



Competencia en el mercado chileno: Una mirada transversal

Fernando Medina
Noviembre 2014

I. Introducción

La competencia en los mercados permite a los consumidores acceder a bienes y servicios más baratos y de mejor calidad, lo cual -indudablemente- incrementa su bienestar. Desde la teoría, para que un mercado se clasifique como competitivo, se deben cumplir una serie de condiciones, entre éstas: información simétrica entre los agentes participantes, libertad de entrada y salida de las empresas –lo cual genera que en el largo plazo las empresas obtengan rentas normales (en contraposición a rentabilidades sobrenormales o excesivas)–, homogeneidad de los productos, y que las empresas y los consumidores sean precio aceptantes, es decir, que ninguno pueda influir individualmente en el precio de un bien o servicio¹.

En ausencia de fallas, los mercados competitivos maximizan el bienestar social, –ya que en estos se intercambian sólo aquellas unidades del bien, cuya valoración por parte de la sociedad, es mayor o igual a su costo de producción. En esta situación, dado un cierto presupuesto, quienes valoran más un bien o servicio serán quienes lo consuman y, por el lado de la producción, quienes sean más eficientes serán quienes lo provean, manteniéndose de esta forma en el mercado.

A pesar de lo anterior, no siempre los mercados libres son los mejores asignadores de recursos. Tal es el caso de los monopolios naturales, que corresponden a situaciones en las que una empresa puede satisfacer la demanda de un mercado con un costo menor que el que habría si existiesen más empresas, por lo cual, es más eficiente que opere sólo una. Sin embargo, ante la ausencia de sustitutos para los consumidores, un monopolio natural podría cobrarles precios muy por sobre sus costos de producción, por lo que es necesario regular sus tarifas.

Intermedio a la competencia perfecta y a los monopolios –los cuales pueden ser o no naturales– se encuentra una serie de estructuras de

¹ Arrow, Kenneth (1951); “An Extension of the Basic Theorems of Classical Welfare Economics”.

mercado, como por ejemplo los oligopolios². Éstos, dada su estructura, pueden generar pérdidas de bienestar en los agentes económicos, debido a ineficiencias en la asignación de recursos por el hecho de ejercer poder de mercado³.

Considerando lo anterior, en una economía de mercado es fundamental para el bien de la sociedad, que exista la debida competencia, pilar básico que sustenta el correcto funcionamiento de los mercados.

Producto de la importancia de la competencia, una interrogante primordial de responder es si en la economía chilena existe efectivamente competencia, en los mercados cuya estructura lo permite.

El presente documento tiene por finalidad analizar algunos mercados relevantes para los consumidores chilenos, desde el punto de vista de la competencia existente. Esta tarea resulta no ser trivial, considerando que cada mercado o industria tiene características propias y específicas, lo cual dificulta la realización de un análisis general. A pesar de lo anterior, un análisis general permite contar con una primera aproximación respecto al funcionamiento de los mercados en Chile, y ser por tanto, el punto de partida a un estudio extenso y específico que profundice sectorialmente, en las industrias en las cuales pareciera no existir el grado de competencia deseado.

La motivación de este estudio se centra principalmente en el papel de la competencia, en la maximización del bienestar social y en una economía del libre mercado.

² El oligopolio corresponde a la estructura de mercado en la cual existen pocos productores que generan toda o casi toda la oferta de un mercado. Dado que son pocos oferentes, existen bajos costos para implementar comportamientos colusivos que aumenten sus utilidades en detrimento de los consumidores. Un ejemplo de esta estructura es el caso de las farmacias, en la que tres cadenas poseen sobre el 90% de participación de mercado.

³ Ver González y Cárcaba (2002): "Una interpretación de los índices de ineficiencia productiva desde la teoría de recursos".

En la siguiente sección (sección II) se analizan las conductas e industrias para las cuales existen indicios de falta de competencia, según información de la institucionalidad de defensa de la libre competencia. En la Sección III se realiza un análisis general de algunas industrias desde el paradigma *Estructura-Conducta-Resultados*, que se definirá en dicha sección. Finalmente, en la Sección IV, se entregan las principales conclusiones del presente estudio.

II. Competencia en los mercados

Identificar el grado de competencia de los mercados es una tarea compleja, por cuanto es necesario contar con información que en gran parte de los casos no es pública.

Desde la teoría, un concepto simple que se utiliza para medir el poder de mercado de una empresa, es el Índice de Lerner, el cual se presenta a continuación:

$$\text{Índice Lerner} = \frac{P - CM_g}{CM_g}$$

En la expresión anterior P corresponde al precio de venta del bien o servicio y CM_g al costo marginal de producción⁴. El índice de Lerner puede variar entre 1 y 0. Para una empresa en competencia perfecta, dicho índice

⁴ El costo marginal es un concepto fundamental en la teoría microeconómica, y se define como el cambio en el costo total de producción cuando se incrementa en una unidad la cantidad producida, por tanto representa el costo de producir una unidad adicional. En competencia perfecta, las firmas producirán hasta el punto en el cual el costo marginal, es decir, el costo de la última unidad producida sea igual al precio de mercado.

toma el valor de 0, lo cual se debe a que en competencia el precio es igual al costo marginal. Mientras mayor sea el índice, mayor poder de mercado ostentan las empresas, puesto que pueden cobrar un precio mayor al costo marginal de producción.

Como se distingue en la expresión, para medir el grado de competencia existente en un mercado en particular es necesario contar con información de precios y costos de producción. Contar con dicha información es complejo, particularmente en el caso de los costos, lo cual dificulta el cálculo del índice.

