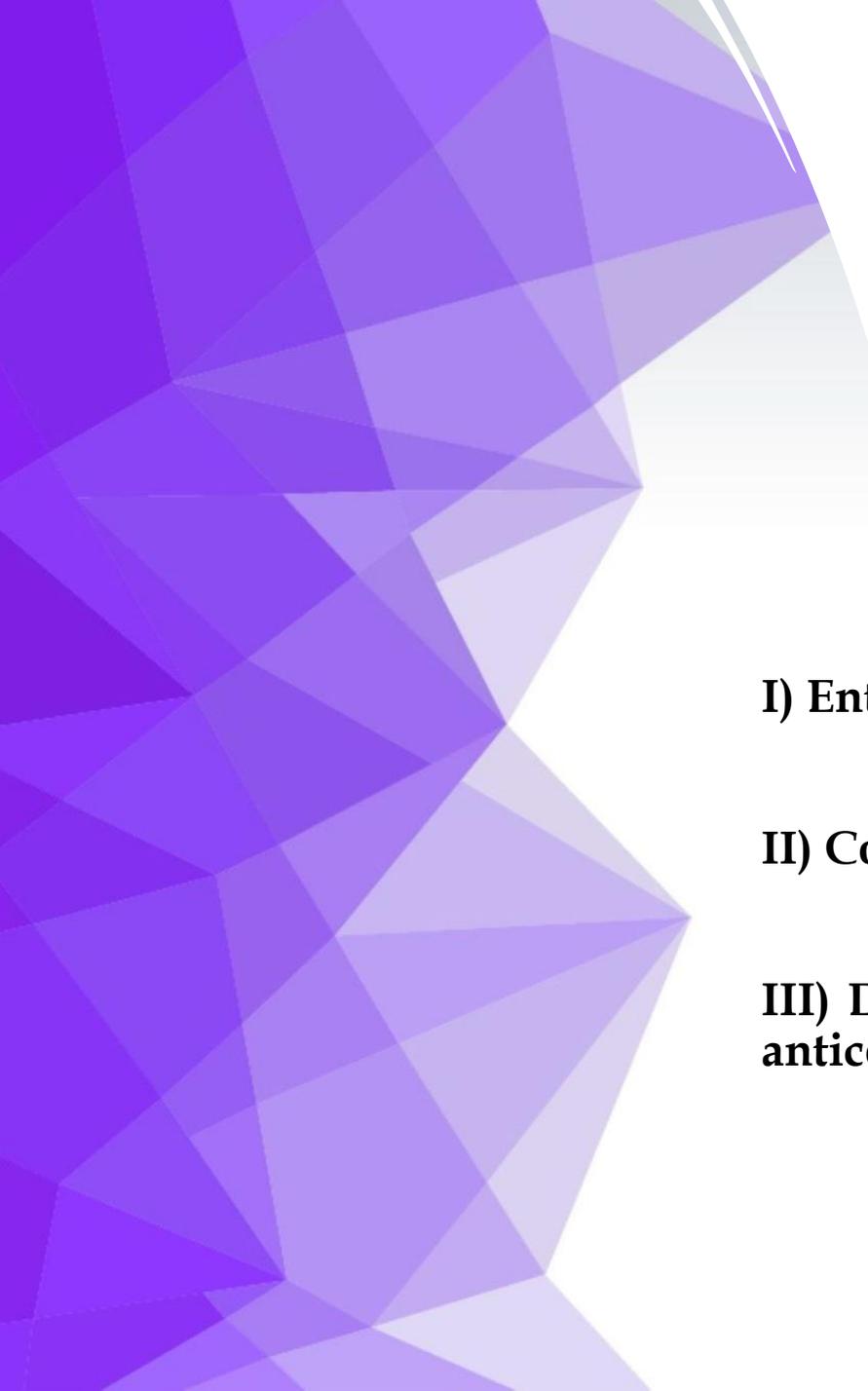




CONCEPTO DE MONOPOLIO

Derecho de la Libre Competencia

Felipe Rocha O.



