

# El mercado, la competencia y el Indecopi

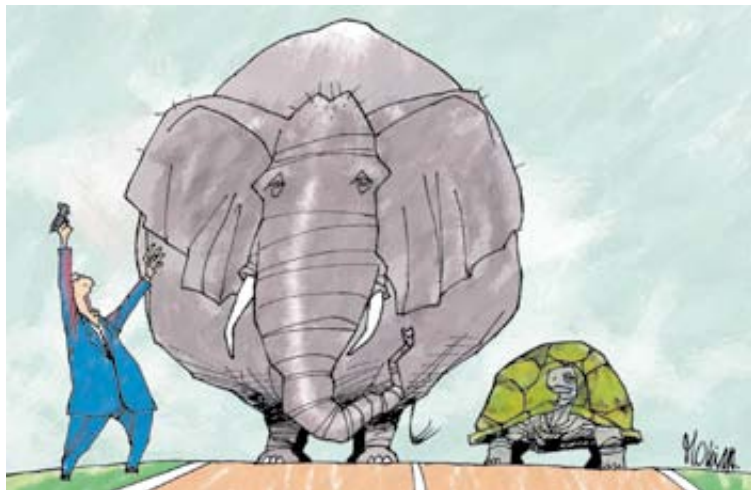
## OPINIÓN

Carlos E. Paredes /  
Christian Chávez

**1** ¿Sabe usted cuántos funcionarios tiene la agencia de competencia brasileña? Aproximadamente 300. ¿La mexicana? Alrededor de 150. ¿La chilena? Cerca de 120. ¿Y el Indecopi? Poco más de 20. ¿Sabe a cuánto ascienden las multas impuestas por la agencia brasileña en casos de colusión en el 2016? US\$ 230 millones. ¿Por la mexicana? US\$ 11 millones. ¿Por la chilena? US\$ 66 millones. ¿Por el Indecopi? Menos de US\$ 4.7 millones. Se preguntará por qué estas cifras deberían interesarle. Pues deberían interesarle, y mucho, debido a que el Indecopi debe cumplir un rol fundamental: garantizar el adecuado funcionamiento de la economía de mercado en el Perú.

**2.** Hace algo más de 240 años, al estudiar las causas detrás de la riqueza de las naciones (1776), Adam Smith tuvo una intuición fantástica sobre el funcionamiento de una economía de mercado: “[el individuo] busca solo su propio beneficio, pero en este caso como en otros una ‘mano invisible’ lo conduce a promover un objetivo que no entra en sus propósitos [...] Al perseguir su propio interés frecuentemente fomentará el de la sociedad mucho más eficazmente que si de hecho intentase fomentarlo”. La historia le dio la razón a Smith. Las economías de mercado se impusieron sobre las economías dirigidas desde el Estado. Sin embargo, no siempre la libre interacción de la oferta y la demanda maximiza el bienestar de la sociedad.

**3.** Para que el mercado asigne recursos de manera eficiente y su libre funcionamiento sea consistente con elevar el bienestar social se



**“Es necesario contar con un sistema de sanciones que desincentive las conductas prohibidas”.**

requiere que los mercados sean competitivos, sin embargo, existen muchas razones por las que puede que no lo sean. Por ejemplo, si dos farmacias se ponen de acuerdo para elevar los precios de las medicinas, o si una cementera con poder de mercado impide el ingreso de un nuevo competidor para mantener su posición monopólica, el mayor perjudicado es usted, que deberá pagar mayores precios por las medicinas o por el departamento que quiere comprarse. En la terminología de Acemoglu y Robinson (“¿Por qué fracasan las naciones?”), para que los países prosperen se requiere de instituciones económicas inclusivas y no extractivas. Las agencias de competencia cumplen precisamente con este rol, evitando desvíos del carácter inclusivo que debe tener el mercado.

**4.** En el Perú, el Indecopi ha hecho grandes esfuerzos por fortalecer su

rol como agencia de competencia. En los últimos años ha centrado su actuación en la detección de carteles y ha reforzado su rol investigador. De hecho, en los últimos cuatro años el Indecopi ha iniciado más casos de supuestos carteles que en los anteriores diez. Sin embargo, dicho esfuerzo no resulta suficiente y es necesario introducir algunos ajustes al sistema. Ajustes que no deben de ser dispersos e inorgánicos, tal como vienen discutiéndose hasta ahora, sino organizados y con un norte claro.

**5.** Al respecto, es necesario contar con un sistema de sanciones que realmente desincentive las conductas prohibidas. Siguiendo estándares internacionales, se requiere tres aspectos clave: multas más elevadas, sanciones penales para responsables de casos de carteles y un adecuado sistema de reparación de daños. Por el lado institucional, se requiere enfrentar cuatro aspectos: dotar de un adecuado presupuesto al Indecopi, reestructurar sus procedimientos para hacerlos más celeres, establecer adecuados canales institucionales para proteger al Indecopi de presiones externas y, finalmente, crear una estructura interna que dote de mayor transparencia e independencia a los distintos órganos del Indecopi.