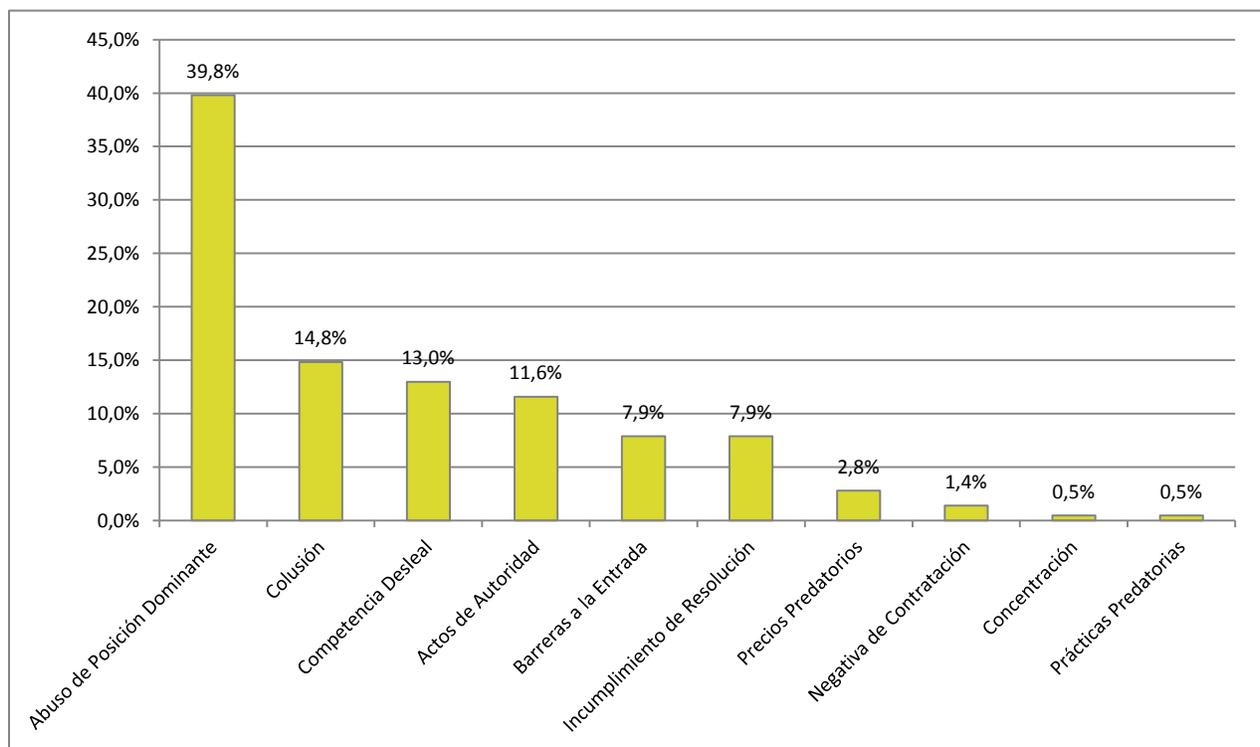
La dificultad para obtener información complejiza por tanto el estudio de la competencia en los mercados. Frente a esta dificultad- dado que el presente es un estudio general del grado de competencia- como primer análisis, se estudiarán las estadísticas del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC)⁵, relativas a atentados a la libre competencia. Esto permite identificar qué tipo de industrias han mostrado conductas repetitivas que atenten contra ésta y sobre qué industrias existe presunción de falta de competencia.

⁵ Es el organismo encargado de dictar sentencia en casos de abusos a la libre competencia, pudiendo responder a iniciativas provenientes del sector privado o de la Fiscalía Nacional Económica (FNE). De acuerdo a la normativa, entre las atribuciones del TDLC se encuentran conocer las situaciones que pudiesen infringir la normativa de libre competencia, situaciones no contenciosas que pudiesen infringir la ley y fijar condiciones para su cumplimiento, dictar instrucciones de carácter general y proponer al Presidente la modificación de reglamentos y normas legales que atenten contra la libre competencia.

Según la base de datos del TDLC, desde el año 1996 han ingresado 216 causas contenciosas para las cuales existe información sobre la conducta que motiva el ingreso. Como se observa en la siguiente figura, las tres principales conductas atentatorias contra la libre competencia son:

- **Abuso de posición dominante (39,8%):**
- **Colusión (14,8%)**
- **Competencia Desleal (13%)**

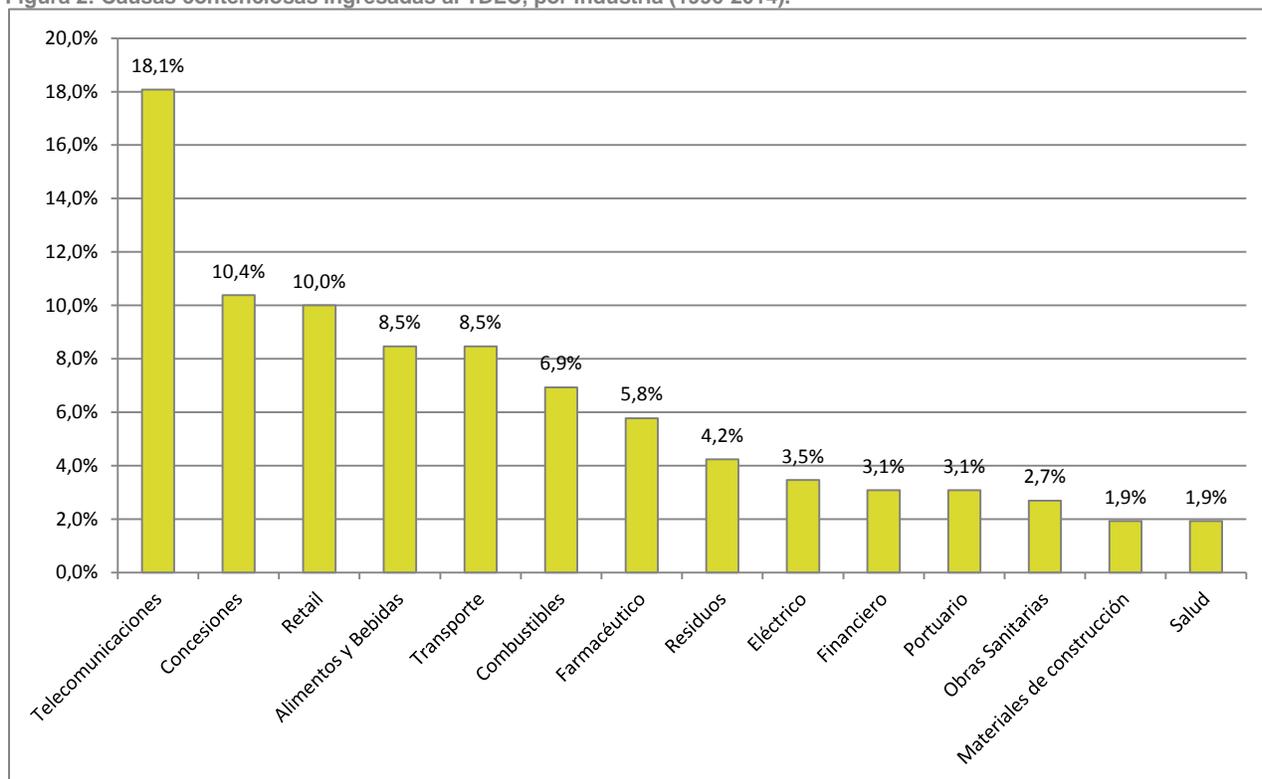
Figura 1: Causas contenciosas ingresadas al TDLC, por conducta (1996-2014)



Fuente: Elaboración propia en base a datos del TDLC.

Al analizar las causas ingresadas al TDLC respecto a la industria a la cual pertenecen⁶, como se observa en la figura 2, la industria de telecomunicaciones presenta el mayor número de ingresos, con un 18,1%, le siguen concesiones (10,4%) y Retail (10%).

Figura 2: Causas contenciosas ingresadas al TDLC, por industria (1996-2014).



