

# PERSPECTIVAS DE INVESTIGACIÓN



## ¿Cómo afecta el aumento de la competencia a los precios y la calidad en el sector minorista?



Un programa de *transferencia monetaria* condicionada en la República Dominicana ofrecía una oportunidad para aleatorizar la entrada de 61 empresas en 72 mercados y estudiar los efectos del aumento de la competencia en los precios y en la calidad del servicio para los beneficiarios del programa.



Seis meses después de la intervención, la entrada en el mercado produjo una disminución de los precios y una mejora de la calidad del servicio referida por los propios consumidores.



Los precios disminuyeron más en zonas donde el número de participantes era mayor. La competencia parece haber alejado parte de la clientela de los minoristas ya establecidos.

## CONTEXTO

---

---

Las políticas de competencia importan. Los economistas han estudiado en profundidad el efecto de la competencia en los precios y la calidad en el sector minorista, que representa el 20% del PIB global. Sin embargo, la mayor parte de la investigación se ha centrado en la entrada en el mercado de los grandes minoristas. Se ha prestado mucha menos atención a las pequeñas empresas. La competencia ayuda a los consumidores aun cuando ya hay numerosas empresas operando en un mercado. También ayuda a los gobiernos, que pueden procurar servicios públicos y lograr precios más bajos sin sacrificar la calidad, siempre y cuando puedan asegurar la competencia suficiente entre los proveedores potenciales.

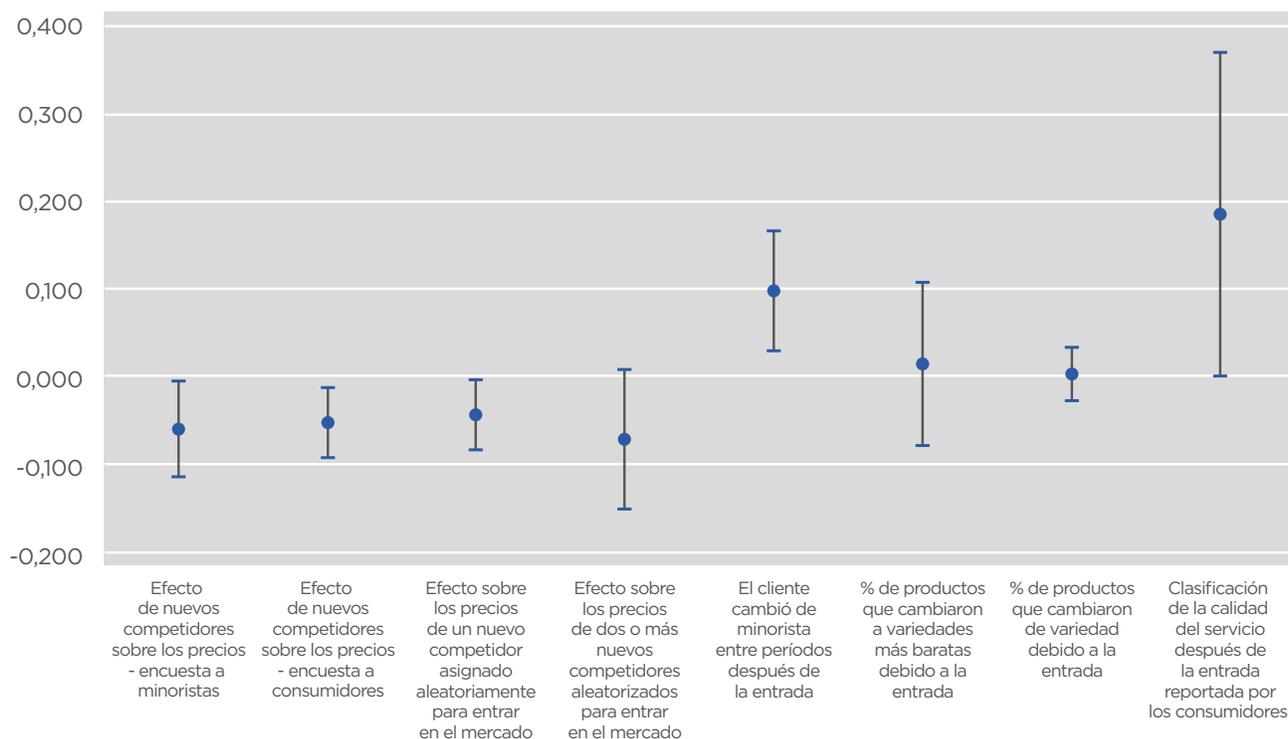
## PROYECTO

---

---

Este proyecto de investigación se emprendió en el contexto de un programa de transferencia monetaria en la República Dominicana. El programa proporciona transferencias monetarias a las familias que sólo se pueden utilizar en las tiendas de comestibles asociadas. Dado que la entrada en este mercado estaba limitada por el diseño del programa, estos minoristas podían ejercer potencialmente un poder de mercado. Se diseñó un *ensayo controlado aleatorio* a partir del número de tiendas nuevas que comenzaron a funcionar en cada uno de los 72 distritos -entre 0 y 3, para un total de 61 tiendas nuevas en todos los distritos. En las zonas tratadas, esto generó un aumento del 26% en el número de tiendas que los consumidores podían visitar para utilizar sus transferencias monetarias.

