

Monopolio en México: Impacto, regulación y excepciones constitucionales

Carlos Heriberto
Flores Orona.
Rafael Eduardo
Saavedra Leyva.
Gilberto Martínez
Sidón.

Recibido:
1 de junio de 2025
Aceptado:
23 de junio de 2025

Resumen

El artículo analiza los efectos del monopolio asociados a la distorsión del mercado, en la que un agente puede controlar la oferta, limitar la competencia y perjudicar al consumidor. Se consideraron las implicaciones económicas y sociales que estos monopolios pueden promover, como precios elevados, menor innovación y falta de opciones. También se destaca la importancia de la información del mercado para el consumidor y el papel del artículo 28 constitucional mexicano, que prohíbe los monopolios, salvo en sectores estratégicos. Finalmente, se aborda la función e importancia de la Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE) como organismo autónomo que previene y sanciona prácticas monopólicas, promoviendo el bienestar económico.

Introducción

En México, es común cuestionar por qué no existen más empresas que otorguen el servicio de energía eléctrica o por qué, en determinadas localidades, no hay mayor oferta de compañías que proporcionen el servicio de agua potable a través de tuberías. A partir de esta problemática, se desarrolla el presente análisis, comenzando por la definición de lo que constituye un monopolio, un concepto fundamental en el estudio de la economía.

Un monopolio se puede definir como una situación de privilegio en la cual existe un agente económico que posee poder de mercado y es el único en una industria. Parkin (2014) menciona que un monopolio es un mercado en el que una sola empresa produce un bien o servicio que no tiene sustitutos cercanos y que está protegido por una barrera que evita la entrada de otras empresas.

Es en palabras de López y González (2004), quienes mencionan que la existencia de un monopolio o de empresas que operan con un poder monopólico sustancial genera costos para la sociedad: las cantidades producidas son inferiores y los precios son superiores a los que existirían bajo competencia, lo cual provoca una pérdida de bienestar. En el mismo sentido, afirman que la existencia de un monopolio o empresas con poder monopólico sustancial conlleva costos sociales similares: menor producción, precios más altos y una consecuente pérdida

de bienestar. Alberro y Schwabe (2016) complementan la idea de los efectos negativos del incremento de los precios encontrando que estos se magnifican en las localidades urbanas en comparación con las rurales.

Esto explica por qué, al momento de buscar alternativas en México respecto a los servicios de agua o energía eléctrica, se evidencia que no existen opciones para elegir, sino que solo puede adquirir estos servicios a través de las grandes y únicas empresas que los ofrecen. Esto tiene un efecto directo cuando desea adquirir un bien o servicio ofrecido por un monopolista. La respuesta rápida es que sí, sí afecta, ya que al no tener opciones actúa como un consumidor cautivo; es decir, la única alternativa que tiene para comprar es con la única empresa existente en el mercado.

Figura 1. Comparativo de ventajas y desventajas del monopolio desde la perspectiva del consumidor. Fuente: Elaboración Propia.

El monopolio como un problema

El problema no radica únicamente en tener que comprarle a la única empresa disponible. Se agrava cuando, por ejemplo, surge una queja respecto al producto. Si algo no funciona adecuadamente, es natural solicitar un reembolso o exigir que la empresa se responsabilice del correcto funcionamiento del bien o servicio contratado. Lamentablemente, en la mayoría de los casos, las solicitudes de los consumidores no son atendidas oportunamente. Esto se debe, principalmente, al gran poder de mercado que poseen los monopolios. El poder de mercado se refiere a la fuerte influencia que tienen los monopolistas sobre sus clientes, al grado de que, aunque existan numerosas quejas, pueden darse el lujo de no atenderlas. Los consumidores, debido a la necesidad diaria de dichos productos o servicios, no pueden simplemente prescindir de ellos. En la figura 1 a continua-