Introducción

Objetivos de esta clase

I) Entender las distintas *estructuras de mercado*.

II) Comprender el concepto de monopolio y sus fuentes.

III) Dilucidar si la presencia de un monopolista es intrínsecamente anticompetitiva para el ordenamiento jurídico chileno.



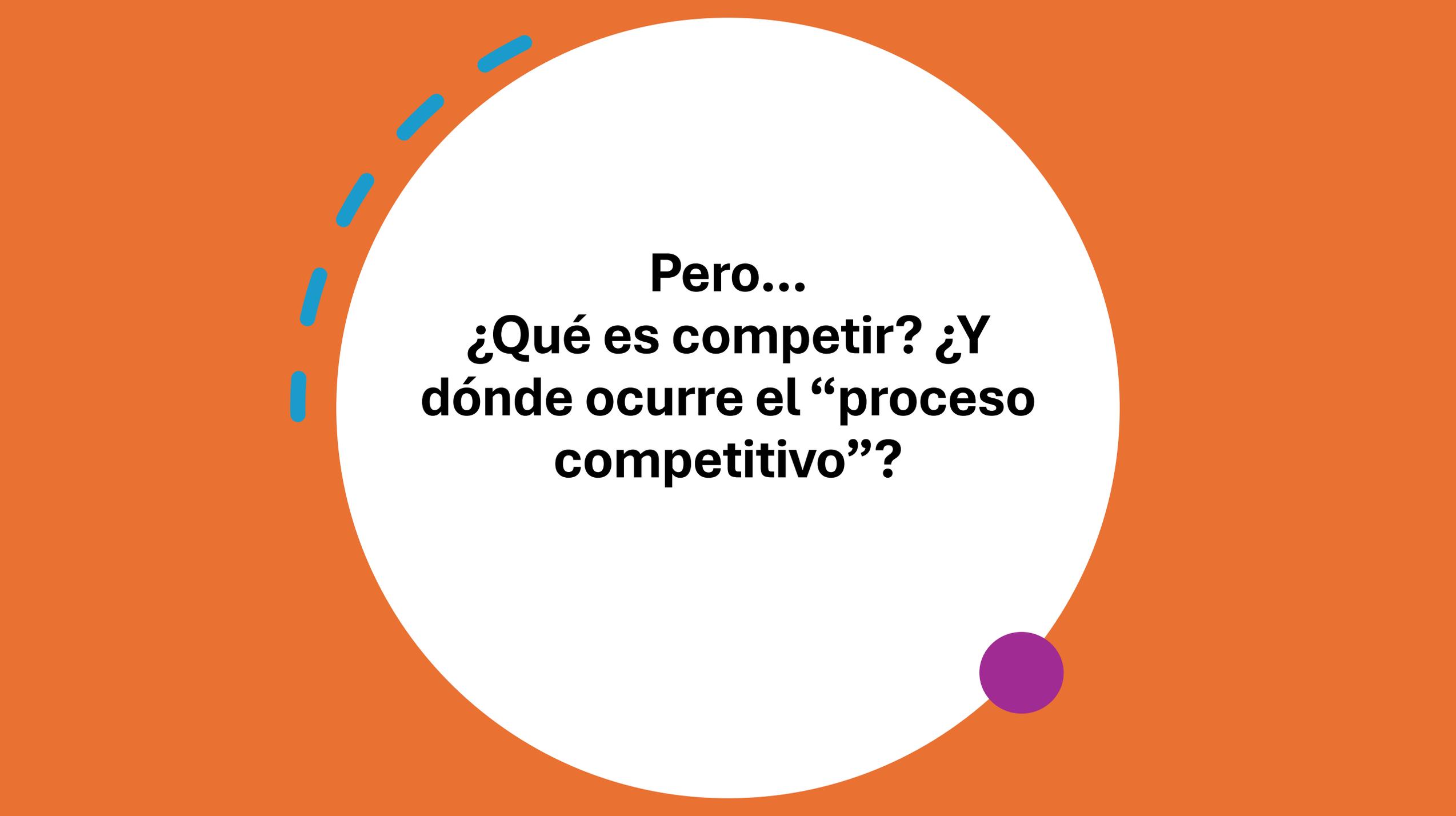
¿Qué busca el Derecho de la Libre Competencia?

