



www.econ.uchile.cl

Protegiendo la Libre Competencia en Chile

Centro de Estudios Públicos

Aldo Gonzalez

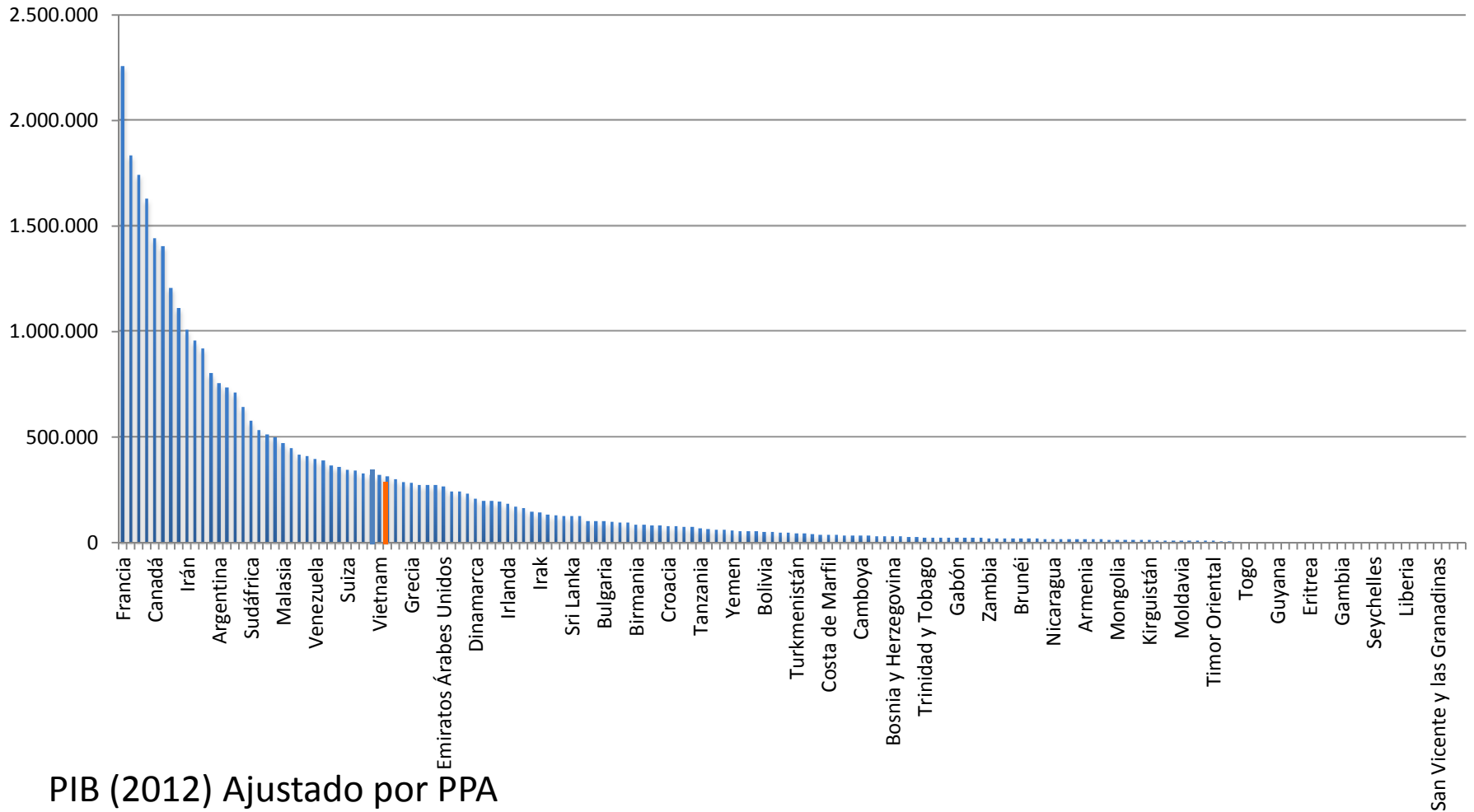
Departamento de Economía

Universidad de Chile

Sistema de Libre Competencia en Chile

- Evaluación global
- Cambios Menores
 - Multas y Sanciones
 - Control de fusiones

¿Es Chile una Economía Pequeña?



