

# *La Tercera-Reportajes*

28 de agosto de 2005

## **El terror de las AFP**

Eduardo Engel\*

Luego de más de una década de serios problemas, el tema de la falta de competencia en el negocio de las AFP finalmente saltó a la agenda pública, abriendo una discusión sobre cómo hacer más competitivo dicho sector.

Una de las propuestas más interesantes es que el gobierno licite grandes paquetes de afiliados a la administradora que cobre la menor comisión. Esta idea no gustó a las AFP, quienes la calificaron de “camino peligroso” en un documento que prepararon recientemente. Según confidenciaron dirigentes del sector a La Tercera, el objetivo del escrito es “evitar el surgimiento de propuestas sin base técnica que pudieran ser negativas a los ojos de la industria”. Argumentaré a continuación que más bien se trata de evitar el surgimiento de propuestas con una sólida base técnica que son buenas para todos los chilenos, salvo para las AFP actuales.

### **Falta de competencia**

La rentabilidad del negocio de las AFP se disparó a partir de 1998, alcanzando un promedio anual de 53 % en el quinquenio 1999-2003. Salvador Valdés e Iván Marinovic estimaron las ganancias excesivas durante este período en US\$70 millones anuales. A pesar de estas altas rentabilidades, ninguna empresa ingresó al sector. Que una industria con altas rentabilidades durante varios años no atraiga nuevos actores, sugiere la existencia de barreras de entrada que están limitando la competencia.

El problema de barreras de entrada en la industria de las AFP se acentuó a partir de 1998, pero venía desde antes. En el período 1993-1997, las AFP obtuvieron una rentabilidad promedio que duplicó la normal, y aunque varias empresas ingresaron al sector en dicho período, a todas les fue mal.

La dificultad para ingresar al negocio de las AFP se debe a que los afiliados dedican poco tiempo y esfuerzo a comparar las comisiones existentes en el mercado. Luego se requiere de una campaña publicitaria muy onerosa y un ejército de vendedores para atraer una cartera de clientes que haga rentable ingresar al negocio. Los riesgos asociados son altos y nadie los quiere tomar.

A lo anterior se agrega que en el pasado existieron regulaciones bien intencionadas, pero mal diseñadas, que pusieron cortapisas adicionales al ingreso de nuevas empresas al negocio. Además, hasta hace poco las cartolas eran complicadas y poco informativas, contribuyendo aun más a que los afiliados fueran insensibles a diferenciales en las comisiones.

### **El ejemplo del oxígeno**

Históricamente, cada hospital público compraba por separado el oxígeno que necesitaba, lo cual llevó a grandes diferencias de precios. Mientras algunos establecimientos pagaban más de \$1.000 por metro cúbico de oxígeno, otros pagaban menos de \$400. Estas diferencias despertaron sospechas sobre una eventual colusión de las empresas del sector, por lo que los hospitales decidieron comprar conjuntamente el oxígeno.

Fue así como en 2004 un grupo de profesores del Departamento de Ingeniería Industrial de la U. de Chile (Juan Carlos Lucero, Patricio Renner, Rafael Epstein y Ronald Fischer) diseñó una licitación para abastecer a los hospitales públicos de oxígeno. El desafío era evitar que las empresas se coludieran al momento de participar en ella. Con tal objeto el negocio licitado fue grande e indivisible: una de las licitaciones cubría más del 80 % de la demanda pública por oxígeno durante los próximos cinco años. Esto da fuertes incentivos para “desmarcarse” de cualquier acuerdo colusivo que pudiera existir.

La postura ganadora resultó ser de \$301 por metro cúbico, más de un 40 % por debajo del precio promedio anterior a la licitación. De hecho, los resultados de ese proceso llevaron a que la Fiscalía Nacional Económica acusara recientemente a las empresas del sector de conductas anticompetitivas, estimando las ganancias excesivas que éstas obtuvieron durante los cuatro años anteriores a la licitación en casi \$4.000 millones.

### **Licitaciones y AFP**

Tal como lo ilustra el ejemplo anterior, una licitación bien diseñada puede llevar a que las firmas compitan intensamente en sectores donde es posible coordinar a los compradores. Un diseño similar se puede aplicar para la falta de competencia entre las AFP.

Si cada tres años se licita un gran paquete de afiliados a quien ofrezca administrar sus fondos de pensiones cobrando la menor comisión, las empresas del sector tendrán incentivos para competir en serio por dicho paquete. Más aún, se reducen sustancialmente los costos de ingresar al negocio, pues basta concentrarse en una buena gestión con costos bajos que permita ofertar una comisión menor que las demás AFP. Ya no se requiere un ejército de vendedores ni una costosa campaña.

Al igual que con el oxígeno, se trataría de negocios grandes e indivisibles, proveyendo de esta manera incentivos para competir intensamente. Salvador Valdés, del Centro de Estudios Públicos, ha estimado que una licitación de este tipo reducirá la comisión pagada por los afiliados del 2,30 % a un 1,48 % de los salarios.

Hay varias consideraciones adicionales que contribuirán al éxito de la licitación de grupos grandes de cotizantes. Primero, los afiliados se incorporarían voluntariamente a dicha licitación, la cual incluiría un techo para las comisiones que pueden postular las AFP. Segundo, conviene separar los negocios de administración e inversión de fondos. Tercero, con el objetivo de reducir la posibilidad de que las empresas se coludan es deseable permitir el ingreso de empresas de otros sectores, tales como bancos o compañías de seguros.

### **Licitaciones e igualdad**

Dos son las precondiciones necesarias para que la autoridad intervenga en un mercado donde la falta de competencia está perjudicando seriamente a los consumidores. Primero, debe tener un buen diagnóstico acerca de qué origina la falta de competencia. Segundo, deben existir políticas realistas que permitan eliminar las barreras de entrada existentes y así llevar a que las empresas del sector compitan de verdad.

Hay varios mercados donde se percibe la falta de competencia, pero no se cumplen las condiciones anteriores, por lo cual no se justifica intervenir. En el negocio de las AFP, en cambio, existe un diagnóstico claro y una propuesta concreta para resolver el problema.

Intervenir para que un mercado determinado sea más competitivo no es fácil para ningún gobierno. Las empresas afectadas han tenido altas utilidades durante largo tiempo, por lo cual cuentan con recursos para financiar costosas campañas, oponiéndose a los cambios. Sin embargo, el costo que a la larga tiene ceder frente a los lobbies corporativos en sectores claves de la economía suele ser mayor.

Uno de los desafíos más importantes para los años que vienen es mejorar la distribución de la riqueza en nuestro país. La mala distribución se debe, en parte, a la falta de competencia en algunos sectores claves de la economía. Introducir la competencia no sólo lleva a mejoras distributivas, también lleva a que las empresas se esfuercen más en innovar, contribuyendo así al crecimiento.

**\*Eduardo Engel es Profesor Titular de Economía de la Universidad de Yale.**