



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

---

## ROL DE LA ACODECO A FAVOR DE LA LIBRE COMPETENCIA EMPRESARIAL Y SUS BENEFICIOS

*Pedro M. Meilán N.*  
**Administrador**

Universidad Latina de Panamá – Sede de Penonomé, 18 de Mayo de 2012



# Principales Tópicos a Desarrollar

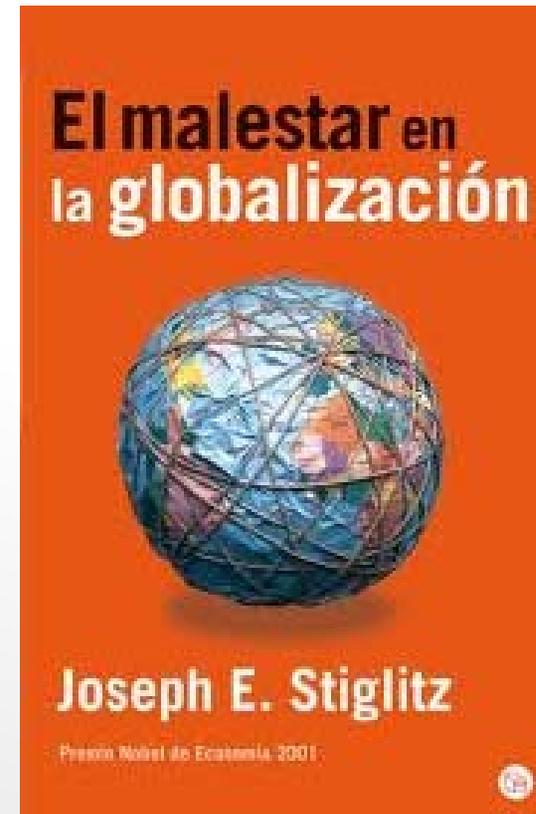
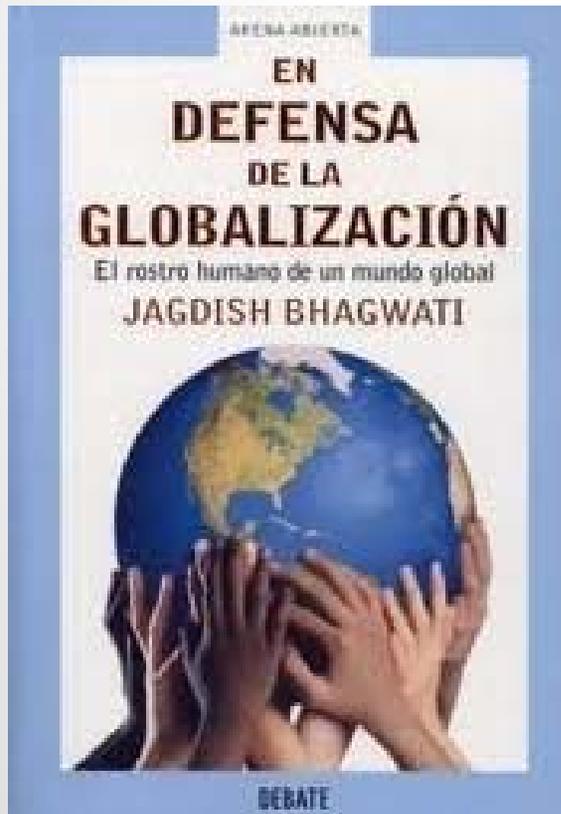
---

- El Nuevo Escenario Económico
  - De la CEPAL al Consenso de Washington
- Regulación y Competencia
  - Tipos de Regulación
  - Necesidad de la Regulación
- Importancia de la Competencia
- Promoción y Defensa de la Competencia con la Ley 45 de 2007



# 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 30 años, la política económica está orientada a la creación/promoción de mecanismos de mercado (**Libre Oferta y Demanda**)
- Las políticas arancelarias activistas, controles de precios, políticas de promoción a la industria local, Estado productor, se sustituyen por políticas de privatización, desregulación económica, 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.



