

PAUTA GUÍA ESTUDIANTES

La colusión y su influencia en el funcionamiento del mercado

Introducción

Un sistema de libre mercado es aquel en el cual el precio de los productos se ajusta según el punto en el que coinciden la oferta y la demanda, es decir, el máximo precio que está dispuesto a pagar el comprador y el mínimo precio que está dispuesto a ofrecer el vendedor. De esta manera, según la oferta de ley y demanda el mercado se regula. La colusión ocurre cuando dos o más empresas de un mismo rubro se ponen de acuerdo para fijar precios, alzas de precios, cuotas de producción, etc.

Instrucciones:

1. A continuación, se te presentan 3 fuentes sobre casos de colusión que ha ocurrido en Chile en los últimos años. Lee cada una de ellas detenidamente.

Fuente 1

Caso Farmacias: testigo explica colusión de precios
10 marzo 2015 /Terra Chile

La Fiscalía Centro Norte comenzó este martes la presentación de la prueba en el juicio por el caso Farmacias, con el fin de acreditar ante el tribunal la participación culpable de los 10 ejecutivos de las cadenas farmacéuticas acusados como autores del delito de alteración fraudulenta de precios de medicamentos.

Durante la audiencia, el fiscal Jaime Retamal presentó al testigo Jaime Trewik Burle, ingeniero comercial que se desempeñaba en Farmacias Ahumada entre los años 2001 y 2010, quien a través de la presentación de una planilla, dio cuenta de cómo operaba el denominado mecanismo 123 de alza concertada de precios de medicamentos entre las farmacias.

La planilla presentada tenía un completo registro de 222 medicamentos, con sus precios originales y los valores a los que llegaron en las tres cadenas en fechas determinadas. La tabla detallaba qué cadena había procedido en primer, segundo y tercer lugar a subir los precios del fármaco. Esta planilla la elaboró el equipo donde trabajaba el testigo y se realizó en base a encuestas, que incluían compra de remedios y consulta de precios.

Esta planilla da cuenta del denominado mecanismo 123 de alza de precios, que consistió en que Farmacias Ahumada, Cruz Verde y Salcobrand utilizaron una fórmula. A una de estas empresas se le asignaba ser la líder en el alza del precio de un medicamento específico, subiéndolo el día 1. Las otras dos compañías verificaban en terreno que la primera empresa hubiera subido el precio. Al día siguiente la segunda compañía efectuaba también el alza, para que una vez verificado, la tercera empresa lo efectuara al tercer día. Las tres empresas acordaban qué medicamentos harían subir de precios, así como cuál de ellas tendría el número 1, 2 ó 3 dentro de este esquema.

Según el fiscal Jaime Retamal, este tipo de prácticas da cuenta de “alzas programadas”, “no corresponden al alza propia del mercado”. Añadió que existen antecedentes que permitirán establecer que a partir de determinada fecha hubo un alza de precios, que fue un alza sostenida y que fue metódica y eso es compatible con un acuerdo colusorio al alza de precios.

Durante la audiencia, los 10 ejecutivos farmacéuticos acusados por la Fiscalía Centro Norte se negaron a prestar declaración en el juicio oral que se sigue en contra de ellos.

Terra Chile (2015). *Caso Farmacias: testigo explica colusión de precios*. Recuperado de www.terra.cl

Fuente 2

Corte Suprema confirmó multas a dos empresas de buses por colusión. *Entre 2009 y 2010, Pullman Bus y Bahía Azul acordaron subir el precio de los pasajes entre Santiago y Cartagena*. Publicado: Jueves 29 de enero de 2015 | Autor: Cooperativa.cl

La Corte Suprema confirmó multas por colusión en los precios de los pasajes entre Santiago y Cartagena para las empresas Pullman Bus y Bahía Azul, las que deberán pagar poco más de 41 y 15 millones de pesos, respectivamente.