- El Derecho de la Libre Competencia tiene por objetivo resguardar el proceso competitivo y, en último término, el bienestar de los consumidores.
- Así lo ha señalado en múltiples ocasiones la jurisprudencia de esta sede desde hace varios años.
- Por ejemplo, en una Resolución de 1992, la *H. Comisión Resolutiva* estimó que *“el bien jurídico protegido es el interés de la comunidad de que se produzcan más y mejores bienes y se presten más y mejores servicios a precios más convenientes, lo que se consigue asegurando la libertad de todos los agentes económicos que participen en el mercado”* (Resolución N°368, de fecha 7 de abril de 1992).



¿Qué busca el Derecho de la Libre Competencia?

- La jurisprudencia más reciente también opina en el mismo sentido.
- *“El derecho a desarrollar cualquier tipo de actividad económica, consagrado constitucionalmente, tiene límites, que se establecen en el mismo precepto constitucional, esto es, la moral, el orden público o la seguridad nacional. Así, la legislación de la libre competencia, en particular el Decreto Ley N° 211, se erige como una norma perteneciente al orden público económico, que tiene distintas funciones respecto de la garantía en estudio (...)*
- *El atentado contra la libertad puede provenir no sólo del Estado, sino también de particulares que **esgrimiendo su propia libertad pretenden alcanzar y ejercer un poder en el mercado, violentando así no sólo el derecho de los otros actores del ámbito económico en el que se desenvuelve, sino que afectando los intereses de los consumidores, lo que en último término se traduce en una afectación del bienestar de la generalidad de los miembros de la Nación**” (Excma. Corte Suprema, rol N°346-2013, c. 18°)*



Pero...
**¿Qué es competir? ¿Y
dónde ocurre el “proceso
competitivo”?**

Economía de la competencia (en muy pocas palabras)

- Para perseguir sus objetivos, el Derecho de la Libre Competencia presupone que la *competencia* ejerce una presión a los productores de bienes y servicios para satisfacer los deseos de los consumidores al precio más bajo y eficiente posible.
- En términos económicos esto se traduce en:
 - 1) Eficiencias *asignativas* (se producen bienes y servicios que los consumidores desean, lo que es medible a través de su disposición a pagar).
 - 2) Eficiencias *productivas* (se producen bienes y servicios al costo más bajo posible, sin que ello desmerezca su calidad).
 - 3) Promoción de la *innovación* (creando nuevos y mejores productos, quienes los ofrecen aspiran a satisfacer una mayor cantidad de necesidades, obteniendo también una mayor renta para ellos).

Economía de la competencia (en muy pocas palabras)

- Para *competir* en un mercado determinado, la teoría económica presupone que los agentes económicos buscarán satisfacer una necesidad que les permita obtener las máximas utilidades posibles, de suerte que su toma de decisiones estará focalizada en conseguir que sus ingresos superen con creces los costos a los que han tenido que incurrir.
- En efecto, las empresas prosperan o fracasan dependiendo de qué tan exitosamente se acerquen a este resultado maximización.
- Sin embargo, el comportamiento de una empresa para maximizar sus beneficios no depende enteramente de ella, sino también del tipo de *estructura del mercado* al que pertenezcan los bienes o servicios ofrecidos.