# 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)



# Principal Razón para que el Estado Regule el Mercado

---

- Los Riesgos del Poder de Mercado
  - En Panamá los monopolios no son ilegales
  - Tipos de Monopolios:
    - Monopolios naturales
    - Monopolios legales y artificiales
      - Argumento de la industria naciente (protección a una industria o sector específico)
    - Concepto relevante: Barreras a la entrada



# Papel del Análisis Económico

---

- El principal objetivo de la política de competencia es velar por el funcionamiento eficiente de los mercados
- Impacto: las conductas contrarias a la competencia suelen resultar en
  - Aumento de los precios
  - Reducción del número de competidores
  - Reducción de la calidad del producto
  - No hay estímulo a la innovación
  - En definitiva, reducción del bienestar de los consumidores



# Riesgos en que se Incurre con el Análisis Económico de Conductas

---

- Aplicación correcta del derecho de la competencia requiere análisis económico.
- En el caso particular de concentraciones económicas, se puede prohibir algo que podría haber resultado positivo para el mercado o admitir una conducta que ha resultado negativa al mercado
- ¿Qué es bueno o malo para el funcionamiento del mercado? El análisis económico lo puede determinar
- Problema: el análisis económico absorbe muchos recursos (caso a caso)
- Solución: Establecer prohibiciones “per se” - cárteles



# El Significado de Competencia

---

- ➔ Acción de rivalizar dos o más personas por la misma cosa.
- ➔ El número de competidores es una variable fundamental, de manera que cuanto mayor sea el número de individuos que luchan por una misma cosa, presumiblemente, mayores esfuerzos se tendrán que realizar.



# El “Problema” del Monopolio

---

- Precio superior que pagan los consumidores
  - Efecto redistributivo: problema de justicia social no de eficiencia
- Restricción de la producción (como vía para lograr indirectamente un aumento en el precio)
- En mercados muy concentrados (oligopolios) aumentan las posibilidades que un grupo de empresas se puedan poner de acuerdo (colusión)
- La única consecuencia deseable de un monopolio es la reducción de costos (todo efecto distinto implica usar la posición dominante para fines no deseables), pero si esto no se traslada a los clientes, el mercado no se favorece



# ¿ Por Qué es Importante que Exista Competencia?

---

- Conduce a una asignación de recursos más eficiente
- Estimula la inversión y el crecimiento económico
- Frena el crecimiento de los precios
- Eleva la calidad y variedad de los bienes ofrecidos
- Incrementa el beneficio del consumidor (interés superior)



# 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

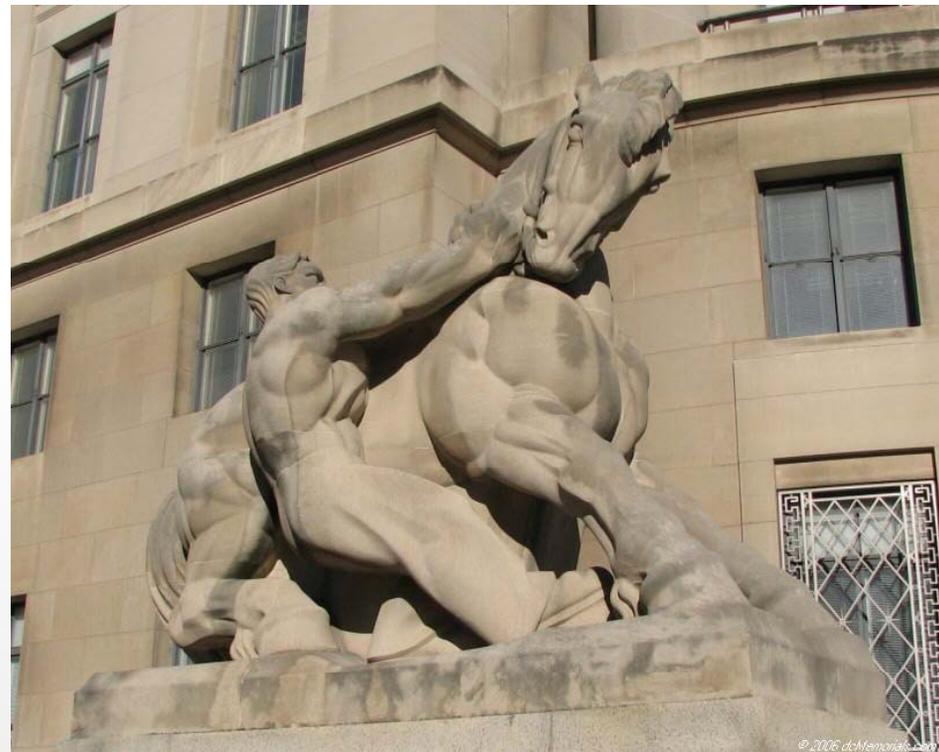
- Investigar, demandar y, eventualmente, sancionar (multas) conductas ilegales o perjudiciales