En fallo unánime, la Tercera Sala del máximo tribunal ratificó las sanciones que habían sido impuestas en primera instancia por el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia.

La colusión se dio en los años 2009 y 2010, cuando las mencionadas compañías acordaron subir los precios de los pasajes, actuar que a juicio de la Corte Suprema “constituye un abuso de poder”.

La denuncia que originó esta investigación surgió de un cajero de la empresa Bahía Azul en el Terminal de Cartagena, quien acusó que a partir del alza de Pullman Bus, la otra empresa también incrementaba los boletos, pero en un valor un 10 por ciento menor del alza original.

El experto en libre competencia y ex fiscal de la Fiscalía Nacional Económica, Gonzalo Escobar, comentó que “es muy probable que el beneficio sobre normal que haya obtenido Pullman Bus, que es el actor relevante dentro de este mercado, sea mucho mayor a la multa y, por lo tanto, eso te genera incentivos a volver a llevar a cabo esa conducta”.

“Las multas deben ir en proporción al daño causado, que sería un mecanismo más eficiente que genere los incentivos para evitar este tipo de conductas, y lo otro es para los actores o las personas que estén involucradas dentro del cartel; claramente debería existir pena de cárcel”, añadió el profesional.

En tanto, el presidente de la Organización de Consumidores y Usuarios de Chile (Odecu), Stefan Larenas, sentenció que “nos parece que esto ratifica que hoy se está fortaleciendo la institución de la libre competencia, básicamente en los pasajes interurbanos que son un mercado que tiene muchos problemas. Nos parece muy positivo este fallo, porque por mucho que apelen ya está claro que no hay vuelta atrás”.

Pullman Bus indicó que no han sido notificados, por lo que no se referirán al tema hasta tener información oficial.

Cooperativa.cl (2015). *Corte Suprema confirmó multas a dos empresas de buses por colusión*. Recuperado de www.cooperativa.cl

Fuente 3

TDLC condenó a Agrosuper, Ariztía y Don Pollo por colusión y ordenó disolver el gremio que las reúne.

25 / 09 / 2014

El Tribunal acogió el requerimiento presentado por la Fiscalía Nacional Económica a fines de 2011 y aplicó a las empresas avícolas multas que totalizan aproximadamente US\$ 61 millones por haber integrado un cartel que controló las cuotas de producción de la industria.

En su sentencia, el Tribunal ordenó, por primera vez desde que fue creado, la disolución de un gremio empresarial: la Asociación de Productores Avícolas, que reúne a estas compañías y que promovió y coordinó el acuerdo entre las firmas.

El Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC) resolvió hoy sancionar a las principales empresas avícolas del país: Agrosuper, Ariztía y Don Pollo, por haber integrado un cartel que controló las cuotas de producción de carne de pollo en el país al menos durante diez años.

Acogiendo un requerimiento presentado por la Fiscalía Nacional Económica (FNE) a fines de 2011, el Tribunal sentenció que estas compañías “se coludieron acordando limitar la producción de carne de pollo ofrecida al mercado nacional y asignándose cuotas en el mercado de producción y comercialización de dicho producto”.

Debido a ello, estableció multas a beneficio fiscal que totalizan 72 mil Unidades Tributarias Anuales (UTA), equivalentes a unos US\$ 61 millones. De este monto, Agrosuper y Ariztía fueron condenadas a pagar aproximadamente US\$ 25,4 millones (30.000 UTA) cada una y Don Pollo, US\$ 10,1 millones (12.000 UTA).

El Decreto Ley 211, que regula el sistema de libre competencia nacional, establece, desde 2009, una multa máxima de 30 mil UTA para los casos de colusión y esta es la primera vez que el Tribunal aplica una sanción ajustada al tope contemplado en la actual legislación.

También en una medida inédita, y a petición de la Fiscalía, el TDLC ordenó la disolución de la Asociación de Productores Avícolas (APA), gremio que reúne a las empresas del sector y coordinó el funcionamiento del cartel. [...]

