



# **PODER DE MERCADO: MONOPOLIO, OLIGOPOLIO Y COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA**

---

*Erick Sequeira Benavides*

# La competencia

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

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

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

Para esto existen dos formas de deshacerse de la competencia:

eliminándola,

o uniéndosele.

# La competencia

Para eliminarla hay que construir barreras de entrada.

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

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

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

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

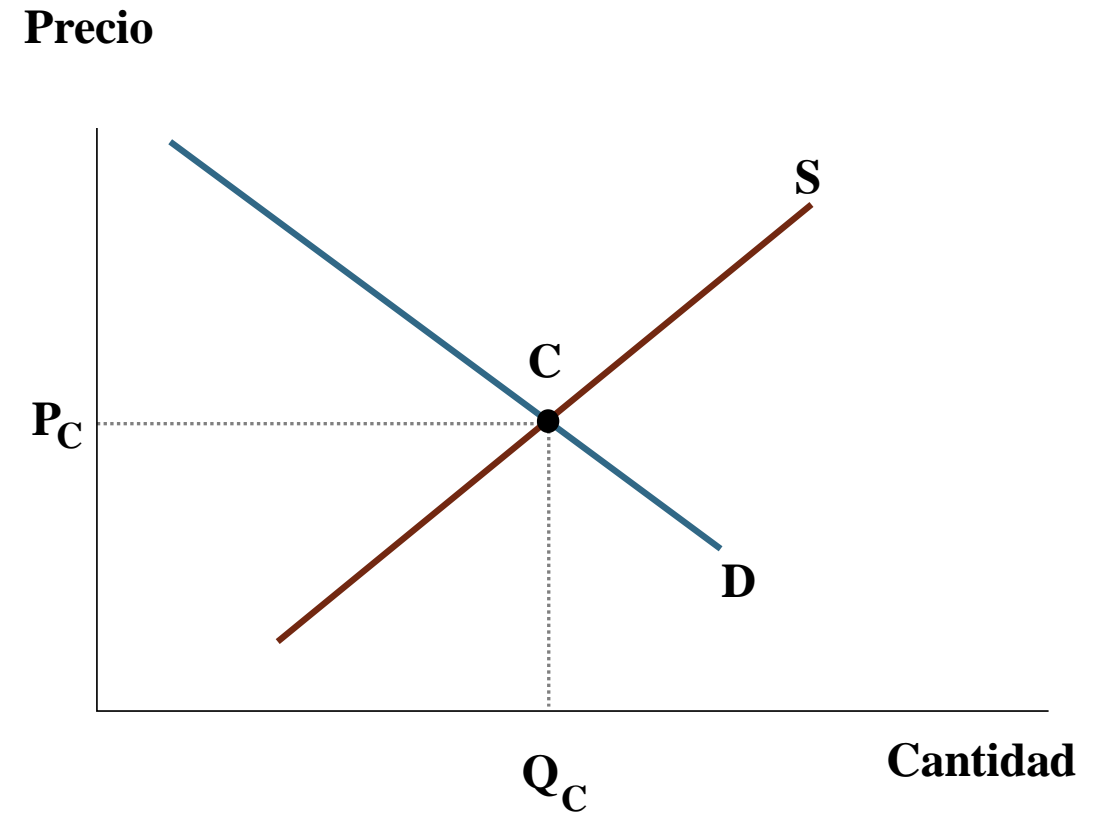
# El monopolio



**En competencia** el equilibrio ocurre en **C**, a un precio  $P_C$  y cantidad  $Q_C$ , pero...

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

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



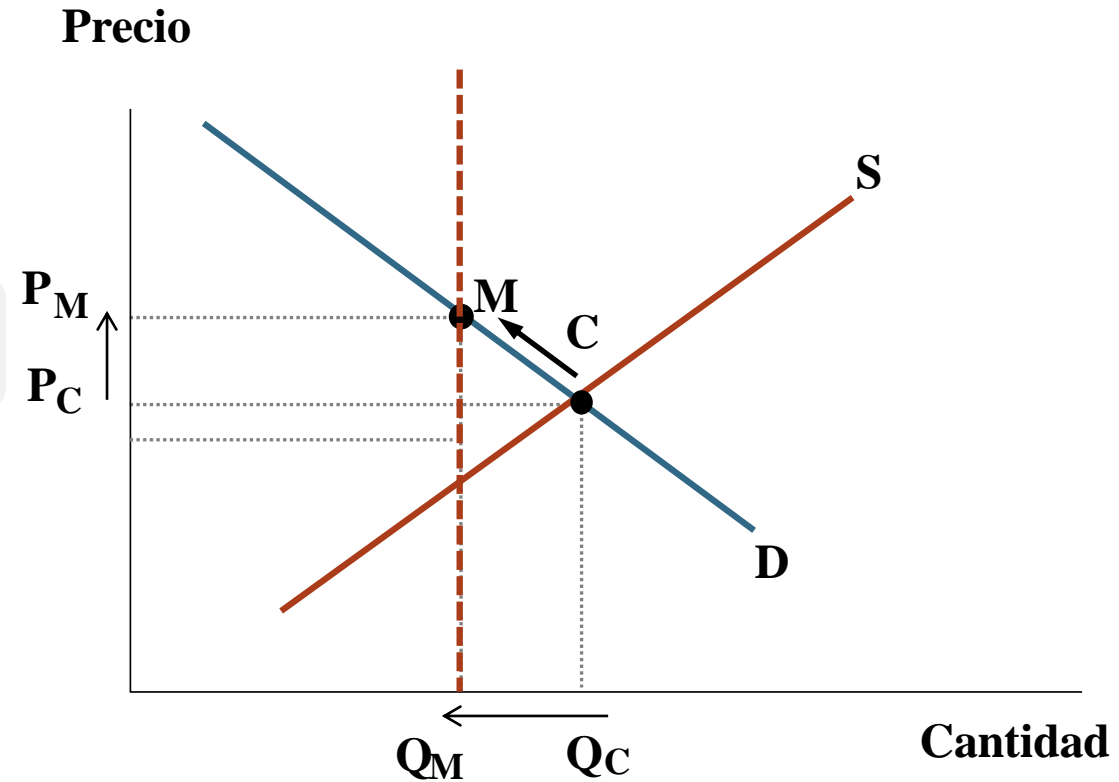
# El monopolio

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

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

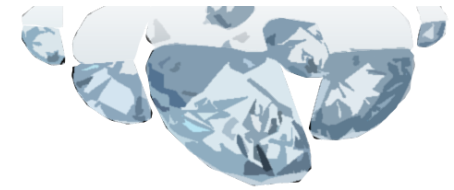
Subirá el precio siempre que la reducción de la cantidad no sea tan grande como para reducir su ganancia.

Aumenta el precio



Y se reduce la cantidad vendida del bien

# Causas del poder monopólico



## 1. Control de un recurso o de un insumo insustituible

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

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

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

# Causas del poder monopólico

## 2. Superioridad tecnológica

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

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



# Causas del poder monopólico

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

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

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

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





## 4. Externalidades de red

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

Por ejemplo:



# Causas del poder monopólico

## 5. Monopolios legales

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

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

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



# Renta monopólica: ¿qué hacer?

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

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

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

Entonces, ¿qué hacer?

Hay tres opciones, aparte de no hacer nada:

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

# Renta monopólica: ¿qué hacer?

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

De acuerdo con la Corte Suprema de los Estados Unidos:

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

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



# Competencia imperfecta

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

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

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

Se van a tratar dos estructuras de competencia imperfecta:

1. El oligopolio.
2. La competencia monopolística.

# El oligopolio

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

Eso es lo que hace que tengan poder de mercado.

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

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



# El oligopolio

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

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

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

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

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



# Cartel de oro negro

La Organización de Países Exportadores de Petróleo (OPEP) fue creada en la Conferencia de Bagdad en 1960, por Arabia Saudita, Irak, Irán, Kuwait y Venezuela, con la intención de evitar que la competencia entre países hundiera el precio del petróleo.

En 1973, los países árabes de la OPEP provocaron la primera gran crisis de petróleo, ya que decretaron un embargo petrolero a los países occidentales que apoyaban a Israel.

