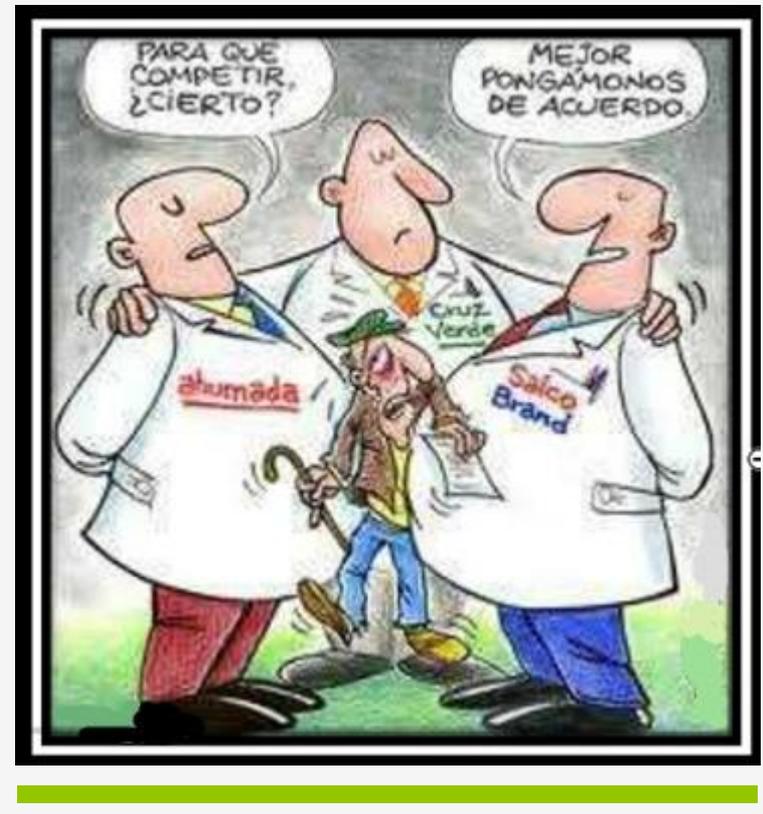


Oligopolio Coludido

Profre. Alberto Hernández Alarcón



Oligopolio coludido

- En colusión el oligopolio es un pacto que acuerdan dos personas u organizaciones con el fin de perjudicar a un tercero.
- Esto en economía se denomina al acuerdo en que dos o mas empresas de un mercado determinado definen que cada una actuara de manera concentrada respecto del resto de las demás empresas. Ósea que cada empresa tome el control de una determinada porción del mercado en el cual operan.

Oligopolio Coludido (continuación)

- Cuando los vendedores se dan cuenta de su mutua interdependencia es posible que tiendan a colaborar.
- El beneficio máximo que se pueden obtener conjuntamente las empresas se consigue cuando actúan como si fueran un monopolista con varias plantas.

¿Cuál es la forma en la que se maximiza los beneficios?

- Mejorando la calidad, el servicio o cualquier otro factor.
- Cuotas de mercado: A cada empresa se le asigna un lugar de venta.

Teoría de Cartel

- El cartel se constituye como un acuerdo formal dentro de un mercado para fijar precios, niveles de producción, zonas de ventas, cuotas de producción, etc., con el propósito de maximizar ganancias conjuntamente.

Cártel

- Organización formal de productores dentro de una industria que determina las políticas, para todas las empresas que lo integran, con la intención de incrementar las ganancias totales del cártel.
- En este modelo se asume que hay un cártel que toma todas las decisiones de las empresas que lo integran, lo cual conduce a la situación de monopolio.

Características

- Un cártel, en esencia, es una situación empresarial en la que una empresa controla la gran parte de la producción en un mercado, o un acuerdo entre 2 o más empresas pertenecientes a un mismo sector, con la finalidad de:
- Reducir o eliminar la competencia dentro de un mercado, en el que “operando” cada empresa por separado aumentaría la competencia entre las distintas compañías.
- Establecer un mayor control sobre la producción y por tanto de la oferta en el mercado.
- Los productores obtienen mayor poder de mercado y también un “sobre beneficio”, en detrimento de los intereses de los consumidores.

