

## La solución contra la colusión es la competencia

Author : Iván Cachanosky



El requerimiento por colusión presentado por la Fiscalía Nacional Económica (FNE) ante el Tribunal de la Libre Competencia (TDLC) contra la empresa filial del grupo CMPC y la firma de papeles industriales, generó una elevada polémica por ser uno de los casos de colusión más grandes, llevándose a cabo, según las acusaciones, desde hace 10 años. ¿Es esta situación culpa del mercado? ¿Fue el comportamiento de los empresarios que se coludieron anti-ético?

Con el objetivo de responder estas preguntas resulta importante analizar tres cuestiones. En primer lugar, el comportamiento de la colusión en los seres humanos. Luego, diferenciar entre el capitalismo y el capitalismo de amigos. Por último, qué tanto impacto genera sobre los consumidores.

La colusión, hace muchos años, es como una constante. Esto quiere decir que se observan actos de colusión hace ya muchos años. La diferencia radica en las instituciones y el contexto que rodea a las personas que buscan coludirse, lo que varía según regiones y países. En definitiva, la colusión difícilmente pueda eliminarse, lo que sí puede limitarse es el impacto que puede generar en los consumidores.

Este tipo de decisiones empresariales suelen encontrarse con un muro cuando están en un contexto de mercado, entendiendo por “mercado” libre entrada y salida de empresas. De esta manera, cualquier empresa que quiera ingresar o salirse de una determinada industria puede hacerlo. Mientras exista un escenario de libre mercado, difícilmente podrán generarse colusiones con el objetivo de incrementar los precios, ya que nuevos oferentes podrían ingresar al mercado pujando a la baja los precios del bien en cuestión.

El problema nace cuando el capitalismo se transforma en “capitalismo de amigos”, en donde un grupo de empresarios acuerda con el gobierno y lejos queda el escenario ideal de libre mercado. En este nuevo contexto, es mucho más sencillo coludirse e incrementar los precios. En cuanto al impacto que puede generar en los consumidores, dependerá de qué tan cerca nos encontremos en el escenario ideal de libre mercado. Cuanto más difícil sea que nuevos oferentes ingresen a una determinada industria, más daño generarán las colusiones. Sin embargo, nunca debe olvidarse que hay un límite que pone el consumidor. En la abstención de la compra, los consumidores ponen límites a los precios coludidos o monopólicos. En definitiva, el consumidor, en última instancia, es soberano.

Sin entrar de lleno en el debate ético del comportamiento de los empresarios, el punto a remarcar aquí es que en caso de que consideremos inmoral este tipo de comportamientos, se verán mucho más limitados en un ambiente de libre mercado, en donde la competencia termina por generar una mayor cantidad de bienes y servicios a un menor precio y de mejor calidad. En este sentido, es el mejor escenario que puede ofrecerse a los consumidores.

Por último, por supuesto que el mercado no es perfecto, existen las fallas de mercado. Pero de esto no se desprende que el gobierno deba intervenir necesariamente. Esto debido a que, al igual que el mercado, el Estado también falla. El hecho de que la colusión haya durado 10 años, en alguna instancia indica que no fue mayor el daño que generó la colusión. Esto es debido al contexto de libre comercio. **El camino para avanzar en el límite a las colusiones es continuar fomentando ambiente competitivo en donde actuales y potenciales oferentes se encontrarán forzando permanentemente a la baja los precios.**