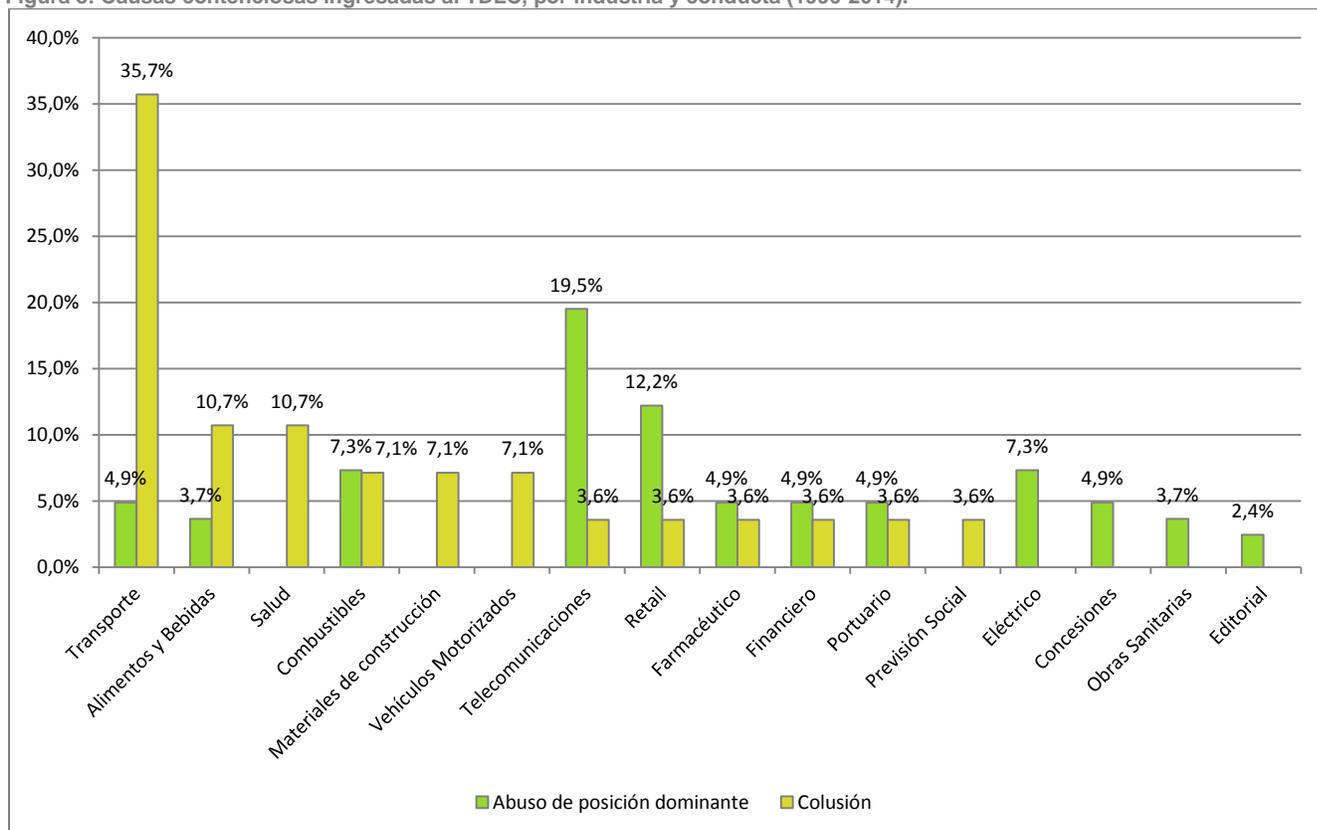
Fuente: Elaboración propia en base a datos del TDLC

⁶ En este caso se analizan solo las causas en las cuales se explicita la industria a la cual pertenece.

Un hecho interesante de remarcar es que buena parte de las industrias en las cuales existen indicios de falta de competencia - producto del ingreso de causas que atentan contra la libre competencia en el TDLC- corresponden a sectores no transables de la economía, como telecomunicaciones, transporte, servicios básicos, servicios de salud, financieros, etc. Los sectores no transables corresponden a aquellos productores de bienes y servicios que sólo pueden consumirse en la economía en que se producen, y donde, a diferencia de los sectores transables, no existe arbitraje a través de los mercados internacionales. Por ejemplo, no es posible ir a pedir un crédito al Bank of America, ni comprar un seguro de salud en EE.UU., ni gestionar la jubilación en Luxemburgo. En ausencia de un mercado integrado al mundo, este hecho refuerza la necesidad de mirar cuidadosamente el comportamiento de estos sectores.

Al desglosar las dos principales conductas que atentan contra la libre competencia – abuso de posición dominante y colusión- por industria, se distingue que en el caso de abuso de posición dominante, es telecomunicaciones el mercado con mayor ingreso de causas al TDLC, en tanto que en el caso de colusión es transporte el mercado con mayor cantidad de ingresos. Ambos mercados anteriores corresponden a servicios, y por tanto son sectores no transables de la economía.

Figura 3: Causas contenciosas ingresadas al TDLC, por industria y conducta (1996-2014).



Fuente: Elaboración propia en base a datos del TDLC

Lo que se puede concluir del análisis anterior, es que las industrias en las cuales existirían mayores indicios de falta de competencia son aquellas que pertenecen al sector no transable de la economía, específicamente al sector servicios. Es importante señalar que de los casos anteriores hay causas en las cuales el fallo fue absolutorio (57%) y casos en los cuales fue condenatorio (43%), por lo cual las conclusiones a partir de dichos datos deben ser hechas con cautela.

Respecto a la falta de competencia, a partir de la información anterior no es posible aseverar si existe mucha o poca competencia, o si los casos de atentados a la libre competencia son prácticas comunes, pues para esto sería necesario identificar el contrafactual de todos los casos en los cuales existen atentados y que no han sido investigados por el TDLC, lo cual no es posible de conocer. Sin embargo, según una encuesta realizada por Deloitte para la Fiscalía Nacional Económica a 19 abogados especialistas en libre competencia, la existencia de carteles no sería un hecho aislado sino más bien una práctica relativamente común.

Retomando el Índice de Lerner, una forma alternativa de representar éste, es a través de la elasticidad precio de la demanda, la cual representa cuán sensible es la cantidad demandada de un bien frente a cambios en su precio. La siguiente expresión representa la expresión alternativa para el índice de Lerner:

$$\text{Índice de Lerner} = - \frac{1}{\varepsilon_{q,p}}$$

En la expresión anterior, $\varepsilon_{q,p}$ representa la elasticidad precio de la demanda. Como se observa en la fórmula anterior, mientras mayor sea la elasticidad precio de la demanda, menor será el índice de Lerner y por tanto mayor será la competencia en el mercado. Demandas más elásticas o sensibles al precio (mayor elasticidad) son consecuencia, entre otras cosas, del número de sustitutos que enfrentan los consumidores.