El requerimiento contra las empresas avícolas fue presentado en noviembre de 2011 por la Fiscalía ante el TDLC, luego de una investigación que permitió establecer que, al menos durante una década, las empresas acusadas implementaron y ejecutaron un acuerdo para limitar su producción, controlando la cantidad producida y ofrecida al mercado nacional, y se asignaron cuotas en el mercado de producción y comercialización de dicho producto.

El cartel se sustentaba en un intercambio permanente de información sensible, estratégica y detallada del negocio entre las tres empresas acusadas, al alero de la APA, gremio que también se encargaba de monitorear el funcionamiento del acuerdo. El mecanismo implementado por Agrosuper, Ariztía y Don Pollo ocasionó un daño económico de al menos US\$ 1.500 millones, según un informe económico elaborado por profesionales externos de la Fiscalía.

Una vez que la sentencia del Tribunal sea notificada, las partes tienen un plazo de 10 días hábiles para reclamar ante la Corte Suprema, lo que daría inicio a un procedimiento que en promedio tarda unos 6 meses.

Fiscalía Nacional Económica. (2014). *TDLC condenó a Agrosuper, Ariztía y Don Pollo por colusión y ordenó disolver el gremio que las reúne*. Recuperado de <http://www.fne.gob.cl/>

2. Complete el siguiente cuadro para sintetizar la información de las fuentes analizadas.

	FUENTE 1 “Caso Farmacias”	FUENTE 2 “Alza pasajes de bus”	FUENTE 3 “Colusión Pollos”
¿Quiénes están involucrados?	Tres cadenas de farmacias: Farmacias Ahumada, Cruz Verde y Salcobrand	Dos compañías de buses: Pullman Bus y Bahía Azul	Tres empresas avícolas: Agrosuper, Ariztía y Don Pollo
¿Qué hacen?	Programaban el alza de precios de medicamentos entre las farmacias.	Acordaron subir el precio de los pasajes entre Santiago y Cartagena.	Controlaron las cuotas de producción de pollo por 10 años.
¿Por qué lo que hacen constituye un caso de colusión?	Porque las cadenas farmacéuticas programaban el alza de determinados medicamentos en determinados momentos, lo cual	Porque ambas compañías de buses acordaron subir los precios de los pasajes, lo cual constituye colusión.	Porque las empresas acordaron las cuotas de producción, lo cual constituye colusión.

	constituye colusión.		
¿Por qué estas empresas optan por coludirse?	Para generar más ganancias económicas.	Porque el alza de precios les generaba más ganancias que la multa por colusión.	Para controlar el mercado y generar ganancias económicas.
¿Qué consecuencias produce la colusión sobre los mercados, considerando especialmente el impacto sobre los precios?	Alza desmesurada en los precios.	Alza en los precios de los pasajes.	Inflación de precios y daño económico de al menos US\$ 1.500 millones
¿Qué consecuencias produce la colusión para las empresas involucradas (tanto en términos de sus ganancias como de las sanciones que reciben)?	Beneficios económicos mientras la colusión no sea descubierta, descrédito y sanciones legales y económicas si la colusión es comprobada.	En este caso los beneficios económicos se mantuvieron aún cuando los multaron.	Agrosuper y Ariztía fueron condenadas a pagar aproximadamente US\$ 25,4 millones (30.000 UTA) cada una y Don Pollo, US\$ 10,1 millones
¿Qué consecuencias produce la colusión para los consumidores, evaluando sus implicancias económicas y éticas?	Los consumidores se ven afectados porque la competencia no es justa y por tanto deben pagar los altos precios del mercado.	Se observa un abuso de poder por parte de las empresas para con los consumidores.	Falta de transparencia sobre el valor real de los productos, no hay libertad de competencia.

