

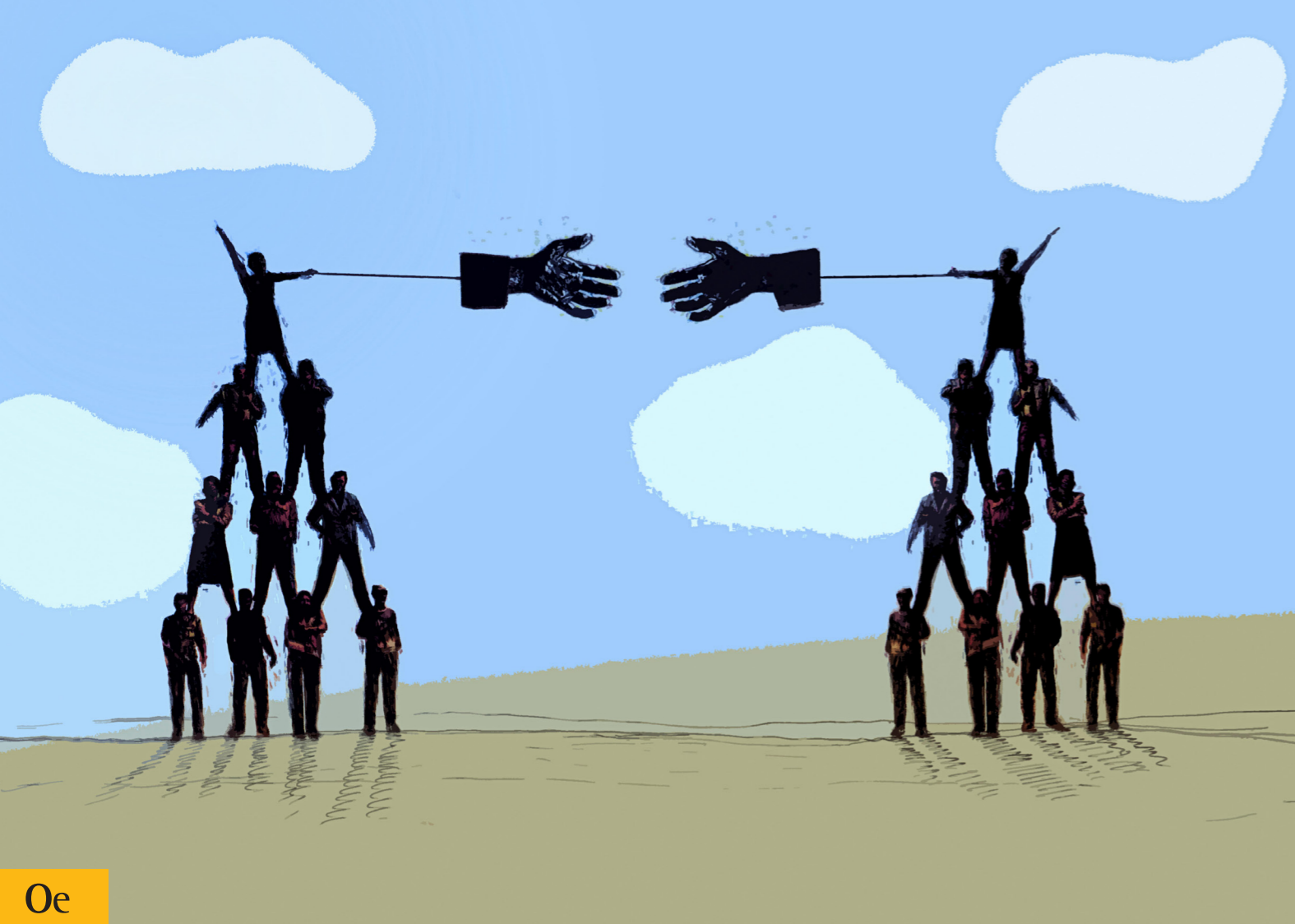


Observatorio Económico >

n° 105/ junio 2016

COMPRAS PÚBLICAS:
MUCHO POR
MEJORAR,
TODAVÍA





Oe

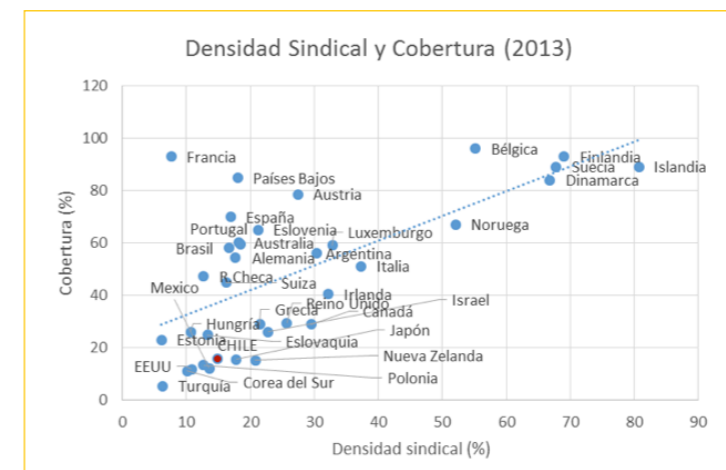
Balance de la reforma laboral (sin titularidad ni extensión de beneficios)

Por Lucas Navarro, Director Magister en Economía, UAH / Universidad de Georgetown Estados Unidos.

Luego de más de un año de discusión y del rechazo de dos puntos de importancia por parte del Tribunal Constitucional (TC), la reforma laboral estaría cerca de promulgarse. En líneas generales la reforma apunta a fortalecer a los sindicatos, creando incentivos legales para una mayor afiliación a los mismos. Los dos puntos que no podrán ser introducidos debido al rechazo del TC, que se consideraban centrales según la reforma, son el de la titularidad sindical y el de la extensión de los beneficios. A través de la titularidad sindical se designaba a los sindicatos como único órgano de negociación con la empresa, en detrimento de los grupos de negociadores, que sólo podrían negociar colectivamente en caso de que no existieran sindicatos. Respecto a la extensión de los beneficios, se apuntaba a que ella resultaría del común acuerdo entre sindicato y empleador y no de la voluntad del empleador como ocurre actualmente. En la práctica, de acuerdo a datos de la Encuesta Laboral de la Dirección del Trabajo, ENCLA 2014, casi el 70% de las empresas extienden los

beneficios de los convenios colectivos a los no afiliados. Algunos objetan esta práctica puesto que generaría bajos incentivos a afiliarse a los sindicatos.

Frente a estos antecedentes, surge la duda si tanto la titularidad sindical como la no extensión de los beneficios habrían sido tan importantes para fortalecer los sindicatos, más allá de la discusión de las implicancias que ello pueda tener sobre el bienestar. La evidencia internacional muestra que la mayor densidad sindical no es la fuente principal de poder de los sindicatos, sino más bien la cobertura de los convenios colectivos, que se relaciona con la extensión de los beneficios de la negociación según el