

Libre competencia económica: Política pública y efectos económicos

Carolina Rincón Zapata¹

Free market economy: Public policy and economic effects



¹ Economista, Especialista en Finanzas con énfasis en Banca de Inversión, Magister en Economía; Docente Tiempo Completo, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad Católica de Oriente (Rionegro, Antioquia, Colombia). E-mail: crincon@uco.edu.co. Teléfono: 5699090 Ext. 569.

Resumen

Se busca revisar cuáles son los factores de la libre competencia económica desde la teoría y la política pública colombiana, además de identificar los efectos económicos de las prácticas anticompetitivas no solo en el mercado de bienes, sino también en las variables macroeconómicas y sociales fundamentales. En Colombia, la libre competencia económica es regulada por el decreto 2153 de 1992 que busca como política pública la protección de la libre competencia en consideración de que es un factor que propende por la equidad, la disminución de la pobreza, el aumento de la competitividad empresarial y el crecimiento económico; sin embargo, en la práctica se evidencian no solo disparidades en los anteriores indicadores, sino también conformación de cárteles y posiciones de poder en empresas que hacen parte del mercado de bienes y servicios. Se realizó una revisión del marco teórico que enmarca la libre competencia económica, una descripción de la política pública de protección a la libre competencia económica, y un análisis del efecto económico de esta. Al final se ofrecen conclusiones y recomendaciones generales para la sociedad y el tejido empresarial que busca generar conciencia de que las prácticas de libre competencia, se traducen en desarrollo social y son el camino para la sostenibilidad.

Abstract

This paper seeks to review the factors of free economic competition in Colombia from theory and public policy, and identify the economic effects of anti-competitive market not only in goods, but also in key macroeconomic variables and social practices. In Colombia,

Free economic competition is regulated by Decree 2153 of 1992, which has the goal of creating a public policy protection of free competition, which takes into account that it is a factor that aims for equity, poverty reduction, increased competitiveness business and economic growth. However, in practice not only disparities in the above indicators are evident, but also evident is the formation of cartels and positions of power on the part of companies that are part of the market for goods and services. A review of the theoretical framework that framed free economic competition, a description of public policy for the protection of free economic competition, and an analysis of the economic effect of this were done. At the end, conclusions and recommendations to society and the business sector seek to generate awareness that free competition practices translate into social development and that they are a way to offer sustainability.

Key words:

Competition, public policy, economic impact, productivity, competitiveness, unfair competition.

Introducción

Una de las principales actividades económicas desarrolladas entre las familias, empresas, gobierno y resto del mundo es el intercambio de bienes y servicios. El desarrollo de estas actividades configura lo que se conoce como mercado, toda vez que se da una interacción entre oferentes y demandantes de diferentes tipos de productos. El mercado a su vez, está determinado por varios aspectos que influyen en la decisión de intercambio tanto de los consumidores como de los vendedores, como por ejemplo los ingresos, preferencias, necesidades, entre otros en el caso de los consumidores; y las expectativas, costos de producción, tecnología, entre otros para el caso de los productores. No obstante, un factor determinante en común para los dos agentes antes mencionados es el precio del producto que, entre muchos otros factores, está determinado por el tipo de estructura que posee el mercado.

La estructura de un mercado se identifica por factores como el número de empresas que provee el bien o servicio, tipo de producto, método de fijación del precio del producto, las barreras de entrada al mismo, entre otros. A continuación, se presenta la caracterización de las principales estructuras de mercado, según los anteriores factores:

Cuadro N°1 Características Monopolio, oligopolio y competencia perfecta

Mercados / Características	Competencia Perfecta	Monopolio	Oligopolio
Número de empresas	Muchas	1 sola empresa	Varias
Productos	Homogéneos	Único	Diferenciado
Precio	Establecido por Oferta y Demanda	Establecido por el empresario	Establecido por la empresa líder
Entrada al mercado	Fácil	Imposible	Difícil – Altos costos de entrada
Ejemplos:	Mercado de Valores, de refrescos, de aperitivos	Agua, Ferrocarril	Grandes marcas de ropa

Fuente Elaboración propia a partir de información del libro *Microeconomía una introducción contemporánea* (McEachern, 1997).

