

Indicadores de concentración de mercado: una aproximación cualitativa y cuantitativa al ejercicio de la libre competencia

Ginette Sofía Lozano Maturana y Laura Alejandra Ahumada López*

Para la teoría económica, en especial para la microeconomía, estudiar los mercados e industrias por medio del análisis de sus grados de concentración y cuotas de mercado es una herramienta poderosa cuyo fin no solo es detectar monopolios o carteles, también es un instrumento de política pública empleado para velar por la libre competencia dentro de cualquier Estado. Además, estudiar el comportamiento de cualquier firma es considerado como una variable indispensable para la descripción de la estructura de un mercado dentro de cualquier economía, ya que al entender su comportamiento en lo individual y la influencia que tiene so-



Imagen tomada de [<http://goo.gl/Cjsoa>].

bre los consumidores, se pueden hacer ciertas generalizaciones en lo agregado sobre las dinámicas de los agentes económicos.

Diversos estudios microeconómicos sobre industrias y libre competencia afirman que al momento de valorar o cuantificar el nivel de competencia, generalmente se hace un llamado a la utilización de medidas que indiquen el grado de concentración de una

* Estudiante de séptimo semestre y economista cursando tercer semestre de maestría de la Facultad de Economía de la Universidad Externado de Colombia, respectivamente. Correo-e: [ginette.lozano@est.uexternado.edu.co; alejandra.ahumada92@gmail.com]. Las autoras agradecen los comentarios y sugerencias de Juan Pablo Herrera Saavedra y Ana Teresa Aldana Jáuregui, profesores-investigadores de la Facultad de Economía de la misma universidad.

industria y su desviación respecto a una situación de competencia perfecta. Cabe anotar que su aplicación limita su validez intrínseca desde la perspectiva empírica, por lo cual, su interpretación dentro del análisis de grado de competencia debe estar relacionado con la evolución de la posición relativa de las empresas que conforman el mercado a lo largo del tiempo si lo que se busca es establecer políticas que mitiguen la restricción a la competencia mediante un estudio dinámico y no estático.

En organización industrial, se estipula que la concentración de un mercado considerado puede ser analizada desde dos perspectivas o dimensiones diferentes. Por un lado, la concentración de mercado se refiere “al grado en que dicho mercado está concentrado en un número determinado de agentes, generalmente productores o vendedores”, donde “uno de estos agentes o unos pocos tienen un control prácticamente absoluto sobre una parte importante del mercado” (Agencia de Defensa de la Competencia de Andalucía, 2009). Así las cosas, se considera que un número mayor de vendedores y, por consiguiente, un nivel menor de concentración de mercado generan efectos más deseables, especialmente en términos de eficiencia, teniendo en cuenta como punto de referencia un modelo de competencia perfecta (Evans, 1987). Por otro lado, la concentración agregada se refiere “al grado en que un

reducido número de grandes empresas controlan la producción de la economía en su conjunto, o de importantes sectores de esta”; de este modo, la idea de concentración de poder económico no se fundamenta en la noción de competencia “sino en la importancia relativa que tienen las empresas más o menos grandes en la producción generada” (Agencia de Defensa de la Competencia de Andalucía, 2009), es decir, sobre el control de una variable agregada que resulte ser representativa de la industria analizada (valor agregado, ventas y/o beneficios).

Al hablar de los niveles de concentración de una industria, es decir, la distribución en el tamaño de las empresas teniendo en cuenta su cuota de mercado o su tamaño en función de los distintos parámetros, la construcción de índices que la cuantifiquen resulta ser útil en la compilación de medidas de concentración y estabilidad de los mercados. De acuerdo con Lis-Gutiérrez (2013), si bien los indicadores más utilizados dentro de la literatura económica son el índice de Herfindhal-Hirschman y el ratio de concentración, cabe destacar que existe otro tipo de medidas alternativas que cumplen los criterios para el análisis de esta coyuntura (índice de entropía, familia de índices de Hannah-Kay, etc.). En efecto, varios autores, como Hannah & Kay (1977) y Curry & George (1983) señalan que dentro de las propiedades que deben cumplir

los indicadores, estos deben ser fáciles de calcular (en lo posible mediante una medida unidimensional) y sobre todo fáciles de interpretar (acotada entre 0 y 1, independiente del tamaño absoluto del mercado, la contribución de una empresa debe equipararse a su participación en el mercado, entre otras). Dadas estas condiciones, el número de índices que se debe utilizar puede ser variado y en su gran mayoría contribuye a la obtención de resultados similares respecto a la evidencia empírica.