contexto institucional de cada país. El Gráfico 1 muestra datos de densidad sindical y cobertura de los convenios colectivos para los 34 países de la OECD más Brasil y Argentina alrededor de 2013¹. La densidad sindical es el porcentaje de trabajadores afiliados en relación al total de empleo asalariado y la cobertura es el porcentaje de trabaja-



dores asalariados beneficiados por los convenios colectivos de trabajo. Se puede notar que, si bien obviamente los países con mayor sindicalización tienen mayor cobertura, esa relación no es uno a uno. Incluso, sin considerar a los países nórdicos, hay mucha variación entre países en la cobertura para un mismo nivel de densidad sindical.

La brecha entre las tasas de sindicalización y la cobertura de los convenios colectivos se explica -en gran parte- por el contexto institucional de los distintos países. En Francia y España, por ejemplo, los convenios colectivos no pueden discriminar entre trabajadores sindicalizados y no sindicalizados, por eso, aun cuando la densidad sindical es baja la cobertura, es muy elevada. En Francia el poder de los sindicatos es muy grande debido a que la negociación colectiva es obligatoria en firmas con más de 50 empleados. Por el contrario, en Nueva Zelanda y Estados Unidos, la extensión de beneficios no es obligatoria lo que habría favorecido una mayor densidad sindical. En Estados Unidos, la negociación colectiva es sólo obligatoria si la mayoría de los trabajadores de una planta votan en favor de la representación sindical, lo que refleja la baja cobertura².

Para el caso de Chile se observa una densidad de 15%, cercana al promedio de la OECD, y una cobertura de los convenios colectivos de 16%, que es baja en la comparación internacional. La baja densidad sindical se concentra en las firmas pequeñas y medianas (con menos de 200 empleados) que representan el 98,5% de las firmas chilenas y contratan al 45% de los asalariados (datos SII 2012)³. Según la ENCLA 2014, solo el 21 y 3% de las empresas medianas y pequeñas tiene al menos un sindicato, mientras que el 65,3% de las empresas grandes lo tiene.