Estructuras de mercado



Estructuras de mercado

- La literatura económica identifica *cuatro* estructuras de mercado de relevancia.
- Se trata de conceptos meramente teóricos, pero que proporcionan predicciones sobre los comportamientos de las empresas y los mercados.
- Entre las variables que se utilizan para determinar una estructura de mercado, se encuentra el número de agentes económicos que ofrecen bienes y servicios que podrían ser sustituibles, así como si aquellos son idénticos o diferenciados.

Características	Competencia perfecta	Competencia monopolística	Oligopolio	Monopolio
Nº de empresas	<i>Muchas</i>	<i>Muchas</i>	<i>Pocas</i>	<i>Una</i>
Tipo de producto	<i>Idéntico</i>	<i>Diferenciado</i>	<i>Idéntico o diferenciado</i>	<i>Sin sustitutos cercanos</i>
Control sobre el precio	<i>Ninguno</i>	<i>Moderado</i>	<i>Considerable</i>	<i>Considerable o regulado</i>

La competencia perfecta

- En un mercado de *competencia perfecta*, **(i)** existen muchos compradores y vendedores en el mercado; y **(ii)** los bienes ofrecidos por los diversos vendedores son básicamente los mismos (homogéneos o idénticos).
- En consecuencia, el *comportamiento* de un solo agente económico no tendrá efectos sobre variables esenciales de competencia (precio, cantidad, calidad, zonas geográficas, entre otras).
- Por lo anterior, se dice que tanto oferentes como demandantes tienen la calidad de *price takers* (tomadores de precio), debiendo aceptar el precio que el dinamismo del mercado ha determinado.



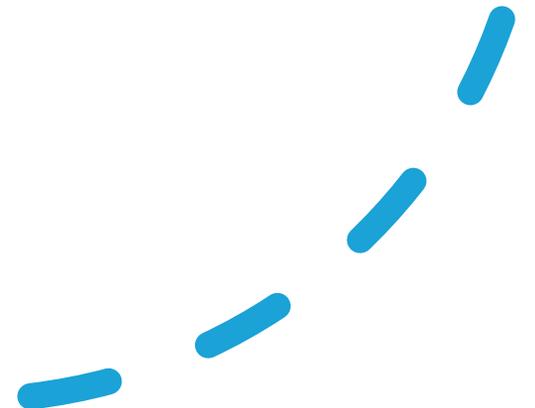
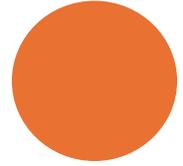
La competencia perfecta

Si una empresa *sube* el precio

Dejará de vender sus productos, porque los consumidores acudirán a otro oferente para satisfacer su necesidad

Si una empresa *baja* el precio

Los demás competidores reaccionarán bajando también el precio, y al final todos venderían lo mismo, pero con menos ganancias





La competencia perfecta

- En este modelo, se dice que la curva de la demanda es *infinitamente elástica*, esto es, que se ofrecen bienes o servicios que son *sustitutos perfectos* entre sí.
- Por ejemplo, de un universo de 100 oferentes, cada vendedor individual se enfrenta a la presión de otras 99 empresas que producen un bien o servicio idéntico u homogéneo.
- ¿Qué mercados que conoces podrían ser calificados como de *competencia perfecta*?

Monopolio puro

- En un total contraste a la estructura de mercado de competencia perfecta, el *modelo de monopolio puro* se caracteriza por la **ausencia** de una pluralidad de oferentes o demandantes, según sea el caso.
- Al faltar esta atomicidad, **sólo existe la oferta del monopolista puro**, o la demanda, supuesto conocido como *monopsonio*.
- A ello, hay que sumarle que el *monopolista puro* ofrece un bien o servicio que carece de sustitutos cercanos. De lo contrario, habría otro competidor que compite con él.
- Por tanto, se conceptualiza a una estructura de mercado monopólica como aquella en que una única voluntad detenta el señorío de toda la oferta o toda la demanda de un bien o servicio (Valdés, D. *Libre Competencia y Monopolio*, p. 42).



