

Transparencia y
política de competencia

GLOSARIO

Autoridades de competencia (o agencia antimonopolios). Es la autoridad encargada de proteger los procesos de competencia y libre concurrencia, mediante la prevención y eliminación de prácticas anticompetitivas para contribuir al bienestar de la sociedad.

Asignación eficiente. Es la forma más eficiente de distribuir los recursos económicos existentes entre sus diferentes usos. Para que los mercados aseguren la asignación eficiente de los recursos deben contener la información necesaria, lo cual, permite que éstos se asignen de la mejor manera.

Barreras a la entrada. Se les conoce así a los factores que impiden o dificultan la incorporación de nuevas empresas a una industria. Las barreras pueden ser estructurales, es decir, se derivan de ciertas características de la industria, tales como la tecnología, altos costos y la demanda, pero también pueden ser estratégicas, las cuales se derivan del comportamiento de los agentes ya establecidos.

Beneficio económico (o utilidad económica). Es la riqueza que obtiene el agente económico como resultado de algún proceso económico. Las ganancias se pueden cuantificar mediante la diferencia entre ingresos y costos totales.

Best practices (Mejores prácticas). Son documentos emitidos por las autoridades de competencia (generalmente de países de alto desarrollo) que sirven como marco de referencia a las partes interesadas, reducen trabas administrativas y hacen más eficiente y transparente el proceso de revisión de alguna práctica anticompetitiva. Se exponen ciertos casos de éxito sobre condicionamientos impuestos a fusiones, los cuales sirven para que se consulten cuando haya incertidumbre y que, tanto sus procedimientos como sus decisiones, puedan ser predecibles.

Bienestar del consumidor. Beneficios individuales derivados del consumo de bienes y servicios. En teoría, el bienestar individual sólo puede ser evaluado por el propio individuo, de acuerdo con el grado de satisfacción, precios e ingreso personal.

Case Law. Es una herramienta que utilizan diversas autoridades de competencia que sirve para presentar algún caso, explicar el proceso de investigación y cómo se llegó a la resolución.

Colusión. Acuerdo entre dos o más empresas que tiene como objetivo definir de manera mutua sus acciones y maximizar sus ganancias. La finalidad es que cada una de las empresas participantes en dicho acuerdo tome control de una porción del mercado. La falta de rivalidad entre las empresas les permite actuar de manera monopólica, impidiendo a otras empresas entrar y fijando precios superiores a los competitivos.

Competencia. Es una situación en donde diferentes empresas privadas se enfrentan en un mercado para ofrecer sus productos ante un conjunto de consumidores que constituyen la demanda, y contienden entre sí con el objetivo de maximizar sus ganancias.

Competencia perfecta. Es una estructura de mercado hipotética en la cual, ningún productor ni consumidor es fijador de precios ni tiene poder sobre las decisiones de los demás agentes. Además, todos tienen el mismo acceso a la información, por lo que están en igualdad de condiciones para competir. El precio se determina mediante la interacción de todos los agentes.

Concentración. Término que refleja el nivel de competencia que prevalece en un mercado específico. Los extremos de concentración son la competencia perfecta y el monopolio, entre los cuales, se pueden encontrar estructuras de mercado con diferentes grados de competencia. También se conoce como concentración a la fusión de dos o más empresas.

Costos de transacción. Se refiere a todos aquellos costos (excluyendo a los monetarios), que son consecuencia de una transacción económica adecuada para ambas partes. Es decir, son los costos en que se incurre por la búsqueda de información, negociación, tiempo, costos legales, entre otros.

Criterios (Guidelines). Son documentos emitidos por las Autoridades de Competencia, cuyo objetivo es permitir a los lectores identificar bajo qué circunstancias, una práctica monopólica debe ser notificada a la Comisión y conocer los elementos de análisis que se aplican en su evaluación.

Índice. Se le llama así a una serie numérica que expresa la evolución de una determinada variable en el tiempo la cual, toma como referencia algún dato y expresa los demás con relación a éste.

Fusión. Consiste en la unión entre dos o más empresas. Puede haber fusiones horizontales y verticales.

Fusiones horizontales. Son las fusiones que se dan entre empresas en la misma etapa de producción (mismo mercado).

Fusiones verticales. Son las fusiones que implican empresas en diferentes etapas de producción (diferentes mercados).