La falta de titularidad sindical no parece ser el freno a la sindicalización ya que solo

menos del 14% de los convenios colectivos de las empresas medianas y grandes son originados por grupos negociadores (ENCLA 2014). La extensión de los beneficios tampoco parece tener efectos tan negativos en la densidad sindical. Para un trabajador, pertenecer o no a un sindicato, depende de sus costos y beneficios. Obviamente que con la extensión de beneficios de la negociación colectiva a los no afiliados el beneficio de afiliarse es cero y el costo es solo pagar la cuota sindical, pero si este efecto fuera tan importante se debería observar una cobertura sindical mucho mayor que la densidad sindical. De acuerdo a los datos del Gráfico 1 esto no ocurre en Chile aunque sí en la gran mayoría de los países en donde la extensión efectiva es mucho mayor.

Otro aspecto muy debatido del proyecto y aprobado por el TC es que se impondrá la negociación al nivel de industria en las empresas de 50 o más empleados. Se establece que las empresas de menor tamaño, en donde la actividad sindical es prácticamente inexistente, podrán decidir de común acuerdo con la organización si negociarán al nivel de la empresa o por rama. Si bien existen algunas ventajas de negociar por rama según la evidencia internacional - que tienen que ver con ventajas de coordinación y alineación de ajustes salariales- resulta poco probable que las empresas pequeñas opten por negociar con sindicatos interempresas, dadas las restricciones impuestas por los acuerdos salariales al nivel de ramas. En Chile existe una marcada heterogeneidad en productividad y capacidad de supervivencia en las empresas, mucho mayor a la de países desarrollados. Un piso uniforme de la negociación salarial por ramas demasiado alto, que tome como referencia a las empresas más grandes y que típicamente son las más productivas, podría ser imposible de sostener para una empresa chica.

Estas empresas también podrían encontrarse en una posición desfavorable en una negociación con sindicatos interempresas de mayor tamaño y más aún, en su capacidad operativa durante un conflicto laboral, en un contexto de mayores restricciones de reemplazo en huelga.

Respecto a los temas restantes de la reforma mucho se habló sobre la imposibilidad de reemplazo y descuelgue en huelga, lo que podrá hacer más difícil la operación de las firmas en casos de conflictos laborales pero a su vez entregará mayor empoderamiento a los trabajadores. En cuanto a los criterios para la conformación de sindicatos y representatividad, continúa siendo cuestionable que en empresas de al menos 50 empleados se requiere un mínimo de 25 afiliados que representen al menos solo el 10% del total de empleados de la empresa. Es decir, por ejemplo, en una empresa de 500 personas, las decisiones de un sindicato de 50 personas podrían afectar a los 450 trabajadores restantes. En estos puntos sólo plantean cambios en los criterios de conformación de sindicatos en empresas chicas, en donde se sigue requiriendo un mínimo de 8 empleados pero con representatividad de al menos 50%, lo que parece más razonable.

Sería deseable que más allá de la reforma se puedan constituir sindicatos verdaderamente motivados en representar a sus trabajadores en la coordinación de la relación capital-trabajo al interior de las firmas y no tanto en intereses meramente políticos. De esa forma podrán atraer más trabajadores de manera natural y no forzada por ley, contribuyendo a lo que realmente se necesita que es mejorar la productividad y el bienestar de los trabajadores chilenos. Existen muchas experiencias de sindicatos en otros países con los que se lograron avances en ese sentido. ■

¹Fuente: J. Visser, ICTWSS Data base, versión 5.0. AIAS, Octubre 2015, www.uva-aias.net/208

²Cahuc, Carcilo y Zylberberg "Labor Economics", Second Edition, 2014, MIT Press.

³Datos SII 2012 de Ministerio de Economía, <http://www.consejoconsultivoemt.cl/wp-content/uploads/sites/23/2014/09/Bolet%C3%ADn-Empresas-en-Chile-por-Tama%C3%B1o-y-Sector-2005-2012.pdf>

Oe



COMPRAS PÚBLICAS: MUCHO POR MEJORAR, TODAVÍA

Por Andrea Butelamn,
Directora del Magíster en Economía Aplicada a
Políticas Públicas FEN UAH.
Ph. D Economía, Universidad de Chicago.

