

Acuerdos entre empresas competidoras

El caso que se presenta corresponde a la situación de competencia de tres empresas que tienen prácticamente el 100% del mercado.

Se trata de empresas que prestan un servicio, que se comercializa bajo el régimen de afiliación individual o colectiva (grupos).

La empresa líder inició sus actividades hace veinticinco años con una oferta de un servicio innovador no existente en el país.- Su éxito fue inmediato recibiendo la aceptación de los consumidores.- Debido a ello su crecimiento fue exponencial, no solo en cuanto a la cantidad de afiliados al servicio ofrecido, sino en cuanto a la rentabilidad del emprendimiento.

La política de precios adoptada por la empresa (precios altos) permitió el acceso de competidores de tal forma que su liderazgo se vio amenazado por otras empresas que ingresaron al mercado.

La estructura del mismo hoy es la siguiente: la empresa A, el líder posee el 39% del mercado; la empresa B, la segunda tiene el 31%; la empresa C tercera el 24%; el resto se distribuye entre varias empresas pequeñas que poseen el 6%.

Durante estos veinticinco años el escenario de la competencia en ese mercado fue lentamente derivando hacia en una guerra comercial, no solo en los precios sino en la incorporación de servicios adicionales que incrementaban los costos.

Los precios tendieron a la baja, fundamentalmente en los convenios colectivos o grupales, a los efectos de no perder clientes.

Se agregaron servicios sin cargo bajo diversas modalidades, por lo cual aumentaron los costos no solo de los servicios que tradicionalmente se prestaban, sino que se agregaron otros cuyos costos los absorbían las empresas.

Adicionalmente se intentaron eliminar costos laborales (cargas sociales) y fiscales, recurriendo a formas jurídicas que permitían la elusión de esos costos, pese a ser en todos los casos una actividad netamente comercial.

La guerra en todos los aspectos estaba planteada y el resultado final era previsible: disminución de los ingresos, incremento de los costos, aumento del riesgo fiscal y la reducción de los excedentes hasta volverlos negativos.- La crisis del sector era inevitable

Ante este panorama se presentaban dos escenarios:

- continuar la guerra y que se salvara el que tenía más resto para aguantar el tirón
- sentarse a conversar los tres actores que tenían casi el 100% del mercado

El primer escenario, implicaba en un plazo no determinado ir a la concentración del mercado en una o dos empresas o en el dominio de una, en tanto las otras dos pasaban a tener escaso peso en el mercado.

Al continuar con la competencia destructiva, el ganador tomaba el mercado imponiendo sus condiciones, en carácter de monopolista tanto en precio como en calidad.- Los perdedores serían comprados por el ganador o desaparecerían del mercado.

El segundo escenario, era sumamente delicado pues esto podía implicar acuerdos tal que el mercado se repartiera, eliminando la competencia y explotando al consumidor en el precio y en la calidad del servicio.- En este caso cuáles son los límites, de tal modo que ese acuerdo no termine en un monopolio virtual entre tres.