No es para nada desconocido que los indicadores de concentración de mercado cumplen un papel fundamental en el análisis de la existencia de poder de mercado que realizan las autoridades de competencia en el mundo. En la actualidad, la mayoría de estas autoridades han establecido los procedimientos específicos para el análisis correspondiente, destacando por su experiencia los procedimientos establecidos en la Comunidad Europea y en Estados Unidos. En particular, la importancia y el uso de este tipo de indicadores radican en la evaluación de concentraciones. No obstante, el grado de concentración en un mercado no tiene importancia en sí mismo, solo es importante si se establece que afecta la libre competencia.

De acuerdo con lo previsto por las normas de la Comunidad Europea, la evaluación de concentraciones tiene

por objetivo determinar si la concentración en estudio refuerza una posición de dominio y es capaz de generar efectos anticompetitivos en un mercado de referencia previamente definido¹. En dicho proceso, la determinación del grado de concentración es un paso importante enmarcado dentro de un conjunto de etapas establecidas². Similarmente, en Estados Unidos el análisis del nivel de concentración en el mercado relevante también es un paso importante y se encuentra establecido en los *Merger Guidelines*³,

1 Para ampliar este punto y las demás directrices de la Unión Europea acerca de las concentraciones, ver http://europa.eu/legislation_summaries/competition/firms/l26107_es.htm.

Adicionalmente, para Landes & Posner (1981), la metodología para probar poder de mercado consiste en, primero, definir el mercado relevante en el cual se va a calcular la participación de mercado de una firma. Luego, calcular tal participación porcentaje y posteriormente establecer si este es lo suficientemente grande como para presumir la existencia de poder de mercado.

2 OSIPTEL (2007) señala que aparte de la determinación del grado de concentración, las otras etapas involucradas se refieren al establecimiento de las probabilidades de que el poder de la demanda actúe como contrapeso de un aumento del poder de mercado, es decir, que la entrada de nuevos competidores preserve la competencia efectiva en el mercado y a que las eficiencias que se generen contrarresten posibles efectos perjudiciales.

3 Verouden (2004) enfatiza el hecho de que los *Guidelines* establecen que las concentraciones deben ser analizadas con miras a determinar si ellas fortalecen el poder de mercado de una manera tal que puede ser perjudicial para los consumidores en términos de precios más altos, menor calidad o menores opciones de elección.

conjuntamente emitidos por la división Antitrust del Departamento de Justicia (DOJ) y la Comisión Federal de Comercio (FTC).

Dada la noción de concentración antes expuesta, se espera que un indicador de concentración cuantifique una de las características de la estructura de la industria: la distribución del tamaño de las firmas. Así mismo, este indicador debe ser capaz de permitir el seguimiento de la evolución de la estructura de una industria, por lo que debe posibilitar el análisis de cambios de sus niveles de concentración y ayudar a detectar posibles posiciones de dominio de las industrias.

En vista de este objetivo, Rodríguez (2002) resalta la importancia de estos indicadores para analizar la estructura de una industria: “[...] partiendo de la noción de que la concentración se refiere a la estructura de la industria o mercado, se ha de observar que al momento de que una agencia de competencia se encuentre realizando un análisis sobre un determinado mercado, se le hace necesario contar con algún parámetro o método para cuantificar el grado de concentración del mercado, para lo cual se recurre al cálculo de los índices de concentración a partir de la participación de cada uno de los agentes económicos”.