Oe

Las mejoras necesarias en el sistema de licitaciones públicas deberían ser un tema mucho más presente en la discusión de políticas públicas ya que estas abarcan numerosas áreas del quehacer estatal. Por ejemplo, se utilizan, de una u otra forma, para la asignación de bienes nacionales de uso público (ej., espectro radioeléctrico, uso del espacio aéreo o derechos de vuelo, uso del borde costero para la construcción de puertos), la asignación de subsidios para dar servicios no provistos por el mercado (ej., Fondo Nacional de las Telecomunicaciones, Plan de Conectividad Austral), asignación de licencias (ej., plantas de revisión técnica) y, por último, las compras del Estado para su propio funcionamiento. Sobre los aspectos específicos de este último tema tratará este artículo.

Los esfuerzos por crear sistemas centralizados de compras públicas se deben a una serie de ventajas, entre las que destacan la esperanza de obtener menores precios por los mayores volúmenes de compra, menores costos administrativos, el mejor uso de recursos humanos especializados en adquisiciones, estandarización para mayor eficiencia administrativa—especialmente en casos de adquisiciones de tecnología informática— y simplicidad y certidumbre en los procesos para así atraer a más oferentes que mejorarán el ambiente competitivo tanto en las licitaciones como en la economía en general. Además disminuye las posibilidades de corrupción.

Adicionalmente, es importante señalar que la transparencia y éxito de las compras públicas también tienen efectos directos importantes en el sector privado. Una licitación bien hecha reporta información de precios a los compradores de ese mismo producto en el sector privado, permitiéndoles una mejor negociación, reduciendo costos y aumentando su eficiencia.

Las instituciones de compras públicas se justifican principalmente por el hecho de que distintas reparticiones gubernamentales requieren de bienes similares y, por tanto, su compra conjunta reduce costos administrativos y precios de adquisición. Adoptaremos la nomenclatura de la publicación de la OECD (2011) para denominar ese

tipo de bienes como bienes en común— es decir, que son usados por varias o todas las agencias del Gobierno.

En forma preliminar, se estima que Chile —dado su nivel de desarrollo— ha avanzado apropiadamente en el tema de bienes en común. Sin embargo, siempre es necesario hacer una evaluación de cómo el sistema incentiva la competencia dentro de los procesos y mejora el ambiente competitivo de la economía en general.

Un tema a revisar se refiere a la posibilidad de reclamo. El sistema de compras públicas cuenta con un Tribunal de Compras Públicas en que se pueden reclamar arbitrariedades de las bases o del proceso adjudicatario. Específicamente, el período para reclamar ante cualquier acto de la agencia licitante es de sólo 10 días hábiles. Si bien es comprensible que sea breve para no perder agilidad en el proceso, es difícil que asuntos de alta complejidad puedan ser analizados y reclamados en tan poco tiempo, sobre todo considerando que las empresas están abocadas a presentar sus ofertas y, además, pueden temer sobre los efectos que el reclamo tendrá sobre sus posibilidades de adjudicación.

Sin embargo, para que un sistema de licitaciones cumpla con los objetivos deseados, y en especial, reduzca la colusión entre los oferentes se requieren conocimientos técnicos para el diseño de las bases que muchas veces no está al alcance de las agencias licitantes y que no siempre prestan las agencias de compras públicas. Un ejemplo, es la necesidad de fijar precios de máximos secretos para que, en caso de colusión, la licitación se pueda declarar desierta si supera tal umbral. Se ha visto que en algunos casos este precio o no se incluye o, no es secreto, con lo que se logra no superarlo, pero no se impide la colusión que se ve limitada sólo por ese techo. La fijación de este precio requiere un alto conocimiento de los mercados: para que no sea tan alto que sea irrelevante ni tan bajo que haga inevitablemente desierta la licitación. El caso del oxígeno medicinal para los hospitales públicos cuya licitación centralizada fue organizada por CENABAST con la asesoría de expertos externos es un caso

exitoso e interesante de emular.

Adicionalmente, sin embargo, existen múltiples adquisiciones que no responden a las características de ser bienes en común sino que son específicas a una repartición en particular y a su principal misión. Algunos ejemplos: la tecnología para elaborar pasaportes y cédulas nacionales de identidad o los brazaletes para presos en libertad condicional que adquiere Gendarmería. Ambos ejemplos han conllevado muchos problemas, litigaciones, fallas técnicas y concitado interés mediático.

COMPRAS PÚBLICAS DE BIENES NO COMUNES

Las compras públicas de bienes no comunes presentan desafíos no resueltos, ni siquiera en los países con sistemas de compras más desarrollados.

