

¿Realmente es tan malo como se cree que exista un actor excluyente en un mercado?

"Los monopolios son malos siempre"



por ALFREDO BULLARD*

*Socio de Bullard, Falla & Ezcurra
Abogados

Le echamos la culpa de todo lo malo. Que si sube la inflación. Que si los bancos abusan con las tarjetas de crédito. Que si hay corrupción. Que si hay crisis económica. Que si nos cortan el teléfono. Que si quiebra un empresa. Que si los productos chinos vienen con *dumping*. Es el culpable favorito del gobierno, de los profesores universitarios, de los periodistas, de los analistas económicos, de las empresas, de las amas de casa. Las amas de casa se quejan de él cuando suben los precios y las empresas cuando sus competidores más grandes los bajan. No se salvan ni de los de izquierda, ni de los de centro, ni de los de derecha. Pocos malvados generan más consenso sobre su maldad. El monopolio es para la economía lo que el demonio es para la religión. ¿Pero es verdad todo lo que se dice de él? Veamos algunas frases

**LA IDEA DE LLEGAR A
TENER UN MONOPOLIO
ES, PARADÓJICAMENTE,
EL COMBUSTIBLE DE LA
COMPETENCIA**

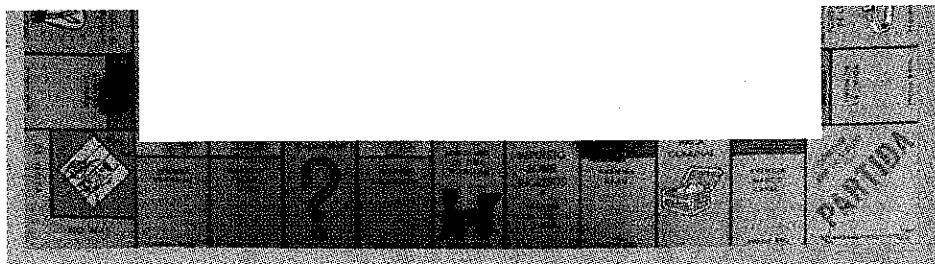
que solemos aceptar como verdaderas sin mayor reflexión.

"El monopolio es la negación de la competencia"

¿ESTÁ SEGURO? ¿Me creería si le dijera que es justo lo contrario? El monopolio es en realidad parte del proceso competitivo. Es más, es uno de los motores principales de la competencia. Pregúntese qué soñó un

empresario la mañana que se levantó con una sonrisa de oreja a oreja. Pues soñó que tenía un monopolio. Con su monopolio subía los precios, ganaba mucho dinero,

no tenía que preocuparse por los competidores y vivía feliz de la vida. Curiosamente ese sueño, que muy pocos ven realizado, empuja a los empresarios a competir. Para ver realizado su sueño, el empresario sabe que tiene que crecer. Sabe que mañana debe vender más que ayer. Sabe que tiene que conseguir las preferencias de los consumidores de sus competidores. Para lograrlo baja sus precios, mejora su eficiencia, eleva su calidad,



ofrece un mejor servicio; es decir, compite. La idea de llegar a tener un monopolio es, paradójicamente, el combustible de la competencia. El sueño del monopolio es el premio que motiva a competir.

Como todos tienen el mismo sueño, muy pocos logran alcanzarlo. Estos sueños comunes se neutralizan y el resultado, que es que lo que llamamos monopolio, virtualmente no existe en la realidad.

Pero allí no acaba la cosa. ¿Quién es el peor enemigo del monopolio? Pues precisamente el propio monopolio. Por supuesto que el empresario que llega a ver realizado su sueño hace lo que más le hizo sonreír cuando despertó: subir los precios. Pero al subir los precios hace atractiva la entrada a la industria. Si alguien tiene un monopolio de zapatos y gana mucho dinero, entonces todo el mundo quiere hacer zapatos. Más empresarios querrán entrar a esa actividad. Y al hacerlo bajarán los precios y aumentarán las opciones de los competidores. El monopolio no es, pues, la negación de la competencia. Es parte del proceso competitivo. Es parte del sistema de señales necesarias para que las empresas se decidan a competir.

