

Trabajo Práctico: **Monopolio Natural**

Profesor: Waingarten, Leonardo

Profesor: Amendolara, Alejandro

Director del Posgrado: Mag. Valle, Luis

Introducción

Si bien un **mercado** tiene que ver con la presencia de compradores con necesidades o deseos específicos por satisfacer, dinero para gastar y disposición para participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo, y por otro lado, la de vendedores que pretenden satisfacer esas necesidades o deseos mediante un producto o servicios; existen externalidades que afectan dichos mercados. Las externalidades ocurren cuando las acciones de una o varias personas afectan a terceros. Las **externalidades** pueden provocar fallas del mercado si el mecanismo de precios no considera los "costos sociales totales" y los "beneficios sociales totales" que tienen la producción y el consumo.

Fallas del Mercado

Cuando el sistema de precios falla y no se produce ni el aprovechamiento de los recursos ni la producción de bienes y servicios en las cantidades socialmente óptimas, ocurre una **falla o fracaso del mercado**. La experiencia empírica indica que los bienes y servicios públicos están condenados a sufrir las fallas del mercado.

TIPOS DE FALLAS DE MERCADO

- Existen mercados en los que la competencia es imperfecta (hay monopolio, monopolios naturales, oligopolio)
- Aparecen factores externos, como la contaminación, que el mercado no puede abordar.
- Existen bienes públicos que distorsionan el mercado.
- Los bienes o recursos de propiedad común tienden a agotarse (por su mala utilización y explotación).
- La publicidad puede manipular a los consumidores
- Las economías del mercado tienden a estar inestables | estar en manos de empresas que tienen crisis.

Si bien los monopolios no constituyen en todos los casos fallas de mercado, podemos hacer una distinción del concepto general de monopolio y el monopolio natural.

Convergencia

Monopolio Natural

Los monopolios se configuran cuando un solo ofertante se encuentra en aptitud de atender a una industria completa o a todo el mercado. La conducta monopólica se verifica principalmente en la fijación de precios y cantidad de bienes a producirse, de manera independiente de los demás agentes del mercado (consumidores), dicha conducta es sostenible en tanto exista un único ofertante, el producto ofrecido no cuente con sustitutos perfectos y/o existan barreras de acceso que nos sitúen en un mercado no contestable.

Monopolios Naturales: Dados los monopolios regulados tales como los servicios de agua potable, los servicios eléctricos, el sistema telefónico y la televisión por cable ("industrias de redes"). Un monopolio natural será permitido cuando la demanda de servicios públicos sea satisfecha de manera económica y eficiente por un solo productor.

La existencia de economías de escala en el caso de estos servicios públicos hace que sea deseable que únicamente haya un proveedor monopolista, pero será necesario que intervenga el Estado para impedir que se ejerza "poder de monopolio", con todos los impactos negativos que esto puede traer.

En estos casos, la regulación se vuelve importante debido a que su propósito es el de asegurar el éxito de la interrelación de los agentes económicos. Aquí, la regulación a través de la intervención en el mercado, reemplaza la "mano invisible" de la competencia por una "mano visible", debido a que el regulador (el Estado) debe trabajar dentro de la empresa regulada induciéndola a producir los resultados deseados.

Un ejemplo clásico de monopolio natural son el mercado de las telecomunicaciones.

Telecomunicaciones

El sector de telecomunicaciones se diferencia de otros sectores prestadores de servicios públicos, como agua o energía eléctrica, por el hecho que la difusión de nuevas tecnologías puso en cuestión que algunos de sus subsectores continuase siendo un monopolio natural. Esto se debe a que, cada vez con mayor eficiencia, la información en cualquiera de sus formas (voz, datos, imágenes) puede ser transmitida de un punto a otro utilizando infraestructuras satelitales o redes terrestres de radio, que resultan en exigencias de escala y plazos de implantación que en muchos casos son notablemente inferiores a los de las infraestructuras cableadas.

De hecho, el sector transita desde el monopolio natural hacia una estructura de mercado oligopólica, donde las barreras "naturales" al crecimiento del número de competidores estarían dadas por la persistencia de economías importantes de

escala y de diversificación en la utilización de redes cableadas y por limitaciones técnicas al uso del espectro, que acotan las posibilidades de incorporación de tecnologías alternativas de transmisión. Se trataría de un oligopolio natural de base potencialmente inestable, dada la estrategia empresarial de generación de innovaciones tecnológicas que, frecuentemente, modifican las posibilidades de aprovechamiento del espectro, alterando así las condiciones de permanencia y de ingreso de nuevos competidores al mercado.

>> **Unscrambling Telecommunications Policy.**

<http://www.researchcouncil.org/docs/PDF/WRCGovernance/UnscramblingTelecom.pdf>

>> **Cátedra Jean Monnet de Economía .**

http://www.gcd.udc.es/subido/catedra/presentaciones/economia_competencia_ii/monopolio_natural_y_teoría_de_la_regulación.pdf

>> **Reforma del sector de telecomunicaciones en Brasil.**

<http://www.sgp.gov.ar/contenidos/inap/publicaciones/docs/modernización/teleco.pdf>

>> **Martin Enrique Krause.** "Sobre la Oferta y Demanda de Derecho"

>> **Pablo Okumura Suzuk.**

http://www.coes.org.pe/DATAWEB/2008/VARIOS/ARTICULOS/Monopolio_Natural_articulo.pdf