

EL MONOPOLIO



¿Qué es un monopolio?

El monopolio es una estructura de mercado en la que existe un único oferente de un determinado bien o servicio. Es decir, una sola empresa domina completamente el mercado, sin competencia directa.

Dicho de forma más simple, un monopolio ocurre cuando solo hay una empresa que vende un producto o servicio concreto. Si alguien quiere comprarlo, no tiene alternativa: solo puede hacerlo a esa empresa.

Características del monopolio

Para que una estructura de mercado sea considerada un monopolio, debe tener una serie de características específicas:

- Un único vendedor. Es la característica esencial. Una sola empresa es responsable de toda la producción y venta del producto.
- Barreras de entrada muy altas. Existen obstáculos significativos que impiden que nuevas empresas entren a competir en el mercado. Estas barreras pueden ser legales (patentes, licencias exclusivas del gobierno), tecnológicas (control de una tecnología única) o naturales (costos de infraestructura tan altos que solo una empresa puede ser rentable).
- El productor es price maker (creador de precio). A diferencia de las empresas en mercados competitivos, que son price takers (aceptan el precio del mercado), el monopolista tiene la capacidad de fijar el precio de su producto. Su límite es la demanda del consumidor; si el precio es demasiado alto, las ventas caerán.
- No existen bienes sustitutivos cercanos. Los consumidores no pueden encontrar fácilmente otro producto que satisfaga la misma necesidad. Por ejemplo, durante décadas, si querías un sistema operativo de escritorio, la opción principal y casi única era Windows.
- Maximización de beneficios. El objetivo principal del monopolio es maximizar sus beneficios, y su poder de mercado le permite fijar un precio por encima de su costo marginal de producción, algo que no es sostenible en un mercado competitivo.

Causas del monopolio

Algunos factores que pueden explicar la existencia de un monopolio son los siguientes:

- Control de un recurso o factor productivo. Cuando una empresa o gobierno desea tener el control absoluto de un recurso o un determinado factor productivo hace uso del monopolio. De esta forma se asegura el poder sobre la materia en cuestión.
- Existencia de economías de escala. Cuando existen economías de escala inalcanzables para cualquier otra empresa en un período de tiempo prudencial, se

genera una barrera de entrada que deja en solitario a la empresa que ofrece los servicios o productos de ese nicho de mercado.

- Superioridad tecnológica. El factor de I+D+i (Investigación, Desarrollo e Innovación) también juega un papel fundamental a la hora de la creación de un monopolio. Cuando una empresa logra una superioridad tecnológica muy grande respecto al resto de competidores, consigue ir eliminando al resto de empresas del sector.
- Regulación (por ejemplo, patentes o barreras a la entrada por regulación). En el caso de los gobiernos, existen ciertas normativas que impiden la entrada de nuevas empresas a un determinado mercado. Un ejemplo de este tipo de regulación es el caso de España con el mercado de los trenes. A pesar de que ya se encuentra liberalizado, ha estado muchos años operando únicamente la empresa RENFE.

Tipos de monopolio

No todos los monopolios se originan de la misma manera. Podemos distinguir varios tipos principales según las causas que lo han formado:

- Monopolio puro. Es el caso teórico y más estricto, donde una sola empresa ofrece un bien o servicio en un mercado. Es un modelo ideal y rara vez se encuentra en la práctica.
- Monopolio natural. Surge en mercados donde la inversión inicial es tan alta que no es eficiente que opere más de una empresa. Un ejemplo clásico son las redes de distribución de agua potable o las redes eléctricas, donde duplicar la infraestructura sería un desperdicio de recursos.
- Monopolio legal (o gubernamental). Este monopolio es creado por el propio Estado a través de leyes. Ocurre cuando el gobierno concede a una única empresa el derecho exclusivo para producir un bien o prestar un servicio. Las patentes sobre un invento o una concesión para administrar un servicio público son ejemplos claros.

- Monopolio artificial. Este tipo de monopolio se crea cuando una empresa utiliza métodos agresivos o anticompetitivos para eliminar a sus rivales. Esto puede incluir el control de un recurso clave o el uso de precios predatorios para llevar a la competencia a la quiebra.

Ejemplos reales de monopolios

Aunque los monopolios puros son raros debido a las leyes antimonopolio, la historia y la actualidad nos ofrecen muchos ejemplos de monopolios o empresas con un poder de mercado casi total:

- De Beers (diamantes). Durante gran parte del siglo XX, esta empresa controló más del 80% de la producción y distribución mundial de diamantes en bruto. A través de un control estricto de la oferta, podían mantener los precios artificialmente altos.
- Microsoft (sistemas operativos). En los años 90 y principios de los 2000, el sistema operativo Windows de Microsoft tenía una cuota de mercado superior al 90% en ordenadores personales, lo que creó un monopolio. Fue objeto de varias demandas antimonopolio tanto en Estados Unidos como en Europa.
- AENA (aeropuertos en España). Es un ejemplo de monopolio legal o estatal. AENA es el gestor público de la gran mayoría de los aeropuertos y helipuertos en España. Si una aerolínea quiere operar en el país, debe pasar por sus infraestructuras.
- Google (búsquedas en Internet). Aunque existen otros buscadores, la cuota de mercado de Google es tan abrumadoramente dominante (superior al 90% en el mundo) que se considera un monopolio en el mercado de la publicidad en búsquedas.
- Facebook (redes sociales). La empresa detrás de la red social, que ha ido comprando otras empresas de aplicaciones populares para telefonía celular inteligente, como son Instagram, WhatsApp, FriendFeed, Oculus VR, avanzando hacia convertirse en un trust digital de las redes sociales.

Referencia:

Twin, A. (2026). ¿Qué es la discriminación de precios y cómo funciona? Investopedia. Recuperado de:
https://www.investopedia.com/terms/p/price_discrimination.asp

Roldán, P. (2022). Discriminación de precios. Economipedia. Recuperado de:
<https://economipedia.com/definiciones/discriminacion-de-precios.html>