Al contrario, mercados en los cuales existen pocos sustitutos a los bienes tienden a tener demandas más inelásticas y por tanto las empresas participantes tienen un mayor poder de mercado. En el caso de los servicios, dado el tamaño del mercado chileno y las características de bienes no transables de este tipo de productos, el número de sustitutos son bajos, tal como se argumentará más adelante, lo cual posibilitaría que, todo lo demás constante, las empresas puedan ejercer poder de mercado.

Las figuras anteriores muestran indicios de que esto podría ocurrir en el caso chileno.

Da todas formas, es importante señalar que el bajo número de competidores no es sinónimo de falta de competencia, puesto que la concentración de los mercados puede ser el resultado de la existencia de economías de escala⁷ o ámbito⁸ y por tanto serían consecuencia de la mayor eficiencia que se generaría en este caso, en mercados concentrados. No obstante, aun cuando sea este el caso, es indudable que en mercados con menos sustitutos o pocos oferentes, es más probable que se generen las condiciones propicias para que las empresas ejerzan poder de mercado.

III. Análisis general de industrias relevantes

Tal como se señaló anteriormente, analizar de forma general el grado de competencia de industrias diversas es bastante complejo, ya que cada una posee estructuras distintas y potenciales trabas específicas a la competencia. Sin embargo, para tener una visión general de los mercados, en esta sección se estudia desde el paradigma de la Estructura-Conducta-Resultados (E-C-R), una muestra de industrias en las cuales existen

⁷ Economías de escala es un fenómeno descrito por la literatura económica en el que los costos medios disminuyen a medida que aumenta la producción, haciendo eficiente la expansión de la empresa y dejando en desventaja a quienes producen menores cantidades.

⁸ Economías de ámbito hace referencia a los ahorros en costo que generaría en algunas industrias la producción de múltiples productos distintos utilizando la misma infraestructura e instalaciones.

indicios de falta de competencia. La selección de industrias ha considerado la información extraída del análisis de la sección anterior, la existencia de información pública y la importancia de las industrias en el bienestar de los individuos. Por ejemplo, desde la óptica del bienestar futuro de los éstos y del endeudamiento que presentan los consumidores, agregamos al análisis a las AFP y la banca.

El paradigma E-C-R señala que cada sector puede ser caracterizado y estudiado a partir de: (1) su estructura, es decir, el número de participantes, nivel de concentración existente en el mercado –medido generalmente a partir de ingresos o clientes–, condiciones de entrada, etc.; (2) su conducta, variables entre las que se pueden analizar los precios, estrategias empresariales, etc.; y (3) sus resultados, en los que se contemplan la rentabilidad, la eficiencia⁹ y crecimiento de la industria, entre otros¹⁰.

Desde el foco de E-C-R, se establece que, considerando la estructura, mayores niveles de concentración permitirían a las empresas fijar mayores precios en relación a sus costos de producción, obteniendo mayores beneficios y consecuentemente mayores niveles de rentabilidad –en relación a los que obtendrían en mercados con mayores niveles de competencia– en detrimento de los consumidores¹¹.

A pesar de que a simple vista el paradigma E-C-R pareciera ser muy intuitivo, concluyente y fácil de testear, es preciso señalar que la relación positiva entre concentración y resultado, expuesta en el párrafo anterior, puede ser consecuencia de una mayor eficiencia asociada a mayores niveles de concentración¹². Es decir, la mayor concentración puede

⁹ Posner (1975) señala la existencia de ineficiencia en mercados poco competitivos asociada a los altos costos de lobby y negociación de carteles en que incurren muchas empresas por llegar a ser la empresa monopólica de un mercado.

¹⁰ Bain, Joe (1951); “Relation of Profit Rate to Industry Concentration: American Manufacturing”.

¹¹ Huergo, Elena (2001); “El diagnóstico del poder de mercado en economía industrial”.

¹² Demsetz (1973) señala las limitaciones para inferir comparaciones entre el nivel de competencia en distintas industrias a partir de un simple índice, ya que un alto nivel de concentración podría

producir mejores resultados, debido a las ganancias de eficiencia que se pueden obtener en firmas con mayor participación de mercado, principalmente debido a economías de escala.

Por lo tanto, existen dos explicaciones –en las que lo que suceda en cada mercado dependerá de su estructura, las tecnologías de producción y la conducta de los agentes– para el paradigma E-C-R que permitirían revelar la relación entre concentración¹³ y resultados. De la primera, se concluye que un mayor nivel de concentración podría impactar negativamente sobre el bienestar de los consumidores, ya que éstos enfrentarían mayores precios que los que tendrían en mercados menos concentrados, dado el poder que pueden ejercer los oferentes, los cuales obtendrían mayores beneficios a partir de la estructura existente en la industria. Por su parte, una segunda explicación para la relación positiva entre concentración y resultados en algunas industrias, es que mayores niveles de concentración pueden generar mayores niveles de eficiencia productiva, lo cual permitiría a los oferentes producir con costos menores. De esta forma se incrementa el bienestar de los consumidores además de existir mejores resultados para los productores.

Lo anterior implica que el análisis de los mercados desde el paradigma E-C-R y las conclusiones que se deriven de éste, deben ser tomadas con cautela y contrastadas con metodologías alternativas, como la utilización de modelos estructurales que requieren información que, en muchas oportunidades, no se encuentra fácilmente disponible. Sin embargo, la simplicidad y accesibilidad de información le dan valor a esta metodología, pues nos permitirá contar con un panorama general de algunos mercados

reflejar no sólo poder de mercado, sino también la existencia de empresas muy eficientes que hubieran aprovechado esa ventaja para eliminar a rivales menos competitivos.

¹³ Es preciso señalar que en mercados concentrados se pueden generar ambientes más propicios para acuerdos colusivos que afecten la libre competencia, dados los menores costos de transacción de ponerse de acuerdo entre los participantes.

chilenos¹⁴. A continuación se analiza la estructura, comportamiento y resultados para un grupo de mercados chilenos.

Estructura

Con la finalidad de analizar la estructura de algunos mercados, se utilizarán índices de concentración estándares para tales efectos. Los índices de concentración analizados corresponden al Índice de Herfindahl-Hirschman (IHH)¹⁵ y el C3, el cual corresponde a la suma de las cuotas de mercado de las tres empresas con mayor participación.

Para el índice IHH, es posible comparar umbrales de referencia utilizados por instituciones especializadas en competencia en algunas regiones del mundo, los cuales permiten clasificar estructuras de mercado en baja, media o alta concentración. Dichos umbrales se observan en la Tabla 1.

¹⁴ Se contempla a futuro realizar análisis específicos por industria, con la finalidad de identificar trabas particulares a la competencia y posibles soluciones.

¹⁵ El índice corresponde a la suma de los cuadrados de la cuota de mercado de las empresas de una industria en particular. Mientras más cercano a 0, mayor cantidad de empresas se reparten el mercado, en tanto que si existe sólo una empresa que posee el 100% del mercado, el índice toma el valor de 10.000.