El precio del petróleo se multiplicó por 4 en solo 6 meses, lo que mostró que los miembros podían aumentar sus ganancias reduciendo la cantidad producida para forzar a que el precio aumente.

Actualmente son 13 miembros: Irán, Iraq, Kuwait, Arabia Saudita, Venezuela, Libia, Emiratos Árabes Unidos, Argelia, Nigeria, Gabón, Angola, Guinea Ecuatorial y Congo.

El problema es que las declaraciones públicas que realiza el cartel tienen un impacto psicológico.



El peso que tiene la OPEP en la exportación mundial de petróleo es significativo, pero no es el único determinante del precio del crudo.

Con la crisis del petróleo en 1973, se vivió un periodo de inflación y estancamiento económico, por la gran dependencia de los países occidentales hacia el petróleo.

Esto hizo que algunos países ajustaran sus políticas para reducir su dependencia, pero también se exploraron nuevos yacimientos.

En situaciones como estas, la capacidad de la OPEP para fijar los precios está limitada, y esto incentivó a la creación de la OPEP-Plus o ampliada, que está compuesta por los miembros anteriores más: Azerbaiyán, Bahrein, Brunéi, Kazajstán, Malasia, México, Omán, Rusia, Sudán y Sudán del Sur.

Si bien estos países pueden decidir conjuntamente las acciones, las decisiones que tome la organización principal pueden no ser vinculantes para estos países.

# ¿Influye la demanda en el precio del crudo?

Q Secciones **LA NACIÓN**  
INDEPENDIENTE DESDE 1946

## Agencia Internacional de Energía eleva previsión de demanda mundial de petróleo a cifra récord

La AIE elevó la previsión de la demanda mundial de crudo en 2023, que se encamina a un máximo histórico de 102,2 millones de barriles diarios

Por AFP

11 de agosto 2023, 10:30 a.m.

De acuerdo con la noticia, la Agencia Internacional de Energía prevé que la demanda aumente por:

- un mayor número de viajes aéreos,
- el mayor uso de petróleo en la generación de electricidad,

pero principalmente por el aumento de la actividad petroquímica de China.

Y esto ocurre en un contexto de tensiones en el mercado, ya que Arabia Saudita en conjunto con el bloque de la OPEP+ han reducido su producción y mantendrán el recorte hasta 2024...

# El dilema del oligopolio y sus restricciones

Los participantes de un oligopolio tienen una disyuntiva:

Sin acuerdo no hay ganancia oligopólica.

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

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

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

[ver en la pizarra]

# El dilema del oligopolio y sus restricciones

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

Pero está limitada por:

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

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

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







# La competencia monopolística

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

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

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

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

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



# ¿Qué hacer frente al poder de mercado?

En general, en Costa Rica existen normas constitucionales y legales contra los monopolios y las conductas monopólicas.

Existe la Comisión para la Promoción de la Competencia (Coprocom).

La Coprocom investiga y sanciona conductas anticompetitivas, controla las concentraciones y aboga por la competencia.

Y también existe un ente que regula los precios o tarifas de algunos de los servicios: la Autoridad Reguladora de los Servicios Públicos (Aresep).

La Aresep se creó en 1996 para regular tres áreas particulares: energía, agua y transporte.

A través de sus potestades, fija tarifas y precios de los servicios públicos, buscando armonizar los intereses de los usuarios y los prestadores de servicios.

# ¿Qué hacer frente al poder de mercado?

La Aresep utiliza, sobre todo, el método de tasa de retorno o *cost plus*.

Este método busca retribuir al prestador del servicio los costos totales más una rentabilidad para el capital invertido, y lo puede hacer con una estructura de costos de una empresa hipotética o de una empresa representativa (estadísticamente, a través de los datos de varias empresas).

Esto se aplica en los precios de acueductos y alcantarillados, servicio postal, autobuses, taxis...

Si bien el método de la tasa de retorno es el más frecuente, existen otros métodos, y en algunos casos puede aplicarse una combinación de ellos.