Monopolio puro

- Concurriendo estas tres condiciones, esto es: **(i)** la existencia de un único oferente (o demandante); **(ii)** que el bien o servicio carezca de sustitutos cercanos (demanda inelástica); y **(iii)** la existencia de barreras a la entrada significativas; es *probable* que se esté ante un mercado monopolista.
- En esta estructura de mercado, el monopolista tiene un control sobre el precio, la cantidad, la calidad u otras variables de competencia.
- Y así, por ejemplo, el monopolista puede elegir entre vender a un precio superior (con menos ventas unitarias) o vender a un precio inferior (con mayores ventas unitarias), lo que le permite maximizar sus utilidades más allá de las que resultarían de un modelo de competencia perfecta.



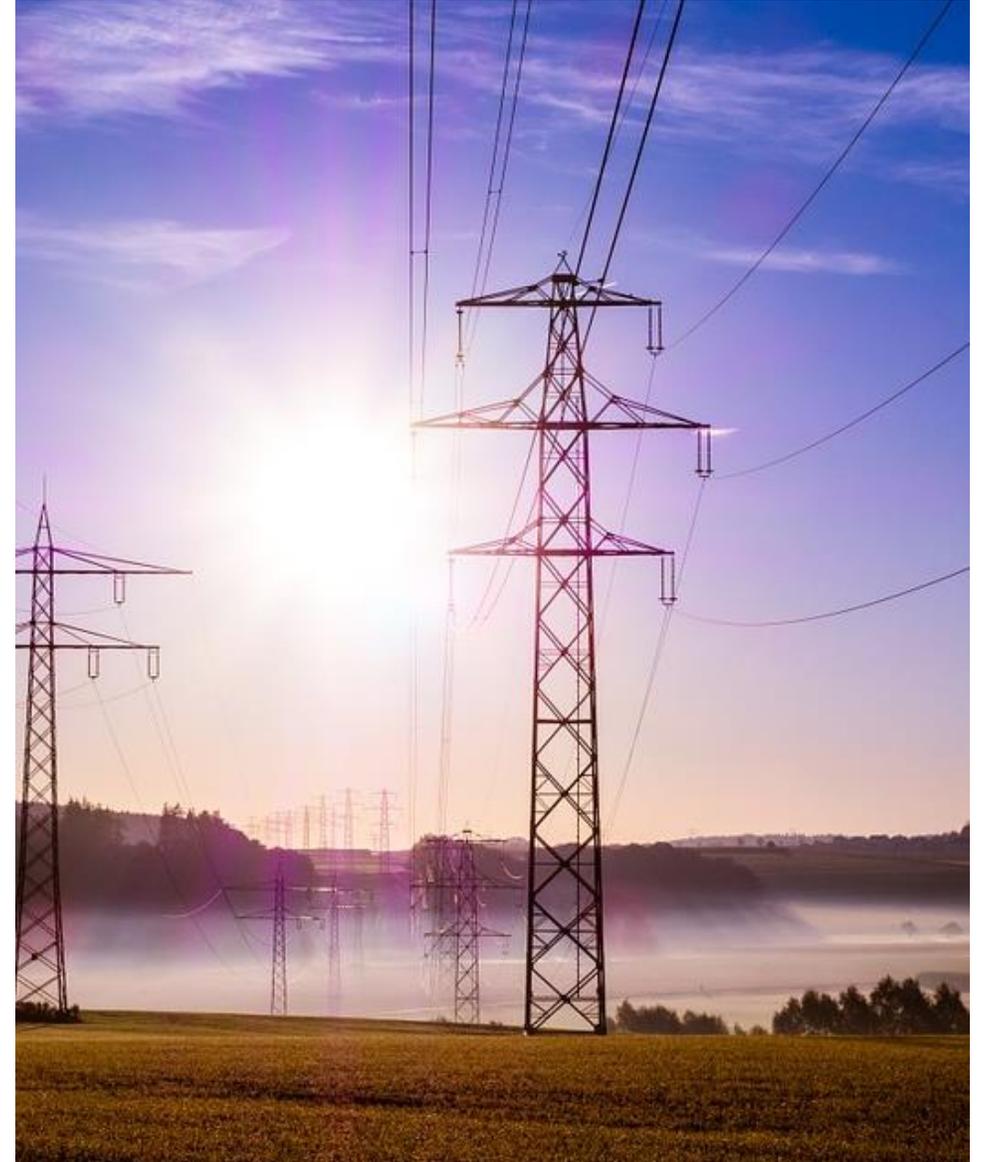
Fuentes del monopolio

- El establecimiento de un monopolio puede hallar su fuente en diversas causas, muchas de ellas lícitas, que son de relevancia para el Derecho de la Libre Competencia. Éstas son:
 - i. El monopolio *natural*.
 - ii. El monopolio de *privilegio*.
 - iii. El monopolio de *eficiencia*.
 - iv. El monopolio por *unificación de competencia*.



I) El monopolio natural

