



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

PERSPECTIVAS DE LA LIBRE COMPETENCIA EN PANAMÁ

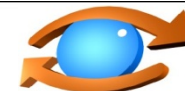
PEDRO MEILÁN
Administrador

ULACIT, 19 de Diciembre de 2011

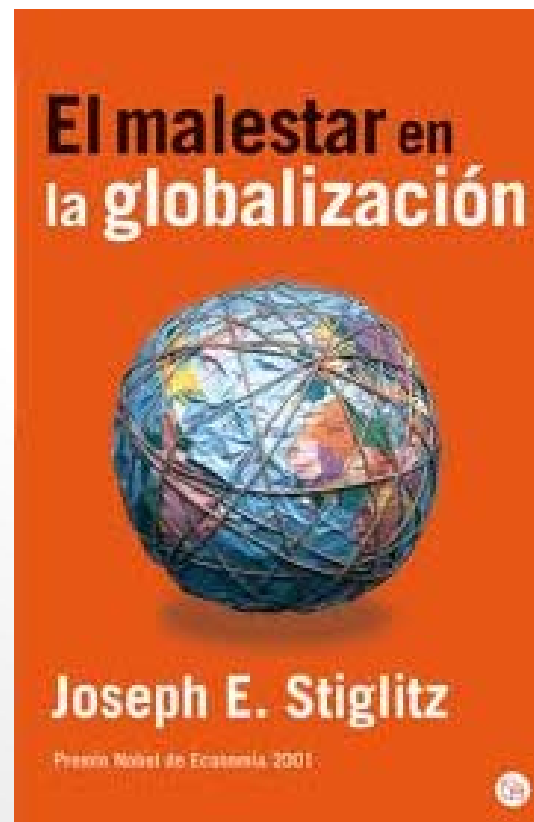
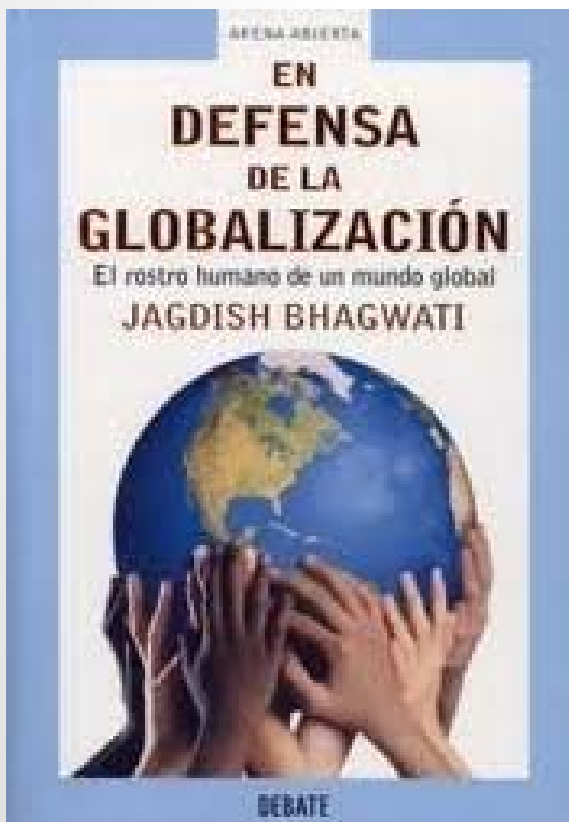


Contenido

- ◆ El Escenario Económico de los Últimos 50 Años
- ◆ Regulación y Competencia
- ◆ Promoción y Defensa de la Competencia



El Debate sobre el Escenario Económico de los Últimos 50 Años





El Escenario Previo: Rol de la CEPAL

- **Política de Crecimiento Hacia Adentro**
 - Desarrollo a través de la **Industrialización por Sustitución de Importaciones (ISI)**
- **Instrumentos**
 - Establecimiento de barreras proteccionistas para favorecer a la producción nacional (aranceles y leyes especiales).
 - Incentivos y mecanismos de fomento a la producción nacional (Contratos con la Nación)
- **Consecuencia:**
 - Mercado doméstico aislado de la competencia internacional
- **Paliativo**
 - Creación de la **Oficina de Regulación de Precios (ORP)**



