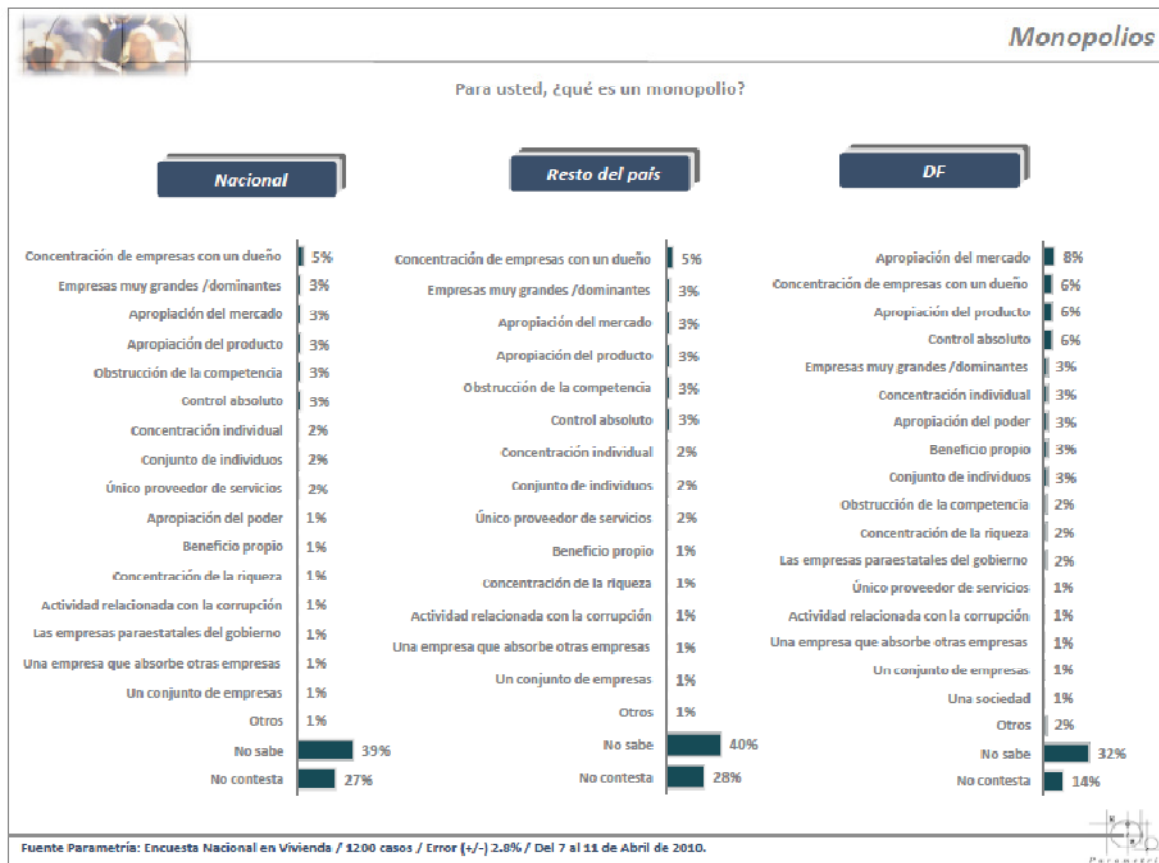


Disfrutando en el país de los monopolios

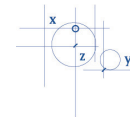
Lejos de rechazarlos, los mexicanos consienten e incluso apoyan la existencia de monopolios en el país.

Datos de la más reciente Encuesta Nacional en Vivienda de Parametría revelan que siete de cada diez mexicanos no saben lo que es un monopolio. Si no se entiende el concepto, entonces tampoco quedan claras cuáles son las distorsiones que genera en la economía y más difícil es que exista un reclamo social contra los monopolistas.



Aún con serios cuestionamientos internacionales sobre la falta de competencia en la oferta de algunos mercados- como la televisión abierta, telefonía fija y celular, cemento, refrescos y cerveza-, para la mayoría de los mexicanos el tema del monopolio es algo desconocido, y a diferencia de lo que podría pensarse, la población se encuentra más bien satisfecha con los monopolistas u oligopolistas.

Por ejemplo, el 49% de los mexicanos prefiere que haya pocas empresas cerveceras, el 41% dice lo mismo de los servicios de telefonía fija, el 35% opina igual sobre la televisión




Parametría

abierta y de cable, y un tercio señala que es preferible tener a unas cuantas compañías en los sectores de telefonía celular, refrescos, cemento y pan.

