

**Universidad de la República**  
**Facultad de Ciencias Económicas y Administración**  
**Cátedra de Microeconomía Avanzada**

**Defensa de la competencia: un marco conceptual**

Natalia Melgar  
Andrés Pereyra  
Laura Rovegno

## Índice

1. Importancia de la Defensa de la Competencia	página 2
2. Prácticas anticompetitivas	página 4
2.1. Prácticas empresariales restrictivas	página 4
a. Restricciones horizontales	página 4
b. Restricciones verticales	página 6
2.2. Concentraciones y fusiones	página 7
2.3. Posición dominante y poder de mercado	página 9
a. Posición dominante	página 10
b. Poder de mercado	página 12
c. El poder de mercado en la teoría económica	página 13
d. Medidas de concentración	página 15
2.4. Consideraciones de eficiencia	página 18
a. Eficiencia en el control de fusiones	página 18
b. Un caso especial de eficiencia: las sinergias	página 20
c. Poder de mercado y eficiencia asignativa	página 20
d. Poder de mercado y eficiencia productiva	página 22
e. Poder de mercado y eficiencia innovativa	página 22
f. Trade - offs entre eficiencia productiva y eficiencia asignativa	página 23
g. Trade - offs entre eficiencia dinámica y eficiencia estática	página 25
h. Un caso particular: economías pequeñas	página 26
i. Elección del estándar de bienestar	página 28
2.5. Efectos sobre el bienestar en mercados múltiples	página 33
3. Modelos de Defensa de la Competencia	página 33
3.1. Modelo de respuesta legislativa: Estados Unidos	página 34
3.2. Modelo de respuesta administrativa: Unión Europea	página 35
3.3. El caso uruguayo	página 35
Referencias bibliográficas	página 37

## 1. Importancia de la Defensa de la Competencia

Las normas de Defensa de la Competencia son una de las formas en la cual el Estado interviene en la actividad económica con el objetivo de alcanzar la eficiencia en la asignación de recursos corrigiendo en la medida de lo posible, los efectos negativos de las conductas anticompetitivas, el abuso de posición dominante y el ejercicio de poder de mercado.

La Organización de Naciones Unidas, reconoce la importancia del rol de las políticas de Defensa de la Competencia al destacar en las "*Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor, (ampliación de 1999)*" (UNCTAD, 2001), que:

- *"las políticas de los gobiernos deben tratar de hacer posible que los consumidores obtengan el máximo beneficio de sus recursos económicos,*
- *los gobiernos deben intensificar sus esfuerzos para impedir el empleo de prácticas que perjudiquen los intereses económicos de los consumidores,*
- *los gobiernos deben elaborar, reforzar o mantener, según proceda, medidas relativas al control de las prácticas comerciales restrictivas y otras de tipo abusivo que puedan perjudicar a los consumidores, así como medios para hacer efectivas esas medidas,*
- *los gobiernos deben alentar la competencia leal y efectiva a fin de brindar a los consumidores la posibilidad de elegir productos y servicios dentro del mayor surtido y a los precios más bajos".*

La **idea básica** que respalda la existencia de normas de Defensa de la Competencia es que la competencia es el medio para alcanzar mercados eficientes. Se espera que un grado alto de competencia conduzca a aumentar el bienestar económico al inducir una asignación óptima de recursos debido a que, no sólo genera incentivos para alcanzar eficiencia productiva<sup>1</sup> y asignativa<sup>2</sup> en las firmas, sino que también promueve avances tecnológicos y facilita la difusión del conocimiento. De esto surge que todas aquellas distorsiones a la estructura competitiva de mercado, como las fusiones, deben ser monitoreadas y en algunos casos, deben ser evitadas.

---

<sup>1</sup> La eficiencia productiva se logra cuando una firma o industria en particular alcanza determinado nivel de producción al menor costo posible o cuando con una combinación dada de insumos se alcanza el máximo nivel producto.

<sup>2</sup> La eficiencia asignativa se alcanza cuando el stock existente de productos (finales o intermedios), ha sido asignado a través del sistema de precios a los compradores que más los valoran, en términos de disponibilidad para pagar o disponibilidad de sacrificar otras posibilidades de consumo.

Sin embargo, no existe una única definición del concepto de competencia y por lo tanto, tampoco existirá consenso en que es lo que se protege en un modelo de Defensa de la Competencia. La teoría económica neoclásica se basa en el paradigma de la competencia perfecta, siendo ésta una situación en la cual se supone que todos los participantes en el mercado son tomadores de precios, existe atomicidad por lo cual ningún participante tiene poder para modificar el precio de equilibrio unilateralmente. Según la economía del bienestar, en una economía donde los mercados funcionan en competencia perfecta, por el libre juego de la competencia se llega a un equilibrio Pareto-eficiente, o sea, a una situación en la cual no es posible mejorar la situación de un individuo en términos de bienestar sin perjudicar a otro.

Las condiciones para que exista competencia perfecta generalmente no se cumplen en los mercados, lo cual justifica la intervención del Estado en la economía. Debe destacarse que, entre otros, dos elementos dificultan el cumplimiento del paradigma de competencia perfecta: la posibilidad de que las empresas produzcan bienes diferenciados de forma de obtener cierto poder monopólico; y la existencia de costos fijos en la producción. Este último elemento lleva a la idea de economías de escala en la producción, lo cual determina la existencia de un *trade-off* cuando existe un gran número de empresas entre los siguientes aspectos: por un lado, el mayor grado de competencia en el mercado conlleva menores precios pero, por otro lado, una duplicación en costos fijos lo cual representa una pérdida de bienestar en términos de eficiencia productiva.

Además, existen modelos de Defensa de la Competencia que no se basan en el paradigma de la competencia perfecta, sino que buscan alternativas por considerar que este concepto es un ideal alejado de la realidad de los mercados y de poca aplicabilidad práctica. Un ejemplo de esto es el caso del sistema de Defensa de la Competencia de la U.E., el cual utiliza el concepto de competencia efectiva, entendiendo por esto una situación donde los actores que participan en el mercado están en igualdad de condiciones para competir. Otros modelos, como el vigente en EE.UU., no abandonan totalmente el concepto de competencia perfecta, pero al poner en práctica las normas de Defensa de la Competencia se preocupan por el control de monopolios y oligopolios, ya que estos son considerados como la situación opuesta a la competencia.

Según Schwartz (2002), antes de dar una explicación del mecanismo de competencia perfecta y su funcionamiento, hay que apartarse de dos puntos de

vista que pueden provocar confusiones: "a) *Escuela Austriaca, que propone abandonar totalmente el concepto de competencia perfecta, porque no sirve en absoluto para interpretar la realidad; y b) algunos economistas ortodoxos, que definen la competencia perfecta tan estrictamente que no hay situación observable que se parezca a ella, lo que les lleva a recomendar intervenciones públicas para corregir esa realidad que no se comporta como ellos desean*".

En opinión de Schwartz (op. cit.), para llegar a una definición consistente es importante considerar la diferenciación propuesta por Stigler, entre lo que se denomina "*competencia estática en un mercado*"; y la llamada "*competencia dinámica sectorial*". Bajo la primera de estas dos formas, el supuesto de competencia perfecta permite analizar la óptima asignación de recursos en un momento dado; y bajo la segunda, la mejor senda de crecimiento a lo largo del tiempo.

Así definido, un mercado se encuentra en situación de competencia perfecta estática cuando los productos son homogéneos, cuando no hay sino un solo precio para ese producto homogéneo y cuando los compradores pueden comprar cuanto quieran a ese precio.

Un sector o una economía se encuentran en situación de competencia perfecta dinámica, cuando los recursos se mueven libremente de un mercado a otro buscando igualar su remuneración en todos ellos. Esto ocurrirá cuando no existan barreras a la entrada y salida en los distintos sectores de la economía, dado que el predominio temporal que una empresa pudiera tener en un mercado, se erosiona con la entrada de nuevos oferentes, (también es necesario que los demandantes puedan cambiar de oferentes).

## **2. Prácticas anticompetitivas**

Las prácticas anticompetitivas pueden dividirse en tres categorías: a) las prácticas empresariales restrictivas, b) las concentraciones y fusiones y c) el ejercicio de poder de mercado y abuso de posición dominante (que se analizarán conjuntamente). Las primeras se refieren al accionar de una o varias empresas o acuerdos entre empresas que imponen limitaciones al libre juego de la competencia en un mercado. Las fusiones implican la adquisición total o parcial de una empresa por otra, por una persona o grupo que ya controle la otra empresa, o bien la unificación de empresas formando una nueva. La última categoría se refiere a

prácticas llevadas a cabo por empresas que cuentan con poder de mercado o posición dominante, en perjuicio de sus competidores y/o de los consumidores.

## 2.1. Prácticas empresariales restrictivas

Las PER se pueden dividir en dos grandes grupos: a) restricciones horizontales y b) restricciones verticales. Ambas categorías se refieren a diversos tipos de acuerdos entre empresas o al accionar de un conjunto de ellas.

### a. Restricciones horizontales

Las restricciones horizontales implican acuerdos entre empresas competidoras, es decir, entre productores de un mismo bien o servicio, o bien prácticas anticompetitivas por parte de una empresa en perjuicio de sus competidores. Estas pueden dividirse en dos tipos:

- prácticas horizontales exclusorias: son acciones de empresas que intentan, como su nombre lo indica, excluir del mercado a competidores. A su vez, estas pueden darse por ejemplo, por la obstaculización del acceso al mercado de competidores potenciales. Son varias las acciones que implican este tipo de prácticas y van desde la monopolización de instalaciones o materias primas esenciales para proveer un bien o servicio hasta la venta por debajo del costo (Coloma, 2002).
- prácticas horizontales concertadas: son acuerdos realizados entre empresas competidoras en un mismo mercado. Estas pueden originarse por diversas causas como por ejemplo, factores ligados a la eficiencia económica, economías de escala o alcance, al ejercicio de poder de mercado o por colusión.

En una situación de colusión las empresas acuerdan no competir entre ellas con la finalidad de aumentar los beneficios conjuntos. Dicho incremento trae aparejado un aumento en los precios y una reducción en los volúmenes comerciados. Esto implica normalmente un resultado inequívoco desde el punto de vista de la eficiencia y la distribución del ingreso en el mercado correspondiente, ya que el mismo pasa a generar un excedente menor para los demandantes que no llega a compensarse con el aumento en el excedente de los productores. El resultado económico de la colusión, por ende, se identifica con una situación en la cual los oferentes de un mercado logran incrementar sus beneficios a costa de una pérdida de eficiencia asignativa global (Coloma, 2000).

A su vez, hay dos casos posibles de colusión: explícita y tácita. En el primer caso, existe un acuerdo escrito o verbal entre las empresas (es el caso de los *cartels*); mientras que en el segundo caso, cada empresa adopta estrategias en forma independiente que resultan en un equilibrio según el cual, a ninguna de las empresas le conviene adoptar una conducta competitiva ante el riesgo de desencadenar un cambio en el comportamiento de las empresas restantes que traiga aparejada una reducción de sus propios beneficios.

Según Coloma (2000, op. cit.), la colusión no tiene, en principio, ningún tipo de ventaja en ganancias de eficiencia productiva que pueda relacionarse con un mejor manejo de recursos o con el ahorro de costos de transacción y es probablemente por esa razón, que las prácticas horizontales concertadas ligadas con la colusión son uno de los principales focos de atención de la legislación antimonopólica y una de las principales categorías de actos que la Defensa de la Competencia busca disuadir. Por lo tanto, resulta esperable observar que los *cartels* se desarrollen más frecuentemente en contextos en los cuales dichas normas no tienen vigencia que en contextos en los que las mismas se aplican en forma relativamente más estricta.

A través de la teoría de juegos, se ha demostrado que un equilibrio con colusión puede alcanzarse sin cooperación o comunicaciones directas entre las empresas (colusión tácita), dado que las firmas pueden simplemente reaccionar en forma inteligente frente a sus competidores (y de acuerdo al equilibrio de Nash luego ninguno estará interesado en cambiar su comportamiento debido a que han adoptado su mejor respuesta. Sin embargo, los modelos de teoría de juegos han recibido múltiples críticas relacionadas con la existencia de un modelo para cada situación que se desea explicar ("*give me a result, I shall give you a theorem*"!!); y por lo tanto, esto tiene como consecuencia que los modelos no sean robustos dado que los resultados son altamente dependiente de las condiciones iniciales que se asuman (Jacquemin, 2000).

