



Gran parte del comercio online define sus precios de forma automática gracias a la IA.

NUEVA TENDENCIA EN EL MERCADO

Ahora, hasta los algoritmos pueden coludirse

■ Sin ponerse de acuerdo con sus competidores, los sistemas informáticos pueden modificar precios automáticamente. La OCDE ya alertó del riesgo y en Chile recién se está estudiando.

POR MATEO NAVAS GARCÍA

Comunicaciones a través de partes de matrimonio, teléfonos prepago y correos electrónicos alternativos. Seudónimos, nombres falsos y encuentros en hoteles o hasta cuarteles de bomberos. La historia de la colusión en Chile es rica en escenarios donde las partes acordaron ponerse de acuerdo para manejar los precios de uno o más productos. Pero con la llegada de la digitalización, el panorama ha cambiado radicalmente: ahora los algoritmos pueden coludirse, lo que podría generar nuevos desafíos para las empresas, el mercado y la fiscalización.

Actualmente, empresas de todas partes del mundo utilizan el *big data* y la Inteligencia Artificial para elaborar complejas operaciones lógicas que permitan perfeccionar su oferta, potenciar su modelo, predecir tendencias y mejorar precios. Esto último es lo que preocupa a parte

importante de los órganos dedicados a detectar y prevenir la colusión en todo el mundo.

Si antes los precios eran determinados por los propios ejecutivos de las compañías, hoy, la mayoría de las empresas han delegado esa labor a máquinas que pueden hacer un trabajo mucho más rentable y efectivo.

Alerta la OCDE

Aunque suene distópico, los seres humanos ya no son importantes. El peligro de estos algoritmos es que pueden generar conductas de colusión sin un acuerdo formal entre individuos. A diferencia de los procesos anti competencia tradicionales que dejaban huellas —como documentos, correos o llamadas—, la Inteligencia Artificial actúa en las sombras, generando así, un mecanismo silencioso e igualmente peligroso.

Una investigación de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) establece que “los algoritmos están afectando fundamentalmente las condiciones del mercado, lo que resulta en una alta transparencia de precios y una negociación de alta frecuencia que permite a las empresas reaccionar de manera rápida y agresiva. Estos cambios en los mercados digitales podrían hacer que las estrategias colusorias sean estables en prácticamente cualquier estructura de mercado”.

Antonio Capobianco, jefe de la División de Competencia de la OCDE,

dijo a *Diario Financiero* que los órganos dedicados a prevenir conductas anti competencia también deberían conocer mejor este fenómeno: “Si bien la experiencia reciente muestra que la ley de competencia brinda a las autoridades las herramientas y la flexibilidad para abordar la conducta anticompetitiva en la economía digital, aún es importante que tengan los medios para profundizar su conocimiento de los nuevos modelos de negocios y su impacto en la competencia. Esto se aplica también a la colusión algorítmica”, sostiene.

Coordinación indeseable

Pero esto no es teoría; los algoritmos ya están actuando. Una pesquisa del Centro de Investigación de Políticas Económicas (CEPR) con sede en Washington, determinó que más de un 33% de los vendedores de Amazon ha determinado el precio de sus productos a través de un sistema automático. Y si bien esta es una práctica legítima, podría gatillarse un proceso de colusión entre distintas compañías o usuarios.

Emilio Calvano, académico de la Universidad de Boloña, dijo a *DF* que los precios de ese *marketplace* “cambian bastante rápido. En casos extremos cada veinte minutos. Todo esto para distorsionar las condiciones del mercado”.

Estos algoritmos son capaces de realizar una radiografía del mercado para generar un precio acorde a lo

que ofrecen los competidores. Es por esto que, aunque esos programas hayan sido diseñados para otros fines, pueden aprender a igualar valores de forma artificial.

Para detectar este tipo de actividades, diversos organismos —como la Comisión Federal de Comercio de Estados Unidos (FTC) o la OCDE— están recabando evidencia para poder generar técnicas de localización de potenciales actividades colusorias en el comercio *online*.

Chile no está muy lejos

Juan Escobar, académico de la Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad de Chile, dice que definir un algoritmo como colusivo “es difícil, porque los mismos atributos que llevan a que un algoritmo siga las tendencias del mercado y haga mejores ofertas a algunos consumidores pueden llevar a una coordinación indeseable entre firmas”. Y agrega que “ciertos algoritmos simples pero muy usados pueden alcanzar precios altos y dañar a los consumidores”.

Según Escobar, este comportamiento no es escarbatado en el paradigma actual, pues los algoritmos pueden llegar a resultados colusivos sin que necesariamente se comuniquen entre sí o haya un acuerdo previo para ello.

Todos estos elementos han hecho que la Fiscalía Nacional Económica (FNE) esté al tanto de este fenómeno para poder enfrentar de la mejor forma esta tendencia.

“Algunos no creen que esta sea una preocupación principal y, por lo tanto, la ignoran. Otros lo toman en serio pero aún no han establecido la infraestructura para detectar dicha conducta. Esto, a menudo requiere cooperación con científicos informáticos que pueden analizar la conducta algorítmica”, sentencia Michal Gal, presidenta de la Sociedad Internacional para Abogados de Competencia.

“Ciertos algoritmos simples pueden alcanzar precios altos y dañar a los consumidores”, alerta el académico Juan Escobar.

“Es importante que autoridades tengan los medios para profundizar su conocimiento de los nuevos modelos de negocios y su impacto en la competencia”, enfatiza Antonio Capobianco de la OCDE.