Lo anterior implica que entre más reducido sea el número de empresas que participan en el mercado, es decir que entre mayor concentración haya en este, más poder de manipulación del precio del bien o servicio poseen las mismas dentro de la industria. Una empresa posee poder de mercado cuando puede afectar los precios vigentes en un mercado. El efecto directo de ese poder de mercado es afectar la cantidad de producto ofrecido y por ende desmejorar la situación de los consumidores (McEachern, 1997).

Según la Superintendencia de Industria y Comercio, SIC, (2015), los esfuerzos que realizan las empresas al buscar una mayor participación de sus productos en el mercado, cuando actúan de forma independiente, se convierten en prácticas competitivas que pueden ser desleales y de esta forma aumentar los excedentes del productor, a costa del bienestar general del mercado y en particular de los excedentes del consumidor.

En Colombia, la protección de los intereses de los consumidores y la protección a la libre competencia en los mercados está establecida constitucionalmente como un derecho y, por tanto, se protege imponiendo presión a las empresas, con el fin de que sean más eficientes y provean productos con mayor calidad y variedad, a precios más bajos (SIC, 2015).

Con referencia a los factores macroeconómicos y sociales, la libre competencia entonces, favorece la mayor productividad de las empresas (eficiencia, calidad y variedad), con impacto directo en el crecimiento productivo del país, pero además favorece factores como la pobreza, toda vez que uno de los elementos que ataca con mayor fuerza la pobreza es la inflación,

que podría ser más controlada bajo escenarios que no promuevan las prácticas anticompetitivas y de poder de mercado.

El presente artículo enuncia cuáles son los componentes teóricos de la libre competencia económica, los factores que demarcan la política pública de protección a la libre competencia y los efectos económicos y sociales encontrados a partir de una revisión documental, que se traduce en una reflexión con el fin de proponer el mejoramiento de las condiciones de competencia en el mercado y la concientización de la misma de parte de la sociedad.

Reflexión de política pública y efectos económicos

En el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018, el Departamento Nacional de Planeación, plasma los tres pilares fundamentales del gobierno: Paz, equidad y educación. Se entiende la edu-

cación como pilar transversal para la consecución de la paz y la equidad, sin embargo, para el logro de cada uno de estos pilares se desarrollan estrategias desde diferentes políticas públicas. La equidad, por ejemplo, es el pilar que se relaciona directamente con la política pública de protección a la libre competencia económica, toda vez que protegiendo la compe-

tencia se garantiza igualdad de condiciones para los participantes del mercado, ya que como lo expuso el Presidente de la República en el 3er Congreso Internacional de Libre Competencia Económica (2015), la equidad no se trata de que todos lleguen juntos a la meta, sino que partan del mismo lugar. La protección entonces de la

"En Colombia, la protección de los intereses de los consumidores y la protección a la libre competencia en los mercados está establecida constitucionalmente como un derecho"

competencia, garantiza que la cancha de juego esté nivelada y que el punto de partida, sea igual para todos los competidores.

Por lo anterior, la libre competencia es considerada como un factor de equidad, que posibilita el crecimiento económico y productivo del país, a tasas mucho más altas y bajo un esquema de inclusión social. La productividad de las empresas y países depende de la competencia leal y de una buena competencia. La ausencia de competencia en los países (conformación de cárteles, empresas perezosas e ineficientes), impide el progreso de los mismos, ya que si no se tienen empresas competitivas no se puede abastecer completamente el mercado local, ni penetrar en mercados externos.

Así entonces, la Superintendencia de Industria y Comercio, SIC, que es un organismo de carácter técnico adscrito al Ministerio de Desarrollo Económico, tiene como uno de sus principales objetivos velar por la cumplimiento de las disposiciones sobre promoción de la competencia y prácticas comerciales restrictivas; hacer frente a las quejas por hechos que afecten la competencia en los mercados; imponer las sanciones pertinentes por violación de las normas sobre prácticas comerciales restrictivas y promoción de la competencia; imputar sanciones a las empresas oficiales o privadas que presten los servicios públicos de telecomunicaciones, energía, agua potable, alcantarillado y aseo, cuando se atentó contra los principios de libre competencia a solicitud de una de las Comisiones de Regulación de tales servicios (Ministerio de Desarrollo Económico, 1992).