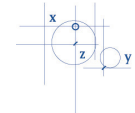
	Para los siguientes productos o servicios, dígame que prefiere, ¿Qué haya pocas empresas ofreciéndolos o que existan muchas empresas ofreciéndolos?					
	Nacional		Resto del País		DF	
	Pocas empresas	Muchas empresas	Pocas empresas	Muchas empresas	Pocas empresas	Muchas empresas
Servicio de telefonía fija	41%	53%	41%	53%	41%	57%
Servicio de telefonía celular	32%	62%	32%	62%	36%	62%
Servicio de televisión abierta	35%	59%	34%	59%	41%	57%
Servicio de televisión por cable	35%	57%	35%	57%	41%	56%
Producción y venta de refrescos	33%	64%	32%	64%	36%	63%
Producción de Cemento	31%	62%	30%	62%	36%	61%
Producción y venta de pan	27%	69%	27%	69%	29%	69%
Producción y venta de cerveza	49%	46%	49%	46%	47%	50%

Fuente Parametría: Encuesta Nacional en Vivienda / 1200 casos / Error (+/-) 2.5% / Del 7 al 11 de Abril de 2010.



De acuerdo con información de la asociación civil Al Consumidor, la ex paraestatal Telmex, proveedora del servicio de telefonía fija, concentra el 85% del mercado; con 461 concesiones de televisión pública, Televisa tiene el 55.7%, y Tv Azteca 39.5%, para las televisoras pequeñas queda únicamente el 5.35%.

Sin embargo, la población desconoce esta realidad en México. En el rubro de la telefonía celular, en el que hay sólo 5 operadores –de los cuales uno tiene 58 millones de clientes–, el 49% de la población cree que son muchas empresas quienes ofrecen el servicio.



Monopolios

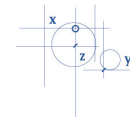
Y por lo que usted sabe o ha escuchado, ¿actualmente en México en el mercado de (...) existen pocas empresas o muchas empresas?

	Nacional		Resto del País		DF	
	Pocas empresas	Muchas empresas	Pocas empresas	Muchas empresas	Pocas empresas	Muchas empresas
Servicio de telefonía fija	60%	36%	60%	35%	57%	40%
Servicio de telefonía celular	44%	49%	45%	48%	42%	55%
Servicio de televisión abierta	62%	33%	62%	32%	57%	40%
Servicio de televisión por cable	50%	42%	50%	42%	51%	46%
Producción y venta de refrescos	32%	65%	32%	65%	35%	62%
Producción de Cemento	61%	31%	61%	31%	58%	36%
Producción y venta de pan	40%	55%	41%	55%	36%	61%
Producción y venta de cerveza	37%	58%	36%	58%	38%	59%

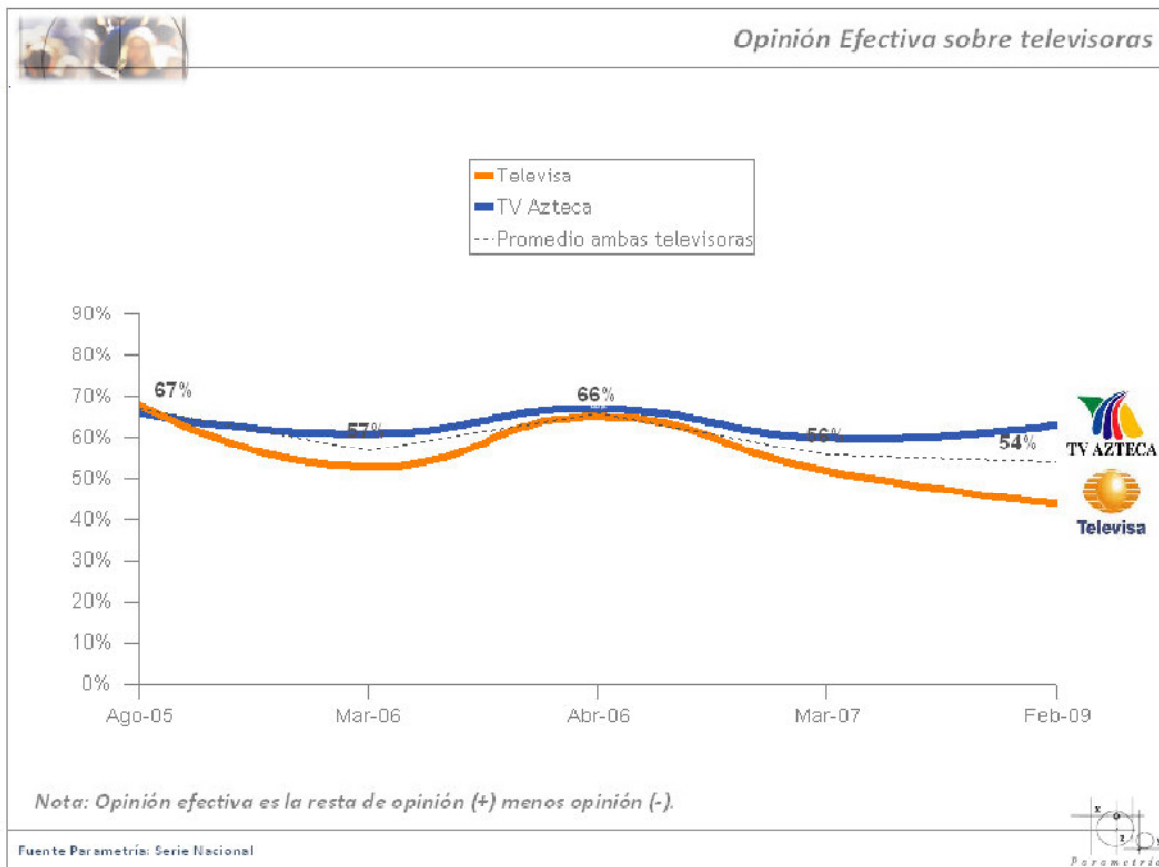
Fuente Parametría: Encuesta Nacional en Vivienda / 1200 casos / Error (+/-) 2.8% / Del 7 al 11 de Abril de 2010.



