



**UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO**  
**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE**  
**MANABI MANUEL FÈLIX LÒPEZ**

**VI EVENTO INTERNACIONAL**  
**LA UNIVERSIDAD EN EL SIGLO XXI**

**PONENCIA**

**INFLUENCIA DE LA PRESENCIA DUOPOLÍSTICA EN LA ECONOMÍA DE**  
**ECUADOR. ESTUDIO DE CASO**

**Autores :**

Carlota Morales Vásconez      cmorales@uees.edu.ec

Ricardo Rezabala                      rrezabal@uees.edu.ec

Ángel David Flor Yépez              angelflor@uees.edu.ec

## RESUMEN

El artículo plantea el impacto que genera el duopolio en la economía ecuatoriana. El propósito del estudio fue analizar los aspectos positivos y negativos de llevar una economía duopolizada. A través de metodología de carácter exploratoria, descriptiva y correlacional se reveló que: los duopolios existen por acuerdos comerciales entre empresas que se desarrollan en un mismo sector de mercado; son deficiencias económicas legales en todos los continentes y que su presencia es mayor en Latinoamérica debido al poco conocimiento económico que se tiene en esta región. Se analizaron nuevos criterios a tomar en cuenta por parte de los emprendedores y las pequeñas y medianas empresas que tienen como competencia a estos gigantes duopolísticos.

**Palabras clave:** Duopolio, economía ecuatoriana, poder de mercado, competencia imperfecta, barreras de entrada.

## ABSTRACT

The article raises the impact of the duopoly on the Ecuadorian economy. The purpose of the study was to analyze the positive and negative aspects of a duopolistic economy. Through an exploratory, descriptive and correlational methodology, it was revealed that: duopolies exist through commercial agreements between companies that are developed in the same market sector; are legal economic deficiencies in all continents and that their presence is greater in Latin America due to the lack of economic knowledge in this region. New criteria were analyzed to be taken into account by the entrepreneurs and the small and medium enterprises that have as competition these duopolistic giants.

**Keywords:** Duopoly, Ecuadorian economy, market power, imperfect competition, barriers to entry.

## INTRODUCCIÓN

De acuerdo a la economía global, la influencia de las presencias duopolísticas en un país está estrechamente relacionado con los índices de pobreza y la mala distribución de la riqueza en un porcentaje mínimo de la población existente. Por otro lado, dentro de las finanzas, esta competencia imperfecta tiene efectos directos sobre el sector tributario debido a que el poder de mercado se concentra en solo dos empresas la recolección tributaria de las demás PYME son de menor cantidad.

En un contexto internacional se puede encontrar el duopolio como irregularidad económica – social y se caracteriza por el control de la oferta de dos empresas ante una demanda específica. Como consecuencia de esta problemática se producen graves contratiempos que impiden que la economía se desarrolle con normalidad. Se posiciona al duopolio como amenaza económica ya que restringe el ingreso a nuevas pequeñas y medianas industrias que buscan situarse como competencia para satisfacer una demanda.

El Banco Mundial (2009) manifestó que la mayor parte de la concentración de las utilidades del sector comercial obtenidas en este año fueron ganadas por estas dos nacionales, aportando así a la certeza de la práctica duopolística por parte de estas instituciones.

De acuerdo a los datos mostrados por el (Fondo Monetario Internacional, 2015) la situación económica del Ecuador, es decir el PIB, ha incrementado a 100.872 millones de dólares. Si desarrollamos el PIB per cápita de acuerdo a estos datos nos da como resultado \$6.070 USDA en PIB nominal; por otro lado, en paridad de poder adquisitivo (PPA) nos da como producto un valor de \$11.263. Se puede apreciar que ambos autores citados concluyen en que en estos dos últimos años la economía ecuatoriana no se ha visto afectada en su mayoría.

