



Monopolios: Ideas para un año electoral

Hay monopolios hasta debajo de las piedras, en los entornos más insospechados.

Nada hay más odioso y digno de reprobación por parte de todos que el poder de mercado ejercido en beneficio de unos pocos y contra el interés común de consumidores, trabajadores y competidores. El Premio Nobel de Economía en 2014 se le concedió a Jean Tirole, especialmente, por sus estudios sobre el poder de mercado de los monopolios y los oligopolios.

No hay un solo argumento que pueda utilizarse para defender el poder de mercado de los monopolios. Naturalmente que todo el mundo ha oído hablar de los denominados «monopolios naturales», es decir, aquellas grandes empresas basadas en inversiones muy cuantiosas y voluminosas que no soportarían un segundo operador en según que segmentos y mercados debido al exceso de capacidad que, de por sí, entrañan. Bien, la tecnología actual, modular y muy flexible, los ha relegado casi a la historia de la economía.

También es frecuente argumentar acerca de la necesidad de las patentes, una especie de monopolio del conocimiento, para que haya un incentivo a la producción de conoci-

miento, justamente. La defensa de un sistema de derechos de propiedad no es, en modo alguno, una defensa del monopolio, sino algo bien legítimo. Pero una patente no puede serlo «de corso» para que el inventor o su desarrollador perciban rentas desproporcionadas. Seguramente hoy existen métodos de protección de los derechos de propiedad y del conocimiento más eficaces y eficientes que las patentes convencionales.

El daño que causan los monopolios es patente en multitud de dimensiones. Por su propia naturaleza, restringen la oferta de bienes y elevan artificialmente los precios. Los bienes y servicios son «escasos» y caros, su calidad es peor que la de parecidos bienes y servicios producidos en un régimen de competencia. Por ende, en economías en las que abundan los monopolios, el empleo es menor y el desempleo mayor y los salarios reales son menores. La productividad es también menor.

Estos males afectan a todos los consumidores y a innumerables trabajadores. Allí donde los mercados están monopolizados u oligopolizados, to-

JOSÉ ANTONIO HERCE es Director Asociado de Afi.
E-mail: jherce@afi.es

TARJETA MASTERCARD e-BUSINESS



PARA EMPRESAS Y PROFESIONALES, ALTA EFICACIA Y TOTAL FLEXIBILIDAD

CON LA TARJETA e-BUSINESS DE UNICAJA CONTINÚAN LAS VENTAJAS

UNA EFICAZ HERRAMIENTA DE GESTIÓN ONLINE



Solicite su Tarjeta e-Business en su oficina habitual de Unicaja. Para cualquier duda, llame a Unicaja Línea Directa al 901 111 133 / 952 076 224. Le atenderemos encantados.



dos pierden de una u otra manera. Solo los accionistas de los monopolios ganan. ¿Seguro? En realidad, diríase que algunos accionistas y casi todos los altos directivos de los monopolios son los únicos ganadores de esta organización de los mercados de bienes y servicios, pero es dudoso que las enormes rentas empresariales extraordinarias que se generan bajo estructuras monopolistas sean a la postre tan grandes. Serían mucho mayores con una mayor extensión competitiva de los mercados, aunque en términos unitarios (por unidad de bien o de servicio) fueran más reducidas. Y, desde luego, no estarían tan concentradas.

Hay monopolios hasta debajo de las piedras, en los entornos más insospechados. Desde la fontanería de barrio hasta las telecomunicaciones, pasando por todo mercado de bienes y servicios, financieros y no financieros, pueden encontrarse testigos de comportamientos monopolistas. A los que se enfrentan estructuras de defensa de la competencia absolutamente insuficientes en el plano de los recursos humanos y en muchos otros planos, como el de la independencia o la capacidad sancionadora.

En España, como en muchos otros países, abundan los monopolios en numerosísimos mercados. Su presencia deja huella «gravitatoria» en el bienestar de los consumidores, sometidos a humillantes y onerosísimos circuitos de «atención al cliente», por decirlo en forma amena. O en el elevado desempleo, los bajos salarios reales, la baja productividad, la carestía de bienes y servicios ordinarios que se encuentran por una fracción de su precio en economías más avanzadas.

El presente año de 2015 es una año electoral y se presenta interesante. Se me ocurre lanzar algunas ideas para los programas electorales: prometan luchar de verdad contra todos los monopolios. Entre otras bondades, les aseguro que no hay mejor política de reforma del mercado de trabajo, ni de reforma estructural, que la lucha contra los monopolios. Es una política barata, de acción rápida y resultados seguros. No debe de ser tan complicado, que diría un ingenuo. Los ciudadanos se lo agradeceremos ::

TARJETA MASTERCARD e-BUSINESS



PARA EMPRESAS Y PROFESIONALES, ALTA EFICACIA Y TOTAL FLEXIBILIDAD

CON LA TARJETA e-BUSINESS DE UNICAJA CONTINÚAN LAS VENTAJAS

UNA EFICAZ HERRAMIENTA DE GESTIÓN ONLINE



Solicite su Tarjeta e-Business en su oficina habitual de Unicaja. Para cualquier duda, llame a Unicaja Línea Directa al 901 111 133 / 952 076 224. Le atenderemos encantados.

