



**AUTORIDAD DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y
DEFENSA DE LA COMPETENCIA (ACODECO)**

EL RÉGIMEN DE LA COMPETENCIA EN PANAMÁ

Oscar García Cardoze
Director Nacional de Libre Competencia

Universidad de Panamá – 5 de Febrero de 2013



Principales Tópicos a Desarrollar

- ◆ Ley 45 de 2007
- ◆ Regulación y Competencia
 - ◆ Tipos de Regulación
 - ◆ Necesidad de la Regulación
- ◆ Importancia de la Competencia
- ◆ Prácticas Monopolísticas Absolutas
- ◆ Prácticas Monopolísticas Relativas
- ◆ Control de Concentraciones



Ley 45 de 2007

- *Objeto de la Ley (Art. 1):* **Proteger y asegurar el proceso de libre competencia y libre concurrencia**, erradicando las prácticas monopolísticas y otras restricciones en el funcionamiento eficiente de los mercados de bienes y servicios, para **preservar el interés superior del consumidor**
- *Bienes Jurídicos Tutelados:*
 - a. La Libre Competencia.
 - b. La Libre Concurrencia.
 - c. El Bienestar del Consumidor.
- *Cuál es más importante? Depende!*



Regulación y Competencia

- ¿Es la política de Defensa de la Competencia un tipo de regulación económica?
 - Sí
- ¿De qué tipo?
 - Global (no sectorial)
 - Indirecta
 - Actuaciones ex-ante y ex-post





Tipos de Regulación

↘ Directa

- ↘ Fijación de Precios (tarifas)

- ↘ Establecimiento de Condiciones de Acceso

 - ↘ Ejemplo: Facilidades esenciales (caso de los ductos para cableado de telecomunicaciones en edificios residenciales o centros comerciales)

- ↘ Calidad de Bienes y Servicios

↘ Indirecta

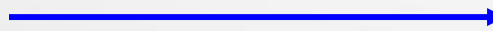
- ↘ Política de Competencia (conductas y modificaciones a la estructura de los mercados)



Características de un Mercado Competitivo

- Empresas rivalizan (para captar clientes)
 - Incrementar Ventas
 - Aumentar Beneficios
- A través de productos que satisfagan las preferencias de los consumidores

**Buscando
Beneficio las
empresas**



**Favorecen el
interés de los
consumidores**



Estrategias de las Empresas para Lograr sus Objetivos

- Las que aumentan los beneficios de las empresas y consumidores
 - Reducción de los precios de los productos
 - Incremento de la calidad de los productos
 - Creación de nuevos productos (innovación)
- Las que aumentan los beneficios de las empresas y perjudican a los consumidores
 - Reducción de la competencia



¿Cómo Alcanzar y Fomentar la Competencia?

➤ Promoción de la Competencia

- Fomentar un entorno más competitivo a través de la interacción con las empresas
- Fomentar una cultura más racional de consumo

➤ Defensa de la Competencia

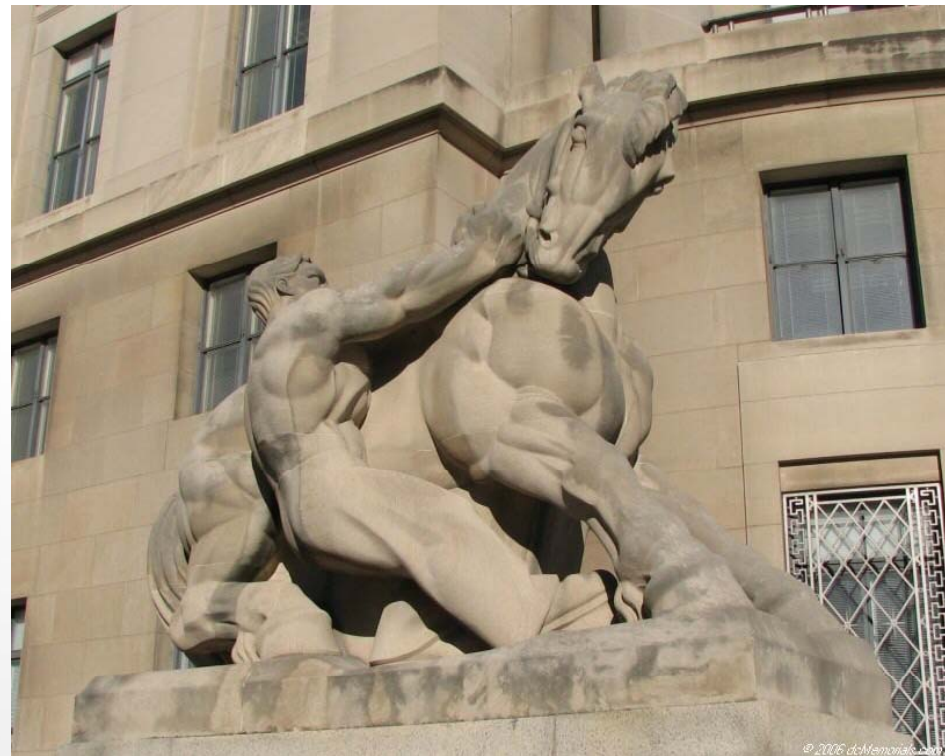
- Investigar, demandar y, eventualmente, sancionar (multas) conductas ilegales o perjudiciales