Aspecto	Ventajas del monopolio para el consumidor	Desventajas del monopolio para el consumidor
Precio	Puede haber precios estables en el largo plazo si está regulado (ej. servicios públicos).	Precios más altos al no existir competencia que presione por precios bajos.
Calidad del producto o servicio	En monopolios naturales o estatales, puede haber estándares de calidad regulados por ley.	El monopolista puede no tener incentivos para mejorar calidad, ya que no hay competencia que lo exija.
Acceso al bien o servicio	Puede garantizar cobertura universal cuando el servicio es esencial (ej. agua, electricidad).	Puede haber discriminación en el acceso o limitación del servicio si no es rentable en ciertas zonas.
Innovación	Si el monopolio invierte en I+D con grandes recursos, puede innovar (ej. patentes en farmacéuticas).	Generalmente hay menor innovación, ya que la falta de competencia reduce el incentivo a mejorar.
Información al consumidor	Puede ofrecer información centralizada y clara sobre el producto.	El consumidor pierde poder de comparación y elección, y puede recibir información sesgada o limitada.
Satisfacción del consumidor	Si el monopolio tiene responsabilidad social (como algunas empresas estatales), puede buscar satisfacer necesidades.	La falta de alternativas limita la capacidad del consumidor de buscar mejores opciones.

ción se muestran algunas ventajas y desventajas que puede generar el monopolio para el consumidor final.

En este sentido, Durán Muñoz (2024) menciona que la regulación normativa de la competencia económica se traduce en un mecanismo para la generación de bienestar, basado en un intervencionismo estatal preponderante que, bajo un esquema de balance competitivo comercial, busca incrementar la productividad nacional de la economía y, con ello, potenciar el desarrollo. Asimismo, menciona que, en la actualidad, el grado de eficiencia de los mercados asociados a sistemas económicos que operan bajo la libre competencia y la lucha antimonopólica está determinado por el grado de equidad que prevalece en las diversas contiendas que las empresas sostienen como parte de la dinámica de la oferta y la demanda.

Por otra parte, Vargas Castro et al. (2021) en su investigación, establece que el objetivo de su artículo es demostrar cómo la estratificación de las tarifas de agua potable impacta directamente a los usuarios a través de la aplicación de discriminación de precios de tercer grado en los recibos para uso domiciliario. Esta estrategia de venta limita la accesibilidad y la asequibilidad del agua potable para los ciudadanos que viven por debajo de la línea del bienestar, provocando conflictos sociales entre la empresa concesionaria de los servicios y los usuarios afectados.

Asimismo, en lo que respecta a la prohibición de los monopolios en México emana del artículo 28 de la carta magna que establece lo siguiente:

“En los Estados Unidos Mexicanos quedan prohibidos los monopolios, las prácticas monopólicas, los estancos y las exenciones de impuestos en los términos y condiciones que fijen las leyes. El mismo tratamiento se dará a las prohibiciones a título de protección a la industria [...] En consecuencia, la ley castigará severamente y las autoridades perseguirán con eficacia toda concentración o acaparamiento en una o pocas manos de artículos de consumo necesario que tengan por objeto aumentar los precios; todo acuerdo, procedimiento o combinación de los productores, industriales, comerciantes o empresarios de servicios que, de cualquier manera, busquen evitar la libre competencia o competencia entre sí, y obligar a los consumidores a pagar precios exagerados, y, en general, cualquier acción que constituya una ventaja exclusiva indebida en favor de una o varias personas, en detrimento del público en general o de una clase social [...]”

En este punto, probablemente se esté preguntando por qué existen monopolios en servicios como el de la Comisión Fede-

ral de Electricidad (CFE) o los servicios de agua en los diversos municipios de México. La razón principal es que el mismo artículo tiene sus excepciones.

Por ejemplo, señala que:

“No constituirán monopolios las funciones que el Estado ejerza de manera exclusiva en las siguientes áreas estratégicas: correos, telégrafos y radiotelegrafía; petróleo y demás hidrocarburos; petroquímica básica; minerales radioactivos y generación de energía nuclear; electricidad y las actividades que expresamente señalen las leyes que expida el Congreso de la Unión [...]”, Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, art. 28, 2024.