- Esta fuente, siempre aceptada como legítima, consiste en un hecho de la naturaleza, en economías de escala (es más eficiente que una empresa produzca bienes a escala), economías de ámbito (que una empresa elabore dos o más productos a la vez en un mismo proceso) o un determinado estadio de desarrollo de la tecnología, que provoca que la mejor forma de explotación del mercado, desde un punto de vista productivo, sea a través de un monopolio.
- La regla general es que estos mercados sean regulados.
- Casos de monopolio natural: el tendido eléctrico, los servicios sanitarios, las vías de ferrocarriles, entre otras.



II) El monopolio de privilegio

- Esta fuente se entiende como aquella en que, por medio de un **acto de autoridad pública**, en contravención a la Libre Competencia y **sin mediar una causal de justificación**, se establece un monopolio sobre un bien, en circunstancias que, de no haber existido tal conducta, los agentes económicos habrían podido ejercer libremente sus actividades económicas.
- Los monopolios de privilegio se encuentran prohibidos en el artículo 4° del Decreto Ley 211, que establece que *“no podrán otorgarse concesiones, autorizaciones, ni actos que impliquen conceder monopolios para el ejercicio de actividades económicas, salvo que la ley lo autorice”*.
- Ver, Sentencias H. TDLC N°20/2005; N°121/2012 y N°152/2016.