De igual manera, el mismo autor advierte sobre los riesgos que se corren

al usar esta clase de indicadores: “estas medidas pueden estar sometidas a ambigüedades de interpretación, o no ofrecer una perspectiva dinámica de lo que sucede en la industria a lo largo del tiempo”. En línea con esta idea, Martin (1993) llama la atención sobre para qué tipo de fines descriptivos y de análisis es útil contar con un indicador que resuma en un solo número la distribución del tamaño de las firmas en una industria.

Sin embargo, estos indicadores anteriormente mencionados presentan algunos problemas de validez en la determinación del grado de concentración. En efecto, desde el punto de vista práctico, muchos de estos errores son de carácter insalvable, de tal manera que los resultados obtenidos no son más que una aproximación al estudio de nivel de competencia de una industria, si bien estos pueden ser intrínsecos al análisis empírico: problemas de disponibilidad y acceso a la totalidad de la información (el cálculo de los índices requiere que la información de la industria sea completa, de otro modo, los resultados obtenidos no serían representativos y tomarían en cuenta únicamente una muestra parcial de ella); problemas de definición de mercado (en varias ocasiones no resulta ser evidente agrupar las empresas que producen un determinado bien o servicio altamente sustitutos, más cuando dicha diferenciación se hace desde la perspectiva

de la demanda, donde las empresas forman parte del mismo grupo si producen un bien con características similares, o desde el punto de vista de la oferta, mediante la clasificación de los sectores productivos); problemas asociados a la existencia de *holdings* (las medidas obtenidas no resultan ser representativas, puesto que se considera cada cuota de mercado de cada empresa como independiente, lo cual contradice el mecanismo de funcionamiento de un *holding*); y finalmente, como medida estática (su cálculo resulta ser relevante únicamente para un periodo específico y limita la interpretación de la evolución del nivel de competencia de una industria a lo largo del tiempo).

Mediante la identificación de los límites de utilización de estos índices de concentración de un mercado, especialmente en lo que se refiere a su característica de medida estática, se ha evidenciado que el grado de competencia no solo está relacionado con su nivel de concentración en un momento dado del tiempo, sino que también debe tener en cuenta la evolución de su posición relativa a lo largo del tiempo. De esta forma, el análisis se constituye de manera más sólida y argumentada en aras de establecer políticas de defensa de la libre competencia que respondan a las necesidades del mercado.

Así las cosas, la evolución dinámica de una industria ha sido calculada

mediante índices de volatilidad o de inestabilidad, los cuales han sido encargados de “medir la volatilidad en el tiempo de las cuotas de mercado, como un indicador dinámico y alternativo a los índices de concentración” (Agencia de Defensa de la Competencia de Andalucía, 2009):

$$I = \frac{1}{2} \sum_{i=1}^N |S_{i,2} - S_{i,1}|; 0 \leq I \leq 1. \quad 4$$

Por tanto, entre mayor sea el índice de volatilidad, mayor será el nivel de competencia en un mercado considerado. Si es igual a 0 (mínimo nivel de volatilidad), esto indica que las empresas mantuvieron constantes sus cuotas de mercado a lo largo del tiempo, y el nivel de competencia debe ser, por consiguiente, bajo. Si es igual a 1 (máximo nivel de volatilidad), esto significa que las empresas ahora tienen una cuota de mercado nula y, por ende, el nivel de competencia es mayor. Con base en ello, Scherer (1980) fundamenta su análisis en la existente correlación negativa entre los índices de concentración y los índices de volatilidad al mencionar que “aquellos mercados en los que la concentración es mayor son al mismo tiempo los mismos en los que las cuotas de mercado se mantienen estables a través del tiempo” (Scherer, 1980).

4 $S_{i,1(2)}$ corresponde a la cuota de mercado de la empresa i en el periodo 1(2).