# ¿Qué hacer frente al poder de mercado?

Por ejemplo, se puede usar el método de ajustes indirectos de costos o *pass through*, que le traslada al usuario los “desajustes” en la economía sobre los que los oferentes no tienen control.

Esto puede ser inflación, cambios en el precio del petróleo, en el tipo de cambio...

Y se aplica, por ejemplo, para el precio de los combustibles, tarifas de autobuses, electricidad y aeropuertos.

También utiliza precios topes, donde el precio queda fijo en el tiempo, pero acompañado de una negociación de incentivos para que bajen los costos sin necesariamente bajar la calidad.

Sin embargo, esto es complicado, se suele utilizar la inflación como indicador, y se usa en pocos casos como en concesiones del Aeropuerto Juan Santamaría.

# ¿Oligopolio...

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

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

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



...o competencia monopolística?

# Tipos de mercados

Puede haber cuatro tipos de mercados dependiendo de dos criterios:

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

		Productos diferenciados u homogéneos	
		Homogéneos	Diferenciados
Número de productores	Uno	<b>Monopolio</b>	No aplica
	Pocos	<b>Oligopolio</b>	Oligopolio o Competencia monopolística
	Muchos	<b>Competencia perfecta</b>	<b>Competencia monopolística</b>

## Principio No. 5: poder de mercado

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

# Práctica

1. Suponga que se rompen los acuerdos existentes entre los oferentes de un mercado oligopolio y empieza una guerra de precios entre ellos.

Esto tiene la siguiente consecuencia:

A) el productor más grande puede vender a un precio más alto.

**B) el excedente del consumidor aumenta.**

C) los consumidores y los productores ganen por igual.

D) los productores pequeños pueden vender cuanto quieran al mismo precio de antes.

2. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es verdadera?

**A) Un monopolio reduce la eficiencia del mercado y constituye una justificación para la intervención del Estado.**

B) El gobierno debe proteger a los monopolios por su superioridad tecnológica, ya que promueve la innovación.

C) La capacidad de un monopolista para elevar su precio por encima del nivel competitivo a través de una reducción de la producción se denomina rendimientos crecientes a escala.

D) La capacidad de un monopolista de evitar el ingreso de otras empresas a través del control de un recurso crucial para esa industria se denomina monopolio natural.

# Práctica

3. Considere las siguientes afirmaciones e indique cuáles son verdaderas y cuáles falsas:

1. Disfrutar de una patente que le permite producir un bien que no tiene sustitutos, le otorga a la empresa un poder monopolístico.
2. Un monopolio cobrará un precio más alto y producirá una cantidad mayor que un mercado competitivo con la misma demanda y la estructura de costos.
3. Las ganancias de un monopolio pueden crecer a su antojo porque el monopolio produce más y cobra el precio que desee por encima del precio de equilibrio.
4. Un monopolista tiene poder de mercado mientras que un vendedor en competencia perfecta no.

Seleccione:

- A) 1 (V), 2 (V), 3 (F), 4 (F).
- B) 1 (F), 2 (F), 3 (V), 4 (V).
- C) 1 (V), 2 (F), 3 (F), 4 (V).**
- D) 1 (F), 2 (V), 3 (V), 4 (F).

# Práctica

4. Considere las siguientes afirmaciones:

1. Los bienes que se transan en ese mercado son bienes diferenciados en alguna medida.
2. El poder de mercado se concentra en un solo productor.
3. Una estrategia típica de este tipo de mercado es la formación de carteles.
4. Es un mercado en el que existe una gran cantidad de productores.
5. Es un mercado en el que compiten varios monopolios.

De estas, las caracterizan un mercado de competencia monopolística son:

- A) 4 y 5.
- B) 1 y 4.**
- C) 1 y 3.
- D) 2 y 5.



5. “En Costa Rica, 18 marcas de atún dinamizan el mercado de atún (...). Todas las marcas luchan por seducir a un consumidor ávido por el atún enlatado” (El Financiero, 11 de marzo del 2016).

De acuerdo con la información anterior, seleccione la opción que mejor describe el tipo de poder de mercado existente en el mercado de atún en Costa Rica:

A) **Competencia monopolística.**

B) Competencia perfecta.

C) Oligopolio.

D) Monopolio.