La economía ecuatoriana está dando mucho de qué hablar debido a la caída del presupuesto anual que presenta hasta el mes de octubre del año 2016. Sin embargo el CESLA: Centro de Estudios Latinoamericanos (2016) afirma que: “La economía de Ecuador es la octava más grande de América Latina después de las de Brasil, México, Argentina, Colombia, Perú, Venezuela y Chile”. Esto

quiere decir que aún con la recesión por la que está pasando el país la economía sigue siendo estable.

El propósito de la investigación fue analizar los aspectos negativos y positivos del duopolio en la economía ecuatoriana a través de la metodología Estudio de caso, tomando como génesis las causas de la existencia de esta deficiencia económica, por lo que se ha tomado a Supermaxi (Corporación Favorita C.A.) y Mi Comisariato (Corporación El Rosado S.A.), y luego Claro (Conecel S.A.) y CNT (Corporación Nacional de Telecomunicaciones); como ejemplos de empresas que han obtenido el control del mercado al que pertenecen.

Esta investigación se realizó con el objetivo de aportar a los nuevos emprendedores con una guía que les permita prepararse para las barreras económicas que existen dentro de un mercado capitalizado por entes duopolísticos.

## **Fundamentación teórica**

### **Duopolio**

La palabra duopolio se deriva del griego δῦο (dúo) que significa dos y πωλέω (ipolóeo) que significa vender; es decir, solo dos venden. Blasco, (2016) define el duopolio como una clase de estructura de mercado oligopolístico, en la cual existen dos productores con capacidad para fijar el precio de un producto (p. 45). Se puede entender que se trata de un caso particular de Oligopolio. Es decir, el duopolio, en economía, hace referencia a la adquisición del poder de mercado por parte de dos entes financieros.

Naya (2009) en su libro “El Trimestre Económico” indica que el duopolio es considerado un tipo de competencia imperfecta ya que el mercado está regido bajo el poder de dos empresas y se diferencia del monopolio únicamente por la forma en la que se manifiesta este tipo de oligopolio hacia el consumidor” (p. 19).

### **Competencia imperfecta**

Según Samuelson y Nordhaus (2009) la competencia imperfecta hace referencia a los sectores productivos donde se realizan transacciones de tipo pago – servicio en donde un comerciante (o un consumidor) cuenta con la

suficiente influencia como para intervenir en el poder de mercado, es por esto que, este mercado tendría una curva de demanda (u oferta) negativa (p. 24).

Varios expertos en la materia han interpretado lo que representa tener una competencia imperfecta dentro de la economía de un país, tal es el caso de Torrejón (2001), el cual declara que esta imperfección de mercado es una manifestación sublime e impreciso de las transacciones comerciales en donde la oferta y demanda no decretan el precio de un producto y/o servicio, restringiendo la eficiencia en la retribución de capital (p. 67).

Como consecuencia de lo manifestado anteriormente se puede concretar que la competencia imperfecta es un mercado en el cual, por la falta de consumidores y productores, uno o varios adquirientes o mercaderes ejerce autoridad terminante sobre el precio.

### **Barreras de entrada**

Las barreras de entrada, en economía, es un concepto que se le da a las dificultades que presenta una empresa para entrar a un mercado.

Porter (citado por Albán (2015) afirma que:

“Existen 6 barreras de entrada principales: Economías de Escala, Diferenciación del Producto, Inversiones de Capital, Desventaja en Costos independientemente de la Escala, Acceso a los Canales de Distribución, Política Gubernamental las cuales deciden si una empresa puede o no entrar a la competencia de un producto” (p. 8).

Se puede interpretar las barreras de entradas desde varios puntos de vista, y de hecho, hay varios autores que se han expresado acerca del tema como Calderón (2013) que las define como obstáculos de diversos tipos que complican el ingreso de empresas, marcas o productos nuevos. Pueden existir barreras de carácter económico, legal o relacionadas con ámbitos como la ética o la imagen pública (p. 1).