En efecto, en el caso de los bienes comunes (i.e., bienes cuyo destino es ser utilizados por varias entidades públicas) su calidad o características técnicas debieran estar especificados ya que tienen que ser acordadas o aceptadas para todos los usuarios, lo que hace posible adjudicar simplemente al menor precio ofertado. Los desafíos para la libre competencia entonces, son los que se han tratado profusamente en la literatura como aquellos de colusión de parte de los oferentes y la corrupción.

En el caso de los bienes no comunes—i.e., que van a ser utilizados para una sola entidad y son específicos a su misión— se plantean problemas nuevos que afectan la competencia y que, además, potencian fuertemente los problemas ya conocidos en el caso de los bienes comunes. La principal dificultad que se identifica en el ámbito de las compras públicas de bienes no comunes es justamente que —dado que en muchos casos la calidad o características técnicas de lo que se planea comprar no está suficientemente especificada— esta pasa a ser variable de adjudicación junto con el precio. La comparación directa de estas variables —generalmente muchas más de dos ya que la calidad es en sí multidimensional— es imposible y, por tanto, se está obligado a acudir a fórmulas ad-hoc para comparar las distintas ofertas. Estas fórmulas disminuyen la probabilidad de que alcance el par calidad-precio más conveniente e introduce más oportunidades para la opacidad y la corrupción.

La falta de especificación puede ser justificable desde el punto de vista de la eficiencia en contadas situaciones; pero, es probable que en la mayoría de los casos este sea un defecto ligado a la falta de experticia con la que se preparan los procesos licitatorios.

En efecto, en el estudio preliminar de algunos casos específicos de licitaciones de bienes no comunes se ha observado que los procesos son preparados con recursos profesionales internos a las entidades, los que no siempre tienen los conocimientos necesarios para definir con precisión las características técnicas del objeto de la licitación y mucho menos los conocimientos en teoría económica para lograr una asignación óptima de los recursos. Así, las dificultades se despachan en base al "sentido común", sin calibrar las implicaciones económicas de tales soluciones.

Para ilustrar el tipo de problemas, es conveniente relatar el caso de la licitación de pasaportes y cédulas de identidad que llegó al Tribunal de Defensa de la Libre Competencia por presuntas arbitrariedades en el proceso. Si bien no se reclamaban las bases de licitación, el TDLC sí hizo comentarios sobre sus falencias y su incidencia en la eficiencia de la licitación. Este es un excelente ejemplo en que no sólo faltó definir bien los requisitos técnicos sino que la forma de

abordar este problema alteró criterios económicos básicos. Si bien se definió una calidad mínima, esta no sirvió para que se asignara la licitación exclusivamente por precio ya que igualmente, se le dio puntaje a cada elemento de calidad que superara ese mínimo, luego se ponderó cada uno de estos elementos de manera probablemente discrecional y, además, en forma relativa a las otras ofertas. Una vez obtenido el ranking de las ofertas por calidad se construyó el ranking final dando igual ponderación a la calidad y al precio (i.e., 50% a cada una), pero finalmente no fue necesario ya que por distintas razones, se eliminó a los contendores quedando uno solo. Adicionalmente, se prohibió que el mismo oferente hiciera más de una propuesta.

No es muy difícil identificar las múltiples falencias del sistema descrito. En primer lugar, si se está adjudicando por más de una variable resulta ilógico restringir a los oferentes a presentar sólo una opción. Es obvio que, en este contexto, sería óptimo que cada oferente presentara todas las combinaciones calidad-precio que pueda proveer— de manera tal que el licitante tenga mayor probabilidad de acercarse a una combinación eficiente de tales características.

La manera de ponderar los distintos elementos de las características técnicas y la oferta técnica con la oferta económica es irremediablemente arbitraria ya que plantea que un punto adicional obtenido en la oferta técnica tiene un valor específico y constante en pesos, lo que no tienen ningún sentido. Así, este tipo de mecanismo de selección distorsiona el conjunto de ofertas al no revelarse ofertas más económicas por el temor a perder puntos en calidad. Lo que se ve exacerbado por la imposibilidad de presentar más de una oferta.

Otro problema que el TDLC detectó en estas bases de licitación, es la puntuación relativa que se le da a cada oferta por cada característica que conforma la calidad. En efecto, las bases consideraron que si se cubría el mínimo de lo requerido la oferta obtenía entre 60 y 100 puntos y si no cubría el mínimo obtenía máximo 50 puntos. Cómo se ordenen los postulantes entre los 60 y los 100 puntos, en el primer caso, y entre cero y los 50 puntos, en el segundo, dependía de la posición relativa —en cada ítem— de su propuesta. Dado que por distintas razones se fueron eliminando propuestas y sólo quedó una, esta alcanzó 100 puntos si cumplía lo mínimo requerido en ese ítem y 50 puntos si no cumplía, es decir el puntaje máximo alcanzable en cada caso. En conclusión, el método impide llegar a declarar desierta una licitación con un solo proponente aun cuando puede ser defectuoso en algún aspecto técnico importante. Como si fuese poco, la licitación carecía de un tope de precio reservado para evitar el efecto de posibles colusiones.