“El monopolio es siempre malo”
TAMPOCO ES CIERTO. Si bien el mo-

opolio da poder económico que puede ser mal utilizado para crear barreras de entrada al mercado, lo cierto es que el monopolio puede generar varios efectos buenos para la economía. El tamaño puede ser sinónimo de eficiencia y también conducimos a alcanzar economías de escala que permiten reducir costos y producir más barato, lo que a su vez puede generar bienestar.

Esto es especialmente cierto si en una industria los costos hundidos (los que no podrías recuperar si quiebras) son muy altos. Puede ser que pocos jugadores constituyan una mejor opción en tal circunstancia. Por ejemplo, dada la tecnología disponible, si construyo una segunda red de agua y desagüe para toda la ciudad y no me va bien en el negocio, ¿cómo recupero mi inversión? ¿A quién le puedes vender la red ya construida si no tiene otro

LAS BAJAS TARIFAS ELÉCTRICAS REGULADAS POR EL ESTADO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS HAN REDUCIDO LOS INCENTIVOS DE LOS ENTRANTES PARA HACER LAS INVERSIONES EN NUEVOS PROYECTOS ELÉCTRICOS

uso que el de ser red de agua? Además, el efecto de la segunda red sería subir el costo del agua a los consumidores. El millón de habitantes de una ciudad tendría que repartirse el costo fijo de construir dos redes iguales. Con un monopolio, el mismo número de personas asume el costo de una sola red. En un contexto así, es poco probable que alguien construya una segunda red en el corto plazo. El monopolio será entonces la mejor opción.

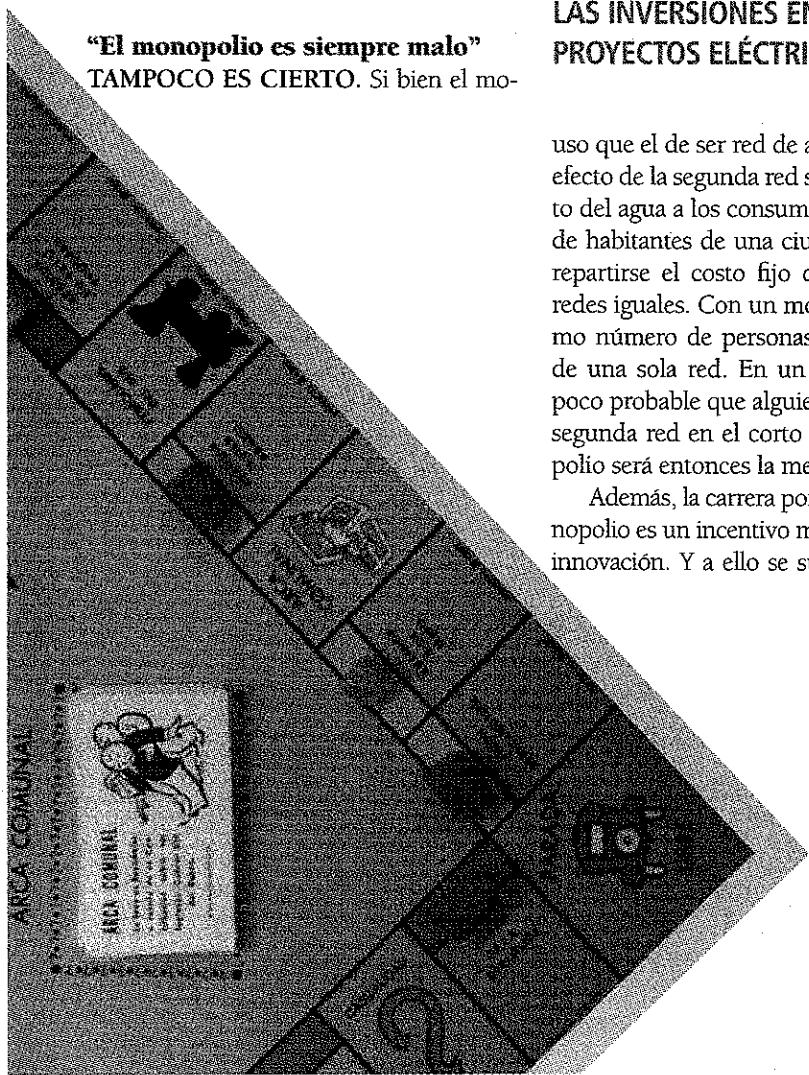
Además, la carrera por obtener un monopolio es un incentivo muy fuerte para la innovación. Y a ello se suma que los po-