Con respecto a la legislación, las prácticas horizontales están prohibidas en todos los países que cuentan con normas de Defensa de la Competencia. Una diferencia importante que se presenta es que algunas de estas prácticas se prohíben ya que se consideran perjudiciales en sí mismas (como por ejemplo, los acuerdos sobre precios), mientras que otras sólo se prohíben en los casos en que se demuestra que tienen efectos negativos sobre el bienestar (ya sea el bienestar de los consumidores o el bienestar global).

## b. Restricciones verticales

Las restricciones verticales son acuerdos entre vendedores y compradores, es decir, entre una empresa y sus proveedores y/o prácticas anticompetitivas de un vendedor hacia un comprador. Estas se dividen básicamente en tres grupos:

- Acuerdos para mantener precios de reventa (fijación vertical de precios).
- Compras atadas (la venta de un producto con la condición de que el comprador adquiera un segundo producto).
- Otro tipo de acuerdos entre productor y vendedor (por ejemplo, contratos de exclusividad, de distribución, etc.).

Estos acuerdos restringen la libertad de acción de las empresas que se encuentran a todo lo largo de la cadena productiva para operar sin trabas en el mercado y pueden influir en los precios, la producción y en las condiciones de reventa (UNCTAD, 1999).

En la práctica, existe un mayor consenso respecto al inconveniente de las restricciones horizontales respecto a las verticales. Esto se debe a que se considera que las restricciones horizontales son, en esencia, nocivas para la competencia, mientras que las verticales pueden implicar un mayor grado de eficiencia (que se puede originar, por ejemplo, en una disminución significativa en los costos de transacción); y ser beneficiosas para los consumidores, no son ni buenas ni malas en sí mismas para la competencia sino que esto depende de cada caso.

Dentro de los distintos tipos de restricciones verticales existentes, sólo la práctica de mantenimiento de precios de reventa es prohibida *per se* en la mayoría de la normativa de Defensa de la Competencia aunque existen exenciones a la prohibición general. La mayoría de las prácticas verticales son evaluadas caso por caso.

Sin embargo, las normas de competencia difieren bastante respecto a donde establecer el límite entre prácticas verticales dañinas, neutrales y beneficiosas. Estas diferencias reflejan la diversidad de condiciones de mercado de un país a otro; países con bajas barreras a la entrada, como EE.UU., se preocupan relativamente menos de las restricciones verticales que países con barreras más altas. Esto refleja la diversidad de opiniones existente sobre las restricciones verticales entre los que creen que siempre son obstáculos a la competencia y los

que sostienen que podrían contribuir a la eficiencia de la producción y la distribución.

## 2.2. Concentraciones y fusiones

Como se mencionó en la introducción a esta sección, una fusión es la adquisición total o parcial de una empresa por otra, o por una persona o grupo que ya controle la otra empresa, o bien la unificación de varias empresas formando una nueva.

Existen básicamente tres tipos de fusiones:

- Fusiones horizontales: implican la adquisición de un competidor, lo cual puede aumentar el grado de concentración en el mercado.
- Fusiones verticales: implican la fusión de una empresa con un proveedor o con un distribuidor de sus productos. Este tipo de fusión puede ser nociva para la competencia ya que puede implicar dificultades para los competidores para acceder a materias primas y/o insumos, o a importantes canales de distribución.
- Fusiones de conglomerado: se refiere a los casos en los cuales las empresas que se fusionan no tienen relaciones ni horizontales ni verticales. Estas, a su vez, se clasifican en concentraciones: a) de extensión del producto, (las empresas pre-existentes venden productos que no compiten entre sí pero usan canales de comercialización o procesos productivos similares); b) de extensión del mercado, (las empresas pre-existentes venden productos similares pero en áreas geográficas diferentes) y c) puras, (si las empresas no tienen ninguna relación entre sí).

Las fusiones entre potenciales competidores son un caso particular de las fusiones de conglomerado cuando existen relaciones horizontales o verticales entre las empresas, estas se refieren a la adquisición de una empresa que está planeando entrar al mercado y competir con la empresa que la compra, o viceversa; de esta manera, se elimina a un competidor potencial. Este tipo de práctica, puede ser nociva para la competencia en dos sentidos: a) evita que aumente el grado de competencia por la entrada de un nuevo competidor al mercado; y b) elimina el efecto pro competitivo que tienen los competidores potenciales sobre un mercado<sup>3</sup>.

La clasificación de las fusiones y adquisiciones mencionada en los párrafos anteriores tiene una relación directa con el posible impacto que las mismas pueden

---

<sup>3</sup> Información disponible en la página en internet de la Comisión Federal de Comercio de EE.UU.: [www.ftc.gov](http://www.ftc.gov)

tener sobre el funcionamiento de los mercados y el grado de competitividad que ellos presentan.

En el caso de una concentración vertical, el número de empresas en el mercado no cambia pero sí se alteran las relaciones económicas entre los distintos agentes. A través de ellas, un conjunto de transacciones que antes se realizaban entre unidades económicas independientes se convierten en operaciones internas dentro de un mismo grupo económico.

En el caso de fusiones de conglomerado los cambios en la estructura de mercado son prácticamente nulos dado que, por definición, el número de proveedores y clientes de cada uno de los productos y zonas involucradas no se altera. Sin embargo, es probable que el comportamiento de la empresa fusionada sea diferente del que tendrían las empresas antes de la fusión.

En general, se considera que los arreglos verticales y los de conglomerados, implican menores peligros a la competencia que los arreglos horizontales. Esto se debe a que en general se espera que las fusiones verticales se realicen por razones de eficiencia productiva, mientras que las horizontales tengan como objetivo aumentar el poder de mercado. De hecho, las empresas se pueden fusionar por varias razones:

- aumentos en la eficiencia productiva, debido a la explotación de eficiencias, sinergias<sup>4</sup> u oportunidades de crecimiento,
- deseo de diversificar las oportunidades del negocio,
- obtener una mayor participación en el mercado (por el poder de fijar precios),
- reacciones a cambios en el entorno, como nuevas tecnologías y desregulaciones (hipótesis de las perturbaciones) o a políticas de competidores (adquisiciones defensivas),
- otros motivos ajenos a la maximización de beneficios relacionados con los objetivos de los administradores de la empresa, más que con los objetivos de los accionistas. En los casos de empresas donde la propiedad está distribuida entre miles de accionistas, los administradores pueden tener gran libertad de perseguir sus propios

---

<sup>4</sup> Se entiende por sinergias a las eficiencias basadas en la integración de activos específicos y de difícil comercialización pertenecientes a empresas que se fusionan. Las sinergias implican la cooperación y coordinación de los activos de dos firmas permitiendo alcanzar una función de producción superior, lo cual no sería posible por ninguna de las dos empresas en forma aislada.

objetivos, es así que pueden llevar adelante fusiones que no maximizan el valor de la empresa sino otras variables como el volumen de ventas.

En resumen, se puede concluir que los procesos de fusiones pueden tener como finalidad la obtención de un mayor poder de mercado conjunto, (lo que podría permitir aumentar precios) y mejoras en el nivel de eficiencia productiva de la empresa fusionada (ante la posibilidad de disminuir costos).

En el primer caso, las fusiones son consideradas nocivas para la competencia, ya que al aumentar el grado de concentración del mercado pueden llevar a precios más altos, menor disponibilidad de bienes y servicios, menor calidad de los productos y pueden desincentivar la innovación. Incluso pueden llevar a que una sola empresa tenga una participación en el mercado tal, que pueda aumentar el precio sin necesidad de coordinación con sus competidores (efecto unilateral). Además, puede resultar en ineficiencia asignativa porque a la nueva empresa podría resultarle conveniente restringir la oferta de bienes o servicios que produce para elevar los precios y así, obtener un beneficio mayor si la disminución en la cantidad transada ocasionada por el aumento de precios lo permite.

En los casos en los que las fusiones generan ganancias en eficiencias, existe consenso en que estas son beneficiosas para la competencia y los consumidores. El aumento de la eficiencia productiva puede originarse por diversos factores como la utilización de recursos en forma más eficiente, mejoras en la estructura administrativa, incorporación de tecnologías más económicas (permitido por un mayor nivel de operaciones), aumentos en la especialización del personal, o el aprovechamiento de sinergias originadas en la producción y comercialización de varios bienes o del abastecimiento de distintos mercados.

En opinión de Jacquemin (op. cit.), quienes defienden las fusiones, en general, basan sus argumentos en que estas implican el aprovechamiento de economías de escala, de alcance, y/ o ganancias en eficiencia; sin embargo, la evidencia parecería refutar este argumento; según Coley y Reinton (1988) la falla está, en general, en las siguientes tres causas: a) un pago demasiado alto por la empresa que se adquiere, b) una sobre estimación del potencial del negocio (en términos de sinergias o porciones de mercado) y/o c) en un inadecuado manejo del proceso de integración luego de la adquisición. Por lo tanto, no sería verdadero que siempre existe el alegado *trade-off* entre las ventajas mencionadas de la fusión y la

disminución de la competencia dado que esas ganancias podrían no realizarse por esas causas.

En resumen, lo anterior hace más complejo aún, el rol de las autoridades encargadas de la aplicación de las normas de Defensa de la Competencia al determinar si una fusión es permitida ya que, aún cuando se demuestre que podrían generarse ganancias en eficiencia sería necesario evaluar que tan probable es su realización o determinar bajo que condiciones podrían generarse y cuales serían un obstáculo.

Para D'Amore (1998), poner en práctica un régimen de control de fusiones requiere definir con anterioridad cuándo una fusión es susceptible de ser anticompetitiva. Para ello los distintos regímenes han adoptado básicamente dos criterios diferentes: a) el aumento o creación de poder de mercado y b) la creación o fortalecimiento de una posición dominante.

### **2.3. Posición dominante y poder de mercado**

En primer lugar, es importante diferenciar los conceptos de posición dominante y de poder de mercado. Por posición dominante se entiende la capacidad de una firma de actuar en el mercado con independencia de los demás actores participantes en el mismo, es decir, sin necesidad de tomar en cuenta a competidores, compradores o proveedores. Por poder de mercado nos referiremos a la capacidad que tiene una empresa de incrementar el precio de su(s) producto(s) por encima del nivel competitivo obteniendo beneficios positivos y sin perder por ello la totalidad de sus clientes.

El criterio de creación de poder de mercado es utilizado en la normativa vigente en EE.UU., y el criterio de creación o fortalecimiento de posición dominante es el utilizado en la U.E..

Es importante destacar las diferencias, tanto teóricas como prácticas, que tiene la adopción de un criterio u otro. En primer lugar, ambas implican concepciones diferentes de la competencia.

En el caso del criterio de poder de mercado, la competencia es vista como contrapuesta al monopolio o al oligopolio. Se ve como una situación que pone en riesgo la competencia, que la fusión implique un aumento en el poder de mercado de la firma tal que la misma pueda ejercer dicho poder en forma unilateral o que, al

producir una mayor concentración en el mercado aumente la probabilidad de que se den colusiones entre empresas. Detrás de esta concepción de competencia puede estar tanto la defensa del bienestar de los consumidores como el bienestar social total (D'Amore, op. cit.), entre otros.

El concepto de posición dominante en cambio, implica ver la competencia como un proceso de rivalidad: *"la posibilidad de que los operadores comerciales tengan igualdad de oportunidades para competir, sin que ninguno de ellos logre una superioridad de condiciones tal que deje al resto en inferioridad para plantear una competencia efectiva"* (D'Amore, op. cit.). De hecho, el paradigma explícito que utiliza la normativa de la U.E. es el de "competencia efectiva" y no el de "competencia perfecta".