El ejemplo recién relatado no es un caso aislado y vemos un esquema semejante en el caso de la licitación de gendarmería para la adquisición de brazaletes para vigilancia de reos en libertad condicional. En este caso, la oferta económica tenía una ponderación de sólo 30%, el presupuesto máximo estaba indicado en las bases —es decir, no era secreto—, y tampoco se podía presentar más de una propuesta por postulante. (www.mercadopublico.cl)

Como decíamos este no es un problema sólo en Chile. En países desarrollados se ha manifestado la misma preocupación, en el sentido de conocer hasta qué punto las entidades de compras centralizadas—que tienen a su cargo algunas de las compras de bienes comunes—deben prestar su experticia a las agencias gubernamentales que tiene que pasar por procesos licitatorios de bienes no comunes (OECD, 2011). La discusión es muy preliminar aún. ■

LA EXPERIENCIA ARGENTINA DE MONITOREAR PÚBLICAMENTE LOS PRECIOS EN SUPERMERCADOS

Por Anett Erdmann, Académica FEN UAH. Ph.D. en Economía, Universidad Carlos III de Madrid, España.

Desde el 13 de mayo de este año, entró en funcionamiento el "Sistema Electrónico de Publicidad de Precios Argentinos" (SEPA), un proyecto gubernamental en el que a través de la plataforma *online* www.preciosclaros.gob.ar y la *mobile* "App Control de Precios Claros (CdP)" los usuarios pueden comparar los precios y promociones disponibles en los supermercados más cercanos a la ubicación donde consumen. La resolución 12/2016 formaliza al SEPA y motiva este proyecto con el propósito de facilitar a los consumidores el acceso a una "información amplia, cierta, clara, veraz y detallada de los precios vigentes". El SEPA es un medio de información gratuito que no permite la compra *online* y obliga a todos los comercios que realicen venta minorista de productos de consumo masivo a reportar diariamente los precios, promociones, descuentos y todo tipo de bonificaciones en cada punto de venta para una gran lista de productos específicos. Mientras la resolución hace énfasis en la motivación de proporcionar una mayor transparencia de precios de cara al consumidor, el objetivo destacado por los medios de comunicación es combatir el problema de la inflación. ("Contra la inflación, llegó el SEPA", La Nación, 15 de febrero 2016)

Es importante destacar que una diferencia respecto a proyectos gubernamentales anteriores de la publicación de precios a nivel de sucursales de supermercados (que usaba Argentina, España y Uruguay) es la actualización a nivel diario de los datos y los medios de información proporcionados al consumidor, lo que lo convierte en una potencial herramienta de decisión de compra. Desde abril de este año, Uruguay está adaptando su propio "Sistema de Información de Precios al Consumidor" (SIPC) creando un registro de establecimientos obligados a reportar precios (Decreto 106/016) reconsiderando la lista de productos bajo obser-

vación; cambió la periodicidad de la publicación de precios de mensual o quincenal a diario (Resolución 41/2016), y facilitó a los consumidores - además de una página web - una App para el móvil (PreciosGub), que fue lanzada justo antes del cierre de esta edición para una muestra de establecimientos que figuraban en versiones anteriores del SIP.

Si estos proyectos tuvieran un impacto significativo sobre la competencia entre los supermercados y por lo tanto sobre los precios de consumo, serían interesante para cualquier economía, por lo que analizaré los efectos que teóricamente podrían generar.