Multas y Sanciones

- Sanción Penal en Carteles
 - Fuerte efecto disuasivo
 - Compatible con Delación Compensada

Sanciones Monetarias

- Multas máximas absolutas no parecen suficientes para infracciones de daño significativo.

Pregunta previa:

¿Cual es el objetivo de las multas en Libre Competencia?

Principal Objetivo

- **Disuasión**
 - Evitar que la infracción se materialice

- **Compensación**
 - Reparar daño causado a usuarios

¿Matamos dos pájaros de un tiro?

NO

- No es conveniente usar un instrumento (**multa**) para lograr dos objetivos no necesariamente congruentes (**disuasión y compensación**)
- Para lograr ciertos objetivos de política se requiere igual número de instrumentos
 - Jan Tinbergen, Nobel (1969)
- *Decoupling liability*
 - Polinsky & Che (1991)

Divergencias.....

- No todas las faltas a la competencia producen daño.
- DL 211 sanciona actos que producen o tienden a producir daños...
- Incentivos perversos (Amplificación de daños):
 - Comportamiento estratégico de clientes: Sobre-compras Salant (1987),
 - Excesiva litigación (Treble damages) ¿?

Criterios para establecer multas

- Proporcional al **beneficio sobre-normal**, no al daño.
- Fácil de calcular
- Incorporar criterios cualitativos
 - Gravedad, duración, reincidencia, etc

Recomendación

Multa máxima: 10-20% de las ventas brutas del mercado afectado.

- Calcular beneficio sobre-normal es complejo pues se debe estimar el contra-factual.
- Hay error pero es preferible a métodos alternativos
- Jueces pueden incorporar aspectos cualitativos (multa máxima)

	Jurisdicción	Sanciones Corporativas [Eur]	
		Abosultas	Relativas
1	Alemania	100.000	10% ventas anuales
2	Australia	5.000.000	10% ventas anual ww
3	Austria		10% ventas anuales
4	Belgica		10% ventas anuales local
5	Brasil		30% ventas anuales
6	Bulgaria	255.645	
7	Canada	7.740.000	
8	Chile	21.150.000	
9	Chipre		10% ventas anuales
10	Corea	11.820.000	10% ventas anuales
11	Croacia		10% ventas anuales
12	Dinamarca	2.000.000	
13	Eslovakia		10% ventas anuales
14	Eslovenia	375.000	
15	Estados Unidos	78.570.000	3 veces daño
16	Estonia	16.000.000	
17	Europa		10% ventas anuales ww
18	finlandia		10% ventas anuales
19	Francia		10% ventas anuales ww
20	Grecia		15% ventas anuales
21	Holanda		10% ventas anuales
22	Hungria		10% ventas anuales
23	Inglaterra		10% ventas anuales local
24	Irlanda	4.000.000	10% ventas anuales ww
25	Israel	880.000	
26	Italia		10% ventas anuales ww
27	Japon	5.156.000	10% ventas anuales
28	Jordania		5% ventas anuales
29	Letonia		10% ventas anuales
30	Lituania		10% ventas anuales
31	Luxemburgo		10% ventas anual ww
32	Malta		10% ventas anuales
33	Mexico		1500000 sueldo minimo
34	Noruega		10% ventas anuales
35	Nueva Zelandia	6.270.000	10% ventas anuales local
36	Polonia		10% ventas anuales
37	Portugal		10% ventas anuales
38	Rep. Checa	390.000	10% ventas anuales
39	Rumania		10% ventas anuales local
40	Rusia		7% ventas anuales
41	Serbia		10% ventas anuales
42	Sudafrica		10% ventas anuales
43	Suecia	540.000	10% ventas anuales
44	Suiza		30% ventas anuales
45	Turquia		10% ventas anuales