Las anteriores funciones son asignadas a la SIC con el fin de lograr una mayor eficiencia del aparato productivo del país, de forma que los consumidores puedan tener libre escogencia y acceso a los mercados de bienes y servicios, que los productores consigan parti-

cipar libremente en los mercados, y que en el mercado exista variedad de precios y calidades de bienes y servicios.

El artículo 46, del decreto 2153 de 1992, establece la prohibición de las conductas anticompetitivas, y en los artículos 47 y 48 del mismo decreto, se establecen los acuerdos y prácticas que se considera atentan contra la libre competencia, así:

1. Los que tengan por objeto o tengan como efecto la fijación directa o indirecta de precios.
2. Los que tengan por objeto o tengan como efecto determinar condiciones de venta o comercialización discriminatoria para con terceros.
3. Los que tengan por objeto o tengan como efecto la repartición de mercados entre productores o entre distribuidores.
4. Los que tengan por objeto o tengan por efecto la asignación de cuotas de producción o de suministro.
5. Los que tengan por objeto o tengan por efecto la asignación, repartición o limitación de fuentes de abastecimientos de insumos productivos.
6. Los que tengan por objeto o tengan por efecto la limitación a los desarrollos técnicos.
7. Los que tengan por objeto o tengan por efecto subordinar el suministro de un producto a la aceptación de obligaciones adicionales que por su naturaleza no constituyan el objeto del negocio, sin perjuicio de lo establecido en otras disposiciones.
8. Los que tengan por objeto o tengan como efecto abstenerse de producir un bien o servicio o afectar sus niveles de producción.

9. Los que tengan por objeto la colusión en las licitaciones o concursos o los que tengan por efecto la distribución de adjudicaciones de contratos, distribución de recursos o fijación de términos de las propuestas.
10. Infringir las normas sobre publicidad contenidas en el estatuto de protección al consumidor.
11. Influnciar a una empresa para que incremente los precios de sus productos o servicios o para que desista de su intención de rebajar los precios.
12. Negarse a vender o prestar servicios a una empresa o discriminar en contra de la misma cuando ello pueda entenderse como una retaliación a su política de precios. (Ministerio de Desarrollo Económico, 1992).

En Colombia han existido algunos eventos anticompetitivos, que en aplicación del anterior decreto han sido sancionados, como lo son los casos de los mercados de arroz, azúcar, pañales, papel higiénico, telefonía móvil, servicios públicos domiciliarios, entre otros.

El 14 de abril de 2015 fue publicado por el diario *El Espectador* una noticia titulada «Por faltar a la libre competencia la millonaria multa a Roa y Florhuila por manipular precios del arroz», que relaciona la cuantiosa multa impuesta a estas dos compañías de cereales de parte de la SIC, por haber desarrollado una práctica anticompetitiva evidenciada en la manipulación de precios de mercado. Esta práctica fue desarrollada por las compañías que, según la SIC, poseen el 40% del mercado, y utilizan estrategias de desabastecimiento del cereal que jalonarán al alza el precio del arroz.

El incremento de más del 50% del precio del arroz debido a esta práctica anticompetitiva, afectó a millones de colombianos que con-

sumen este cereal como uno de los principales bienes alimenticios, y en especial a miles de pobres que tienen este bien encabezando su lista de bienes de la canasta básica familiar.

Asimismo, la existencia de otro cártel que atentó contra el consumo de los colombianos en el año 2015, fue descubierto por la SIC para el mercado del azúcar, cuando se encontraron acuerdos anticompetitivos que obstruían las importaciones de azúcar provenientes de Bolivia, Guatemala, El Salvador y Costa Rica. Para efectos de aplicación de la política pública para la protección a la libre competencia entonces, la SIC fijó multas a la Asociación de Cultivadores de Caña de Azúcar de Colombia (Asocaña). Los principales ingenios azucareros multados, fueron: Riopaila Castilla, Incauca, Manuelita, Providencia, Mayagüez, La Cabaña, Pichichi, Risaralda, Sancarlos, Carmelita, María Luisa y Central Tumaco. La práctica desarrollada por estas compañías consistía en adelantar con ingenios azucareros bolivianos, con el fin de controlar sus excedentes de producción e impedir la importación de azúcar de parte de los mayoristas y comerciantes colombianos con menores precios (Arias, 2015).