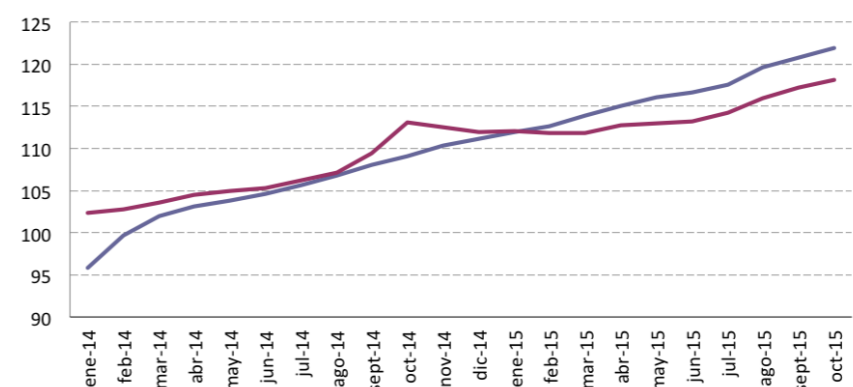
El beneficio potencial de una plataforma pública con la información de precios es facilitar la comparación de valores generando una presión competitiva entre empresas y, como consecuencia, una reducción de precios. Si analizamos la situación, podemos diferenciar dos tipos de consumidores: los consumidores activos que comparan precios antes de tomar la decisión de comprar y los consumidores inactivos que van al supermercado más cercano o de confianza sin comparar precios. A cuál de estos grupos pertenece un consumidor depende de su valoración del tiempo, costos de transporte y capacidad de almacenamiento de productos, entre otros factores. La puesta en marcha del SEPA implica que los costos de búsqueda disminuyen para todos los consumidores lo que -a corto plazo- puede llevar a una competencia más intensa a través de dos efectos: El primero, aumentando las opciones para los consumidores que antes comparaban los precios de algunos supermercados y que ahora tienen más alternativas a considerar ya que los supermercados tienen más rivales que antes compitiendo por dicho segmento. El segundo efecto es facilitar el seguimiento

de los precios a un costo nulo o , en pocos *clicks*, a algunos consumidores que antes del SEPA eran considerados inactivos convirtiéndolos en compradores activos. Esto implica que las empresas compitan por una fracción mayor de consumidores, lo que ejerce adicionalmente presión sobre los precios.

Hasta acá todo es positivo para el consumidor. Sin embargo, el cambio en la estructura de la información del mercado que implica el SEPA tiene más consecuencias. Primero, no se consideran otros atributos que no sea el precio del producto o la ubicación del supermercado y que sin embargo, representan un valor para el consumidor. Los productos de los supermercados son altamente diferenciados y existen muchos otros atributos valorados por los consumidores: su calidad, frescura, la reposición de inventario, la variedad de productos, la presentación de estos en la tienda, el servicio, la limpieza, la disponibilidad de estacionamientos, la política de devolución, etc. Todos los atributos mencionados pueden ser considerados medidas de calidad y las políticas de precios -que se suelen diferenciarse por "precios bajos todos los días" y "precios promocionales"- están vinculadas con estos atributos. Es decir, la estrategia del posicionamiento de los supermercados es un "paquete". De esta forma, si hay muchos consumidores que basan su decisión en dónde comprar únicamente sobre la información pública, las consecuencias a largo plazo de reportar los precios y la geolocalización de los supermercados será que los que venden productos de calidad baja se beneficiarán con la falta de información sobre otros atributos del producto, mientras que los supermercados con productos de calidad alta perderán ventas.

Como consecuencia, esto puede producir un cambio en los incentivos de los super-

Figura 1: IPC de Alimentos y bebidas



Datos: INE Chile e INDEC Argentina

mercados hacia una calidad peor, es decir, no hay incentivo a invertir en atributos "no valorados" por el SEPA si se motiva al consumidor a basar su decisión de compra principalmente en el precio del producto.

Este fue uno de los argumentos para retirar un sistema similar que se implantó en España en 2009. Con el objetivo de aumentar la transparencia e información de los consumidores, se creó el "Observatorio de Precios" en el cual se publicaban trimestralmente índices de precios de supermercados observados en una muestra de sucursales (no reportados por las empresas como en el SEPA). La plataforma web causó críticas en la prensa por parte de los supermercados ya que al valorar sólo los precios y no la calidad de los productos, la información era para basar la decisión de compra en un supermercado o en otro. Finalmente, con el cambio de Gobierno, el proyecto se canceló en 2011 y se retiraron los datos de la web.

Por lo tanto, si se confirmara el uso masivo del SEPA por parte de los consumidores como herramienta de decisión de compra, sería recomendable mejorar el sistema incluyendo valoraciones de calidad de los propios supermercados y los productos. Segundo, al publicar los precios de artículos de valor clave, la comparación de precios ofrecida a los consumidores es parcialmente incompleta, ya que no cubre todos los productos disponibles. Esto puede llevar a una competencia enfocada en los productos claves que puede compensarse elevando los precios de otros artículos.

