

Aldo González y caso supermercados: "El mensaje del TDLC es bien contundente"

Martes, 05 de Marzo de 2019 - Id nota:836577

Medio : Pulso
Sección : Empresas & Mercados
Valor publicitario estimado : \$3263200.-
Página : 5
Tamaño : 25 x 16

[Ver completa en la web](#)

www.pulso.cl • Martes 5 de marzo de 2019

EMPRESAS&MERCADOS P 5

ENTREVISTA CON ACADÉMICO FEN U. DE CHILE Y EXPERTO EN LIBRE COMPETENCIA

Aldo González y caso supermercados: "El mensaje del TDLC es bien contundente"

TAMARA FLORES

—La semana pasada se conoció la sentencia del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC), que condenó en primera instancia a tres supermercados —Walmart, Cencosud y SMU, esta última ligada a la familia Saieh, controladora de Copesa— a pagar más de US\$12 millones en total por colusión en la venta de productos de pollo fresco.

Para el doctor en economía y experto en Libre Competencia, Aldo González —quien de hecho elaboró un informe económico a petición de la FNE para este caso—, se trata de una sanción bien aplicada por el organismo.

¿Qué particularidades tiene este caso?

—Primero, no hay comunicación directa entre los coludidos, toda la comunicación se da a través del proveedor común, entonces hay un elemento vertical que en este caso es necesario para que la colusión opere. Es parecido al de las farmacias, porque también las comunicaciones operaban a través de los laboratorios. No había, como en el caso de los pollos, una asociación gremial que repartía cuotas y las articulaba y era más complejo. En este caso, era una regla bastante simple, donde todos los supermercados se monitoreaban, veían si alguien bajaba sobre ese precio común y acusaba al proveedor.

¿Ve factible que la C. Suprema revierta la senten-

ESTRUCTURA DE LA COLUSIÓN

"Toda la comunicación se da a través del proveedor común (...) es parecido a las farmacias".

ROLES

"Lo relevante es si participaste (...) Si participaste entonces corresponde la sanción".

LECCIONES

"En algunas industrias, a veces, se considera normal este tipo de reglas".



cia? El ex subfiscal económico Juan Pablo Lorenzini señaló que hay ciertos puntos débiles...

—No sé qué es lo que vaya a decir finalmente la Corte Suprema, pero no coincido con las razones que él da. Dice que no queda claro si es una imposición del proveedor en vez de una idea de los supermercados. Aquí lo relevante es que este acuerdo había favorecido a todos, tanto al proveedor, porque podía cobrar precios mayoristas más ca-

ros, como a los supermercados, porque no competían tan agresivamente. Es decir, todos se beneficiaban. Cuando todos se benefician, que es lo propio de un acuerdo colusivo, da lo mismo de quién fue la idea. Lo relevante es si participaste o no participaste. Si participaste, entonces corresponde la sanción, a mi juicio, bien aplicada por el Tribunal.

El segundo punto con el que tampoco coincido es que de alguna manera este acuer-

do sería como una especie de garantía que tendrían las empresas para que les ofrezcan condiciones iguales o mejores que a los competidores. Y claro, una empresa puede pedir que no le vendan más caro que al competidor, pero lo que no puede hacer es exigir garantías tales que involucren el comportamiento de los competidores en el mercado.

¿Qué lección deja este caso?

—La principal lección es que, en algunas industrias, a veces, se considera normal este tipo de reglas y que nadie puede vender por debajo de un cierto precio minorista común, porque esto produce guerras de precio y eso desordena el mercado. La verdad es que ese desorden no es malo para el mercado, desde el punto de vista del consumidor es bueno porque significan mejores ofertas y menores precios. Entonces, no corresponde que sea la industria la que se ponga a ordenar las promociones y se ponga a decir entre ellos, colectivamente, que no pueden salir algunos por debajo del costo porque eso les produce daños. El mensaje del tribunal es bien contundente. ●