#### a. Posición dominante

UNCTAD (1998), destaca la importancia del concepto de posición dominante para definir si han existido comportamientos anticompetitivos, estableciendo que una empresa tiene posición dominante cuando está en condiciones de controlar el mercado pertinente para un determinado bien o servicio o un determinado grupo de estos y por mercado pertinente entienden el ramo del comercio en que se ha restringido la competencia y la zona geográfica correspondiente, definido de forma tal, que abarque a todos los productos sustitutos y a todos los competidores inmediatos.

La existencia de posición dominante no constituye en sí misma una violación a la competencia. La idea fundamental que respalda esta afirmación es que tener una posición dominante en el mercado no es una práctica anticompetitiva sino que lo es, el abusar de esa posición, ya que el hecho de tenerla puede responder por ejemplo, a ventajas tecnológicas y no necesariamente a prácticas empresariales anticompetitivas.

El concepto de abuso es en esencia flexible y ninguna norma de competencia puede contener una lista exhaustiva de prácticas abusivas. Según UNCTAD (1995), se puede definir abuso como un comportamiento excluyente que busca impedir la entrada o forzar la salida de competidores reales o potenciales, por medio de distintos tipos de conductas monopolistas, como ser:

- fijación de precios predatorios,
- preagotamiento deliberado de materias primas o canales de distribución,

- adquisición de consumidores y proveedores claves,
- obstaculizar el accionar de compradores, proveedores y terceras partes,
- fijación de precios excesivos u obtención de ganancias excesivas,
- discriminación injustificada de precios o condiciones de venta.

Si el criterio utilizado para el control de fusiones es el de posición dominante, se prohibirán aquellas fusiones que creen o fortalezcan una posición de este tipo para la firma, es decir, que la fusión deje a la nueva empresa en una situación tal, que tenga mayor facilidad de llevar adelante comportamientos estratégicos anticompetitivos que perjudiquen a sus competidores o que brinde a la firma una ventaja competitiva desmedida con respecto a sus competidores.

Como se mencionó, en los modelos de Defensa de la Competencia basados en la idea de posición dominante como el vigente en la U.E., se condena el abuso de esa posición pero no el hecho de tenerla. Entonces, la cuestión que inevitablemente surge es por qué se hace un control de fusiones ex-ante, cuando podrían autorizar dichas fusiones y luego hacer un control ex-post cuando hay indicios de abuso. Un argumento para ello es que, una posición dominante que se adquiere por el propio crecimiento de la empresa es endógena al proceso de competencia, e intervenir en contra de la firma dominante sería una distorsión al proceso competitivo. En cambio, una posición dominante que surge de una fusión es exógena a dicho proceso y cambios exógenos al proceso competitivo pueden impedir significativamente la competencia efectiva y por lo tanto la intervención ex-ante se justifica (De la Mano, 2002).

Una de las principales críticas que ha recibido el concepto de competencia como rivalidad, es que puede ocasionar que se defiendan empresas menos eficientes en detrimento de las más eficientes perjudicando así a los consumidores y al sistema en sí mismo. Una fusión que consolida una posición dominante basada en mayor eficiencia podría implicar reducción de precios; esto perjudicaría a las empresas más pequeñas y menos eficientes, pero sería beneficioso para el consumidor. Esta crítica en principio se podría levantar introduciendo en el análisis de las fusiones las consideraciones de eficiencia y compensando el impacto anticompetitivo con el aumento de eficiencia que podría generarse.

Economistas de la Escuela de Chicago también plantean críticas al respecto, sostienen que el problema radica en que el objetivo de defender la competencia como proceso de rivalidad entre las empresas, dando a todos una "*justa*

*oportunidad de competir*", implica "proteger a las pequeñas y medianas empresas contra el poder de firmas grandes". Este es un objetivo diferente a la maximización del bienestar (del consumidor o total), por lo que ambos objetivos pueden entrar en conflicto, lo que puede llevar a que el sistema de Defensa de la Competencia termine prohibiendo fusiones que aumentan el bienestar (D'Amore, op. cit.). En definitiva, afirman que defender la competencia como proceso de rivalidad no es un objetivo válido para estas normas, sino que el objetivo final debe ser siempre la maximización del bienestar.

b. Poder de mercado

Como fue mencionado, por poder de mercado nos referimos a la capacidad que tiene una empresa de incrementar el precio de su(s) producto(s) por encima del nivel competitivo obteniendo beneficios positivos y sin perder por ello la totalidad de sus clientes.

La definición económica de poder de mercado implica que es la regla más que la excepción. En el corto plazo, cualquier firma que no sea tomadora de precios tendrá cierto grado de poder de mercado (debido a que enfrentará una curva de demanda decreciente).

Según Coloma (2002 A), el uso de prácticas restrictivas como instrumento para el ejercicio de poder de mercado puede verificarse en dos tipos de situaciones diferentes. Una posibilidad es que se intente influir sobre los precios de modo de obtener márgenes mayores entre precio y costo marginal, creando de ese modo poder de mercado o ejerciéndolo de manera efectiva. La otra posibilidad es que se intente excluir a competidores reales o potenciales con el objetivo de evitar que dichos competidores limiten el poder de mercado de las empresas que instrumentan la restricción en cuestión.

Podría suponerse *a priori* que la información sobre el poder de mercado podría ser inferida a partir de datos sobre la participación en el mercado y la concentración total en este, es decir, inferir que una firma con alta participación tendrá poder de mercado y que una industria con un alto nivel de concentración será, en general, apta para el ejercicio de poder de mercado.

Sin embargo, esta inferencia puede no resultar válida en todos los casos por varias razones. En primer lugar, la capacidad de ejercer poder de mercado de las empresas fusionadas puede verse limitada si no existen barreras a la entrada

significativas. Además, la definición del mercado relevante separa a los productos sustitutos en productos dentro del mismo mercado o fuera de él y esta aproximación no reconoce el impacto sobre la competencia de los productos que quedan fuera del mercado relevante; y por lo tanto, no considera los distintos grados en que las firmas dentro del mercado se limitan entre sí. En segundo lugar, una firma puede tener una participación de mercado importante simplemente porque tiene menores costos o logra mejor calidad (De la Mano, op. cit.). Por último, del lado de la demanda, el poder de mercado está limitado por las preferencias de los consumidores, por la disponibilidad de productos sustitutos y según que tan necesario sea el producto en cuestión.

c. Poder de mercado en la teoría económica

La libertad que tiene una empresa para fijar un precio se refleja en la elasticidad-precio de demanda que enfrenta la firma. La demanda por un determinado bien depende, entre otros factores, de la existencia de sustitutos cercanos, ya que es esperable que cuando existan muchos sustitutos, la demanda sea elástica con respecto al precio e inelástica cuando los sustitutos son escasos, lo cual a su vez se traduce, en mayor poder de mercado para la empresa. Por esto, es frecuente que se mida el grado de poder de mercado de una firma a partir de este concepto, el cual se define como el cambio porcentual en la cantidad demandada resultante de un cambio porcentual en el precio<sup>5</sup>:

1. 
$$\varepsilon = \left( \frac{\Delta Q / Q}{\Delta P / P} \right)$$

Donde:  $\Delta Q$  es la variación en la cantidad transada,  $\Delta P$  es la variación en el precio de venta,  $Q$  es la cantidad transada antes de la variación y  $P$  es el precio de venta previo a la variación, todas las variables se refieren al mismo bien.

La elasticidad-precio de demanda es un indicador directo de la posibilidad que tiene una empresa de incrementar el precio. Cuanto más inelástica sea la demanda del producto respecto al precio, más redituable será para la empresa un aumento en el precio debido a que este aumento no será compensado por la disminución porcentual en las cantidades vendidas.

Por lo tanto, nos centraremos en la elasticidad-precio de demanda como forma de determinar la existencia de poder de mercado. En un momento dado del tiempo y

---

<sup>5</sup> Se debe distinguir entre la elasticidad-precio de demanda de un producto y la que enfrenta una firma. Esta última incluye cualquier cambio en la demanda del producto luego de un cambio en el precio, considerando también el impacto de cualquier cambio inducido por cambios en los precios de los productos competidores.

para una estructura de mercado dada, el *índice de Lerner*,  $L$ , proporciona una medida apropiada del grado de poder de mercado basada en el concepto de elasticidad-precio de demanda:

$$2. \quad L = \left( \frac{p - c}{p} \right) = \frac{1}{|\varepsilon|} \quad \varepsilon \neq 0$$

Donde:  $p$  es precio,  $c$  es costo marginal y  $\varepsilon$  es la elasticidad-precio de demanda de la curva de demanda que enfrenta la empresa.

El índice de Lerner es una medida del poder de mercado debido a que refleja en que grado una firma puede sobremarcar el precio sobre el costo marginal (en un mercado en competencia perfecta todas las firmas son tomadoras de precio y el precio es igual al costo marginal).

El determinante clave del poder de mercado de una empresa es la elasticidad-precio de su propia curva de demanda al precio en que la firma maximiza sus beneficios. Cuanto mayor la cantidad de competidores (de productos homogéneos) y/o la elasticidad cruzada de demanda, mayor la elasticidad-precio de demanda de la empresa y menor su poder de mercado. Como muestra el índice de Lerner, cuanto mayor la elasticidad-precio de demanda de la empresa menor es el margen de beneficio y más cerca está el precio de su nivel de competencia. Si la elasticidad-precio de demanda es infinita al nivel en que la firma maximiza sus beneficios, la firma es tomadora de precios y el índice de Lerner vale cero (el precio se iguala con el costo marginal y es el caso de competencia perfecta).

La expresión del índice de Lerner surge de la condición de equilibrio del monopolista, el cual maximiza beneficios al igualar ingreso marginal con costo marginal:

$$3. \quad p(q) + p'(q) \cdot q = c$$

Donde:  $p(q)$  es el precio como función de la cantidad producida, función inversa a la curva de demanda  $q(p)$ . Esta regla de determinación de precios se puede generalizar para incluir todos los casos intermedios entre monopolio y competencia perfecta, utilizando los resultados del modelo de "oligopolio de Cournot"<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> Un oligopolio es una situación en la cual existe un número reducido de oferentes y la demanda está atomizada.

En este modelo se supone un mercado en el cual el producto ofrecido es homogéneo y la empresa  $i$  maximiza sus beneficios eligiendo la cantidad que va a producir,  $q_i$ , teniendo en cuenta que al aumentar  $q_i$  el precio disminuirá y además, que la cantidad producida por las demás empresas tiene el mismo efecto sobre el precio. Los precios surgen como el resultado de resolver simultáneamente los problemas de maximización de beneficios teniendo en cuenta esos efectos que cada empresa conoce.

Por lo tanto, es una situación en la cual todas las empresas ejercen cierto poder de mercado. Las empresas no son tomadoras de precios, sino que el precio es una función de la cantidad producida que depende de la decisión de cada empresa. Del modelo de oligopolio de Cournot surge la siguiente condición de equilibrio de primer orden para una empresa  $i$ :

$$4. \quad p(q) + p'(q) \cdot q_i = c_i$$

Donde:  $p(q)$  es el precio como función de la cantidad producida por el total de la industria,  $q$  es la cantidad producida por la industria,  $q_i$  la cantidad producida por la empresa  $i$ , y  $c_i$  es el costo marginal de la empresa  $i$ . Despejando la expresión del índice de Lerner de la ecuación 3.4, multiplicando y dividiendo entre  $q$  y reagrupando se obtiene la siguiente igualdad:

$$5. \quad L = \left( \frac{p - c_i}{p} \right) = -p'(q) \cdot \frac{q}{p} \cdot \frac{q_i}{q} = \frac{s_i}{|\varepsilon|} \quad \varepsilon \neq 0$$

Donde:  $s_i$  es la participación de la empresa  $i$  en el mercado,  $q_i/q$ . De esta manera el margen existente entre precio y costo marginal de una empresa depende de su participación en el mercado y del valor absoluto de la elasticidad-precio de demanda,  $\varepsilon$ .

Esta es la expresión general del índice de Lerner ya que incluye, además del caso de oligopolio, tanto el caso de monopolio (con  $s_i = 1$ ), como el caso de competencia perfecta ( $s_i$  tendiendo a cero debido a la existencia de un número infinito de empresas).