Es decir, la Constitución permite la existencia de ciertos monopolios administrados por el Estado o Gobierno, el cual debe velar por los precios y el buen funcionamiento de estos servicios. Otro fenómeno que la Constitución busca evitar es el control de precios por parte de los monopolios debido que estas prácticas tendrían un efecto nocivo directo en los consumidores, ya que los monopolistas podrían extraer grandes cantidades del ingreso total de los consumidores al no tener competencia, como al no existir restricciones.

¿Quién regula a los monopolios en México?

Entonces, ¿quién regula los monopolios en México? Para responder a esta pregunta, debemos volver al artículo 28 constitucional, que establece que en México se deben evitar los monopolios y, si existen, deben ser regulados por el gobierno. De este artículo se deriva la Ley Federal de Competencia Económica, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 23 de mayo de 2014. Esta ley reglamenta lo establecido en el artículo 28 constitucional.

En resumen, la COFECE (Comisión Federal de Competencia Económica) es el organismo encargado de investigar, analizar y sancionar los monopolios y prácticas monopólicas en México, ayudando indirectamente a los consumidores al fomentar la competencia económica. Otro de los fenómenos que protege la Constitución en el tema de los monopolios es, básicamente, la facilidad que tienen los monopolios de influir sobre los precios, es decir, asignar el precio que ellos deseen o controlar la producción para, de igual manera, tener control sobre los precios. Realizar estas prácticas tendría un efecto nocivo y directo en los consumidores, ya que el monopolista se encontraría en una ventaja que le permitiría extraer grandes cantidades del ingreso total de los consumidores.

La cuestión principal consiste en determinar quién tiene la res-

ponsabilidad de regular los monopolios en México. Para ello, es necesario acudir al artículo 28 de la Constitución, donde se establece que los monopolios deben evitarse en el país y, en caso de existir, deben ser controlados por el Estado. A partir de este artículo se desprende la creación de la Ley Federal de Competencia Económica, la cual fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el 23 de mayo de 2014. Desde esa fecha, esta ley ha funcionado como un reglamento que complementa lo dispuesto por el artículo 28 constitucional.

En lo que respecta al artículo 28 constitucional, Gutiérrez Garza (2023) afirma que, en el año 2013, se llevó a cabo una reforma constitucional para crear dos Órganos Constitucionales Autónomos que se especializan en áreas de regulación económica y telecomunicaciones: la Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE) y el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT). Estos órganos modificaron las funciones del Estado, ya que son entidades que pueden crear normas, emitir resoluciones y llevar a cabo actos administrativos. Hernández Calderón (2019), Duran (2024) mencionan la importancia de la regularización normativa de la competencia económica, como un mecanismo de la búsqueda del bienestar.

Es decir, la Constitución señala que en México no deben existir monopolios, pero no especifica cómo deben evitarse, cuáles son las sanciones aplicables ni de qué manera se identificarán. Por ello, el reglamento complementa la ley y ofrece un mayor detalle sobre lo que se debe hacer. De esta forma, para combatir los monopolios y las conductas monopólicas en México, fue necesaria la creación de un órgano autónomo que apoyara en la investigación de este tipo de prácticas por parte de cualquier empresa que no fuera administrada por el gobierno. Así, en la misma Ley Federal de Competencia Económica, el artículo 10 establece lo siguiente:

Artículo 10: La Comisión es un órgano autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propio, independiente en sus decisiones y funcionamiento, profesional en su desempeño, imparcial en sus actuaciones, y ejercerá su presupuesto de forma autónoma. Su objetivo es garantizar la libre concurrencia y competencia económica, así como prevenir, investigar y combatir los monopolios, las prácticas monopólicas, las concentraciones y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados.