## **METODOLOGÍA**

### **Diseño**

El documento está diseñado de acuerdo a las características de las investigaciones documentales y bibliográficas con enfoque cualitativo ya que según Hernández (2014) esta clase de enfoque se rige por argumentos que pertenecen a sectores significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la lucidez sobre las interrogantes de la hipótesis se derive de la recolección y análisis de los datos, los estudios cualitativos tienen la facultad de desarrollar preguntas antes, durante o después de la recopilación y distinción de la información (p. 7).

La técnica de carácter primario que se utilizó fue la entrevista personal. Para efectos de aplicación de esta técnica cualitativa estandarizada se diseñó un guion de preguntas abiertas y cerradas con el fin de obtener la información necesaria para alcanzar el propósito establecido.

### **Población y muestra**

Al ser esta investigación de carácter cualitativo no existe población alguna; a pesar de esto, se puede decir que se considera como población al sector macro del campo económico del Ecuador y las empresas que allí se desarrollan tomando como muestra por un lado a Supermaxi (Corporación Favorita C.A.) y Mi Comisariato (Corporación El Rosado S.A.) y luego Claro (Conecel S.A.) y CNT (Corporación Nacional de Telecomunicaciones).

### **Técnicas**

Las técnicas que se han aplicado para redactar el documento son la recolección y procesamiento de datos, la observación, el análisis y la síntesis.

### **Análisis del caso Mi Comisariato y Supermaxi**

Según la Superintendencia de Compañías (2016) en su listado de las empresas que lideran por ingresos estuvo en primer Corporación Favorita,

luego está la operadora Conecel (Claro) con (19,14%) y en tercer lugar aparece Corporación El Rosado. En el 'ranking' por ventas, están General Motors (sector automotor); Pronaca (alimentos); Dinadec (venta de bebidas alcohólicas); Ómnibus BB (de la industria automotriz); Otecel S.A. (9,53%) y Distribuidora Farmacéutica Ecuatoriana (Difare).

Con este antecedente se implementa el análisis, en primer lugar, del caso Supermaxi (Corporación Favorita C.A.) y Mi Comisariato (Corporación El Rosado S.A.) como ejemplos de entes duopolísticos.

Cabe recalcar que ambas empresas han llegado a tener la influencia comercial que ejercen tras años de progreso y constante lucha dentro del mercado financiero que controlan hoy en día. No obstante, esto no quiere decir que desempeñar su poder financiero para limitar las opciones de entrada de nuevas empresas esté bien.

Acerca del tema, se cita las declaraciones del abogado Miguel Díaz que en el año 2006, a propósito de la quiebra del mercado Santa Isabel, según cita Sánchez (2008), dio a conocer que: "las corporaciones ya mencionadas tenían amenazados a los proveedores nacionales que surtían, también, a su supermercado (Santa Isabel) y debido a esto no pudieron establecer un vínculo comercial con los mismos"(p.3).

Al momento de comprar los clientes son muy sensibles al precio, aquellos que les prestan más atención, frecuentemente utilizan esta información como referencia para comprar cualquier artículo que no sea de primera necesidad. El comprador tiende a recopilar la mayor cantidad de información en los canales de información; revisa precios, modelos, promociones y beneficios. Adicional, compara precios en ambas cadenas de supermercados y en la competencia también: Tía.

### **Análisis del caso Claro y CNT**

Los operadores de Telefonía Móvil que funcionan en Ecuador son CONECEL S.A (CLARO), OTECEL (MOVISTAR) y (CNT). Estos operadores, han migrado sus redes eligiendo diferentes tecnologías a lo largo de sus años de operación (Silva, 2016). En la actualidad, CLARO y CNT EP ofrecen servicios Triple Play

(Telefonía, Internet y TV). CLARO presta este servicio de telefonía fija, a través de la empresa ECUADORTELECOM S.A., mientras que CNT EP brinda este servicio mediante su propia infraestructura desplegada a lo largo de todo el territorio ecuatoriano. Pero para efectos de la presente trabajo de investigación se considerará los siguientes datos que brinda (ARCOTEL, 2017).