Lo normal es que los monopolistas sean odiados, pero en México podría decirse que son más bien aceptados e incluso admirados por algunos, como puede observarse en la siguiente gráfica, donde las televisoras cuentan con una opinión efectiva del 54%.



Parametría

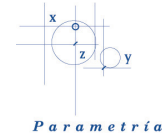


Probablemente el éxito de las empresas que concentran una buena parte de los diferentes mercados del país se deba a dos factores. Por un lado, la imagen que han vendido como marca ante la sociedad, y por el otro, el hecho de ofrecer una gran variedad de productos dando la impresión de que existen muchas compañías vendiéndolos en el mercado.

El término “monopolista” viene de los vocablos griegos *mono*, que significa uno, y *polista*, que significa vendedor. Quiere decir un único vendedor que tiene el control absoluto de una industria. En México, si bien son pocos los mercados donde existe un solo vendedor – PEMEX es un ejemplo-, lo que comúnmente observamos en los mercados del país son oligopolios, en otras palabras, unos cuantos vendedores.

Aunque no se trata estrictamente de monopolios, pues existe más de uno que ofrece un servicio, sí se trata de concentración de mercado, condición que frena la economía y estanca la competitividad.

De 133 países, México se encuentra en el lugar número 60 del Índice Global de Competitividad 2009-2010 del Foro Económico Mundial, del mismo continente están por arriba Estados Unidos, Chile, Puerto Rico, Brasil, Costa Rica y Panamá.



La literatura económica señala que la falta de competencia en los mercados genera ineficiencias, siendo los principales problemas precios más elevados y una producción menor.

Lo anterior, en principio causa malestar en la población, y luego el Estado interviene para regular el mercado. Sin embargo, en México no sucede así. Es más, podría decirse que los ciudadanos parecieran estar conformes con la situación que prevalece en los distintos mercados.

Ante el desconocimiento que existe por parte de la población en la materia, toca al gobierno intervenir para regular los mercados y propiciar un mayor bienestar a la mayoría de sus gobernados. Pero al hacerlo, indudablemente reducirá el pedazo de pastel de los monopolistas y posiblemente harán lo que esté en sus manos para que no suceda.

Actualmente, en el Congreso de la Unión se discuten iniciativas para fortalecer a la Comisión Federal de Competencia e imponer sanciones económicas y financieras para frenar a los monopolios.

FUENTES:

- **PARAMETRÍA:** Encuesta en vivienda. Representatividad: Nacional. Número de entrevistas: 1,200. Nivel de confianza estadística: 95%. Margen de error (+/-) 2.8%. Diseño, muestreo y análisis: Parametría SA de CV. Operativo de Campo: Lumich Consultores. Método de muestreo: Aleatorio sistemático con probabilidad proporcional al tamaño. Unidad de muestreo: Las secciones electorales reportadas por el IFE. Fecha de levantamiento: del 7 al 11 de abril de 2010.
- **Al Consumidor AC:** <http://www.alconsumidor.org>
- **Foro Económico Mundial:** The Global Competitiveness Index 2009-2010 <http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/Global%20Competitiveness%20Report/index.htm>