Si bien el índice de Lerner es una herramienta para medir el poder de mercado en términos estáticos, es decir, para un momento de tiempo dado, es también una medida del grado con el cual una firma puede fijar precios en el corto plazo más allá del costo marginal. El criterio de poder de mercado es utilizado para el control de fusiones debido a que se considera riesgoso que la mayor concentración, que resulta de la fusión genere conductas cooperativas entre las empresas antes rivales que impliquen perjuicios para el sistema de competencia perfecta.

Además, debe considerarse que la mayor concentración del mercado puede conducir a un equilibrio más alejado de la solución de competencia que el previo a la fusión (aunque no necesariamente lleve a comportamientos que generen una colusión).

d. Medidas de concentración

A continuación se presentarán los principales instrumentos utilizados para medir el grado de concentración de un mercado. Básicamente, estos pueden ser clasificados en dos grupos: razones de concentración e índices de concentración (Schmidt et al., 2002).

Las *razones de concentración* ( $C_n$ ) se calculan como la sumatoria de las participaciones de mercado de las  $P$  firmas de mayor participación en el mismo. Siendo  $N$  el total de firmas en el mercado y  $q_i$  la cantidad vendida por la empresa  $i$ , entonces:

$$6. \quad C_P = \sum_{i=1}^P S_i \quad \text{donde} \quad S_i = \frac{q_i}{\sum_{i=1}^N q_i}$$

Según las características de la estructura del mercado será relevante calcular  $C_2$ ,  $C_3$ ,  $C_4$ , etc. Al evaluar un proceso de concentración, no es recomendable utilizar tan sólo esta herramienta debido a que su comportamiento se ve alterado si las firmas que se fusionan pertenecen o no al grupo de las  $P$  empresas con mayor participación. Por ejemplo, si la fusión se realiza entre una firma que pertenece a dicho grupo y otra que no, la razón de concentración aumentará; si en cambio, se produce entre firmas que no pertenecen a este grupo, la razón de concentración no se modificará.

Otra herramienta utilizada para medir el grado de concentración del mercado es el *Índice de Herfindahl-Hirschman (HHI)*, el cual se calcula como la sumatoria de las

cuotas de participación de cada empresa al cuadrado de las  $N$  firmas que pertenecen al mercado:

7. 
$$HHI = \sum_{i=1}^N S_i^2$$

Este índice puede ser visto como un promedio de las participaciones de mercado de las empresas ponderado por esas mismas participaciones.

Existen dos formas de expresar el HHI:

- a. Expresar los valores de las participaciones de mercado en porcentaje, con lo cual el estimador tomará valores pertenecientes al intervalo:

$$\left( \frac{10.000}{N}, 10.000 \right)$$

De esta manera, en el caso extremo de un monopolio el valor del HHI será 10.000 y en el caso de un mercado donde operen  $N$  empresas con participaciones iguales este índice valdrá:  $10.000 / N^2$ .

- b. Expresar las participaciones de mercado en decimales, de esta manera el rango de valores que puede tomar el índice será:

$$\left( \frac{1}{N}, 1 \right)$$

Expresado de esta forma, en el caso del monopolio el índice valdrá 1 y si en el mercado operan  $N$  empresas con igual participación de mercado el valor del índice será  $1 / N^2$ .

A diferencia de las razones de concentración, el impacto de un proceso de concentración (como una fusión) sobre este índice siempre es el mismo, producen incrementos. Las autoridades encargadas de la aplicación de las normas de Defensa de la Competencia al investigar si una fusión debe ser autorizada o no, deben considerar la magnitud de la variación. Este índice es utilizado, entre otros, por la Comisión Federal de Comercio de EE.UU..

---

<sup>7</sup> En el caso de un monopolio  $N = 1$  y así  $HHI = ((100^2) / 1) = 10.000$  y en el caso de que existen  $N$  empresas con igual participación de mercado  $HHI = N \cdot S^2 = N \cdot (100 / N)^2 = 100^2 / N = 10.000 / N$ .

<sup>8</sup> En el caso de un monopolio  $N = 1$  y así  $HHI = ((1^2) / 1) = 1$  y en el caso de que existan  $N$  empresas con igual participación de mercado  $HHI = N \cdot S^2 = N \cdot (1 / N)^2 = 1^2 / N = 1 / N$ .

Utilizando el HHI y teniendo una estimación de la elasticidad-precio de demanda, es posible calcular el índice de Lerner como:

$$L = \left( \frac{p - c}{p} \right) = \frac{HHI}{|\varepsilon|} \quad \varepsilon \neq 0$$

En este caso se está calculando el índice de Lerner promedio para la industria y no para el caso particular de la  $i$ -ésima empresa perteneciente a la industria.

Por último, el *Índice de Dominación*,  $ID$ , presentado por García, A.(1994), mide cuán dominado está un mercado por la empresa más grande que opera en él y por lo tanto, es aconsejable autorizar las fusiones horizontales que lleven a su reducción. En el análisis de las fusiones horizontales, este instrumento de análisis suele interpretarse como representativa de las situaciones en las cuales aumenta la participación de mercado de la empresa más grande. Este índice se construye de la siguiente forma:

$$ID = \frac{\sum_{i=1}^N S_i^4}{HHI^2}$$

9.

Donde:  $S_i$  es la participación en el mercado de la  $i$ -ésima firma,  $N$  es el número de empresas participantes en el mercado.

Si bien este índice se construye a partir del HHI y las participaciones de mercado y como se dijo estas pueden expresarse tanto en porcentaje como en forma decimal; los valores que puede tomar el ID pertenecerán siempre al intervalo:

$$\left( \frac{1}{N}, 1 \right)$$

De esta manera, en el caso extremo de un monopolio el valor de este índice será uno y si existiesen  $N$  empresas con igual participación de mercado el valor de este índice será  $1 / N^9$ .

En el caso de una fusión, la variación de este índice dependerá de la participación de mercado previa a la fusión de cada una de las empresas que se fusionan. Por ejemplo, si la concentración ocurre entre dos empresas pequeñas y además la participación de la empresa resultante de dicha fusión es menor a la de la empresa

<sup>9</sup> En el caso de un monopolio  $N = 1$  y si se expresa en forma decimal, entonces:  $ID = 100^4 / 10.000^2 = 1$ ; si se expresara en decimales  $ID = 1^4 / 1^2 = 1$ . Si en cambio consideramos el caso en el cual existen  $N$  empresas con igual participación de mercado expresado en forma porcentual resulta que:  
 $ID = [N \cdot (100/N)^4] / (10.000/N)^2 = N^3 \cdot (100/N)^4 / 10.000 = 1/N$ .  
 Si en cambio se expresara en forma decimal:  
 $ID = [N \cdot (1/N)^4] / (1/N)^2 = [N^3 \cdot (1/N)^4] / 1 = 1/N$ .  
 Por lo tanto, el  $ID \in (1/N, 1)$ .

mayor del mercado, esta nueva empresa podrá competir en mejores condiciones que antes. En este caso el índice tiene una variación negativa y se dice que la operación es pro competitiva. El índice tendrá una variación positiva si la participación en el mercado de las empresas que se fusionan ya era alta, o si la participación resultante de la fusión es mayor que la de la firma principal, y en este caso el índice refleja que la operación puede resultar dañina para la competencia.

Esta idea, implícita en la normativa europea sobre control de concentraciones económicas, establece un estándar de análisis según el cual se prohíben aquellas operaciones que crean o refuerzan una posición dominante en el mercado. En la práctica este índice es también utilizado por la Comisión Federal de Competencia de México.

## **2.4. Consideraciones de eficiencia**

### **a. Eficiencia y control de fusiones.**

En el análisis que se realizará a continuación se hará referencia al impacto anticompetitivo de las fusiones, sin embargo, los conceptos aplicados pueden utilizarse para analizar otros tipos de acuerdos entre empresas.

Para determinar si una fusión tiene o no efectos anticompetitivos (como por ejemplo, aumentos de precios) que perjudican a los consumidores, la práctica usual ha sido focalizarse en fusiones que tienden a crear o consolidar una estructura de mercado concentrada. Esta aproximación estructural es estática e implícitamente toma como dada la causalidad entre estructura, conducta y performance. En un análisis estático se toman como dados los valores previos a la fusión de ciertas características no relacionadas con el precio de las firmas (que se fusionan, de otras firmas participantes en el mercado y de las firmas que potencialmente entrarían al mercado), como por ejemplo, los productos que se venden y el *stock* de capital.

Sin embargo, la teoría económica ha hecho énfasis en los efectos de retroalimentación que existen entre la estructura, la conducta y la performance. Gradualmente la mayoría de los sistemas de control de fusiones han reconocido la necesidad de realizar un análisis dinámico de los efectos de las fusiones; es decir, un análisis de los cambios en los precios y de las características de las firmas que provocaría la fusión, tomando en cuenta el hecho de que la fusión cambiará los

incentivos que determinan las decisiones de entrada, inversión y salida en ese mercado.

De esto surge que las fusiones pueden tener efectos tanto pro-competitivos como anticompetitivos, ya sea estáticos o dinámicos, como resultado del impacto sobre el bienestar del consumidor. En la ciencia económica, en general, se evalúan esos efectos a partir del concepto de eficiencia económica, el cual se analizará a continuación.

Se pueden distinguir, a grandes rasgos, tres clases de eficiencias que resultan relevantes para el análisis de la competencia: eficiencia asignativa, eficiencia productiva (o técnica) y eficiencia dinámica (o de innovación) (De la Mano, op. cit.).

- **Eficiencia asignativa:** este tipo de eficiencia se alcanza cuando el stock existente de productos (finales o intermedios), ha sido asignado a través del sistema de precios a los compradores que más los valoran, en términos de disponibilidad para pagar o disponibilidad de sacrificar otras posibilidades de consumo.
- **Eficiencia productiva:** este es un concepto más acotado que el anterior y se centra en una firma o industria en particular. Verificar su existencia implica responder la pregunta respecto a si un nivel de producto dado es producido por la firma o industria al menor costo posible o si alternativamente, con una combinación dada de insumos se está produciendo el máximo producto.

La eficiencia productiva depende de la tecnología existente y de los precios de los recursos. El estado de la tecnología determina cuáles son las combinaciones alternativas de recursos que pueden producir un mismo nivel de producto. Los precios de los recursos determinan que combinación de recursos es la más eficiente, entendiéndose por más eficiente la de menor costo. La eficiencia productiva se alcanza cuando el producto es producido en plantas a escala óptima (o mínima escala eficiente<sup>10</sup>) dados los precios relativos de los insumos de producción.

Los conceptos de eficiencia asignativa y eficiencia productiva son nociones estáticas, en el sentido de que se refieren a la performance de una economía,

---

<sup>10</sup> La escala mínima eficiente de una planta es el producto mínimo que se puede obtener de manera de minimizar los costos medios a largo plazo.

industria o empresa en un momento dado del tiempo, con una tecnología dada y un nivel de conocimiento dado.

- **Eficiencia dinámica:** se refiere a la existencia de incentivos y habilidades apropiadas para aumentar la productividad y llevar adelante innovaciones que puedan resultar en productos mejores y más baratos o nuevos productos, que permitan a los consumidores alcanzar niveles de satisfacción mayores que las opciones de consumo previas<sup>11</sup>.

La distinción entre la eficiencia estática (asignativa y productiva) y la dinámica se basa en que la segunda implica mejoras en la disponibilidad de tecnología o el descubrimiento de nuevos productos o procesos productivos. En otras palabras, la eficiencia dinámica se relaciona con la habilidad de una firma, industria o economía de explotar su potencial para innovar, desarrollar nuevas tecnologías y por ende, expandir su frontera de posibilidades de producción.

b. Un caso especial de eficiencia: las sinergias.

El punto clave para distinguir las sinergias de otro tipo de eficiencias que se producen por una concentración, es la incapacidad de una empresa de alcanzar esas eficiencias unilateralmente. Por ejemplo, las economías de escala son eficiencias pero no sinergias.

Farrell y Shapiro (1990), introducen el concepto de sinergias, definiéndolas como eficiencias basadas en la integración de activos específicos y de difícil comercialización pertenecientes a dos empresas que se fusionan. Las sinergias implican la cooperación y coordinación de los activos de dos firmas permitiendo alcanzar una función de producción superior, inalcanzable para las dos empresas en forma aislada.