Según Reyes (2017) CLARO lidera desde enero de 2009 y mantiene su posición de operador dominante con un porcentaje superior al 60%, casi invariable en los últimos años, sin embargo se desconoce si se ha llegado a una estrategia de oligopolio estructurada, debido a las regulaciones del gobierno anterior. Cabe recalcar que la empresa CONECEL fue la primera en llegar a todas las provincias ecuatorianas y en la actualidad es la operadora más expandida en el territorio nacional.

El contexto de los mercados de hoy es difuso, lo que genera una problemática para Silva (2017) y a la vez un reto para la operadoras del Ecuador, ya que los compradores pueden comprar casi todo en donde sea y debe identificarse las mejores formas de llegar a ellos a través de estrategias tecnológicas.

Según Cubillo (2017) el mismo hecho que el uso de la tecnología haya cambiado las reglas del juego de los mercados, ha generado que la mayoría de las empresas decidan crear nuevos mecanismos para que la atención a sus clientes sea mucho más personalizada, también se evidencia un incremento en su importancia al momento de delinear las estrategias y mecanismos de seguimiento de procesos en todas las áreas de la empresa.

## **DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS**

Se estableció una relación entre los pro y los contras de los mercados duopolísticos tomando como punto de partida estas dos grandes corporaciones Supermaxi (Corporación Favorita C.A.) y Mi Comisariato (Corporación El Rosado S.A.). Se ha evaluado la problemática tomando como referencia varias ciencias que guardan relación con el tema tratado como el caso de la Ciencia del Derecho y se pudo afirmar que esta práctica oligopolística es legal debido a que no existe ley económica, judicial o penal que la prohíba.



Por otro lado, desde la óptica negativa de la componente se puede indicar que es una de las causas más próximas de la quiebra de los micro empresarios resultado de las barreras de entrada que están presentes en un mercado duopolístico (Bertrand, 2013).

CLARO es la operadora con mayor penetración en el mercado ecuatoriano y la tercera en la lista la empresa estatal CNT, para los fines de esta investigación se tomará en cuenta la telefonía móvil por representar la mayor demanda actual del mercado y por el registro mayoritario de líneas activas lo que delinea una clara y amplia tendencia en el mercado. Este resultado implica que aunque el duopolio crea un mercado que tiene una clara deficiencia económica no hay forma, legalmente hablando, de oponerse al acaparamiento del poder de mercado por parte de dos empresas.

La función objetivo de la empresa pública es la suma ponderada del excedente del consumidor y del productor. Se obtiene que cuando el coste fijo de la innovación toma un valor intermedio y el peso del excedente de los consumidores en el bienestar social es suficientemente grande, solo la empresa pública innova. En este caso, la empresa pública es más eficiente que la privada.

El consumidor ecuatoriano se encuentra en la búsqueda de una ecuación de valor: más ahorra, menos desembolso y más unidades. La demanda del consumidor ecuatoriano por una mejor experiencia de compra, y una mayor facilidad de pago, se ve reflejada en el desarrollo que está teniendo el mercado dupolista en este país (Alonso, 2016). En una situación económica donde el hogar ecuatoriano busca ahorro, existen muchos fabricantes de consumo masivo que logran adaptarse al duopolismo y ofrecer una correcta ecuación de valor. Entre las empresas que lideran el top 5 están: Corporación La Favorita, Claro, Corporación El Rosado, Pronaca, Danec (Superintendencia de Compañías, 2016).

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Según lo estudiado y después de analizar las fuentes primarias y secundarias; además de entrevistar a expertos, se puede concluir que:

- El duopolio es una práctica legal que se ha globalizado, puesto que no existen leyes que se opongan a esta deficiencia económica; sin embargo, existen países que ejercen más control de esta práctica comercial que demuestra la existencia de la competencia imperfecta ya mencionada.

Por lo que se recomienda lo siguiente:

### **Para el gobierno:**

- Establecer un sistema de mercado de libre comercio con el fin de desaparecer las barreras de entradas al mercado.
- Dejar de politizar el mercado, ya que existen influencias políticas que fomentan la existencia de entes duopolísticos.
- Implementar leyes rígidas que no permitan que esta competencia imperfecta siga controlando el poder de mercado.
- Crear un programa especial, en el Ministerio de Economía y Finanzas, que se encargue del control de poder de mercado.