El “Nuevo” Escenario: Influencia del Consenso de Washington

- En los últimos 20 años, la política económica está orientada hacia la creación y promoción de mecanismos de mercado
- Las políticas arancelarias activistas, controles de precios, políticas de promoción a la industria local, Estado productor, se sustituyen por políticas de privatización, desregulación de la economía, promoción de la competencia y apertura comercial
- El libre comercio y la competencia son los medios más adecuados para fomentar la competitividad de las empresas



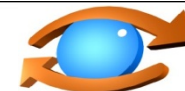
Algunos Ejemplos de Políticas de Apertura en Panamá en los Años 90's

- Liberalización de los precios del combustible en el año de 1991
- El inicio de la privatización de las primeras empresas estatales (Cítricos de Chiriquí)
- Incorporación de Panamá a la OMC (Ley 23 de 1997)
- Privatización y desmembramiento de los monopolios oficiales (caso de telecomunicaciones y energía eléctrica)
- Adopción del sistema de defensa de la competencia con la Ley 29 de 1996 (hoy Ley 45 de 2007)
- Ley 26 de 1996, que crea el Ente Regulador de los Servicios Públicos (hoy Decreto Ley 10 de 2006 –ASEP)



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





Regulación y Competencia

- ¿Es la política de Defensa de la Competencia un tipo de regulación económica?
 - **Sí**
- ¿De qué tipo?
 - **Global (no sectorial)**
 - No aplica sólo para los sectores regulados, sino que se aplica de manera transversal a todos los sectores económicos
 - **Indirecta**
 - No interviene en detalles como las tarifas o precios a cobrar, o la calidad del servicio que se debe ofrecer (rol de las agencias regulatorias sectoriales)
 - **Actuaciones ex-ante y ex-post**
 - Ex-ante: Concentraciones económicas, consultas de viabilidad
 - Ex-post: Demandas por prácticas monopolísticas



El “Problema” del Monopolio

Los monopolios no son ilegales, pero:

- Precio superior que pagan los consumidores
- Restricción de la producción (como vía para lograr indirectamente un aumento en el precio)
- Desaliento a la innovación
- En mercados muy concentrados (**oligopolios**) aumentan las posibilidades que un grupo de empresas ejerzan su posición dominante explotativa (**colusión = simulación de monopolio**)
- La única consecuencia deseable de un monopolio es la reducción de costos, pero no hay presión competitiva para trasladar esos ahorros a los clientes



¿ Por Qué es Importante que Exista Competencia?

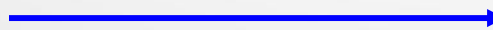
- Conduce a una asignación de recursos más eficiente
 - Se invierte en la producción de los bienes y servicios que la sociedad está demandando
- Estimula la inversión y el crecimiento económico
- Ayuda a frenar el crecimiento de los precios
 - Aumenta la oferta disponible de bienes y servicios
- Incrementa el beneficio del consumidor
(interés superior según la Ley 45 de 2007)