Los autores concluyen que una fusión horizontal puede inclusive reducir los precios de equilibrio, si bien señalan que esto requiere de la presencia de sinergias (entre las funciones de costos de las empresas que se fusionan), tal que el costo marginal de la nueva empresa sea significativamente menor que el de las empresas que se fusionan.

---

<sup>11</sup> Alternativamente, el concepto de eficiencia se relaciona, a veces, con el uso óptimo de recursos escasos y la maximización del bienestar en el correr del tiempo, por medio de decidir entre ganancias en consumo y en producción en los distintos períodos. Esas dos formas alternativas de ver la eficiencia dinámica se deben a que el término "dinámica" incluye dos elementos relacionados pero distintos: una dimensión de tiempo y una noción de cambio.

Concluyen además que, aunque estas sinergias no se encuentren presentes y no haya ninguna reducción en el costo marginal en el grupo que se consolida, una fusión horizontal es susceptible de incrementar el excedente total si logra generar una "externalidad pecuniaria positiva" a las restantes empresas que operan en el mercado que más que compense la "externalidad pecuniaria negativa" que le genera a los consumidores por el aumento de precios que induce<sup>12</sup>.

c. Poder de mercado y eficiencia asignativa.

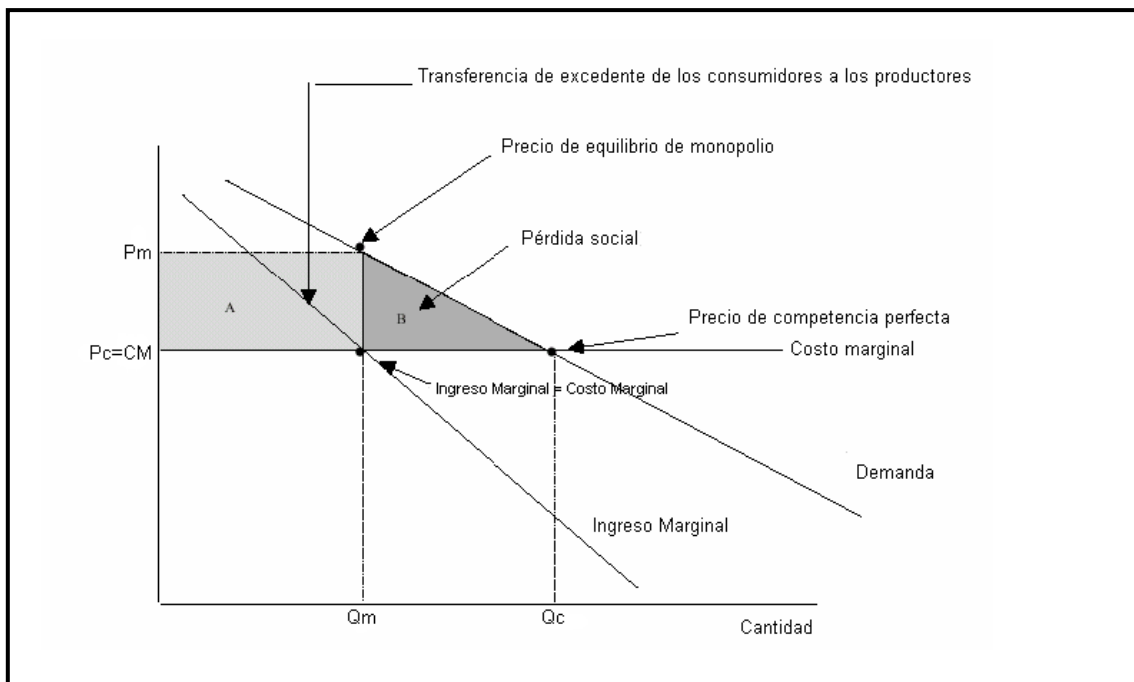
La eficiencia asignativa implica que toda posibilidad de ganancia por medio del intercambio ha sido agotada. Se utilizará el Diagrama de Williamson<sup>13</sup> (1968) para analizar cómo el ejercicio de poder de mercado puede llevar a ineficiencias asignativas a partir de la curva de demanda que típicamente enfrenta un monopolista con costo marginal constante (figura 1).

---

<sup>12</sup> Ambas conclusiones dependen de manera crucial de la participación de mercado de las empresas que se consolidan y de la concentración relativa del resto del mercado, siendo más fácil que una fusión horizontal tenga efectos positivos sobre la eficiencia económica si tiene lugar entre empresas relativamente pequeñas que operan en un mercado en el cual las otras empresas son relativamente grandes.

<sup>13</sup> Este diagrama surge del modelo (estático y de equilibrio parcial) que el propio Williamson llamó "naive trade-off model" el cual tan sólo indica las áreas ganadas y perdidas por los agentes y las ganancias en eficiencia asignativa que se producirían ante la formación de por ejemplo un *cartel*; pero no incluye elementos como: el tiempo, otras formas de competencia no basadas en el precio, las ineficiencias-X, la respuesta de las firmas que no participan en el *cartel*, y los efectos sobre la distribución del ingreso (es por esto que lo llama ingenuo). De todos modos, según Jacquemin (2002), el modelo refleja en primer lugar, lo difícil que es identificar con precisión las consecuencias en términos de eficiencia de ciertas conductas y por lo tanto, lo grave que sería basar el control de fusiones exclusivamente en estudios en términos de bienestar.

**FIGURA 1**  
**Poder de mercado y eficiencia asignativa.**



Un monopolista ajusta precios o cantidad de manera de maximizar sus beneficios, esto ocurre en el punto en que el ingreso marginal es igual al costo marginal ( $Q_m$ ,  $P_m$ ). La pérdida en excedente del consumidor causada por la fijación monopólica del precio se compone en parte por la transferencia de excedente a los productores (área A) y en parte a pérdida social por la falta de competencia (área B). Al nivel de producto  $Q_m$  y precio  $P_m$ , hay ineficiencia asignativa, ya que aún hay posibilidades de realizar intercambios rentables debido a que, hasta la cantidad  $Q_c$  los consumidores están dispuestos a pagar un precio mayor al costo de producción por una unidad adicional de producto (en el nivel  $Q_c$  se igualan precio y costo marginal).

Este esquema de un monopolio se puede generalizar al caso de una firma dominante que toma como dada la oferta de pequeños competidores que producen el mismo bien (llamada franja competitiva o competencia complementaria<sup>14</sup>). La empresa dominante es un monopolista respecto de la porción restante de la demanda de la industria cuando se resta la oferta de la franja competitiva. Se denomina "curva de demanda residual" a la curva de demanda que enfrenta la firma dominante, debido a que es el resultado de restar a la demanda total, la parte

<sup>14</sup> Del término inglés: "competitive fringe".

que es abastecida por la franja competitiva. La condición de maximización de beneficios para la firma dominante es la misma que para el monopolista tomando en cuenta que la elasticidad-precio de demanda en la ecuación es la que enfrenta la firma dominante.

d. Poder de mercado y eficiencia productiva

El grado de poder de mercado puede tener un importante impacto sobre la eficiencia productiva por varias razones. Por ejemplo, los directores de empresas que cuentan con poder de mercado, a través del cual obtienen rentas monopólicas, pueden no tener incentivos para minimizar el costo de producción, dado que esas rentas excedentes quedan en manos de los accionistas<sup>15</sup>. Las empresas que no reciben rentas monopólicas debido a las presiones de la competencia, se ven obligadas a minimizar costos o de lo contrario ven comprometida su permanencia en el mercado.

Adicionalmente, las empresas que cuentan con poder de mercado suelen realizar gastos en actividades que les permitan establecer o defender el mantenimiento de su poder de mercado, por un monto menor o igual al de sus rentas monopólicas. Aunque existen excepciones, estas actividades suelen ser improductivas; por ejemplo, exceso de publicidad, inversión en capacidad excesiva, desarrollo de marcas para limitar la posibilidad de entrada de competidores y ejercicio de *lobby* para asegurarse cuotas por parte del gobierno o licencias. Los gastos en investigación y desarrollo (I&D), podrían llegar a ser considerados como una excepción dado que pueden derivar en beneficios para los consumidores (De la Mano, op. cit.).

e. Poder de mercado y eficiencia innovativa

En la teoría económica no existe acuerdo sobre si la competencia perfecta es eficiente en la asignación de recursos para el desarrollo técnico. La controversia se centra principalmente, entre aquellos que afirman que un mercado imperfecto es la mejor alternativa y aquellos que creen que la mejor solución está en coordinar las actividades de I&D financiadas por el gobierno.

Este tema es particularmente relevante para el caso de las industrias de alta tecnología. En estas industrias las empresas están inmersas en una competencia

---

<sup>15</sup> Son las llamadas ineficiencias X, las cuales se materializan en una organización del trabajo ineficiente, en una imperfecta coordinación de las actividades o en falta de motivación de los trabajadores para alcanzar el máximo nivel de producto.

schumpeteriana dinámica por el mercado, a través de secuenciales "carreras" donde "el ganador se lo lleva todo" por producir innovaciones drásticas, en lugar de la competencia precio-cantidad en el mercado. Esto lleva a procesos de "destrucción creativa" donde las innovaciones destruyen las viejas industrias y crean nuevas. Por la propia naturaleza del proceso, la posición monopólica obtenida por la innovación es temporal.

Más aún, las innovaciones suelen implicar el compromiso de un volumen importante de recursos y requieren un retorno a la inversión lo suficientemente alto como para que el emprendimiento sea conveniente. Un mercado en competencia perfecta implicaría que los competidores pueden copiar inmediatamente el nuevo producto o proceso de la empresa innovadora, eliminando así la posibilidad de apropiación de los beneficios de la innovación y por ende, eliminando el incentivo a innovar. A partir de esto se argumenta que sólo una firma que pueda obtener un poder monopólico temporal suficiente, retrasando la imitación de sus rivales, tendrá incentivos para innovar.

Sin embargo, a pesar de reconocer que los mercados competitivos suelen llevar a niveles sub-óptimos de innovación, otros economistas como Arrow (1962), argumentan que el poder de mercado reduce los incentivos futuros a innovar en relación con los de una nueva firma entrante o una firma en industrias competitivas. Bajo el supuesto de que los retornos de la innovación serán apropiados completamente por el innovador, el monopolista es disuadido de innovar. Por el contrario, una firma entrante a la industria o una firma inmersa en un mercado competitivo, no tiene ningún flujo de ganancias que se pierda por la innovación y por lo tanto, probablemente tenga incentivos para innovar.

En una economía con una protección imperfecta e incompleta de la propiedad intelectual, la relación entre poder de mercado y eficiencia dinámica es ambigua. Sin embargo, cuando se está analizando el caso de una fusión deben considerarse cuidadosamente las posibilidades que presenta de generar ganancias netas en eficiencia dinámica, al permitir realizar procesos de innovación, las cuales pueden pesar más que las ganancias estáticas por la fijación del precio igual al costo marginal.

En general, no se puede obtener eficiencia asignativa, productiva y dinámica a la vez, sino que existe un *trade - off* entre ellas, el cual debe ser tomado en cuenta por las normas de Defensa de la Competencia. Esto es particularmente relevante

en el caso de las fusiones, en el sentido de que sus efectos sobre los distintos tipos de eficiencia son en general, en direcciones contrarias. Desde una perspectiva meramente estática, las fusiones implican en general, que empeore la eficiencia asignativa, pero mejora la eficiencia productiva. A su vez, es importante analizar el balance entre los efectos sobre las eficiencias estática y dinámica.

f. Trade - offs entre eficiencia productiva y eficiencia asignativa

Este tipo de *trade - off* aparece en múltiples circunstancias y son frecuentes en el contexto de fusiones, como lo expresa De la Mano (2002), este puede ser visto a través del diagrama de Williamson (1968).

Si se supone un mercado pre-fusión donde existe un oligopolio de dos empresas simétricas y un producto homogéneo y que el punto de equilibrio único del oligopolio es el par precio y cantidad  $(P1, Q1)$  (figura 2). El precio es mayor que el precio de equilibrio de competencia perfecta y la cantidad menor  $(Pc, Qc)$ . Esto implica una pérdida social inicial representada por el área W.