### **Para las PYME y futuros emprendedores:**

- Establecer alianzas estratégicas que les permitan ingresar con fuerza al mercado económico.
- Capacitar constantemente a los miembros de sus empresas y/o emprendimientos, con el fin de mejorar la experiencia que se brinda a los consumidores.
- Aprovechar el marketing y las relaciones financieras para incrementar su capital económico y de trabajo.

Las observaciones de este estudio se pueden comparar con otros estudios de casos de empresas que trabajan en el Ecuador además para las cadenas de cine Supercines y CineMark; así como también el caso de las cementeras Holcim y Lafarge.

## BIBLIOGRAFÍA

- Albán, B. (2015). *EL SECTOR CERVECERO ARTESANAL ESPAÑOL Y SUS POSIBILIDADES DE INTERNACIONALIZACIÓN*. España: Economía al día.
- Alonso, P. (2016). *Las tendencias del consumidor ecuatoriano*. Lima: Perú-retail.
- ARCOTEL. (29 de octubre de 2017). *Arcotel*. Obtenido de <http://www.observatoriotic.mintel.gob.ec/estadistica/>
- Banco Mundial. (2009). *Contexto del duopolio a nivel internacional*. Washington D.C.: Banco Mundial.
- Bertrand, J. (2013). *Book review of theorie mathematique de la richesse sociale and of recherches sur les principes mathematiques de la theorie des richesses*. Journal de Savants.
- Blasco, M. (2016). *Definición de Duopolio*. México : Diccionario de Macroeconomía.
- Calderón, J. (8 de Noviembre de 2016). Duopolio. (A. Flor, Entrevistador) Samborondón, Guayas, Ecuador.
- CESLA. (15 de Octubre de 2016). *CESLA*. Obtenido de <http://www.cesla.com/noticias-economia-ecuador.php>
- Cubillo, J. (25 de agosto de 2017). *Marketing Directo*. Obtenido de <https://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/futuro-del-seo-han-cambiado-las-reglas-del-juego-jose-m-cubillo>
- Díaz, A. N. (2008). *Oligopolio y poder de Mercado. Discusión de la hipótesis de precios rígidos*. ENSOP.
- Farshad, K., Lerman, K. & Luca, M. . (2017). *Portrait of an Online Shopper: Understanding and Predicting Consumer Behavior*. London: Yahoo Labs.
- Fondo Monetario Internacional. (2015). *Reporte de los valores del PIB en Latinoamérica*. Washington DC.: FMI.
- Guerrien, B. (1996). *La Microeconomía*.
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). México: McGraw Hill / Interamericana Editores S.A. DE C.V.
- Medina, S. (28 de agosto de 2017). *El Mundo*. Obtenido de <http://www.elmundo.es/economia/2016/05/18/573c150d46163f8d758b45e2.html>
- Naya, J. M. (2009). *El Trimestre Económico* (Vol. 76). Fondo de Cultura Económica.
- Reyes, X. (29 de agosto de 2017). Influencia de las presencias duopolísticas en la economía ecuatoriana. (R. Rezabala, Entrevistador)
- Samuelson y Nordhaus. (2009). *Definición de competencia imperfecta*. Amsterdam: Economic's list.

Sánchez Riofrío, A. M. (2008). *La reacción de los competidores ante nuevos rivales*. Guayaquil: Thomson - Civitas.

Silva, M. (15 de diciembre de 2016). Análisis tecnológico–económico del impacto social de las plataformas de redes 4G vs las plataformas de redes 3G en el Cantón Quito. Quito, Pichincha, Ecuador.

Superintendencia de Compañías. (2016). *El 'ranking' empresarial 2016*. Quito: Revista Líderes.

Torrejón, B. B. (10 de Febrero de 2016). Duopolio. España.