

Stgo. Lunes 19 de diciembre de 2005

[Reportajes](#)

Para que gane el más mejor

El mecanismo de "delación compensada" es la herramienta más eficaz para disuadir las prácticas anticompetitivas que involucran la coordinación de varias empresas. Es más fácil que las empresas de mercados más concentrados se coordinen para fijar precios y repartirse cuotas de mercado, pues el número de actores que hay que coordinar es menor. Es por eso que la autoridad antimonopolios debe prestar particular atención a los mercados concentrados.

Fecha edición: 18-12-2005

Hacia fines de 1993, la cadena de farmacias Cruz Verde denunció ante la Fiscalía Nacional Económica un acuerdo de precios en que había participado junto a sus tres principales competidores (Ahumada, Brand y Salco).

Meses antes, Cruz Verde había decidido ingresar al mercado de la Región Metropolitana, abriendo varias farmacias en la capital y reduciendo sus precios agresivamente. Las cadenas que dominaban el mercado contactaron a Cruz Verde para hacerle ver la necesidad de "irse por la buena", haciéndole una propuesta que incluía coordinar las listas de precios, reducir los gastos de publicidad y limitar la apertura de nuevos locales.

Cruz Verde inicialmente aceptó participar en el cartel, pero a poco andar consideró muy pequeña la cuota asignada, optando por denunciar el caso ante la Fiscalía Nacional Económica, presentando una lista impresa de los precios acordados por las cadenas involucradas. El fallo del tribunal antimonopolios de la época aplicó multas inferiores al daño que causaron las cuatro cadenas a los consumidores y no tuvo consideraciones especiales para la empresa denunciante.

La nueva ley

La creación del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC) el año 2004 significó avances importantes en materia de institucionalidad antimonopolios. Para empezar, los integrantes del tribunal ya no se eligen por sorteo, sino que mediante concurso público. La nueva ley también considera

remuneraciones competitivas para los integrantes del tribunal, exigiendo a cambio que sus miembros dediquen parte importante de su jornada a dicha labor. Finalmente, los nuevos integrantes duran seis años en sus cargos, lo que asegura grados de independencia inimaginables bajo el esquema anterior.

Sin embargo, la nueva ley también tiene falencias que conviene subsanar. Un primer problema es que las penas para casos de colusión no necesariamente guardan relación con el daño causado. Como detectar y probar ante la justicia que hubo un acuerdo colusivo es muy difícil, las penas pecuniarias deben ser superiores a los beneficios obtenidos, principio que se remonta a un trabajo clásico de Gary Becker de los 60.

Un segundo problema es que la nueva legislación no contempla incentivos para denunciar prácticas anticompetitivas. Quienes están en una posición privilegiada para aportar evidencia sobre un acuerdo colusivo son quienes participan en dichos acuerdos. Es por eso que la legislación debió contemplar incentivos para denunciar dichas prácticas. Por ejemplo, en los Estados Unidos y la Unión Europea, el primer participante en denunciar un acuerdo anticompetitivo tiene garantizada la inmunidad, a condición de que colabore plenamente con la justicia y compense debidamente a las partes afectadas. Destacados economistas argumentan que este mecanismo de "delación compensada" es la herramienta más eficaz para disuadir las prácticas anticompetitivas que involucran la coordinación de varias empresas**.

¿Concentración o falta de competencia?

El caso de las farmacias también da luces sobre el polémico tema de si mayor concentración significa menos competitividad. Debido a las economías de escala, los costos que enfrentan las cadenas de farmacias hoy día son menores que los costos de las farmacias de barrio de antaño. En la medida que dichos ahorros sean traspasados a los clientes, la mayor concentración que vemos hoy día es buena para los consumidores.

Sin embargo, es más fácil que las empresas de mercados más concentrados se coordinen para fijar precios y repartirse cuotas de mercado, pues el número de actores que hay que coordinar es menor. Es por eso que la autoridad antimonopolios debe prestar particular atención a los mercados concentrados.

Regulaciones y competencia

Los acuerdos colusivos, como el de las farmacias a principios de los 90, son sólo uno de los factores que pueden reducir la competencia en un mercado. Otros factores incluyen diversas cortapisas que reducen la intensidad con que compiten las empresas.

Un ejemplo importante es el impuesto de timbres y estampillas. Una empresa debe pagar dicho impuesto mes a mes, durante los primeros 12 meses de un crédito, lo cual se traduce en un costo igual al 1,62% del préstamo. No hay impuesto con posterioridad al primer año del crédito. En consecuencia, una empresa que financia una inversión a 10 años mediante un crédito de un solo banco, paga mucho menos por este impuesto que una empresa que cada año elige el banco con las tasas más bajas para financiar su deuda (la diferencia asciende a casi un 15% del crédito).

Al hacer costoso cambiarse de banco, el impuesto de timbres y estampillas reduce la competencia entre bancos y la tasa de interés a la cual se endeudan las empresas termina siendo más alta.

Es posible modificar el impuesto de timbres y estampillas de modo que no imponga un costo a las firmas que desean cambiarse de banco, sin por ello reducir los ingresos fiscales. Una posibilidad es

reducir la tasa del impuesto y que éste se pague mientras dura el crédito (y no sólo durante el primer año).

Una segunda regulación que limita la competencia en el sector bancario son las dificultades que existen para trasladar las garantías asociadas a un crédito de un banco a otro. Los trámites necesarios son múltiples y engorrosos. Peor aún, el banco con que se tenía el crédito original tiene bastante discreción para dilatar cuándo libera el colateral correspondiente.

En general, las pequeñas y medianas empresas tienen menos poder negociador con los bancos, debido a que su negocio es menos importante para éstos. Por eso, probablemente sean estas empresas las que más se beneficiarían si se facilita el traspaso de garantías entre bancos y se rediseña el impuesto de timbres y estampillas.

El Salón de los Rechazados

Remover barreras que impiden la competencia es una de las tareas más importantes de la autoridad económica. El Tribunal de Defensa de la Libre Competencia y las superintendencias tienen un rol clave que jugar en este tema. Algunos mercados donde las barreras de entrada limitan la competencia son las AFP (ver mi columna del 28 de agosto) y el sector bancario.

Hasta mediados del siglo XIX, lo habitual en París era que cada año un jurado seleccionaba las obras de arte que serían exhibidas en los salones de la ciudad. Debido al gran número de obras rechazadas en 1863, y a los reclamos de los excluidos, se introdujo la opción de exhibir dichos trabajos en el Salón de Rechazados. Entre quienes exhibieron en dicho salón estaban Cézanne, Manet y Pissarro.

De esta manera se removieron barreras de entrada ancestrales y, por primera vez, todos los artistas pudieron presentar sus obras al público, sin la necesidad de aprobación por un jurado. Este fue un punto de inflexión para el arte moderno, permitiendo que emergiera un grupo de artistas que posteriormente serían conocidos como los impresionistas. Eliminar barreras de entrada abre posibilidades donde la creatividad humana puede alcanzar alturas inimaginables, no sólo en el arte, sino también en los mercados tradicionales.

[Ayuda](#) | [Contacto](#) | [Publicidad](#) | [Suscripciones](#) | [Beneficios Suscriptores](#) | [Términos y Condiciones de Uso](#)

LA TERCERA

Consorcio Periodístico de Chile S.A. - Derechos Reservados