## Promedio de los efectos del tratamiento del aumento de la competencia



## RESULTADOS

La teoría predice que las empresas con poder de mercado pueden explotar su posición para reducir la calidad y aumentar los precios. En la práctica, la entrada de nuevas empresas conduce a reducciones de precios aumentando la presión competitiva en los establecimientos ya existentes. Los efectos en la calidad han sido menos claros, dado que dependen en última instancia de lo que los consumidores perciben y valoran como calidad.

1. El efecto de tratamiento promedio de la entrada generó reducciones en los precios que oscilaban entre 2% y 6%. Aun cuando los mercados ya estaban servidos por hasta cinco minoristas ya establecidos, los precios disminuyeron como resultado de un aumento de la competencia.
2. Los precios disminuyeron más en zonas con un mayor número de tiendas nuevas, dado que tanto los ya establecidos como los nuevos participantes se enfrentaban a un aumento de la competencia.
3. La probabilidad de que los consumidores cambiaran a un minorista entrante aumentó, de modo que la competencia parece haber alejado una parte de la clientela de los minoristas ya establecidos. Esto puede explicar los resultados encontrados en los cambios en los precios. Los minoristas ya establecidos y los nuevos participantes deben competir más intensamente mediante la disminución de los precios con el fin de conservar su clientela.
4. La entrada de nuevas tiendas minoristas no parece influir en la calidad del producto, dado que no parece haber efectos en variedades más baratas del mismo producto.
5. Los consumidores tienden a informar de que la calidad del servicio mejora después de la entrada, lo que también puede ser parte de la estrategia de los minoristas establecidos y los nuevos participantes para conservar su clientela.
6. La entrada de los pequeños minoristas tiene efectos en los precios similares a aquellos reportados en la literatura sobre la entrada en el mercado de las grandes cadenas minoristas.

## IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

Este estudio tiene implicaciones obvias para las políticas de competencia. También explora las condiciones gracias a las cuales la subcontratación de los servicios públicos en el sector privado es una estrategia eficiente para los gobiernos, con las siguientes conclusiones:

1. Cuando los gobiernos tercerizan la prestación de servicios al sector privado, deberían promover la competencia para reducir los precios sin disminuir la calidad.
2. Una falta de competencia en un programa de transferencia monetaria condicionada puede tener como resultado transferencias de los consumidores a los productores. Con escasa competencia, los productores pueden ejercer suficiente poder de mercado para aumentar los precios, extrayendo así un ingreso adicional de los consumidores y disminuyendo o incluso anulando los beneficios del programa.
3. Los resultados de nuestro estudio indican que la mayor competencia proporciona un medio efectivo de evitar la captación de rentas de parte de los proveedores. Dado que las transferencias monetarias pueden tener un impacto en la dinámica del mercado, los gobiernos deberían procurar maximizar el número de proveedores y asegurar la máxima competencia en los mercados. Esto se puede conseguir a través de un gran conjunto de tiendas minoristas asociadas y suficiente oferta para asegurar que ningún minorista ejerza un poder de mercado.

## EL BID Y LAS TRANSFERENCIAS MONETARIAS CONDICIONADAS

Durante décadas, América Latina y el Caribe ha utilizado las *transferencias monetarias condicionadas* como un instrumento para ayudar a las familias que viven en la pobreza. El BID ha apoyado de larga data a los países en estos esfuerzos y está constantemente buscando nuevas maneras de materializarlos. Este proyecto de investigación fue fruto de la colaboración con la División de Protección Social y Salud del BID.



### ESTUDIO COMPLETO

[Busso, M. and S. Galiani. 2019. The Causal Effect of Competition on Prices and Quality: Evidence from a Field Experiment. \*American Economic Journal: Applied Economics\* 11\(1\): 33-56](#)

#### Concepto clave



### TRANSFERENCIAS MONETARIAS CONDICIONADAS

Un tipo de programa social que proporciona dinero a los beneficiarios dependiendo de que éstos emprendan acciones verificables.

#### Concepto clave



### ENSAYO CONTROLADO ALEATORIO

Un tipo de experimento que pretende reducir los sesgos asignando aleatoriamente a los sujetos ya sea a un grupo de tratamiento que recibe una intervención o a un grupo de control que no recibe la intervención.

## DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN Y ECONOMISTA JEFE

El Departamento de Investigación y Economista Jefe es un generador de ideas innovadoras que apoyan la agenda de políticas estratégicas del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y sus países miembros con el fin de lograr un desarrollo económico sostenible y equitativo de la región. Para maximizar el impacto de su investigación, el Departamento de Investigación lleva a cabo actividades que sirven de insumos a otros departamentos del Banco, los gobiernos, la comunidad académica y la sociedad civil en la región.