Cualquier intercambio de información entonces, entre competidores, que se refiere a la búsqueda de las mejores prácticas productivas (mejorías en eficiencia), no atenta contra la libre competencia. Sin embargo, cualquier intercambio de información que se refiera a precios y/o cantidades futuras, sí se refieren a prácticas anticompetitivas comúnmente conformación de cárteles, ya que quienes no participan en los intercambios de información, estarían en una situación de desventaja.

Los anteriores ejemplos muestran los esfuerzos que ha realizado la SIC con el fin de hacer efectiva la política pública de protección a la libre competencia, convencida de

que cuando el estado interviene en la protección a la competencia, protege la libertad y la igualdad. La eficiencia del estado en temas de normatividad para este fin entonces es necesaria, y no se trata únicamente de crear las normas, sino además de hacerlas cumplir.

No obstante, lo anterior, la libre competencia, no solo es papel del estado sino de toda la sociedad, por lo que es necesario generar conciencia de que esta se traduce en desarrollo social, y de que es el camino para la sostenibilidad, ya que mayores índices de competencia, aseguran mayores índices de competitividad y mayores índices de productividad. Así mismo, todas estas acciones que propenden por la libre competencia económica tienen efectos directos e indirectos sobre variables macro ya mencionadas, y variables sociales que deben ser reconocidas por la sociedad para el cuidado de las prácticas anticompetitivas.

Desde una dimensión social, explicada por Umaña (2015) en el 3er Congreso Internacional de la Libre Competencia Económica, por ejemplo en Estados Unidos, los consumidores pierden entre el 3% y el 7% de sus ingresos por incurrir en el consumo de bienes y servicios que hacen parte de mercados no competitivos, además se evidencia que son las personas de menores ingresos, quienes consumen bienes y servicios con los mayores problemas de competencia, donde los sobrepuestos pueden ser de 20% a 40% más altos de lo que podrían ser en condiciones de perfecta competencia. Uno de los ejemplos citados por el doctor Umaña, refería un sobrepuesto a los consumidores del sector uniformes en Corea, de 64 millones de dólares, luego de la persecución del cártel en el sector.

Así pues, uno de los factores sociales que propenden por el mejoramiento de la equidad es la disminución de la pobreza, factor que debe ser abordado con múltiples estrategias, puesto

que es uno de los grandes problemas social y humanitario que viven Colombia y el Mundo, y que mediante la evasión de estrategias anticompetitivas se protege, porque se evita el incremento en precios de los bienes de primera necesidad consumidos por toda la población, especialmente por los más pobres.

La pobreza se convierte en un imperativo moral, que incluso es debatido como el primero de los objetivos de desarrollo sostenible, por parte de la Organización de las Naciones Unidas (2015), y que permea el desarrollo económico al posibilitar el mayor acceso a la educación y la disminución de conflictos sociales.

Superar la pobreza no es solo moralmente correcto, sino económicamente necesario. Uno de los factores que ataca con mayor fuerza la pobreza, es la inflación. Por esto la libre competencia es fundamental para el control de los precios, producto de la falta de competencia, cárteles de precios (aumentan un 30% el precio de los productos), abusos de posición dominante, conductas anticompetitivas, que tienden a ser más recurrentes en los países en vía de desarrollo, por sus características.

Bajo las condiciones económicas actuales se requiere una alta eficiencia productiva, innovación de parte de las empresas, diversificación de los sectores, aprovechamiento del mercado externo, maximización del mercado interno, fortalecimiento del sistema financiero, aumento de los índices de formalización empresarial, entre otros. Lo anterior además contribuye al mejoramiento de las condiciones de corrupción y falta de competitividad de las empresas nacionales, frente a las internacionales.