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

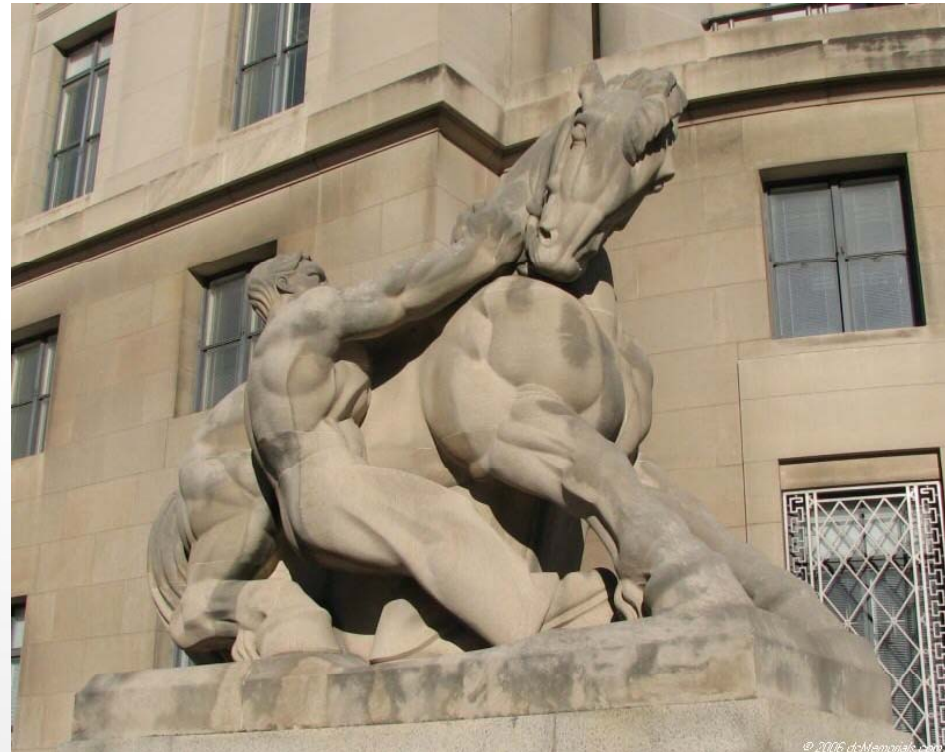
- Las que aumentan los beneficios de las empresas y consumidores (positivas para la sociedad)
 - Reducción de los precios de los productos
 - Incremento de la calidad de los productos
 - Creación de nuevos productos y tecnologías (innovación)
- Las que aumentan los beneficios de las empresas y perjudican a los consumidores (negativas para la sociedad)
 - Reducción de la competencia << **Papel de la Política de Competencia**



Promoción y Defensa de la Competencia



El sueño de cualquier empresario?



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



¿Cómo se Promueve la Competencia?

- Desalentar el surgimiento y/o la consolidación de poderes sustanciales (dominantes) en el mercado
 - Eliminar o reducir las barreras a la entrada/salida
 - Aranceles y barreras no arancelarias (cuotas, permisos previos, licencias de importación)
 - Institucionales o legales (permisos de operación de nuevas empresas)
 - Ejemplo de la **Portabilidad Numérica**
 - Recomendar modificaciones de leyes, reglamentos, actos administrativos y proyectos que promuevan la libre competencia
- Fomentar asociaciones de consumidores
 - Queremos un consumidor informado, pero también organizado
- Mejorar la información disponible a los consumidores (es incompleta, tardía y costosa)
 - Fomentar los mecanismos de *voz y salida* en vez de *lealtad*



Defensa de la Competencia a la Luz de la Ley 45

- Prácticas Monopolísticas Absolutas (Colusión)
 - Presunción de ilegalidad, salvo excepciones (antes con la Ley 29 de 1996 se consideraban Ilegales *per se*)
 - En algunos países (EUA, Brasil) es considerado como una ofensa criminal, que acarrea sanciones penales
- Prácticas Monopolísticas Relativas
 - Necesidad de Determinar:
 - Mercado Pertinente
 - Poder Sustancial
 - Aplicación de la Regla de la Razón
 - Objeto
 - Ganancias (netas) en eficiencia
- Concentraciones Económicas



Prácticas Monopolísticas Absolutas

- Acuerdos entre competidores (colusión)
 - Fijación de Precios (o intercambiar información con este fin)
 - Incluye descuentos, bandas de precios, etc.
 - 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
 - Incluye abstención de participación, alternancia de las ofertas, etc.



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 de nuevos agentes al mercado
 - Desplazar del mercado a agentes que operan actualmente
 - Establecer ventajas exclusivas a favor de ciertos agentes económicos

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 45 de 2007): 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



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

Gracias y Feliz Navidad!

PEDRO M. MEILÁN N.
Administrador

 **@Pedro_Meilan**

 **Acodeco Protege**

ULACIT, 19 de Diciembre de 2011