tenciales entrantes también se ven motivados a innovar para romper el monopolio, atraídos por precios más altos. Una buena idea puede ayudar a crecer mucho o a entrar a enfrentar al monopolista. Por eso no es extraño identificar grandes avances tecnológicos desarrollados por empresas que llegan a tener poder de mercado o por empresas que firmaron la sentencia de muerte de un monopolio existente (como pasó cuando Windows Word acabó con Word Star o con Word Perfect).

Otra situación beneficiosa se presenta en las llamadas industrias de redes. Si necesitamos una red con elementos comunes para ser usados por un número grande de usuarios, que justamente buscan el elemento común, es probable que haya un nivel mayor de concentración en el mercado. Eso pasa, por ejemplo, con Windows. ¿Por qué todos usan Excel, Word o Power Point? La razón por la que Microsoft tiene una participación tan grande en el mercado (además de una inadecuada regulación de la propiedad intelectual, lo que no es objeto de este trabajo) es que todos queremos tener programas de cómputo comunes que nos permitan entendernos, de la misma manera que en un país solemos todos hablar el mismo idioma. Uno quiere, cuando se sienta en una computadora en cualquier parte del mundo, que cuando conecta su USB pueda abrir sus archivos, o poder abrir el *attachment* de un *e-mail* sin problemas. La existencia de un mismo programa reduce muchos costos, en especial costos de transacción. Por ello el mercado tenderá a generar niveles altos de concentración en los elementos comunes de la red, pero generando un beneficio deseado por los consumidores.

“Si hay un monopolio, hay que evitar que suba los precios”

ESO ES UN MITO. Esa creencia es la madre de buena parte de la mala aplicación de leyes antimonopolios, de la mala regulación y de ideas absurdas como las de controlar los precios abusivos. Si hay un monopolio, es bueno que suban los precios, justamente para terminar con el monopolio. La subida de precios da la señal para que haya más entrantes y para que el monopolio pierda su poder. Si controlas los precios del monopolio, éste será monopolio por más tiempo y los consumidores tendrán menos opciones.



“Pero si no es tan malo, ¿por qué la Constitución y la Ley lo prohíben?”

ÉSE ES OTRO ERROR COMÚN. Ni la Constitución ni la ley prohíben el monopolio. El único monopolio prohibido es el monopolio legal, es decir, el creado por el Estado por medio de licencias exclusivas, barreras burocráticas, proteccionismo comercial o privilegios a unos cuantos. Y está muy bien que se prohíba, porque ese monopolio sí que no lo arregla nadie. Si sube los precios, nadie lo detiene, porque la Ley impide la entrada de competidores. Pero si uno llega a tener un monopolio por crecimiento interno o identificando las mayores eficiencias de la concentración económica, en buena hora.

Lo que sí prohíbe la Ley son las prácticas de abuso de posición de dominio y los acuerdos restrictivos de la competencia, es decir conductas que fomentan limitar a la competencia. Prohibir el monopolio es como prohibir la congestión de tránsito. No se puede prohibir el resultado de un proceso de interacción entre millones de personas; sólo se puede limitar las prácticas de conducción de automóviles que generan mayor congestión. Una norma que prohíba la congestión de tránsito será de la más incumplida de todas. Lo mismo pasará con una ley que prohíba el monopolio.