Tabla 1: Tabla Comparativa IHH

	Chile	Estados Unidos	Unión Europea
Bajo	< 1.500	< 1.000	< 1.000
Medio	1.500 – 2.500	1.000 -1.500	1.000 – 2.000
Alto	< 2.500	<1.500	< 2.000

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Fiscalía Nacional Económica (Chile), USDoJ & FTC (EEUU) y European Comisión (UE).

Respecto al índice C3, no existen umbrales explícitos establecidos por instituciones encargadas de velar por la libre competencia, sin embargo la facilidad para obtener la información que permite su construcción y lo sencillo que es su entendimiento, lo convierten en un índice bastante utilizado, a pesar de las críticas que recaen sobre él, entre las que se encuentra su arbitrariedad en relación al IHH.

Teniendo en consideración lo anterior, la Figura 4 muestra los niveles de concentración de algunas industrias para el año 2013¹⁶, considerando las ventas anuales o número de clientes – en caso que no sea posible acceder a la información de ventas- como variable para determinar la concentración. Se puede observar que, salvo la banca¹⁷, el resto de los sectores presentan un nivel de concentración alto o medio, considerando los umbrales del país para el IHH. En tanto, respecto al C3, prácticamente en todos los mercados

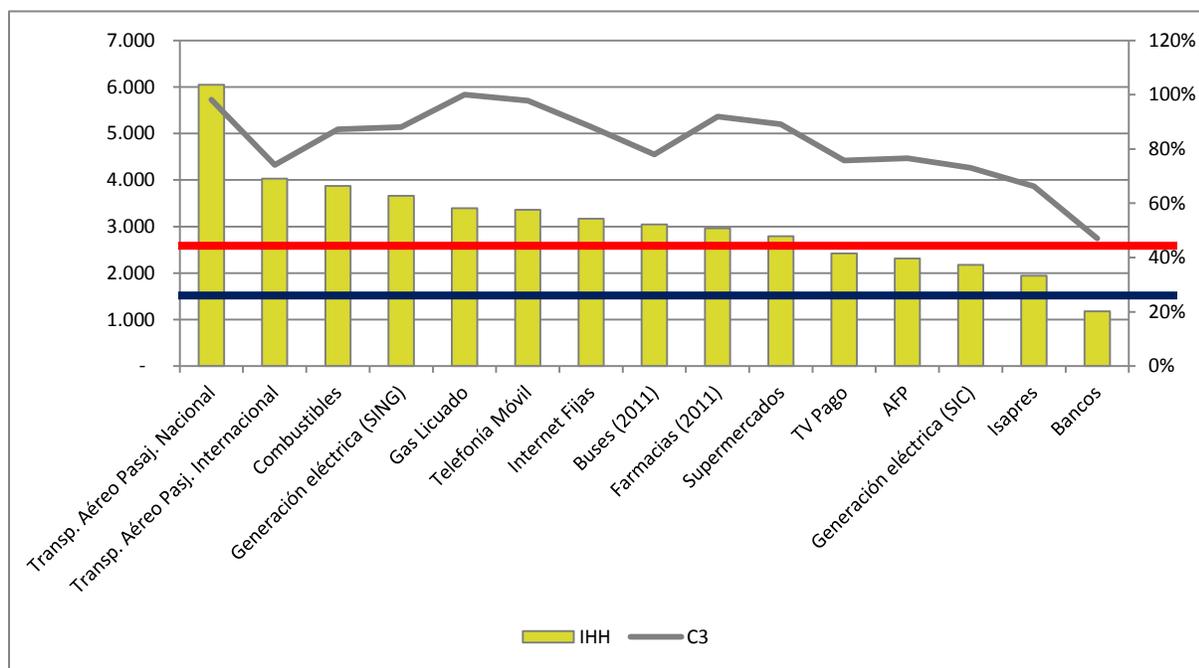
¹⁶ En algunos casos no es posible contar con la información del año 2013, por lo cual se utiliza la información más actualizada disponible. En estos casos se agrega el año al cual pertenece la información en el nombre de la industria.

¹⁷ Concentración bancaria calculada en base al total de activos. El indicador puede variar si se consideran captaciones, colocaciones o la participación en empresas relacionadas como sociedades de apoyo al giro bancario.

en estudio se observa que existen tres empresas que representan sobre el 50% del mercado.

Lo anterior confirma que en los mercados considerados los niveles de concentración son una señal de alerta de posibles problemas de competencia. Tal como se ha señalado, si bien la alta concentración de los mercados no implica falta de competencia, si es claro que los mercados concentrados posibilitan la existencia de atentados a la libre competencia, por ejemplo, en mercados concentrados los costos de transacción para generar acuerdos colusivos son menores, además de simplificar la supervisión de dichos acuerdos por parte de los integrantes.

Figura 4: Muestra de industrias e indicadores de concentración 2013



Fuente: Elaboración propia en base a memorias anuales de la industria, superintendencias y subsecretarías asociadas a cada mercado.

En la figura anterior, se puede señalar que gran parte de las industrias en análisis supera el rango alto de concentración del IHH (2500). Sólo la Banca se encuentra en el rango de concentración bajo, sin embargo, en el último tiempo se ha cuestionado el papel que pueden jugar las sociedades de apoyo al giro en el nivel de competencia en la banca chilena.

La participación de mercado que tienen algunos bancos en las sociedades de apoyo al giro puede ser una barrera a la competencia en la banca, en este caso, tres bancos de la plaza poseen el 65% de esta sociedad de apoyo al giro. La siguiente tabla muestra la estructura de propiedad de Transbank, sociedad de apoyo al giro que en 2005 fue sancionada por el TDLC por aplicar descuentos por volumen solo a los socios de la empresa, es decir, a los bancos:

Tabla 2: Propiedad Transbank 2014

Banco	% Propiedad
Banco de Chile	26.2%
Banco Santander - Chile	25.0%
BBVA	14.0%
Banco Corpbanca	8.7%
BCI	8.7%
Banco del Estado	8.7%
Scotiabank	8.7%

Fuente: Elaboración propia en base a información financiera de la empresa.

En el caso de las Isapres, si bien la industria posee un menor nivel de concentración que otras industrias de la economía, hay una serie de características que generan un escenario propicio para que las empresas puedan limitar la competencia. Una de ellas son las asimetrías de información existentes. Hoy en día, el número de planes de salud supera los 50 mil, lo cual indudablemente genera una asimetría entre oferentes y demandantes, además, la integración entre Isapres, clínicas y otros participantes del mercado generan barreras a la entrada de nuevos competidores.

Conducta

Tal como se señaló con anterioridad, obtener información sobre precios y costos para los mercados en estudio es complejo, puesto que mucha de esta información no es pública, salvo en el caso de algunas industrias que cuentan con Superintendencia. Dado lo anterior, como alternativa a estas variables, en la presente sección se utilizan los datos relativos a reclamos de los consumidores en el Servicio Nacional del Consumidor (Sernac)¹⁸.

