

# SOLO YO lo quiero vender

---

Autor: Elder Flores Durán  
Palabras: 2705



# Monopolio

Generalmente, se entiende por monopolio a una persona o grupo de personas actuando de común acuerdo, que controlan en forma exclusiva la oferta de un determinado producto.

Pero el asunto no es tan sencillo, porque aún los productos que pertenecen a una misma clase difieren entre sí. Es decir, puede haber un monopolio de los buñuelos calientes.

Veamos por ejemplo la Coca Cola tiene el “monopolio” de su fórmula, pero, ¿tiene el monopolio de las bebidas gaseosas? En un sentido tan general, el “monopolio” aparecería por todas partes, tan sólo porque no hay una fábrica que haga un producto igual a otra.

El monopolio, no tiene ninguna importancia para el funcionamiento del mercado, ya que no otorga ninguna ventaja en la colocación del producto.

En algunos casos, como por ejemplo, los monopolistas esperan tener ganancias con la producción y distribución exclusiva de las champurradas, porque sin competencia tratarán de lograr un precio más alto que el que podrían obtener. Pero nada les garantiza que la gente compre las champurradas a ese precio superior, ya que pueden comprar hojaldras, churros, o simplemente no comer pan dulce. La posible reacción de los consumidores va a impedir que puedan obtener algún beneficio de este “monopolio”.



Lo que realmente interesa respecto del funcionamiento del mercado es que el monopolista pueda obtener el precio de monopolio, es decir, una situación en la cual incluso vendiendo menos a mayor precio pudiera obtener más que vendiendo más a menor precio. Esto puede darse solamente cuando la demanda tiene una cierta característica que se resume en una demanda “obligada”. Por ejemplo un producto que sea necesario consumir, debido a que es un bien de primera necesidad, como el agua pura.

Es importante diferenciar entre el monopolio artificial y el natural. **El natural** es aquel que surge a raíz de una idea, de un servicio o de un producto que el oferente es el único capaz de proporcionar al mercado, con la calidad y el precio que se requiere. Por ejemplo, si una persona cruza dos animales y obtiene una nueva especie que posee cualidades específicas, esa persona posee el monopolio natural con respecto a la creación y comercialización del animal. Si esta nueva especie tiene una demandada alta, los mensajes recibidos en el mercado atraerán competidores potenciales. De ocurrir esto, el monopolio dejará de existir.

El **monopolio artificial** es aquel que es creado por protecciones del gobierno en beneficio de un solo comerciante. Esto significa darle más poder a un comerciante del que previamente el mercado le había otorgado en relación con lo que ofrecía. Esto se traduce en una disminución en el nivel de vida de la gente. Esto lo

podemos ver reflejado en la siguiente manera. Supongamos que la persona que vende verduras en la esquina, no es una persona que sea buena para las ventas y siempre nos vende las peores verduras, ya que están siempre podridas. Pero por el simple hecho que su tío es el alcalde, no dejan que haya otra verdulería, debido a que se le está otorgando el espacio y eso trae como resultado que todos los consumidores tengan menos calidad en verduras por no tener otras opciones.

La competencia es el enfrentamiento entre distintas personas para sobrepasarse unas a otras. No es una pelea, ni un combate, por tal razón el uso de terminología militar para describir lo que sucede en el mercado es claramente inapropiado. Palabras como “ataque”, “defensa”, “batalla”, “guerra comercial” y otras podrán ser una metáfora de lo que verdaderamente sucede, pero nada tienen que ver con la actividad violenta, real, donde existe mucha violencia y muerte.

Por otra parte, aunque suele hablarse de “competencia salvaje”, lo cierto es que existe una diferencia esencial con respecto a lo que observamos en el mundo de la naturaleza.

Allí el pez grande se come al pez chico, el que, obviamente, ya no tiene otra oportunidad. Esta metáfora que el pez grande se come al chico, se refiere a que por la ventaja que tiene en dimensiones el pez grande, necesariamente será el que se comerá al otro. En la competencia que se establece en el mercado, por el contrario, habrá un productor con una posición más importante, por ser el que mejor atiende las necesidades de los consumidores (supongamos en nuestro ejemplo de la verdulería, que hay más opciones de verduleros con más fruta y verdura fresca).

Sin embargo, esto no implica la desaparición de todos los demás, quienes no solamente subsisten, sino que cuentan con nuevas oportunidades para competir. En este sentido, la competencia en el mercado se asemeja más a la competencia en el deporte, donde todos tienen una gran porra, ganen o pierdan, y siempre tienen una oportunidad más para salir campeones. Por ejemplo si están jugando los Rojos contra los Cremas, y ambos equipos tienen porras, y no importando cómo vaya el resultado, los aficionados serán leales y fieles para su equipo.

El mercado es un campeonato continuo. Desde otra perspectiva, la competencia en economía es incluso superior a la competencia en el deporte, ya que en un partido en particular uno pierde y otro gana, pero en un intercambio económico ganan ambas partes.



# Glosario

- **Ahorrista.** Persona que tiene cuenta de ahorros en un establecimiento de crédito.
- **Astucia.** Sagacidad, astucia para convencer.
- **Canaliza.** Encauzar opiniones o iniciativas.
- **Cientela.** Conjunto de clientes de un establecimiento.
- **Dodo.** Ave de tamaño y cuerpo parecido al cisne, actualmente está extinguida.
- **Impera.** Mandar, dominar o preponderar.
- **Porfía.** Persistencia, terquedad.
- **Rotundo.** Lleno y sonoro.
- **Tajante.** Concluyente, terminante que no admite discusión.
- **Trivial.** Que carece de importancia, interés o novedad.

# Referencias

- Martín Krause, *La economía explicada a mis hijos*, 2003.
- Imágenes: [www.shutterstock.com](http://www.shutterstock.com)