Como resultado de la fusión se crea un monopolio que maximiza beneficios en el punto  $(P2, Q2)$ . Si se asume que la fusión provoca mejoras en eficiencia productiva, entonces, el costo marginal se reduce a  $CM2$ . Los efectos estáticos de una fusión pueden ser divididos en cuatro partes<sup>16</sup>:

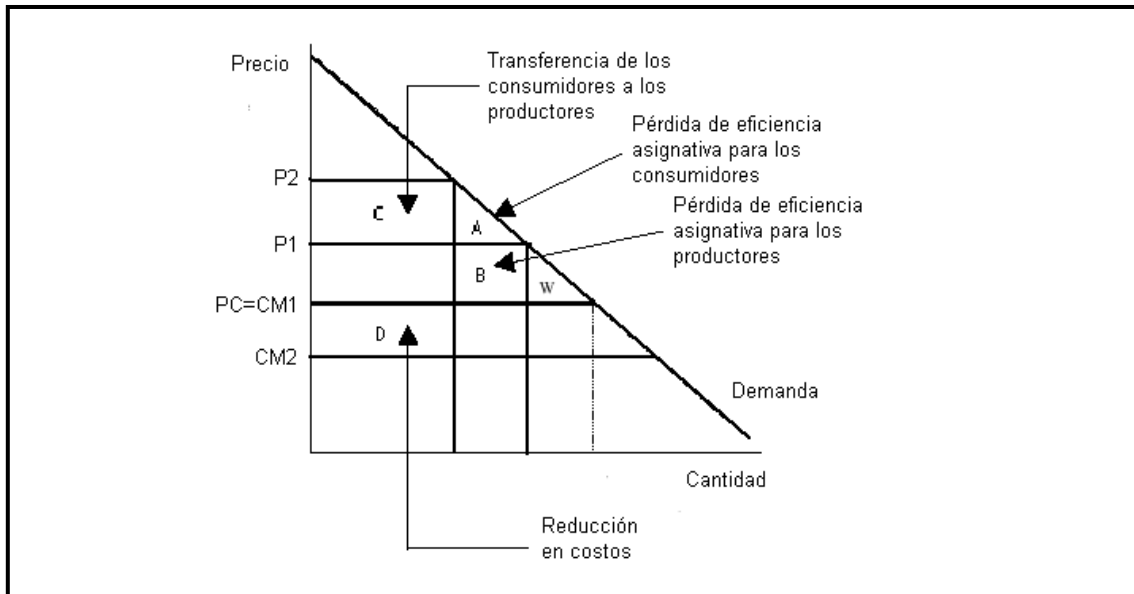
- La pérdida del excedente del consumidor al aumentar el precio que no es transferida a los productores (área A).
- La pérdida de los productores por la reducción en el volumen producido con ganancias positivas, es decir, donde el precio era mayor al costo marginal (área B).
- La pérdida en excedente del consumidor que es transferida a los productores (área C).
- La ganancia de los productores por la reducción en el costo marginal (área D).

---

<sup>16</sup> Por simplicidad en este análisis se ha omitido el posible aumento de ineficiencias-X a causa de la fusión.

**FIGURA 2**

**Trade - offs entre eficiencia productiva y eficiencia asignativa**



La fusión no tiene impacto sobre la ineficiencia asignativa previa a la fusión causada por el oligopolio (área W). Las áreas A y B representan pérdidas en bienestar social no ambiguas y representan la pérdida en eficiencia asignativa causada por la fusión. El área C no implica ninguna pérdida de bienestar social, sino una transferencia de los consumidores a los productores. El área D representa una ganancia en bienestar social no ambigua, donde el beneficio es apropiado en su totalidad por los productores en términos de mayores beneficios.

Con respecto a si una fusión incrementa o no el bienestar, en realidad esto no puede establecerse en forma general sino que depende de cada situación. Por un lado, el perjuicio de los consumidores por la pérdida de excedente es igual a la suma de las áreas A y C. Por otro lado, los productores mejoran su situación por su ganancia representada por el área C (transferencia inducida por la existencia de poder de mercado) que más que compensa la pérdida por el área B (esto siempre se da debido a que  $P_2$  es el precio que maximiza beneficios); a esto hay que sumarle la ganancia por la reducción en el costo marginal (área D).

El impacto sobre el excedente total dependerá del peso relativo que se le otorgue al bienestar de los distintos grupos afectados. Si a los consumidores y a los productores se les otorga igual peso relativo, el impacto sobre el excedente total será simplemente la diferencia entre las ganancias en eficiencia productiva (área D) y las pérdidas en eficiencia asignativa (áreas A + B). Desde esta perspectiva, para

que una fusión produzca efectos negativos sobre el excedente total, la fusión debe crear un poder de mercado substancial y resultar en un aumento de precios muy significativo.

En términos de política, el *trade - off* entre eficiencias asignativa y productiva puede ayudar a comprender mejor los desacuerdos aparentes entre la política de Defensa de la Competencia y otro tipo de políticas. Por ejemplo, mientras la primera enfatiza la eficiencia asignativa, la política industrial pone más énfasis en la eficiencia productiva.

g. Trade - offs entre eficiencia dinámica y eficiencia estática

Desde un punto de vista dinámico, la competencia en innovación de productos o procesos puede tener efectos, tanto positivos como negativos, sobre el bienestar más importantes, al menos en el largo plazo, que un cambio en el precio. Esto puede suceder, por ejemplo, cuando las empresas que se fusionan tienen capacidades tecnológicas complementarias pero parcialmente superpuestas. En general, es poco probable que todas las empresas sean igualmente efectivas en términos de innovación. De hecho, las empresas pueden poseer información privada sobre oportunidades de I&D o pueden tener activos únicos indispensables para el éxito en la innovación. Por ejemplo, una firma puede contar con capacidad creativa superior al resto, pero no tener una red de distribución lo suficientemente grande como para aprovechar el beneficio comercial total del nuevo producto.

En la medida que las firmas que se fusionan dedican esfuerzos considerables en invertir en I&D para el desarrollo de procesos productivos que impliquen menores costos y/o en la mejora o desarrollo de productos, la fusión de empresas puede contribuir a eliminar redundancias en las actividades de I&D. Esas redundancias se deben a que las inversiones en I&D independientes pueden llevar a idénticas trayectorias tecnológicas. La duplicación de los esfuerzos puede ser minimizada si se coordinan los planes de investigación, disminuyendo por lo tanto, los costos sin reducir significativamente la innovación. Por otro lado, programas de I&D independientes pueden ser complementarios o no y combinarlos tiene el riesgo de eliminar trayectorias de descubrimiento alternativas y potencialmente más beneficiosas.

Sin embargo, la naturaleza de bien público que tiene la información sugiere que la coordinación probablemente implique una mayor eficiencia. En este contexto, *joint ventures* en I&D o fusiones pueden promover una mayor difusión ex-post de las

innovaciones por ejemplo, si incluyen empresas que de otra manera no realizarían I&D independientemente y que tampoco comprarían el "know - how" por medio de licencias.

Según Jacquemin (op. cit.), aún en el caso en el que no existen *spillovers* (efectos derrame) o externalidades en la inversión en I&D, esta será menor que el óptimo social dado que la firma no esperará apropiarse del total del valor social de la innovación en el mercado post-innovación. Si en cambio, se supone que existen *spillovers* o externalidades los incentivos a innovar o a invertir en I&D serán aún menores dado que los beneficios de la innovación fluirán hacia otras empresas sin costos para estas últimas (o sin beneficios para las primeras) y como consecuencia, las empresas que no han invertido en generar esa innovación podrían fortalecerse con ella.

El autor afirma, por lo tanto, que la cooperación en I&D puede disminuir el siguiente *trade-off*. Altos incentivos para invertir en I&D requieren un alto grado de apropiación de los beneficios (y así una limitada difusión del conocimiento) y por otro lado, si la apropiación fuera total, no se producirían *spillovers* como resultado de la I&D de otras firmas y por lo tanto, no existiría una disminución alta en los costos agregados en I&D. De esta manera, "la I&D cooperativa puede ser vista como el medio que permitiría simultáneamente, internalizar las externalidades creadas por los *spillovers* en I&D significativos y proveer una forma más eficiente de compartir la información entre empresas". D'Aspremont et al. (1988) comparando soluciones de cooperación simétrica y no cooperativas demostraron que bajo el escenario cooperativo grandes *spillovers* llevan a mayores gastos en I&D y niveles más altos de producción.

Desafortunadamente, las eficiencias dinámicas son más difíciles de medir y predecir que las estáticas. Sin embargo, las autoridades antimonopólicas deben poder aproximarse a definir a partir de un análisis caso por caso: a) el probable impacto de una fusión sobre el alcance y probabilidad de éxito de la actividad innovativa; y b) el grado de difusión de una innovación y de la capacidad imitativa de las firmas competidoras (De la Mano, op. cit.).

#### h. Un caso particular: economías pequeñas

Evans y Hughes (2003), plantean que la característica esencial de las economías pequeñas es que el tamaño de sus empresas está limitado por el tamaño de los

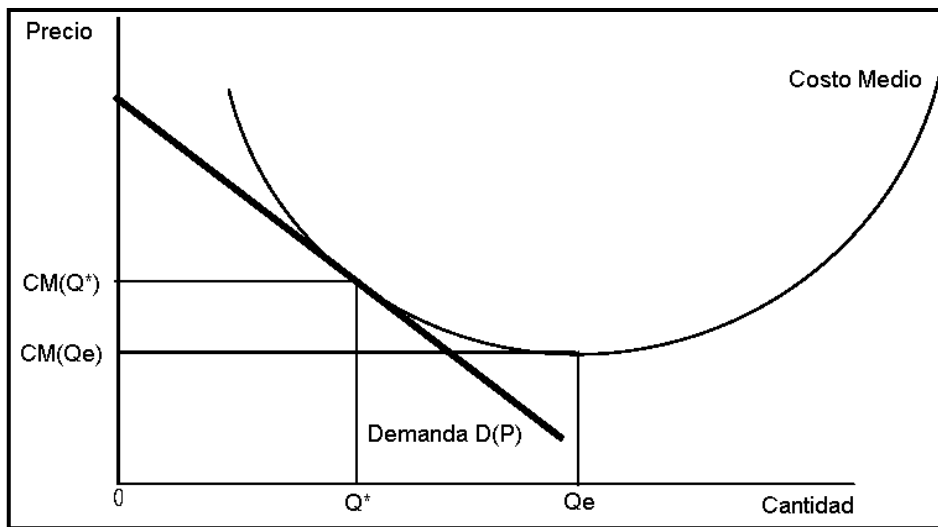
mercados locales, esta limitación a su vez se traduce en un alto grado relativo de concentración en sus mercados y por la presencia de oligopolios.

A su vez, en este tipo de economías una fracción considerable del producto se produce a una escala inferior a la mínima escala eficiente. La posibilidad de alcanzar esta escala de producción se ve limitada por el tamaño del mercado doméstico el cual, limita la posibilidad de alcanzar economías de escala y de alcance; en el caso particular de los bienes transables, la alternativa para las economías pequeñas es expandirse por medio de la exportación. Por ejemplo, en el caso de la eficiencia asignativa, los mercados de economías pequeñas en general, sólo dan lugar a la existencia de pocas empresas en las industrias donde la escala de producción es importante. Esto se traduce en primer lugar, en que las firmas existentes en el mercado pueden aumentar precios por encima del nivel de competencia, de manera de obtener ganancias supra-competitivas, lo cual determina una asignación ineficiente de recursos económicos entre sectores. A su vez, los mercados pequeños pueden impedir que las firmas alcancen la escala mínima eficiente, con lo cual, el costo unitario probablemente será mayor si se compara con las industrias de países con mercados relativamente mayores.