La utilización de reclamos como variable para estudiar el comportamiento de las empresas se fundamenta en el hecho que los mercados competitivos no sólo generan bienestar para los consumidores por la vía de menores precios, sino también porque permiten a los consumidores acceder a bienes y servicios de mejor calidad, percepción de calidad que está asociada a las expectativas¹⁹ de los consumidores.

¹⁸ De acuerdo a la International Competition Network (ICN), el bienestar de los consumidores y la libre competencia son dos áreas relacionadas, y que las agencias regulatorias deben integrar dentro de su rango de acción. Se señala que existen agencias que utilizan la gestión de reclamos como fuente de información sobre la industria.

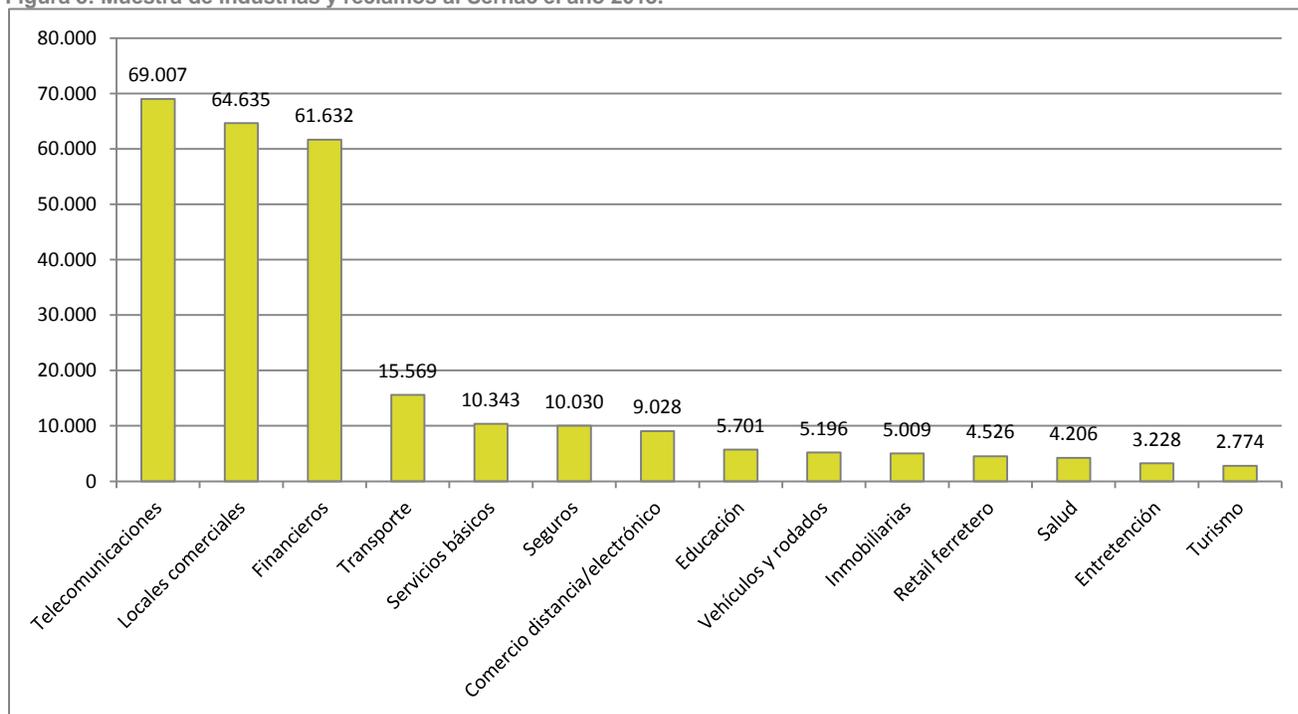
¹⁹ En un mercado competitivo que afecte de forma directa a los consumidores las empresas debiesen enfocarse a la satisfacción de los consumidores. No necesitan hacerlo cuando no hay una amenaza creíble de perder participación en el mercado.

La existencia de altos niveles de reclamos es una muestra de insatisfacción por parte de los consumidores de los bienes y servicios entregados por las firmas que operan en los respectivos mercados.

Respecto a los reclamos, las conclusiones extraídas de esta información deben ser cautelosas, pues los datos no se encuentran ponderados por el número de clientes de cada industria ni la frecuencia de uso de los servicios. Esto, debido a que en la clasificación entregada por el Sernac, en algunos casos, es complejo realizar ese ejercicio.

Lo anterior representa una debilidad. No obstante, si suponemos que en buena parte de los mercados es la población total el mercado relevante -tal es el caso, por ejemplo, de servicios de telefonía móvil, por cuanto la penetración es mayor a un 100%; claramente la lógica anterior no aplica al mercado de los seguros, por cuanto la cobertura de estos no cubre al 100% de la población-.

Figura 5: Muestra de industrias y reclamos al Sernac el año 2013.



Fuente: Elaboración propia en base a información de reclamos Sernac.

En la figura anterior, se observa que las industrias donde se concentran los reclamos de los consumidores²⁰ en el año 2013, corresponden a Telecomunicaciones, Locales Comerciales, Servicios Financieros, Transporte, Servicios Básicos y Seguros. Justamente gran parte de los reclamos se concentran en servicios, es decir, en bienes no transables y en los cuales como se observó en la sección anterior, existe una alta concentración de mercado.