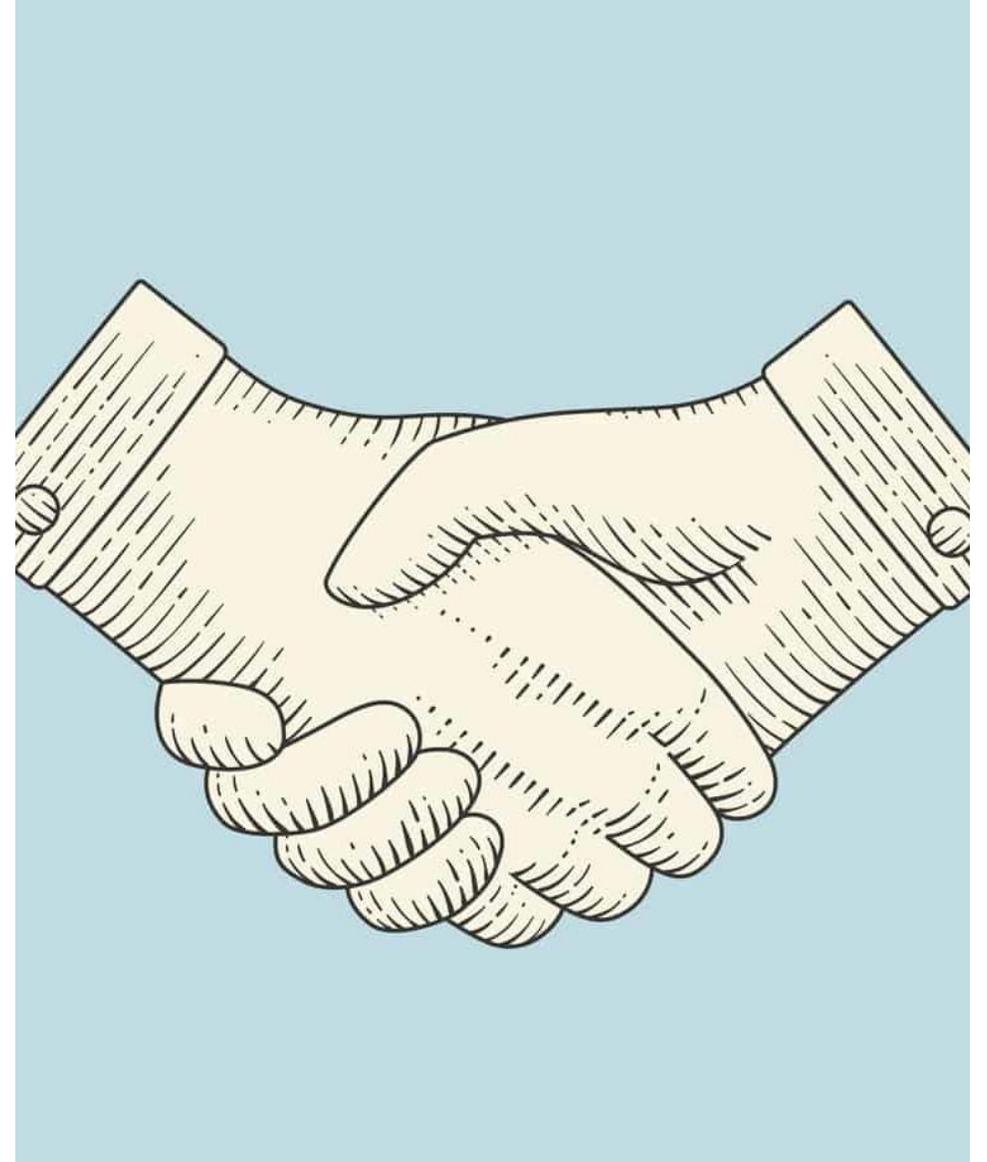
III) El monopolio de eficiencia

- Esta fuente de monopolio -que destaca por su licitud- resulta por la *eficiencia* interna (técnica, económica o productiva) de un competidor, ya sea por innovación, especialización o la creatividad de su negocio; una racionalización en sus costos; potentes estrategias de marketing; u alguna otra ventaja conseguida por su destreza y esfuerzo.
- Gracias a lo anterior, el agente económico habrá logrado una posición dominante y probablemente un alto grado de concentración, pues habrá captado buena parte de la clientela del mercado en que participa.
- Nada de ilícito hay allí donde fruto de una libre competencia mercantil nace el éxito de una empresa, quien mejora el bienestar de la comunidad por medio de ofrecer productos que satisfacen las necesidades de los consumidores de manera eficiente.



IV) El monopolio por unificación de competencia

- Por medio de esta fuente, **siempre ilícita**, uno o más agentes económicos buscan erradicar la pluralidad actual o potencial de competidores en un mercado, ya sea creando barreras a la entrada o forzarlos a no competir, con el único propósito de constituir un monopolio que, en condiciones normales de competencia, no habrían podido crear.
- Entre los monopolios por unificación de competencia, encontramos: **(i) el injusto de monopolización**, por medio del cual se busca alcanzar una posición dominante al excluir a los restantes competidores; o **(ii) la colusión**, consistente en que dos o más agentes económicos, por medio de un acuerdo o práctica concertada, producen el efecto de restringir, entorpecer o limitar la Libre Competencia (se habla de unificación porque, gracias a dicha *convención colusoria*, los agentes económicos tomarán sus decisiones en el mercado como si fuesen solo “uno”).