En la figura 3 se ilustra el problema que presentan las des-economías de escala, en el caso en que la curva de costo medio es tal que su mínimo se alcanza a un nivel alto de producto ( $Q_e$ ).  $D(P)$  es la curva de demanda (que incluye la demanda doméstica y la demanda del exterior que las firmas del país pueden abastecer dados los costos de transporte, es decir, el mercado geográfico relevante); y  $Q^*$  es el nivel de producto que se demandaría al precio suficiente para cubrir los costos medios mínimos. El cociente entre  $Q^*$  y  $Q_e$  es un indicador del tamaño del mercado, si este cociente vale uno está indicado que el mercado es lo suficientemente grande como para albergar una sola firma operando a la escala mínima eficiente. Un valor de dos, indica que pueden existir dos firmas operando a escala mínima eficiente. Un valor menor a uno (como es el caso del gráfico) indica que el mercado no es lo suficientemente grande para albergar ni siquiera una firma operando a la mínima escala eficiente.

FIGURA 3

Escala de producción eficiente en mercados pequeños



Según Evans y Hughes (2003), dado el tamaño del mercado interno, en economías pequeñas es esperable que las industrias, en general, enfrenten una demanda dentro del mercado geográfico relevante pequeña en relación con la escala mínima eficiente. La aplicación de políticas de competencia en este tipo de industrias puede implicar un aumento significativo de costos.

Por ejemplo, si se supone que se prohíbe una fusión entre dos empresas en una industria donde la demanda implica que el cociente  $Q^*/Q_e$  es 0,66; si la fusión no se realiza, cada empresa podría alcanzar una escala de 0,33, lo que significaría una desventaja en costos relevante si se compara con empresas de otros países. La implicancia directa de este hecho, en términos de política, es que en países pequeños se debe dar un peso relativo mayor a la defensa de las eficiencias en el control de fusiones y de prácticas de comercio. En economías pequeñas en particular, existen un *trade-off* entre el número de firmas y las economías de escala que las normas de competencia deberían reflejar.

i. Elección del estándar de bienestar

La resolución de los posibles *trade-offs* entre los distintos tipos de eficiencia depende del peso relativo que se le otorgue al bienestar de los distintos grupos participantes en el mercado. La regla elegida para asignar estos pesos relativos es llamada el "*estándar de bienestar*". Existen básicamente dos criterios: el estándar de bienestar total y el estándar del excedente del consumidor. Una política de competencia designada para maximizar el bienestar de los consumidores será muy

diferente a una designada para maximizar el excedente total. La primera no tomará en cuenta los incrementos en el bienestar de los productores, mientras que la segunda ignorará las redistribuciones en el ingreso. A estos dos criterios se agrega el estándar ponderado.

El análisis se realiza exclusivamente en términos de precios por razones expositivas, pero el efecto precio de una fusión es sólo uno de los varios elementos a ser tomados en cuenta para definir el impacto total de una fusión, independientemente del estándar que se utilice (otros elementos pueden ser la calidad del producto, la velocidad y seguridad de la oferta).

La elección del estándar de bienestar a maximizar por las agencias de Defensa de la Competencia tiene consecuencias prácticas muy importantes al determinar que tipo de eficiencias deberían ser consideradas. Los criterios posibles son los siguientes:

- **El estándar del excedente total:** según este criterio, una fusión debería ser autorizada si aumenta el bienestar total, es decir, se autorizará aquella fusión que determine un resultado neto positivo al considerar tanto el bienestar de los consumidores como el de los productores. Por lo tanto, incluso en los casos en que los consumidores se vean perjudicados, si las ganancias en excedente de los productores a raíz de la fusión son mayores que la pérdida de los consumidores, la fusión debe autorizarse. Este criterio implica que las eventuales ganancias en eficiencia generadas por la fusión no necesariamente deben ser transferidas a los consumidores para que la fusión se considere beneficiosa para la sociedad.
- **El estándar del excedente del consumidor:** implica tomar en cuenta en el análisis exclusivamente el bienestar del consumidor, por lo tanto sólo se autorizaran aquellas fusiones que no afectan el excedente del consumidor o que generan eficiencias que sean transferidas al consumidor por ejemplo, a través de una reducción de precios. Intuitivamente, toda fusión al implicar un mayor grado de concentración en el mercado (incluso aunque genere un monopolio), perjudicará a los consumidores por medio de mayores precios (peor calidad de los productos o disminución de las opciones de productos); sin embargo, pueden existir fusiones que provoquen ganancias en eficiencia tales, que generen una reducción del precio beneficiando así a los consumidores. Para ello retomemos el Diagrama de Williamson (1968).



Froeb y Werden (1998), plantean un estimador de la reducción de costo marginal necesaria y suficiente para compensar los efectos anticompetitivos de una fusión (es decir, aquella variación en costos que no provocaría variaciones en el precio de equilibrio). Los autores denominan este concepto como "*Reducción en Costo Marginal Compensatoria*", RCMC. El punto de partida es la condición de maximización de beneficios en un modelo tipo Cournot y llegan al mismo resultado ya presentado en la sección 2.3:

$$10. \quad L = \left( \frac{p - c_i}{p} \right) = \frac{s_i}{|\varepsilon|} \quad \varepsilon \neq 0$$

De esta condición de primer orden obtienen que el costo marginal se puede representar como:

$$11. \quad c_i = \frac{(|\varepsilon| - s_i)p}{|\varepsilon|} \quad \varepsilon \neq 0$$

Es importante notar que la elasticidad-precio de demanda no se modifica con la fusión ya que es un dato que viene dado por la función de demanda. Adicionalmente, tampoco se debería modificar la cantidad producida dado que se busca determinar cual es la variación en el costo tal que permita mantener el mismo precio que existía previo a la fusión y para que esto ocurra la cantidad producida por el total de la industria debe mantenerse constante. Por lo tanto, la condición de primer orden de maximización de beneficios debe ser igual antes y después de la fusión.

La participación de las firmas que no se fusionan no se modifica y la de las firmas fusionadas debería ser igual a la suma de las participaciones anteriores. Sean  $j$  y  $k$  las firmas que se fusionan e  $i$  la nueva firma que resulta de la fusión. Si los precios no cambiaran a raíz de la fusión se tendrá que:

$$12. \quad s_i = s_j + s_k$$

Entonces, el costo marginal requerido para que el precio no varíe luego de la fusión es:

$$13. \quad c_i^1 = \frac{(|\varepsilon| - (s_j + s_k))p}{|\varepsilon|} \quad \varepsilon \neq 0$$

Este valor debe ser comparado con el costo marginal previo a la fusión, para ello se define  $c_i^0$  como el promedio de los costos marginales de cada empresa participante en la fusión, ponderado por sus respectivas participaciones en el mercado:

$$14. \quad c_I^0 = c_j \cdot s_j + c_k \cdot s_k$$

De aquí surge que la reducción en el costo marginal necesaria para mantener el precio al nivel previo a la fusión es:

$$15. \quad \frac{c_i^0 - c_i^1}{c_i^0} = \frac{2 \cdot s_j \cdot s_k}{|\varepsilon| \cdot (s_j + s_k) - (s_j^2 + s_k^2)} \quad \varepsilon \neq 0$$

Se observa que los valores que tome la RCMC dependerán de la elasticidad-precio de demanda y de las participaciones previas a la fusión. La RCMC será menor cuanto mayor sea la elasticidad-precio de demanda y cuanto mayor sea la asimetría existente en las participaciones relativas.

Un elemento importante a tener en cuenta a la hora de analizar las reducciones en los costos que se desprenden de una fusión, es la diferencia entre reducciones reales en costos y reducciones meramente pecuniarias. Una reducción real implica que la empresa puede producir más o mejores productos utilizando los mismos recursos que antes. Una reducción pecuniaria en cambio no representa un ahorro en recursos; por ejemplo, una reducción en los impuestos que se pagan o un acceso a insumos más baratos debido a un mayor poder de negociación ante los proveedores son reducciones de costos meramente pecuniarias.

Por otro lado, hay que tener en cuenta que las eficiencias post-fusión pueden no ser necesariamente específicas a la fusión, es decir, puede suceder que se generen en ausencia de la fusión, por ejemplo, a través de expansiones internas, *joint ventures*, acuerdos de especialización o licencias. Es importante al evaluar las eficiencias que se originaron post-fusión asegurarse que estas sean específicas a la misma (como las sinergias), para ello debe ser alta la probabilidad de que dichas eficiencias sean alcanzadas con la fusión y baja la probabilidad de que sean alcanzadas sin ella. De todas maneras, hay que considerar si otros arreglos posibles, distintos a la fusión, tienen o no efectos anticompetitivos o si hacen más costoso o menos probable el alcanzar las eficiencias.

Además, es importante tomar en cuenta la probabilidad de que las ganancias en eficiencia sean efectivamente transferidas a los consumidores. Según Röller *et al.* (2001), cuatro aspectos son importantes.

En primer lugar hay que diferenciar entre costo fijo y variable, en el corto plazo solo las reducciones en costos variables se transfieren a los consumidores. Además, es importante que el lapso de tiempo para el cual se analiza la reducción en costo fijo sea el mismo para el cual se analiza cómo esta reducción afectará la decisión sobre el precio en el mediano y largo plazo; es decir, se deberá tomar el mismo lapso de tiempo para medir las eficiencias y los efectos anticompetitivos de la fusión.

Otro elemento importante es que cuanto mayor es la rivalidad de los competidores ex-post, mayor será la tasa de reducciones en costos que pasará a los consumidores. Es importante resaltar que se está considerando la "rivalidad" y no simplemente la competencia. Es evidente que en un mercado no colusivo cuanto mayor sea el grado de competencia (mayor número de empresas), mayor será la transferencia a los consumidores. Incluso en mercados altamente concentrados es necesario analizar el grado de rivalidad entre los competidores o lo que es lo mismo, la presencia de conductas que generen colusiones. En un mercado colusivo el grado de competencia post-fusión dependerá de la habilidad de los competidores de sostener o reforzar la colusión post-fusión. Cuanto mayor sea el grado de comportamiento colusivo, menor será la probabilidad de que las reducciones en costos sean transferidas a los consumidores.

En tercer lugar, hay que tener en cuenta que en la práctica puede no ser factible calcular la magnitud de la transferencia a los consumidores, ya que depende de la forma de la curva de demanda y de la pendiente de las funciones de costo marginal de corto y largo plazo. En particular, si la elasticidad-precio de demanda es creciente con el precio, para las firmas resulta óptimo aumentar el *mark-up* luego de una reducción en costos.

Por último, también es necesario evaluar cualitativamente eficiencias que pueden pasarse a los consumidores a través de mejores productos o servicios, nuevos productos o mayores esfuerzos de innovación.

- **Estándar ponderado:** representa una alternativa a los estándares de bienestar mencionados (excedente total y excedente del consumidor), este implica la adopción de una medida de bienestar total donde se introducen ponderadores con el objetivo de establecer los pesos relativos del bienestar de los consumidores y productores.

Este último criterio presenta, la dificultad de elegir ponderadores, los cuales implican introducir criterios redistributivos a las normas de Defensa de la Competencia. Sin embargo, en los criterios anteriores implícitamente también incluyen ponderaciones; en el estándar de excedente total a ambos grupos (consumidores y productores) se les asigna el mismo peso relativo mientras que, en el estándar del excedente del consumidor sólo se tiene en cuenta a dicho grupo. En la práctica, no existe una base legal o conceptual para determinar los pesos relativos a asignar a cada grupo (De la Mano, op. cit.).

## **2.5. Efectos sobre el bienestar en mercados múltiples**

Los cuatro criterios mencionados en la sección 2.4 toman en cuenta el impacto de una fusión en un solo mercado claramente definido. Sin embargo, las fusiones entre empresas que trabajan con varios productos tienen impactos en varios mercados. De hecho, una fusión puede tener impactos negativos en un mercado pero positivos en otro.

Al definir un mercado se deben tomar en cuenta al menos tres dimensiones: una geográfica, otra temporal y por último una relativa a los productos. De esta manera, una fusión puede crear efectos anticompetitivos en un país y/ o durante un período de tiempo determinado y/ o en el mercado de un producto en particular y al mismo tiempo, provocar ganancias en eficiencia en otro país y/ o en otro período de tiempo dado y/ o en el mercado de otro producto. En vista de esto, es necesario comparar las ganancias en eficiencia con los efectos anticompetitivos sobre "todos" los consumidores.

