

Análisis/ Carteles y competencia

Noviembre 22 de 2015 - 2:53 pm

in Share

f Compartir

Twitter

Enviar

Comentarios

Iniciar sesión



Tanto a nivel nacional como internacional existen denuncias por prácticas anticompetitivas contra algunas compañías.
Foto: 123RF

El paradigma dominante sostiene que la competencia beneficia a los consumidores, pues asegura calidad de los productos y precio justo, pero las regulaciones del Estado pueden ser afectadas por la corrupción y los grupos de interés.

El paradigma dominante sostiene que la competencia beneficia a los consumidores, pues asegura calidad de los productos y precio justo, pero las regulaciones del Estado pueden ser afectadas por la corrupción y los grupos de interés.

Existen denuncias por prácticas anticompetitivas de Google, al privilegiar resultados en su motor de búsqueda, incurriendo en competencia desleal, además del abuso de posición dominante y acuerdos anticompetitivos con fabricantes de teléfonos móviles y tabletas para privilegiar el uso del sistema Android. Por ello, la Comisión Europea envió pliego de cargos a la compañía por “favorecer sus propios productos en las búsquedas en internet” (El Tiempo, abril de, 2015). Google enfrenta una multa del 10 por ciento de sus ingresos, cerca de 6.200 millones de euros, por restringir a los desarrolladores adelantar labores publicitarias en igualdad de condiciones.

Por su parte, Microsoft recibió una multa de 731.000 millones de dólares en el 2013 por no cumplir el acuerdo firmado en el 2009, bajo el cual se comprometía a permitir a los usuarios de Microsoft instalar otro navegador, añadiendo los iconos de sus competidores. Con sus ventas ‘atadas’ al adquirir el software de Microsoft, el consumidor adquiría el navegador explorer y el reproductor de música Windows Media Player, exclusivamente.

De otro lado, la Comisión Nacional para los Mercados y la Competencia en España, abrió un expediente sancionador por pacto de precios en el sector petrolero y en febrero del 2015 impuso multas a Repsol de 32,4 millones de euros, a Cepsa, 10 millones; a Disa, 1,3 millones; a Galp, 800.000 euros, y a Meroil 300.000 euros, al comprobar intercambio de información sobre redes comerciales entre Repsol y Cepsa, un acuerdo de no agresión en precios entre Cepsa y Disa, e intercambio de información en materia de precios y márgenes entre Disa y Meroil.

Igualmente, la Comisión Europea multó con 1.700 millones de euros al Deutsche Bank, Royal Bank of Scotland, Société Générale, J.P. Morgan, Citigroup y RP Martin por manipular las tasas de interés interbancarias (Libor), para modificar precios de los derivados financieros: los traders de los bancos sancionados discutían entre ellos los datos que ofrecería cada entidad para el cálculo del euríbor, así como sus estrategias de negociación y fijación de precios.

El caso más reciente es la apertura de un expediente en España, en marzo de 2015, por posibles prácticas anticompetitivas, denunciadas por Spain Pharma en el 2005. El Tribunal Supremo declaró, en su Sentencia 3 de diciembre del 2014, que la conducta obstaculizaba el comercio, pues el contrato de suministro entre Pfizer y algunos distribuidores mayoristas tenía un sistema de doble precio.

En Colombia, cabe destacar las investigaciones abiertas desde el 2012 por la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) contra empresas azucareras (Resolución 5347 de 2012) con respecto a dos prácticas anticompetitivas: un acuerdo entre los ingenios azucareros y Asocaña para restringir las importaciones de azúcar al país, y por la colaboración entre ingenios para compartir información sobre precios, cuotas de mercado y ventas.

Las pruebas recopiladas por la SIC revelan que se planearon estrategias para impedir importaciones de azúcar: se pedía autorización para importar azúcar, comprar los excedentes de azúcar de Bolivia para evitar que ingresaran al país y luego venderlos a otros países. Y además, pedir al Gobierno que solo autorice desembarcar azúcar en puertos de la Costa Atlántica, en lugar del puerto de Buenaventura, con el fin de hacer más costosas las importaciones.

En otro sector, Tecnoquímicas, Tecnosur, Colombiana Kimberly Colpapel, Productos Familia y Drypers Andian, dueños de las marcas Winny Ultratrim, Pequeñín, Huggies y Baby Sec, son las empresas implicadas en el cartel de los pañales. Se investiga que durante 14 años (2000-2013) existieron acuerdos entre las compañías para fijar precio, calidad y formas de comercialización de los pañales. La SIC estima un aumento pactado del 10 por ciento sobre el precio de los pañales, y la contundencia de las pruebas (más de 700 correos, 30 declaraciones, 20 reuniones hechas en el exterior) llevó a dos de las empresas a acogerse al programa de delación de la SIC.

También, el cartel de los cuadernos se reveló por el mismo mecanismo de delación, y a principios del 2015 se formuló pliego de cargos contra Carvajal Educación, Scribe Colombia y Kimberly Colpapel. Los acuerdos anticompetitivos incluían políticas de descuentos (en Colombia y países vecinos), acuerdos de precios y restricción de cantidades ofertadas para los mercados de Venezuela, Colombia y Ecuador, y pactos sobre obsequios al consumidor.

Asimismo, la SIC abrió investigación a Colmotores por sus exigencias a los concesionarios para restringir las ventas de sus competidores: los concesionarios Los Coches y Calima dejaron de vender vehículos de marca Chevrolet porque que Colmotores no permitía que se comercializaran vehículos de otras marcas, y ‘amenazaba’ a los concesionarios con la no renovación o prórroga de los contratos.

Y este año salieron también a flote sanciones de la SIC a dos grandes molinos del sector arrocerero del país, una cifra que asciende a los 33.000 millones de pesos, pues cerca de 250.000 productores están a merced de cinco molinos, que concentran alrededor del 50 por ciento de la comercialización del grano.

El mercado, si puede ser útil, sí funciona.

Beethoven Herrera Valencia

Profesor de las universidades Nacional y Externado

Con colaboración de Ana María Estrada