3. Con la información recolectada y junto a tus compañeros de grupo diseñen una campaña informativa y de sensibilización sobre los efectos de la colusión para los mercados y las personas a partir de una infografía o un poster. Fundamenten su campaña recogiendo los aspectos más relevantes de la información que sintetizaron en el punto 2. La campaña debe tener los siguientes elementos:
- Título.
 - Entrega de datos básicos sobre la colusión.
 - Cuáles son sus efectos.
 - Con qué herramientas cuentan las y los consumidores ante casos de colusión.
 - Creatividad y originalidad, ya que debe llamar la atención del público.
 - Distribución de información
 - También se evaluará el trabajo en equipo, el buen uso del tiempo y la entrega a tiempo del trabajo.

CRITERIO	EXCELENTE (3)	BUENO (2)	DEFICIENTE (1)	INSUFICIENTE (0)
TÍTULO	El título es creativo, describe precisamente el contenido y es fácil de localizar.	El título es efectivo, describe precisamente el contenido y es fácil de localizar.	El título es fácil de localizar	No hay título o este es difícil de localizar.
INFORMACIÓN BÁSICA SOBRE COLUSIÓN	Se evidencian todas las ideas centrales de la colusión de forma clara y precisa.	Se evidencia algunas de las ideas centrales del tema de forma clara y precisa.	Se evidencian pocas ideas principales y muchas secundarias. La información es confusa y extensa.	Se evidencian sólo ideas secundarias presentadas de forma confusa y extensa.
EFFECTOS O CONSECUENCIAS DE LA COLUSIÓN	Mencionan 3 efectos o consecuencias de la colusión.	Mencionan 2 efectos o consecuencias de la colusión.	Mencionan 1 efectos o consecuencias de la colusión.	No menciona efectos o consecuencias de la colusión.
HERRAMIENTAS DE LOS CONSUMIDORES ANTE COLUSIÓN	Mencionan 3 herramientas de los consumidores ante la colusión.	Mencionan 2 herramientas de los consumidores ante la colusión.	Mencionan 1 herramientas de los consumidores ante la colusión.	No mencionan herramientas de los consumidores ante la colusión.
DISTRIBUCIÓN	El uso del espacio muestra equilibrio entre las imágenes y texto.	El uso del espacio entre las imágenes y texto es levemente desequilibrado.	El uso del espacio entre las imágenes y texto es sumamente desequilibrado.	Sólo se evidencian elementos gráficos o sólo texto.
DISEÑO Y CREATIVIDAD	El diseño de la infografía contribuye a una clara comunicación de la información. (Tipo de letra, títulos, marcos, relación texto-imágenes, colores, etc.)	El diseño de la infografía no interfiere en la comunicación de la información.	El diseño de la infografía interfiere en la comunicación de la información.	No se evidencia un diseño de los elementos dentro de la infografía.
TRABAJO EN EQUIPO	Durante todas las clases el grupo se divide equitativamente las tareas y trabajan de forma cooperativa.	Durante la mayoría de la clase el grupo se divide equitativamente las tareas y trabajan de forma cooperativa.	La mitad del equipo asume sus responsabilidades y trabaja de forma cooperativa.	Se evidencia desorganización en la división de responsabilidades. Los integrantes trabajan individualmente.
USO DEL TIEMPO	Los integrantes del grupo usan el tiempo destinado a trabajar en clases de forma eficiente durante todas las sesiones.	Los integrantes del grupo usan el tiempo destinado a trabajar en clases de forma eficiente la mayor parte del tiempo.	Los integrantes del grupo se dedican la mayoría del tiempo destinado a trabajar a realizar otras cosas, usando el tiempo de forma ineficiente.	Los integrantes del grupo no trabajan durante la clase.
PUNTUALIDAD DE ENTREGA	La campaña es entregada a tiempo	La campaña es entregada entre 1-3 días de atraso.	La campaña es entregada entre 4-6 días de atraso.	La campaña es presentada con 7 ó más días de atraso.
TOTAL 27/				