El estándar del bienestar total, por ejemplo, permite comparar las ganancias en eficiencia en un mercado y los efectos anticompetitivos de fusiones que perjudican a los consumidores en otro mercado. A partir de este criterio, estas fusiones deberán ser autorizadas si crean ganancias netas para la economía en su conjunto. Esta aproximación se justifica en la probabilidad de que una fusión de este tipo sea motivada por reducciones en costos en un mercado distinto al mercado donde se generan efectos anticompetitivos y por lo tanto, el objetivo de la fusión es la eficiencia y no la creación de poder de mercado. De hecho, es posible diseñar soluciones para reestructurar estos acuerdos de manera que las ganancias en eficiencia se realicen sin perjudicar a los consumidores de otros mercados. Sin embargo, en algunos casos es probable que no existan soluciones de este tipo y por lo tanto, las autoridades de Defensa de la Competencia se verán obligadas a referirse al bienestar total y así, decidir a partir del resultado neto.

### 3. Modelos de Defensa de la Competencia

Existen básicamente dos clases de sistemas de Defensa de la Competencia: a) sistemas de respuesta legislativa y b) sistemas de respuesta administrativa. En los primeros, existen normas de Defensa de la Competencia y son las cortes las encargadas de llevar a cabo su aplicación; en los segundos, existen agencias específicas encargadas de la Defensa de la Competencia. Analizaremos las principales características de estos dos modelos a partir de ejemplos: el modelo vigente en EE.UU., como sistema de respuesta legislativa; y el caso de la U.E. sistema de respuesta administrativa.

#### 3.1. Modelo de respuesta legislativa: Estados Unidos

##### a. Normas.

La normativa vigente define en términos generales, cuales son las conductas que se consideran anticompetitivas y son las cortes los órganos que poseen la facultad de decidir en cada caso, si aplican o no las normas.

Los tres principales decretos federales son: a) el Decreto Sherman, (1890), b) el Decreto de la Comisión Federal de Comercio, (1914) y c) el Decreto Clayton, (1914).

En general, las prácticas que se sancionan son: a) acuerdos horizontales entre competidores (restricciones horizontales), b) acuerdos verticales entre compradores y vendedores (restricciones verticales), c) mantenimiento o creación de un monopolio, d) fusiones y e) discriminación de precios.

El Decreto Sherman prohíbe las operaciones de concentración que restrinjan el comercio, los intentos de monopolizar un mercado y la monopolización, es aplicable también a casos de prácticas horizontales exclusorias y colusión. El Decreto de la Comisión Federal de Comercio vigila el cumplimiento de las normas *antitrust* y prohíbe operaciones de concentración que constituyan una forma ilícita de competencia. Por último, el Decreto Clayton, prohíbe las operaciones de concentración si tienen como efecto una disminución considerable de la competencia o tienden a crear un monopolio.

b. Autoridades

Los organismos encargados de realizar las investigaciones y llevar los casos a las cortes son la Dirección de Competencia de la Comisión Federal de Comercio y la División Antimonopolios del Departamento de Justicia. Ambas investigan y denuncian las violaciones a las normas de competencia pero no imponen sanciones, tienen la obligación de llevar los casos a las cortes y son estas las que aplican la sanción correspondiente.

Cuando existe una violación a las normas de competencia la denuncia puede ser presentada por alguna de estas autoridades o por agentes privados y así, el caso es llevado a la corte; por lo tanto, **se trata de un control ex-post**.

### 3.2. Modelo de respuesta administrativa: Unión Europea

a. Normas.

Las principales normas son los artículos 81 a 86 del tratado de la C.E.E.. El artículo 81 prohíbe: acuerdos y asociaciones entre empresas y prácticas concertadas que afecten el comercio **entre** los Estados y que tengan "*por objeto o efecto impedir, restringir o falsear el juego de la competencia dentro del mercado común*". El artículo 82 prohíbe el abuso de posición dominante en el mercado común. Los restantes artículos se refieren a la vigencia de las normas y a las autoridades encargadas de aplicarlas.

La norma principal para el control de fusiones entre empresas, es el Reglamento 4064/89 del Consejo, el cual prohíbe las "*fusiones anticompetitivas*" (las que crean o fortalecen una posición dominante). Por lo tanto, se condena el abuso de esa posición.

Además, este reglamento se aplica a aquellas acciones consideradas "*operaciones de concentración de dimensión comunitaria*"; son los casos que cumplen simultáneamente con: a) el volumen de negocios total de las empresas afectadas supera los 5.000 millones de euros; y b) el volumen de negocios total de por lo menos dos de las empresas, realizado individualmente y en la Unión, supera los 250 millones de euros.

#### b. Autoridades

La Comisión Europea es el órgano encargado de la aplicación de los artículos 81 y 82. Los acuerdos entre empresas le deben ser notificados y esta tiene además, la facultad de realizar investigaciones de oficio y conceder exenciones a aquellos que contribuyan a mejorar la producción, la distribución o que promuevan el desarrollo económico i técnico "*mientras se ofrezca a los consumidores una participación equitativa en el beneficio resultante*" (Comisión Europea, 1997); (los tribunales nacionales no tienen esta facultad).

Las normas de los Estados miembros no pueden aplicarse si generan conflicto con la legislación comunitaria. Si la Comisión concede una exención al amparo del apartado 3 del artículo 81, las autoridades nacionales no pueden tomar medidas en sentido contrario en virtud de la legislación comunitaria, ni en virtud de la legislación nacional (Comisión Europea, op. cit.).

### **3.3. El caso uruguayo**

#### a. Normas

La legislación sobre Defensa de la Competencia en el país es de reciente data. En los años 2000 y 2001, fueron incorporadas en el ordenamiento jurídico normas que incluyen artículos sobre el tema, éstos son los artículos 13, 14 y 15 de la Ley de Urgencia 17.243 del 29 de junio de 2000 y los artículos 157 y 158 de la Ley de Presupuesto 17.296 del 21 de febrero de 2001 y el Decreto Reglamentario 86/2001 del 28 de febrero de 2001.

En general, la normativa uruguaya sigue la tradición del modelo europeo, en particular, toma de ella el concepto de posición dominante.

Sin embargo, es importante destacar que si bien en nuestro país se han aprobado normas que contienen artículos referidos a la Defensa de la Competencia, éstas son incompletas, existiendo tan sólo algunos artículos dispersos en leyes generales. Por ejemplo, una de sus principales carencias es el hecho de que la legislación actual no incluye consideraciones sobre fusiones y concentraciones.

**b. Autoridades**

La autoridad encargada de la aplicación de estas normas es la Dirección General de Comercio (Decreto Reglamentario 86/2001), oficina dependiente del Ministerio de Economía y Finanzas, el rol de autoridad de aplicación de estas normas.

Esta oficina es la encargada de realizar investigaciones sobre conductas anticompetitivas, y es a su vez quién toma las decisiones respecto a las mismas. En general, la DGC inicia investigaciones ante denuncias que le son presentadas, sin embargo, tiene también la potestad de hacerlo de oficio si detecta la presencia de conductas anticompetitivas.

Como vemos, la aplicación de estas normas se da en el ámbito administrativo, por lo que es un modelo de respuesta administrativa.

**Cuadro 1**  
**Comparación entre modelos**

	<b>EE.UU.</b>	<b>U.E.</b>	<b>Uruguay</b>
<b>Arreglo institucional.</b>	Respuesta legislativa.	Respuesta administrativa.	Respuesta administrativa.
<b>Criterio general u objetivo.</b>	Defensa del consumidor. Evitar situaciones anti-competitivas que reduzcan el bienestar de los consumidores.	Crear un mercado común. Evitar prácticas anticompetitivas que afecten el comercio entre los Estados miembros.	Defensa del "bienestar total".
<b>Concepto de competencia</b>	Contrario a monopolio y oligopolio (poder de mercado).	Proceso de rivalidad (posición dominante).	Proceso de rivalidad (posición dominante).
<b>Defensa de las eficiencias.</b>	Sólo las que resultan de la fusión y que son improbables en ausencia de la misma.	Sólo se consideran hasta que se alcanza posición dominante, pero no para justificarla.	No se consideran.
<b>Momento en el cual se realiza el control de los acuerdos.</b>	Control ex-post. Se investiga ante denuncias.	Control ex-ante y ex-post). Los acuerdos deben ser notificados. Se controla que sean notificados.	Control ex-post (no existe control de fusiones). Se investiga sólo si hay violación a las normas.

## Referencias bibliográficas

Arrow, K., 1962. *Economic Welfare and the Allocation of Resources for Innovation*. Princeton University Press.

Charles, J., 2001. *International Anti-trust in the 21<sup>st</sup> Century: Cooperation and convergence*. OECD, Global Forum on Competition.

Coley, S., y Reiton, S., 1988. *The Hunt for Value*. The McKinsey Quarterly.

Coloma, G., 2000. *Prácticas horizontales concertadas y defensa de la competencia*. Universidad del CEMA, DT-170.

Coloma, G., 2002 A. *Apuntes de economía industrial, (parte 2)*. Universidad del CEMA, DT-222.

Coloma, G., 2002 B. *Prácticas horizontales exclusorias y defensa de la competencia*. Universidad del CEMA, DT-228.

Comisión Europea, Dirección General de Competencia, 1997. *Libro Verde sobre las restricciones verticales*.

Comisión Federal de Comercio y Departamento de Justicia, 2000. *Antitrust Guidelines for Collaborations Among Competitors*.

Comisión Federal de Comercio y Departamento de Justicia, 1997. *Horizontal Merger Guidelines*.

D'Amore, M., 1998. *Estándares de intervención en los regímenes de control de fusiones*. Anales de la XXXIII Reunión Anual de la Asociación Argentina de Economía Política (AAEP).

D'Aspremont, C. y Jacquemin, A., 1988. *Cooperative and Non-Cooperative R&D Industry with Spillovers*. American Economic Review.

De la Mano, M., 2002. *For the customer's sake: The competitive effects of efficiencies in European merger control*. Enterprise Papers 11. European Commission.

Evans, L., y Hughes, P., 2003. *Competition Policy in Small Distant Open Economies: Some Lessons from the Economics Literature*. New Zealand Treasury Working Paper 03/31.

Farrell, J., y Shapiro, C., 1990. *Horizontal Mergers: An Equilibrium Analysis*. American Economic Review.

Froeb, L., y Werden, G., 1998. *A Robust Test for Consumer Welfare Enhancing Mergers among Sellers of a Homogenous Product*. Economics Letters 58.

García, A., 1994. *Un índice de dominación para el análisis de la estructura de los mercados*. El Trimestre Económico, volumen 61.

García, M., 2002. *Dominancia vs. disminución sustancial de la competencia, ¿cuál es el criterio más apropiado?: aspectos jurídicos*. Instituto de Estudios Europeos. II Seminario de Expertos.

Jacquemin, A., 2000. *Theories of Industrial Organization and Competition Policy: What are the Links?*. European Commission.

Kreps, D., 1990. *Game Theory and Economic Modeling*. Oxford University Press.

Muris, T., 2001. *Antitrust enforcement in the Federal Trade Commission: in a word – continuity*. American Bar Association.

Röller, L., Stennek, J., y Verboven, F., 2001. *Efficiency Gains from Mergers*. European Economy, Reports and Studies 5.

Schmidt, C., y de Lima, M., 2002. *Índices de Concentração*. Secretaria de Acompanhamento Econômico (SEAE) del Ministerio de Hacienda, Brasil.

Schwartz, P., 2002. *Competencia y bienestar*. Pasquines del Instituto Español de Estudios de Libre Comercio, número 4.

UNCTAD, 1995. *The Basic Objectives and Main Provisions of Competition Laws and Policies*.

UNCTAD, 1998. *Proyecto de comentarios sobre los posibles elementos del proyecto de articulado de una o varias leyes tipo*.

UNCTAD, 1999. *La política de defensa de la competencia y las restricciones verticales*.

UNCTAD, 2001. *Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor, (ampliación de 1999)*.

Williamson, O., 1968. *Economies as an Antitrust Defense: The Welfare Trade-offs*.  
American Economic Review, 58.