Resulta entonces evidente que el carácter estático de los índices de concentración limita el análisis completo del grado de competencia en una industria determinada al no tener en cuenta la evolución de la posición relativa de la empresa, lo que provoca el desarrollo de interpretaciones erróneas y poco representativas. Si bien estos índices dan una idea general acerca de la caracterización del mercado, cabe mencionar que el fin último de una política que busca establecer parámetros de libre competencia es abarcar todo tipo de relaciones interdependientes en el desarrollo de comportamientos competitivos. Así las cosas, el índice de volatilidad –como indicador dinámico y complementario del índice de concentración– fortalece de manera significativa el análisis y permite que las interpretaciones estén más acordes con las realidades del mercado considerado.

Varias son las conclusiones que se pueden extraer a partir de este ensayo. En primer lugar, se puede decir que los indicadores de concentración solo tienen un carácter referencial ante cualquier resolución legal de las autoridades de competencia, pues requieren ser complementados con otras variables de análisis y evaluados en el contexto de las características especiales del mercado involucrado. Este criterio ha sido enfatizado por diversos autores, quienes han criticado la representación excesivamente

sesgada que proporcionan los indicadores si se utilizan de manera aislada.

En segundo lugar, se notan como críticas a la mayoría de índices de concentración las siguientes: 1) dependen de la definición previa de un mercado relevante; 2) proporcionan un análisis estático de la industria; y 3) dan resultados sesgados o distorsionados cuando se emplean variables como la diferenciación de productos, los mercados geográficos, la discriminación de precios, las externalidades de red o las empresas multiproducto.

Finalmente, si bien se tiene un conjunto de criterios generales sobre las propiedades que hacen que los indicadores sean más confiables, las características propias de cada industria y la naturaleza de cada indicador no permiten que alguno de ellos destaque como el más apropiado. Dada la complejidad de la conducta económica en la vida real y los muchos determinantes de cada mercado, no sería posible contar con una medida de concentración única que sea superior a otra en todas las circunstancias.

Referencias

Agencia de Defensa de la Competencia de Andalucía. (2009). Medición de la concentración industrial. En Autor, *Panorama de la competencia en Andalucía* (pp. 49-82). Sevilla: Agencia de Defensa de la Competencia de Andalucía y Consejería de Economía y Hacienda. Recuperado de <http://goo.gl/nckIIj>.

- Curry, B. & George, K. (1983). Industrial concentration: a survey. *Journal of Industrial Economics*, 31(3), 203-255.
- Evans, A. (1987). A theoretical comparison of competition with other economic regimes for bus services. *Journal of Transport Economics and Policy*, 21, 7-36.
- Hannah, L. & Kay, J. (1977). *Concentration in modern industry: Theory, measurement and the UK experience*. London: MacMillan.
- Landes, W. & Posner, R. (1981). Market power in antitrust cases. *Harvard Law Review*, 94(5), 937-996.
- Lis-Gutiérrez, J. (2013). Medidas de concentración y estabilidad de mercado. Una aplicación para Excel. *Documentos de Trabajo Superintendencia de Industria y Comercio*, 12. Recuperado de <http://goo.gl/VYSQKZ>.
- Martin, S. (1993). Advanced Industrial Economics. *The Economic Journal*, 104(427), 1485-1487.
- OSIPTEL. (2007). *Metodología de análisis para la evaluación del impacto de transferencias de concesiones y asignaciones de espectro sobre las condiciones de competencia en los servicios públicos de telecomunicaciones* (n.º 001-2007). Gerencia de Relaciones Empresariales OSIPTEL. Documento de trabajo.
- Rodríguez, L. M. (2002). *Los índices de concentración. Una visión general*. Documento preparado para el Ministerio de Poder Popular para las industrias ligeras y el comercio del Gobierno Bolivariano de Venezuela [en línea].
- Scherer, F. (1980). *Industrial market structure and economic performance*. Boston: Houghton Mifflin.
- Verouden, V. (2004). *The role of market shares and market concentration indices in the European Commission's Guidelines on the Assessment of Horizontal Mergers under the EU Merger Regulation*. Recuperado de <http://goo.gl/CAE5Es>.