

COLUMNAS / ECONOMÍA

Colusiones

El Ciudadano · 28 de diciembre de 2016





Arcadio Cerda

Una vez más la comunidad nacional recibe información sobre una nueva colusión, ahora en el mercado de los pañales desechables. A pesar que dichos eventos ocurrieron hace varios años, molesta que nuevamente se abuse de los consumidores, donde siempre los más desvalidos o personas con bajos ingresos son afectados por este poder en la fijación de precios de parte de algunos productores inescrupulosos.

La economía de libre mercado presupone que los mercados son competitivos y que por ello ningún agente económico, ni compradores ni vendedores, tiene poder sobre el otro en la fijación de los precio. Lo anterior, tiene mucha validez cuando existen muchos productores y consumidores, lo que no permite ponerse de acuerdo para fijar los precios por los costos que implicaría hacerlo. En el caso de los pañales existen tres empresas que capturan casi todo el mercado; Kimberly Clark, Empresas CMPC y Procter & Gamble las que representan más del 95% del mercado. Las dos primeras empresas representan cerca del 73% del mercado, lo que les permitió ponerse de acuerdo para fijar y definir alzas de precios.

El perjuicio sobre las personas es difícil medirlo, pero se podría aproximar conociendo las cifras de ventas y costos para el periodo en cuestión.

Lamentablemente las compensaciones a los afectados es casi imposible realizar, y a mayor abundamiento, se han observado en otros casos de colusión que los precios no necesariamente disminuyen posterior al descubrimiento de este tipo de casos. Sin lugar a dudas productos que poseen pocos sustitutos y que son ofrecidos por pocos oferentes, tienden a tener una mayor probabilidad para que los productores se pongan de acuerdo en la fijación de precio y obtener así una mayor rentabilidad.

La única manera de contrarrestar la colusiones es subiendo los costos a los gerentes y dueños de las empresas cuando incurran en este tipo de faltas. Mientras no existan penas y multas incentivadoras a realizar lo correcto, seguirán observando este tipo de eventos. Otra alternativa es obligarlos a bajar los precios por un periodo determinado, el cual debería estar en función del tiempo y perjuicio generado el accionar de las empresas coludidas.

*Doctor en Economía

Decano Facultad de Economía y Negocios

Universidad de Talca

Fuente: [El Ciudadano](#)