Promoción y Defensa de la Competencia



El sueño de cualquier empresario?
(desde niños jugamos a esto)



“**Man Controlling Trade**” Escultura en la acera del edificio de la Federal Trade Commission (FTC) en Washington, que simboliza la lucha tenaz contra las conductas anticompetitivas



¿Cómo se Promueve la Competencia?

- Desalentar el surgimiento y/o la consolidación de monopolios y oligopolios
 - Eliminar o reducir las barreras a la entrada
 - Aranceles y barreras no arancelarias (cuotas, permisos previos, licencias de importación)
 - Que exista mayor facilidad para que nuevas empresas entren al mercado
 - Recomendar modificaciones de leyes, reglamentos, actos administrativos y proyectos que promuevan la libre competencia
- Fomentar asociaciones de consumidores
- Mejorar la información disponible a los consumidores (**Un Consumidor Informado Tiene Poder!**)



Defensa de la Competencia a la Luz de la Ley 45

- Prácticas Monopolísticas Absolutas
 - Presunción de ilegalidad, salvo excepciones que deben ser alegadas por las empresas demandadas (antes con la Ley 29 de 1996 eran Ilegales *per se*)
- Prácticas Monopolísticas Relativas
 - Necesidad de Determinar:
 - Mercado Pertinente
 - Poder Sustancial
 - Aplicación de la Regla de la Razón
 - Objeto
 - Ganancias (netas) en eficiencia
- Concentraciones Económicas



Tipos de Acuerdos Anticompetitivos

Forma/Efecto	Explotativas	Exclusionarias
Conductas Concertadas	<i>Prácticas Monopolísticas Absolutas (Cárteles)</i>	<i>Prácticas Monopolísticas Relativas (Boicot)</i>
Conductas Unilaterales	<i>Abuso de Posición Dominante</i> (En Panamá no existe esta figura legal)	<i>Otras Prácticas Monopolísticas Relativas</i> (Negativa de Trato, Depredación, Prácticas Verticales)



Prácticas Monopolísticas Absolutas

- Acuerdos entre competidores (colusión)
 - Fijación de Precios (o intercambiar información con este fin)
 - Restricción de la Oferta (obligación de no producir más allá de ciertos niveles)
 - División de Mercados (geográficos, institucionales)
 - Concertación de Posturas en actos de contratación Pública



Prácticas Monopolísticas Relativas

- Concepto: Cualquier acto de naturaleza exclusoria que resulte irrazonable, cometido por agentes económicos con poder de mercado
- Naturaleza exclusoria:
 - Impedir el acceso
 - Desplazar
 - Establecer ventajas exclusivas

Prácticas Monopolísticas Relativas

(Artículo 16, Ley 45)



- Ejemplos de Prácticas Monopolísticas Relativas (lista no exhaustiva):
 - Distribución y suministro en exclusividad
 - Fijación del precio de reventa
 - Venta atada (exigir contratación de servicios o compra de bienes no directamente relacionados)
 - Negativa injustificada de suministro o trato comercial (si es colectiva se denomina boicot)
 - Imposición de condiciones no equitativas o la discriminación (condiciones desiguales, prestaciones equivalentes)
 - Predación de precios



Concentración Económica

- Acto por medio del cual se hace una modificación deliberada de la estructura de un mercado
 - Implica reducción absoluta en el **número** de competidores (agentes económicos independientes)
 - No afecta necesariamente la **intensidad** de la competencia
 - No es, pero facilita la realización de prácticas monopolísticas (reduce los costos de coordinación)
- Independencia
 - Agente económico (Art. 9 de la Ley 29 de 1996): Se considera un solo agente económico al conjunto de personas jurídicas de derecho privado que estén controladas por un mismo grupo económico
 - Concepto de control: Capacidad de influir decisivamente en las actividades de un agente económico



Control de Concentraciones Económicas

- Proceso de verificación (administrativo)
 - Voluntario
 - Previo o posterior
 - Decisiones (posibilidad y consecuencias del ejercicio del poder de mercado ampliado)
 - Autorización
 - Plena
 - Condicional al cumplimiento de ciertas acciones
 - Prohibición
 - No autorización (*ex-ante*)
 - Desconcentración



AUTORIDAD DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA (ACODECO)

Gracias!

Oscar García Cardoze

(ogarciac@acodeco.gob.pa); 510-1362

Universidad de Panamá – 5 de Febrero de 2013