

Hotspots. Which American industries are most in danger of monopoly? Mapping the problem in America

Enviado por Carlos Junco Chávez en Jue, 11/22/2018 - 10:37

Cita:

The Economist [2018], "Hotspots. Which American industries are most in danger of monopoly? Mapping the problem in America" *The Economist*, London, 17 de noviembre, <https://www.economist.com/special-report/2018/11/15/which-american-indus...> [1]

Fuente:

The Economist

Fecha de publicación:

Sábado, Noviembre 17, 2018

Revista descriptores:

Estatuto de la competencia en el capitalismo. Visión histórica y situación actual

Formas de la competencia entre grandes empresas [3]

Relaciones entre empresas estados y sociedad [4]

Tema:

Análisis para identificar problemas de competencia en el mercado estadounidense

Idea principal:

En la búsqueda de actividades o mercados en la economía estadounidense que son competitivos, *The Economist* desarrolló un ejercicio aplicado a las 500 empresas más importantes en Estados Unidos, aquellas que conforman el Standard & Poor's 500. En este ejercicio se establecen parámetros para señalar si es necesario tomar acciones para abrir los mercados, reportar el estado de las empresas o dejar ser a las empresas –no se toman acciones ya que no hay de que preocuparse. El sistema funciona como un semáforo, donde las opciones se representan mediante los colores rojo, naranja y verde, respectivamente. Los factores utilizados para establecer los parámetros son la capacidad de innovación, la rentabilidad, y si existe la posibilidad de entrada de nuevas empresas o de subir los precios a futuro; además de contar con un “foso” que las proteja de la competencia.

Alrededor de 76% de las empresas cuentan con este “foso”, pero muchas de ellas se lo han ganado gracias a su carácter innovador. Por otra parte, se requiere tomar acciones en contra de 24% de las empresas y existen riesgos de que 14% de las empresas suban precios. Las acciones a tomar deben ser puntuales, no generalizadas, para promover la competencia. En el artículo no se precisa que autoridades deberían participar ni que acciones se deberían tomar dadas estas situaciones.

Datos cruciales:

1. Gráfica, esquema. Preparados, firmes, compitan. Cómo identificar dónde existe un problema de

competencia.

2. 76% de las empresas de S&P500 cuentan con algún tipo de protección de la competencia.

3. Para 24% de las empresas de S&P500 se requiere tomar acciones, 6% son innovadoras y altamente redituables y 18% no son innovadoras pero sí altamente redituables.

4. Para 14% de las empresas de S&P500 se debe reportar su estado por riesgo a alza de precios o por la dificultad de entrada de nuevas empresas, 4% son innovadoras pero no altamente redituables, 9% no son innovadoras pero sí altamente redituables y 1% no son ni innovadoras ni altamente redituables.

5. Para 38% de las empresas de S&P500 no es necesario tomar acciones, 22% son innovadoras y altamente redituables, 2% son innovadoras pero no altamente redituables y 14% no son ni innovadoras ni altamente redituables.

Nexo con el tema que estudiamos:

Es necesario llevar a cabo medidas para la gestión de riesgos con la finalidad de mantener la confianza de los consumidores. Tres cuartas partes de las empresas más importantes en Estados Unidos están protegidas de la competencia; otorgar a las empresas el calificativo de merecer este tipo de protección va en contra de los valores del libre mercado. De misma forma, justificar a ciertos mercados (como el farmacéutico) a ser susceptibles de establecer medidas de protección agudiza tales riesgos.

Source URL (modified on 25 Noviembre 2018 - 9:51am): <http://let.iiec.unam.mx/node/2028>

Links

[1] <https://www.economist.com/special-report/2018/11/15/which-american-industries-are-most-in-danger-of-monopoly>

[2] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/15>

[3] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/17>

[4] <http://let.iiec.unam.mx/taxonomy/term/20>