Tercero, hay que considerar los costos adicionales que supone la publicación de precios para los supermercados. Uno de los argumentos de aplazar el proyecto una

y otra vez fueron los problemas por parte de las empresas para implementarlo ya que tuvieron que crear o reorganizar puestos de trabajo para poder cumplir con su deber de reportar los precios todos los días. Si los supermercados repercuten parcial o totalmente estos costos adicionales a los consumidores implicaría una presión al alza de sus precios.

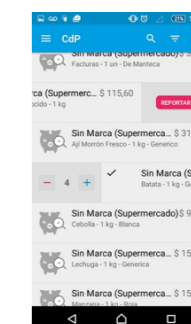
Además, es importante reconocer que el SEPA no solo aumenta la transparencia para los consumidores, sino también para los supermercados, las autoridades de competencia y terceros. Por un lado, la transparencia de precios podría facilitar la colusión entre las empresas, lo que se ha visto en otras industrias. Por otro lado, facilita a las autoridades de competencia la supervisión de posibles prácticas anticompetitivas. Por último, también proporciona una amplia base de datos para los investigadores y la prensa.

En el corto plazo el efecto neto del SEPA podría llevar a la presión deseada sobre los precios de compra, pero los efectos a largo plazo generados por los cambios en los incentivos para las empresas podrían llevar a resultados desfavorables para los consumidores. Por ello no parece obvia la utilidad neta de este sistema para productos no idénticos.

¿Y SI FUERA APLICADO A UNA INDUSTRIA CON PRODUCTOS HOMOGÉNEOS?

Un claro ejemplo de referencia es el mercado de la gasolina ya que puede ser considerado homogéneo, no sólo por las mismas características de un cierto tipo de gasolina (lo que no se puede decir de muchos de los productos que venden los supermercados)

Figura 2: App Control de Precios Claros (CdP)



sino también porque los consumidores en van a una gasolinera a comprar gasolina y no a comprar múltiples productos (como en el caso de los supermercados). Dado los pocos tipos de gasolina ofrecidos, a las gasolineras no les resulta difícil informarse sobre los precios de los competidores -con o sin obligación de publicar los precios-. En este contexto, los argumentos respecto a la calidad, productos no listados y costos de implementación no son relevantes y el efecto esperado de una publicación obligatoria y gratuita de precios - como por ejemplo el "Sistema de Información en Línea de Precios de Combustibles en Estaciones de Servicios" que existe en Chile es en primer lugar, la reducción de costos de búsqueda para algunos consumidores y la transparencia frente a las autoridades de competencia para supervisar las prácticas del sector.

Finalmente, es necesario considerar que una misma política aplicada sobre industrias que se diferencian en el tipo de bienes (productos idénticos o diferenciados), la estructura del mercado y el comportamiento de los consumidores puede tener distintos efectos sobre las acciones estratégicas de las empresas. En el caso del SEPA, el tiempo demostrará cuáles de los efectos teóricos mencionados tendrán más peso al determinar la competencia entre los supermercados en Argentina. ■

Observatorio Económico

Decano: Jorge Rodríguez Grossi
Fono Facultad: 2889 7366
e-mail: jrodrigu@uahurtado.cl
fen.uahurtado.cl



**UNIVERSIDAD
ALBERTO HURTADO**

FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS

Magíster

- Economía Aplicada a Políticas Públicas / doble Grado con Fordham University*
- Gestión de Personas en Organizaciones*
- Economía / doble Grado con Georgetown University*
- MBA – Magíster en Administración de Empresas opción de obtener el grado de Master of Science in Global Finance, Fordham University, Nueva York.

Carreras Continuidad de Estudios

- Ingeniería Comercial* / programa vespertino
- Contador Público Auditor / programa vespertino

Diplomados

- Certificación en Coaching Organizacional
- Gestión Archivística
- Auditoría de Fraude Corporativo
- Consultoría y Coaching
- Dirección y Gestión de Empresas
- Gestión de Personas
- Gestión Estratégica de las Relaciones Laborales
- Normas Internacionales de Información Financiera (IFRS)

Carreras de Pregrado

- Ingeniería Comercial*
- Contador Público Auditor
- Gestión de la Información, Bibliotecología y Archivística

INFORMACIÓN Y CONTACTO

Erasmus Escala 1835 / Metro Los Héroes
Teléfono: (562) 2889 7369 / 7384 / 7360
www.fen.uahurtado.cl



UNIVERSIDAD ACREDITADA / 5 AÑOS
Docencia de pregrado | Vinculación con el medio | Gestión institucional
Docencia de postgrado | Investigación
Desde diciembre 2014 hasta diciembre 2019