Ejemplo: OPEP



- La OPEP “puede tener una gran influencia en el mercado de petróleo, especialmente si decide reducir o aumentar su nivel de producción”.
- La OPEP controla aproximadamente el 43% de la producción mundial de petróleo y el 75% de las reservas de petróleo.
- Su dominio en las exportaciones de crudo se sitúa en alrededor del 51%.

Modelo de cartel centralizado

- Un caso extremo es el cártel que toma todas las decisiones para todas las empresas que lo integran.
- Suponiendo que un grupo de empresas, que producen un bien homogéneo integran un cártel.
- Un organismo de administración central será el encargado de determinar el precio uniforme para un cártel.

Modelo de cartel de repartición de mercado

- Las empresas llegan a un acuerdo sobre la participación que tendrá cada una de las empresas en el mercado; bajo ciertas condiciones puede llegar a una situación de monopolio.
- Esta repartición de mercado se puede llevar a cabo mediante un sistema de cuotas.
- En este mercado se encuentran las aceiteras, que tienen definido y segmentado el mercado, de tal manera que no realizan verdaderas estrategias de mercado.

Modelo de liderazgo de precios

- Este modelo supone que hay una empresa que es la más grande de la industria, y esta empresa fija el precio.
- Las demás empresas constituyen un “segmento competitivo”, porque actúan como si estuvieran en competencia perfecta al ser tomadoras de precios.

Supuestos básicos

- Existe una empresa dominante, que tiene la capacidad y potencial de convertirse en un monopolio. Sus demás competidores no tienen la capacidad de competir de “tu a tu” con la empresa dominante.
- La empresa dominante fija el precio, las demás empresas le siguen el paso. Si la empresa dominante sube el precio, la competencia también suben el precio. Si la empresa dominante baja el precio, las demás empresas bajan sus precios.

Limitaciones del modelo

- Aplica solamente aquellos oligopolios donde existe una empresa dominante. No es de aplicación general a todos los oligopolios.
- Algunos ejemplos históricos:
 - (i) Industria de acero de Estados Unidos durante gran parte del S. XX, donde la empresa dominante era US Steel.
 - (ii) Industria de automóviles de Estados Unidos durante los años 1950 a 1970, donde la empresa dominante era General Motors.
 - (iii) En el presente, la industria de programas de computadoras, donde la empresa dominante es Microsoft.

Efectos económicos en el Oligopolio

Efectos económicos

- Oligopolio significa “pocos vendedores” y puede ser tan pequeño como 2 agentes económicos y tan grande como 10 a 15.
- Tradicionalmente “oligopolio” se ha definido como una estructura de mercado en la que existen pocos proveedores.
- Sin embargo lo que importa no es el número de agentes económicos si no su efecto.



Efectos económicos

- Las estructuras de mercado de competencia perfecta o de monopolio absoluto son rara vez visibles en la realidad; con la creciente integración de mercados (locales e internacionales). Consecuencia tanto de la reducción de costos de transporte y el desarrollo tecnológico como de la globalización.
- En la realidad, es mucho más frecuente encontrar situaciones intermedias, una de las cuales es el oligopolio.