Por todo lo anterior, analizar los tres indicadores macroeconómicos (Producto Interno Bruto, Tasa de Inflación y Tasa de Desempleo) bajo condiciones de libre competencia, implica un mejoramiento de los mismos, toda vez que la

mayor productividad provocada en las empresas por la mayor competitividad que estimula la competencia, se traduce en mayores crecimientos de la tasa del PIB. De la misma forma, la mayor capacidad productiva del país, se fundamenta en una mayor utilización de la mano de obra económicamente activa que traduce para la economía menores tasas de desempleo.

Como se menciona en párrafos anteriores, las prácticas de libre competencia impiden los abusos que provocan los precios altos en el mercado, lo cual implica un control sobre el indicador macro que se refiere a la inflación. De esta forma las personas que experimentan altos niveles de pobreza podrían cubrir sus necesidades básicas, lo que se evidenciaría en disminuciones del índice de Necesidades Básicas Insatisfechas, NBI, y ayudaría a combatir los altos niveles de pobreza y desigualdad social.

Conclusiones y recomendaciones

La libre competencia económica deberá ser entendida como un mecanismo que garantiza el desarrollo productivo y económico de las empresas y el país, toda vez que dinamiza

los mercados y activa la búsqueda del mejoramiento continuo por parte de las empresas.

Las prácticas anticompetitivas desarrolladas por las empresas afectan en primera instancia al consumidor y con más fuerza a los consumidores de estratos socioeconómicos bajos, a quienes el fenómeno de la inflación los perjudica por la disminución de su capacidad adquisitiva.

La política pública de protección a la libre competencia no es un esquema jurídico para luchar contra las empresas grandes, no es un sistema para proteger a las pequeñas, no impide la concentración, a menos que se dañe la competencia, y tampoco defiende a los competidores.

Se recomienda a las instituciones de educación y a las entidades públicas, desarrollar programas de capacitación tanto para la comunidad civil (consumidores) como para el sector empresarial, con el fin de crear conciencia de los beneficios económicos y sociales que trae consigo la libre competencia económica. Al sector empresarial específicamente, deberá ser acompañada esta capacitación, con el desarrollo de proyectos que hagan énfasis en una operación ética de parte de las empresas que permita entender que debe primar el bien común por encima del bien particular.

Referencias Bibliográficas

- Colombia. Congreso de la República. Ley 14 (6 de julio, 1983). Por la cual se fortalecen los fiscos de las entidades territoriales y se dictan otras disposiciones. Diario Oficial. Bogotá D.C.: 1983. 36.288.
- Departamento Nacional de Planeación (2014). ¿Qué es el Plan Nacional de Desarrollo?, recuperado de: <http://wp.presidencia.gov.co/sitios/especiales/Documents/20150616-especial-plan-nacional-desarrollo/index.html>
- Organización de las Naciones Unidas (2015). Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), recuperado de: <http://www.nu.org.bo/objetivos-de-desarrollo-sostenible-ods/>
- McEachern, William A. (1997). *Microeconomía Una introducción contemporánea*. México: International Thomson Editores.
- Ministerio de Desarrollo Económico, 1992. Decreto 2153 de 1992 (diciembre 30) Diario Oficial No. 40.704, del 31 de diciembre de 1992. Recuperado de: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=38168>
- El Espectador* (2015). Por faltar a la libre competencia. La millonaria multa a Roa y Florhuila por manipular precios del arroz. Publicado el 14 de abril de 2015. Recuperado de: <http://www.elespectador.com/noticias/economia/millonaria-multa-roa-y-florhuila-manipular-precios-del-articulo-554939>
- Arias Jiménez, Ferney (2015). La SIC multó al cartel del azúcar. Publicado el 08 de octubre de 2015. Recuperado de: <http://www.elcolombiano.com/multa-de-324-441-millones-a-cartel-azucarero-KH2845905>
- Umaña, Mario (2015). La libre competencia económica como factor de competitividad. Tercer Congreso Internacional sobre Derecho de la Competencia en Colombia - Barranquilla, 22 de octubre 2015. Recuperado de: http://www.sic.gov.co/recursos_user/presentaciones_competencia/mario_umana.pdf
-