Diferencias entre un modelo de competencia perfecta y uno monopólico

En una estructura de mercado de monopolio, hay una **producción reducida, precios más altos y se transfieren algunos ingresos desde los consumidores a los productores.**

El establecimiento de precios monopólicos redundaría en una irrecuperable pérdida del bienestar social, porque se adquiere un bien o servicio a un costo mayor que el de la sociedad para producirlo.

Disfrutar de utilidades supranormales puede inducir a las empresas a invertir recursos en actividades no productivas que pueden permitirle mantener su posición monopólica



**¿Los monopolios son
intrínsecamente
anticompetitivos?**

El poder monopolístico

- Por lo general, un monopolista ostenta un **poder monopolístico**, esto es, aquella capacidad para determinar, a su entera voluntad, variables económicas tales como el precio, la cantidad, calidad, condiciones contractuales con sus clientes, entre otras.
- Sin embargo, esto no siempre es así, y no siempre un monopolista tendrá poder monopolístico.
- Por ejemplo, puede suceder que una regulación exhaustiva prive a un monopolista natural de controlar las mencionadas variables de mercado, por lo que carecería de los medios para alcanzar una renta monopolística ineficiente.
- También puede suceder que, por medio de un avance tecnológico, se disminuyan las barreras a la entrada en un determinado mercado, lo cual permitiría la entrada a una industria en donde solamente había un oferente eficiente.



El poder monopólico



- Pero aun cuando un agente económico tenga poder monopólico, ello no es intrínsecamente reprochable desde el Derecho de la Libre Competencia.

Lo ilícito no es la posición monopólica, sino que su ejercicio abusivo

El poder monopólico

- Sobre los agentes económicos monopolistas (y aquellos que en otras estructuras de mercado ostentan una posición dominante), **pesa un especial deber de cuidado**: el de no aprovecharse de su poderosa influencia en el mercado para abusar de otros competidores o su clientela.
- Se puede abusar explotando su posición para obtener beneficios anticompetitivos (*abuso de posición dominante explotativo*, art. 3º letra b) del Decreto Ley 211); o bien, excluyendo a sus competidores actuales o potenciales (*abuso de posición dominante exclusorio*, art. 3º letra c) del Decreto Ley 211).

El poder monopólico

- Así lo ha señalado el H. TDLC a lo largo de su jurisprudencia.
- *“Vigésimo cuarto. Que este Tribunal estima que, en las relaciones contractuales por una empresa monopólica en algún mercado –en este caso, por ser dueña de un insumo esencial entregado por ley-, ésta tiene un especial deber de cuidado de no afectar artificialmente la capacidad de competir de los participantes del mercado situado aguas abajo”* (Sentencia H. TDLC N°124/2012, c° 24).

La competencia *imperfecta*

- Si bien los modelos de competencia perfecta y de monopolio ilustran algunas ideas sobre cómo funcionan los mercados, en la práctica, la mayoría de las industrias incluyen elementos de ambos y, por tanto, no pueden describirse como ninguno de ellos, clasificándose, más bien, en algún punto entre los casos extremos de competencia perfecta y monopolio, lo que recibe el nombre de *competencia imperfecta*.
- Un tipo de estructura de mercado de competencia imperfecta es el **oligopolio**, que es un mercado en el que hay unos pocos vendedores, que ofrecen bienes o servicios homogéneos o diferenciados.
- Otra hipótesis es la denominada **competencia monopolística**, que describe una estructura de mercado en el cual existen numerosas empresas que ofrecen productos similares, pero diferenciados, a pesar de satisfacer una misma necesidad.
- En ambas estructuras, es menester analizar con un mayor detalle el mercado relevante, la participación de mercado de cada agente económico, el poder de contrapeso, las eficiencias, entre otras variables.