Efectos económicos

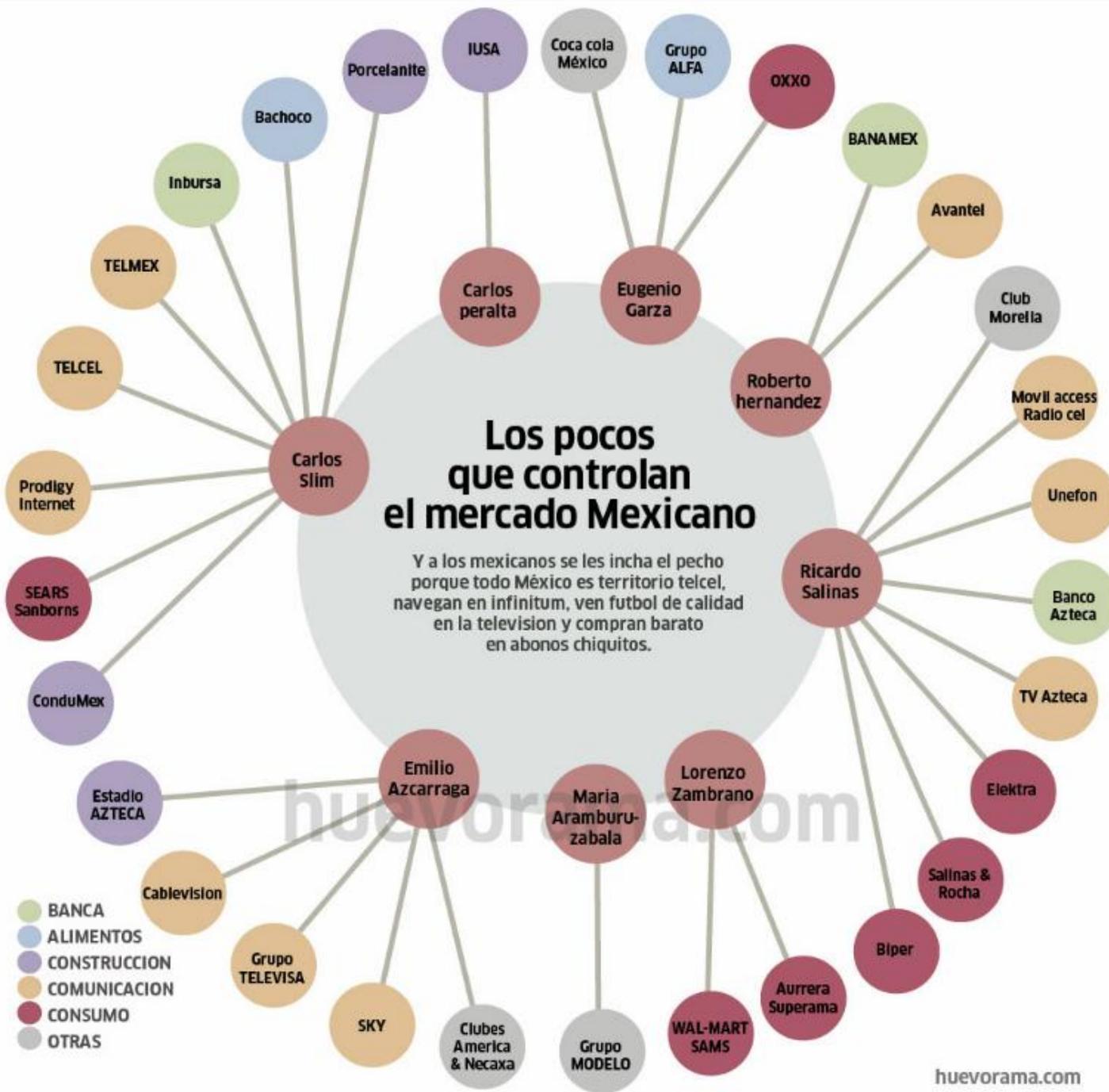
- Es por la “interdependencia oligopólica” que la mejor estrategia de cada agente económico depende de las elecciones de sus rivales, quienes no pueden evitar su mutuo reconocimiento. Cuando surge la determinación independiente del precio y abasto necesariamente implica que el agente económico tiene que sopesar la estrategia de adversarios para escoger su mejor estrategia.
- No hacerlo implicará decisiones erróneas, desfasadas de la realidad, probablemente rápidamente superadas por la misma.

Efectos económicos

- La estrategia óptima tiene que tomar en cuenta las piezas del adversario.
- Lo anterior genera un resultado interesante y es doble.
- Primero, una comunicación enorme: los competidores se conocen bien.
- Segundo, una opción: competir o coludir.

Los pocos que controlan el mercado Mexicano

Y a los mexicanos se les incha el pecho porque todo México es territorio telcel, navegan en infinitum, ven futbol de calidad en la television y compran barato en abonos chiquitos.



Conclusión (efectos económicos)

- Por ello, entre menos concentrada sea una industria, más probable será que tenga precios cerca del nivel competitivo.
- Resulta perjudicial para la sociedad, debido a la pérdida de eficacia productiva y distributiva que supone.
- Además, sus efectos perjudiciales pueden resultar peores de lo que lo son en el monopolio, ya que no es posible la supervisión, existen menos economías de escala y se utiliza un mayor número de acciones ajenas al precio. Sin embargo, existen algunos efectos beneficiosos derivados del progreso tecnológico y de la producción en escala.