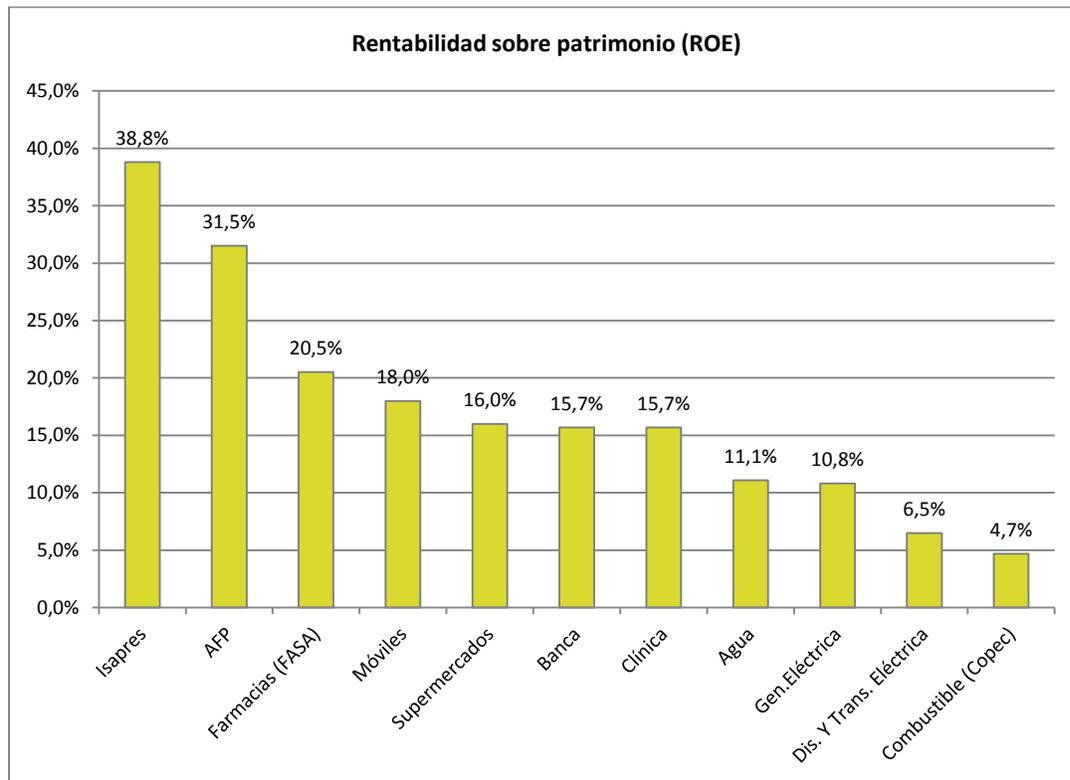
²⁰ Es preciso señalar que esto no implica que industrias con bajos niveles de reclamos no presenten insatisfacción en sus clientes. Sin embargo, para que el consumidor tome la decisión de formalizar su insatisfacción por medio de un reclamo, debe existir bastante descontento.

Resultados

Respecto a resultados, en las figuras 6 y 7 se muestra la rentabilidad sobre el patrimonio (ROE) –el cual muestra la rentabilidad que puede ofrecerse a los capitales propios– y sobre los activos (ROA) –el cual representa la rentabilidad de una firma o industria, respecto a los capitales utilizados, sean propios o ajenos– para el caso de algunas industrias en el año 2013.

Como se observa en la Figura 6, respecto a la rentabilidad de los capitales propios (ROE) se observa que las Isapres, compañías móviles, AFPs, banca y clínicas lideran este indicador, obteniendo en cada uno de los casos rentabilidades sobre el patrimonio superiores a un 15% para el año 2013. Coincidentemente, estas industrias constantemente están en tela de juicio respecto al grado de competencia que muestran.

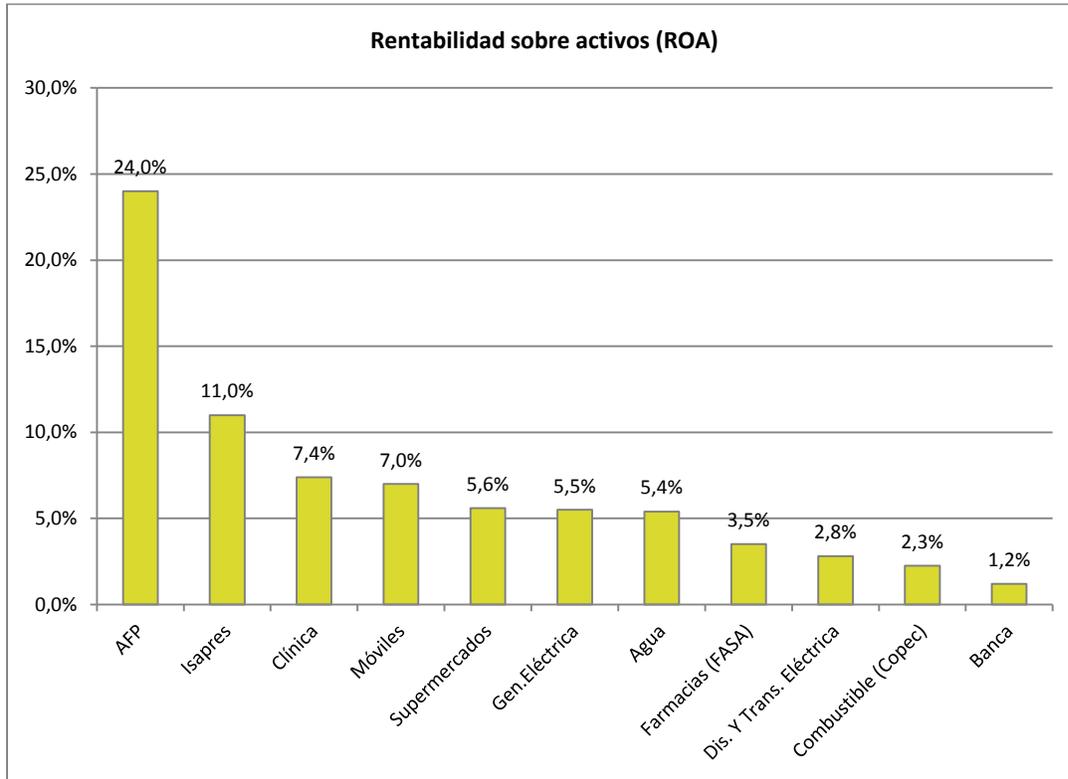
Figura 6: Muestra de industrias e indicadores de rentabilidad sobre patrimonio (ROE) 2013



Fuente: Elaboración propia en base a memorias anuales de la industria, superintendencias y subsecretarías asociadas a cada mercado.

Respecto a la rentabilidad sobre activos (ROA) en la Figura 7 se observa que, al igual que en el caso anterior, las AFPs, Isapres, compañías de telefonía móvil y clínicas lideran este índice.

Figura 6: Muestra de industrias e indicadores de rentabilidad sobre activos (ROA) 2013



Fuente: Elaboración propia en base a memorias anuales de la industria, superintendencias y subsecretarías asociadas a cada mercado.

Una relación positiva entre concentración y rentabilidad no implica falta de competencia en la industria. Como se señaló en la descripción del paradigma de E-R-C, altos niveles de concentración pueden ir de la mano con economías de escala o de ámbito –las cuales en general pueden beneficiar a los consumidores–, que producen incrementos en la rentabilidad por la vía de una producción más eficiente. Por el contrario, bajos niveles de concentración no implican necesariamente que la industria en cuestión se encuentre ausente de problemas a la competencia.

Muestra de ello es que la banca es uno de los sectores que comúnmente es sentado en el banquillo de los acusados debido a problemas de competencia, aun cuando los niveles de concentración en este sector parecieran ser bajos, dados los umbrales del IHH. Pese a esto, si se trata de una industria con altas barreras a la entrada, con alta concentración en sociedades de apoyo al giro²¹ –necesarias para el correcto funcionamiento del negocio– y con importantes asimetrías de información²².

Por lo tanto, para concluir que existe falta de competencia en cierto mercado en particular, es necesario realizar un estudio específico y detallado de la industria, tarea que a futuro se abordará para cada una de las industrias analizadas desde la óptica de E-C-R.