Leyes de competencia. Constituyen el conjunto de leyes que tienen por objeto proteger el proceso de competencia y libre concurrencia, mediante la prevención y eliminación de monopolios, prácticas monopólicas y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados de bienes y servicios.

Mercados segmentados. Es un mercado que está dividido en submercados, cada uno de los cuales, es un mercado relevante diferente, pero donde todos comparten las mismas características. Se singulariza por tener impedimentos al flujo de clientes entre los sub-grupos.

Mercado relevante. Se refiere al mercado que se utiliza en los análisis sobre política de competencia; para ello, se deben delimitar el mercado geográfico y los bienes o servicios que corresponden a dicho mercado. Se entiende como la línea de comercio en la que se ha restringido la competencia dentro de una determinada área geográfica. Su definición también incluye todos los productos o servicios sustituibles, así como los competidores cercanos a los que podrían recurrir a corto plazo los consumidores en caso de que, a consecuencia de la restricción o la práctica abusiva impuestas, hayan aumentado considerablemente los precios.

Poder de mercado. Capacidad de una empresa o un grupo de empresas para elevar o mantener los precios por sobre el nivel que se impondría en condiciones de competencia; también se conoce como poder monopólico. El ejercicio de este poder se traduce en un menor volumen de producción y una disminución del bienestar económico.

Política de competencia. Se refiere a las leyes y otras medidas destinadas a estimular la competencia y garantizar las condiciones de competencia efectiva en la economía de un país, así como a la supervisión de las políticas públicas mediante la defensa de la competencia.

Práctica monopólica. Se le llama así a una amplia gama de prácticas comerciales de los agentes económicos, que tienen como objetivo dañar las condiciones de competencia para reforzar su posición en el mercado y por ende, maximizar sus utilidades sin tener que bajar precios ni mejorar la calidad de sus productos. Éstas se agrupan en dos tipos de prácticas: las absolutas (restricciones horizontales) y las relativas (restricciones verticales).

Prácticas monopólicas absolutas. Son todos aquellos acuerdos entre competidores cuyo objetivo sea fijar precios, fijar oferta, dividir mercados, coordinar posturas o licitaciones. Éstas son las faltas más graves al proceso de competencia, pues su propia existencia reduce el grado nivel de competencia del mercado y puede perjudicar a los consumidores.

Prácticas monopólicas relativas. Son todos aquellos contratos, convenios, procedimientos o combinaciones cuyo objeto o efecto sea desplazar a otros agentes del mercado. Entre estas prácticas destacan la imposición de condiciones de exclusividad de venta y depredación de precios, entre otras.

Precios competitivos. Son los precios que surgen por la competencia entre empresas. Éstos los fija el mercado, de manera que se establece un equilibrio entre lo que los consumidores están dispuestos a pagar por un bien, y lo que

las empresas están dispuestas a cobrar (equilibrio de oferta y demanda). Debido a esto, en un mercado con competencia perfecta, las empresas son tomadoras de precios y no tienen la capacidad de cobrar un precio mayor al que el mercado determina.

Racionalidad económica. En economía, es un supuesto que señala que los individuos actúan de manera consciente, por lo cual, en toda decisión buscan maximizar su utilidad.

Rentas monopólicas. Son las utilidades que obtiene una empresa en un mercado en el que no enfrenta competencia y es el único vendedor. Debido a ello, éste ejerce un gran control del precio que cobra, lo que le permite fijar precios mayores a los de un mercado competitivo.

Sustitutos. Bienes o servicios que, a pesar de que pueden ser diferentes entre sí, pueden satisfacer la misma necesidad del consumidor. En tal caso, un bien puede sustituir o entrar en competencia con otro; es el consumidor quien escoge la forma en que habrá de satisfacer sus necesidades.

Teoría de la captura. Teoría que señala que la intención de regular una industria puede verse distorsionada cuando existe información asimétrica entre reguladores y regulados. Es decir, cuando los agentes del mercado tienen mayor información que quien realiza la regulación, la interpretan y emplean en el sentido que más convenga al regulado. Cuando esto sucede, se dice que el regulador es atrapado, convirtiéndose la regulación en un instrumento por medio del cual, los grupos de interés pueden extraer mayores rentas. Fue desarrollada por el Premio Nobel de Economía de 1982, George Stigler.