“Entonces, si hay un monopolio hay que regularlo, en especial si es un monopolio natural”

OTRO ERROR COMÚN. No estamos diciendo que la regulación no debe existir. Pero ésta es menos necesaria de lo que suele creerse. Muchas veces decimos, sin pensarlo demasiado, que hay que regular a Telefónica o a las empresas eléctricas porque son monopolios naturales y la competencia no las va a controlar. Supuestamente los costos hundidos de construir la infraestructura hacen difícil que se duplique dicha infraestructura por un competidor. Como dijimos, parece difícil imaginar que se construyan en Lima dos redes de tuberías de agua y desagüe paralelas; ello subiría el precio del agua. Entonces, la conclusión es que naturalmente debe haber un monopolio. Pero no hay nada natural en eso.

En el largo plazo, el monopolio natural no existe. En primer lugar, los controles regulatorios pueden ser efectivos para

reducir la rentabilidad de los monopolios. Pero al hacerlo reducen también la rentabilidad de las empresas que quieren entrar al mercado. Por ejemplo, las bajas tarifas eléctricas reguladas por el Estado en los últimos años han reducido los incentivos de los entrantes para hacer las inversiones en nuevos proyectos eléctricos. Así se retrasa la competencia.

Además la idea de monopolio regulado reduce los incentivos para innovar. Por años, se dijo que la telefonía era un monopolio natural porque no era posible tender dos redes de alambres de cobre, ya que eso era demasiado costoso. Lo que la teoría perdió de vista es que innovaciones tecnológicas como la fibra óptica, la telefonía inalámbrica o —más recientemente— la telefonía por Internet pueden reducir los costos de entrada de manera significativa y acabar con el llamado monopolio natural. Pero la menor rentabilidad generada por la regulación redujo los márgenes no sólo al dominante, sino también a sus competidores, que habrían podido generar más innovación y por ende mayor competencia. Ello retrasa la entrada de competencia. Es probable que hubiéramos tenido celulares mucho antes si no hubiera habido tanta regulación de telecomunicaciones en el mundo.

“El Perú está lleno de monopolios”

¿DÓNDE ESTÁN? Monopolio significa un solo vendedor. Encontrar una situación en la que hay un solo vendedor de un bien o servicio es realmente muy extraño. Salvo el caso de monopolios concedidos por Ley, los monopolios son muy raros, en especial en una economía relativamente abierta a la inversión y al comercio como la peruana. Lo que uno sí puede encontrar son niveles de concentración altos en algunos mercados (pocos jugadores, algunos con participación grande, generalmente causado por barreras de entradas legales o administrativas) pero usualmente sujetos a algún nivel de competencia real o potencial (posibles entrantes si se suben mucho los precios). Además, muchas veces definimos los monopolios de manera inadecuada y llamamos monopolio a lo que no es. Las apariencias engañan.

cuada y llamamos monopolio a lo que no es. Las apariencias engañan.

Por ejemplo, que haya un solo productor de cerveza no necesariamente significa que tenga un monopolio. Hay que incluir los posibles sustitutos. Si cuando sube el precio de la cerveza la gente toma ron, entonces no hay monopolio porque los consumidores tienen otras opciones. Y si es posible importar cerveza si el monopolista sube su precio, entonces la competencia potencial está controlando su facultad de subir el precio, con lo cual en los hechos tampoco tendríamos un monopolio.

“Es bueno controlar las fusiones y concentraciones de empresas”

NO TANTO. Si todo lo que hemos dicho es verdad, se darán cuenta por qué no es tan buena idea que el Estado controle las fusiones de empresas. Perderíamos varios de los beneficios que hemos indicado, siendo el principal el que el monopolio mande señales adecuadas para fomentar la competencia y para la entrada de nuevos competidores. Paradójicamente, controlar fusiones puede reducir los incentivos para competir y para innovar. De hecho, en una economía pequeña como la peruana, para alcanzar economías de escala que permitan a nuestras empresas competir con las extranjeras tenemos que asumir que posiblemente tendrán participaciones importantes en el mercado local. Es, por tanto, mejor invertir recursos públicos en eliminar barreras legales y burocráticas que invertir en crear sistemas de control de fusiones y adquisiciones. ■