Sin embargo, este ejercicio ha permitido tener un panorama general de las principales industrias que están constantemente cuestionadas por su nivel de competencia. Si bien no es posible establecer con certeza falta de competencia en estas industrias, a partir de la información analizada, si es posible señalar que existen indicios de que no existiría la competencia deseada, entre otros, por la estructura de los mercados que posibilitan la existencia de faltas a la libre competencia.

21 Para mayor análisis de la industria bancaria ver “Competencia en Servicios Bancarios a Personas”. González, Aldo; Gómez Lobo, Andrés (2010).

22 Piedrabuena, Bernardita (2013); “Competencia en el Mercado bancario del crédito en Chile”.

V. Conclusiones

La competencia es uno de los pilares básicos de toda economía de mercado. Fundamentalmente porque ésta permite que los consumidores adquieran bienes y servicios de calidad a un precio justo. Además, es la competencia la que posibilita la iniciativa privada, el emprendimiento y la innovación, conceptos de moda en nuestro país en los últimos años.

Analizar el grado de competencia en los mercados no es una tarea simple, por cuanto se requiere información específica que es compleja de obtener, no en vano, la institucionalidad de defensa de la libre competencia requiere tiempo y recursos significativos para investigar posibles atentados a ésta.

El objetivo del presente estudio no fue sentar en el banquillo de los acusados a determinados actores por conductas que atenten a la libre competencia, sino más bien analizar a partir de información pública si efectivamente existen indicios que fundamenten el desarrollo de estudios específicos en determinadas industrias.

A partir de la información revisada, es posible identificar que en una serie de industrias existen altos niveles de concentración, los cuales posibilitan que las empresas puedan, eventualmente, ejercer poder de mercado. Justamente las industrias que se encuentran en el rango de concentración alto son las que lideran el ingreso de causas por posibles atentados a la libre competencia en el TDLC.

Respecto a los reclamos, que está relacionado con la calidad que perciben los consumidores en los bienes y servicios demandados, Telecomunicaciones lidera el listado de empresas, coincidentemente una de las industrias con mayor concentración de mercado y que acapara un porcentaje importante de las causas que investiga el TDLC respecto a faltas a la libre competencia.

Finalmente, respecto a la rentabilidad de las industrias, si bien Isapres y AFPs – que son quienes lideran en este aspecto- no son industrias que se caractericen por altos niveles de concentración, constantemente son cuestionadas por los niveles de competencia que existen en sus respectivos mercados producto de características propias de la industria.

En conclusión, si bien no es posible asegurar con certeza a partir del presente análisis que existe poca competencia en Chile, la estructura de los mercados, su operación y antecedentes surgidos en los últimos años siembran dudas respecto al correcto funcionamiento y libertad en los mercados. Dudas que bastan para profundizar a futuro en el estudio particular de cada una de las industrias que generan más dudas en su funcionamiento.

VI. Bibliografía

- Agostini, Claudio (2007). “Institucionalidad e incentivos para la libre competencia”. Expansiva.
- Arrow, Kenneth (1951). “An Extension of the Basic Theorems of Classical Welfare Economics”. Stanford University.
- Bain, Joe (1951). “Relation of Profit Rate to Industry Concentration: American Manufacturing, 1936–1940”. *Quarterly Journal of Economics*, 65(3), pp. 293-324.
- Benítez, Daniel y González, Aldo (2009). “Optimal Pre-Merger Notification Mechanisms”. The World Bank.
- Briones, Ramón, Briones, Cristián y Bosselin, Hernan (2012). “Modelo económico social y competencia en los mercados. Chile: un caso de oligopolio y asistencialismo”.
- Caviedes, Cristóbal (2012). “Sistemas de control preventivo de fusiones en derecho comparado”. Facultad de Derecho de la Universidad de Chile.
- Centre for European Reform CER (2005). “Consumers and EU competition policy”. CER Policy briefs.
- Department for Business Innovation and Skills, UK (2011). “A competition regime for growth: a consultation on options for reform”.
- Diaz, Galetovic, Sanhueza (2008). “Entrada, concentración y competencia: Supermercados en Chile 1998-2006”. Banco Central de Chile.
- Fiscalía Nacional Económica (2006). “Guía interna para el análisis de operaciones de concentración horizontales”.
- González, Aldo (2007). “La delación compensada o amnistía en la lucha anti-carteles”. TIPS, Departamento de Economía de la Universidad de

Chile.

- González. Aldo y Gómez – Lobo, Andrés (2010). “Competencia en servicios bancarios a personas”. Departamento de Economía de la Universidad de Chile.
- González. Eduardo y Cárcaba, Ana (2002): “Una interpretación de los índices de ineficiencia productiva desde la teoría de recursos”. Universidad de Oviedo.
- Global Competition Review (2013). “Rating Enforcement”.
- “How the Punishment of the European Union Competition Law and United States Antitrust Law Reflect Respective View on Competition”, [www.voices.yahoo.com](http://voices.yahoo.com/how-punishment-european-union-competition-4523875.html?cat=17), disponible en: <http://voices.yahoo.com/how-punishment-european-union-competition-4523875.html?cat=17>, visitado el 28 de junio de 2013.
- Huergo Orejas, Elena (2001). El diagnóstico de poder de mercado de economía industrial: una revisión de la literatura empírica española del siglo XX. [Documento de trabajo].
- International Competition Network ICN (2005). “Consumer Outreach by ICN members”.
- ITU (2008). “Empresa eficiente: Metodologías, modelación y aplicaciones de regulación tarifaria”.
- Langus, Gregor y Motta Massimo (2006). “The effect of antitrust investigations and fines on the firm valuation”. European University Institute.
- Morales, Jeanette Vega (2004). "Política Nacional de Medicamentos". Ministerio de Salud, Santiago de Chile.
- Nehme, Nicole y Mordoj Benjamín (2012). “Diseños institucionales de control de concentraciones”. Estudios Públicos.

- OECD (2010). “Chile - Accession report on Competition Law and Policy”. Country Studies.
- Office of Fair Trading OFT (2007). “A quick guide to competition and consumer protection laws that affect your business”. OFT911. Office of Fair Trading.
- Piedrabuena, Bernardita (2013). “Competencia en el mercado bancario del crédito en Chile”. Presentado el 3 de mayo de 2013 en Seminario de Macroeconomía y Finanzas del Banco Central de Chile.
- Posner, Richard (1972). “Economic analysis of law”. Boston.
- The World Bank & ITU (2012), “The little data book on information and communication technology”.
- Vasallo, Carlos (2010). “El Mercado de medicamentos en Chile: caracterización y recomendaciones para la regulación económica”. Santiago de Chile.
- VI Encuesta de Presupuestos Familiares (2007). Instituto Nacional de Estadísticas. Santiago de Chile.