas por intereses distribuidores.

En forma de aclaración debemos mencionar el hecho de que la distribución directa de importaciones de productores grandes en un país subdesarrollado, a menudo tiene características monopolísticas en su relación con el mercado. Sin embargo, este hecho no responde al caso bajo discusión de control de la distribución y no debe confundirse con el mismo. Se trata simplemente de un productor que tiene condiciones monopolísticas en su mercado de origen, bien sea por concentración de la producción (caso 1) o por haber logrado establecer una diferenciación de su producto (caso 2). Esta situación no difiere de aquella de un productor doméstico que haya logrado establecer control del mercado sobre bases similares.