“Los monopolios legales son las empresas pertenecientes al Estado o a los gobiernos locales, las cuales tienen el objetivo de intervenir en el mercado para poder controlar los precios y la oferta y así sea posible garantizar la accesibilidad del bien a la

población; a diferencia de las empresas privadas, estas empresas no buscan incrementar su capital a través de la ganancia. En el tema del agua, los monopolios legales son los Organismos Operadores de Agua (OO's) y, como toda empresa, tienen capital propio y cuentan con capacidades de ofertar y vender los servicios de agua a la población” Vargas Castro et al (2021).

Conclusiones

En conclusión, podemos decir que, desde la creación de la Ley de Competencia Económica, se pensó en una institución encargada de investigar, analizar y sancionar a los monopolios y las prácticas monopólicas en el país. En materia económica, esto representa un avance significativo, ya que indirectamente apoya a los consumidores al fomentar la competencia económica en México.

Actualmente, la COFECE (Comisión Federal de Competencia Económica) se dedica a realizar investigaciones en diversos sectores productivos de México, buscando y evaluando todas aquellas actividades que las empresas llevan a cabo estratégicamente para aumentar los precios al consumidor o lograr algún tipo de exclusividad o dependencia por parte de los consumidores.

En este punto, tal vez surja otra duda: si los monopolios están prohibidos en México, ¿qué sucede si hago una inversión o creo una obra de arte o una canción? ¿Estoy incurriendo en una falta al artículo 28 constitucional? La respuesta es no. La razón es que, en ese sentido, estaríamos considerando una situación diferente; hablaríamos de derechos de autor o la generación de patentes, en los cuales usted tendría una exclusividad para obtener ingresos por su innovación. Sin embargo, ese análisis se dejará para otra publicación.

De esta manera, podemos concluir que en México los monopolios están prohibidos, existe un organismo encargado de investigar los monopolios en el país (COFECE) y también aprendimos que hay monopolios administrados por el gobierno. En caso de una innovación o invención, existen ciertos derechos y exclusividades para lucrar durante algunos años, pero ese tema se tratará en otra investigación.

Figura 2. Desglose de donde emana la Comisión Federal de Competencia Económica
Fuente: Elaboración propia



Referencias Bibliográficas

- Alberro, J., y Schwabe, R. (2016). Reconsiderando la evaluación de los efectos distributivos del ejercicio de poder de mercado en México. *El Trimestre Económico*, 83(331), 459–492. <https://doi.org/10.20430/ete.v83i331.207>
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. (2024). Diario Oficial de la Federación. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/CPEUM.pdf>
- Durán Muñoz, G. de J. (2024). La competencia económica como mecanismo para desarticular prácticas monopólicas absolutas. *Enfoques Jurídicos*, 9, 149–157. <https://doi.org/10.25009/ej.v0i09.2617>
- Gutiérrez Garza, A. (2023). La regulación económica como privatización de la función pública. *Alegatos: Revista Jurídica de la Universidad Autónoma Metropolitana*, 115, 99–120. <https://alegatos.azc.uam.mx/index.php/ra/article/view/1727>
- Hernández Calderón, M. D. R. (2019). Efectos de la ley de competencia económica en los monopolios en México (2013–2015).
- Ley Federal de Competencia Económica. (2014). Diario Oficial de la Federación, 23 de mayo de 2014. Última reforma publicada el 27 de abril de 2022. https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFCE_200521.pdf
- López, J. G. L., & González, J. Z. (2004). El costo social del monopolio de TELMEX en la telefonía fija local. *Análisis Económico*, 19(42), 187–197. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41304209>
- Parkin, M. (2014). *Economía* (11ª ed.). Pearson Educación.
- Vargas Castro, D. A., López Romero, A., Domínguez Cuanal, D. del C., & López Vargas, L. V. C. (2021). Discriminación de precios en las tarifas de agua potable en la ciudad de Puebla. *Aqua-LAC*, 13(1), 58–80. <https://doi.org/10.29104/phi-aqualac/2021-v13-1-05>