



Regulación de Precios o Fomento de la Competencia

Por: Tom Rodriguez

La regulación adquiere prominencia durante los setenta cuando prevalecía en muchos países el llamado modelo "intervencionista" en el cual los estados estimulaban el crecimiento principalmente mediante el gasto público y regulaban la economía mediante altos aranceles y la estatización de empresas. En Panamá ese no fue el caso ya que desde 1973 se reconoció la necesidad de flexibilidad y se actuó en consideración.

El fomento de la competencia por otro lado adquiere énfasis durante los 90 cuando se produce el auge de la apertura económica y la liberalización, donde la participación del estado sufre un repliegue y se enfatiza la libre oferta y demanda. El enfoque se basa en la premisa planteada por el economista Adam Smith hace siglos, según la cual la competencia entre los individuos y entre las empresas procura beneficios para el conjunto de la sociedad ya que garantiza el uso eficiente de los recursos.

Este concepto implica que si alguna empresa cobra un precio excesivo por un bien o servicio, o se presenta una insuficiencia en el cualquier momento, es por qué se están dando condiciones que impiden que haya una mayor oferta o, lo que es lo mismo, una verdadera competencia. Por ejemplo puede ocurrir que un grupo reducido de empresarios controlen un mercado fijando precios y/o se repartan el mercado para que cada uno pueda arbitrariamente subir precios de ventas creando múltiples monopolios.

La regulación de precios puede a corto plazo remediar una ola especulativa. Sin embargo, a mediano y largo plazo la medida produce una situación donde la cantidad que ofrecen los productores es menor a la cantidad que demandan los consumidores. Dicho de otra forma, la regulación impone un precio tan bajo que causa que a mediano plazo haya más gente dispuesta a comprar que gente dispuesta a vender.

En Panamá ha estado vigente por años una regulación que induce a los taxistas al llamado "no voy" ya que justamente el precio que se les permite cobrar es muy bajo en relación al costo de proveer el servicio (especialmente cuando existe congestión o lluvia). Los taxistas sólo toman por ende aquellas rutas más cortas y cercanas dejando una amplia porción de los usuarios sin transporte. La situación tiende a complicarse en quincenas ya que aumenta la

demanda de taxis y lo peor es que por ley el consumidor no puede ofrecer una mejor tarifa. Otro incentivo perverso de este sistema es que provoca que las taxis manejen en ocasiones en una forma que infringe a menudo las reglas del tránsito arriesgando la seguridad de pasajeros, transeúntes y conductores en general.

En este tópico Panamá ha tenido importantes avances en materia institucional a objeto de fomentar la competencia a partir del momento que se crea en 1996 la Comisión de Libre Competencia y Asuntos del Consumidor (CLICAC) que posteriormente la Ley 45 de 2007 la reorganiza como Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (ACODECO) fortaleciendo su marco de acción.

Su objetivo es proteger y asegurar los Derechos del Consumidor y el proceso de libre competencia económica y libre concurrencia, erradicando prácticas monopolísticas y otras restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados de bienes y servicios para preservar el interés supremo del consumidor.

La política de libre oferta y demanda incrementa la transparencia de los mercados de consumo con un sistema de información al consumidor con reglas establecidas para la competencia, por lo cual representa un instrumento que sustituye a la política de control de precios, tendiente a promover la competencia.

Adicionalmente, presta servicios al consumidor con verificaciones de precios, contenidos netos, metrología, instrumentos de medidas, veracidad de la publicidad, investigaciones de precios de bienes y servicios, lleva a cabo investigaciones de precios en mercados de alimentos, medicamentos y otros. También es importante la atención a los consumidores en procesos de conciliación, atención de quejas, asistencia legal, educación y otros.

En conclusión, en Panamá con esta institución, se puede cumplir con dos objetivos de política pública: la promoción y defensa de la competencia, y la preservación de los derechos de los consumidores, que a todas luces son políticas superiores a cualquier mecanismo de regulación de precios.