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



# 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



# Fases del análisis

## 1. Definir mercado relevante

- Productos y servicios (competidores reales) de las empresas afectadas que pueden limitar su comportamiento competitivo (Comunicación de la Comisión relativa a la definición del mercado de referencia)

## 2. Analizar características de mercado

- Grado de concentración
- Condiciones de entrada
- Poder de compra y elasticidad de la demanda
- Madurez del mercado

## Análisis del poder de mercado

Prácticas Monopolísticas Relativas

Control de concentraciones



# 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



# 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



# ESTADÍSTICAS RELEVANTES DE LA DIRECCIÓN NACIONAL DE LIBRE COMPETENCIA

INVESTIGACIONES POR PRÁCTICAS MONOPOLÍSTICAS			
DETALLES	2009	2010	2011
Investigaciones iniciadas por Prácticas Monopolísticas Absolutas	6	12	10
Investigaciones iniciadas por Prácticas Monopolísticas Relativas	5	8	1
Investigaciones iniciadas por Prácticas Monopolísticas Relativas y Absolutas	2	3	0
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>23</b>	<b>11</b>
SENTENCIAS OBTENIDAS 2009 - 2011			
(1) Estaciones de Combustibles de Santiago - Fallo No. 9 del 18/01/2010 (Condenatoria en primera instancia a 4 de las 7 empresas demandadas)			
(2) Petroleras - Fallo No. 45 del 30/05/2011 (Condenatoria en primera instancia a las 5 empresas demandadas)			
(3) Publicitarias Fallo No. 109 del 31/10/2011 (Condenatoria en primera y segunda instancia 17 a las empresas demandadas)			
(4) Panaderías del Barú - Fallo No. 110 de 21/10/2010 (Condenatoria en primera instancia a 6 de las 9 empresas)			
DEMANDAS Y SANCIONES 2009 - 2011			
Empresas Demandadas Actualmente ante los Tribunales por Prácticas Monopolísticas			113
Empresas Sancionadas con Multas de B/. 100.000.00 cada una por Prácticas Monopolísticas			4
<b>Total de Multas Impuestas por Prácticas Monopolísticas: B/. 1,350.000.00</b>			
TRANSACCIONES			
2010	2011		
<b>Adquierencias de Comercio con Tarjetas de Débito:</b> (1) Teleread S.A.	<b>Ingenios Azucareros 5:</b> (1) Central Azucarera la Victoria S.A., (2) Central Azucarera Alanje S.A., (3) Compañía Azucarera La Estrella S.A., (4) Azucarera Nacional S.A., (5) ANSAROSA		
<b>Empresas Aseguradoras 9:</b> (1) Asociación Panameña de Aseguradores S.A. (APADEA), (2) Aseguradora Ancón S.A., (3) National Unión Fire Insurance Company of Pittsburgh, PA., (4) Seguros ASSA, (5) Assicurazione Generali s.p.i., (6) HSBC Seguros S.A., (7) Interoceánica de Seguros S.A., (8) Aseguradora Mundial	<b>Empreas Lácteas 4:</b> (1) Nestlé Panamá S.A., (2) Industrias Lácteas S.A., (3) Refrescos Nacionales S.A., (4) Sociedad de Alimentos de Primera S.A.		
<b>Molinos de Arroz 2:</b> (1) Industrial Arroceras de Chiriquí S.A., (2) Corporación Gariché S.A.	<b>Empresas Avícolas 9:</b> (1) Empresas Melo S.A., (2) Productos Toledano S.A., (3) Arce Avícola S.A., (4) Avícola Grecia S.A., (5) Avícola Chong S.A., (6) Avícola Franz S.A., (7) Cooperativa de Servicios Múltiples Juan XXIII, (8) Procesadora Los Guayacanes, (9) Asociación Nacional de Avicultores de Panamá (ANAVIP)		
<b>Total Recaudado en Transacciones: B/. 1,380.000.00</b>			



# ESTADÍSTICAS RELEVANTES DE LA DIRECCIÓN NACIONAL DE LIBRE COMPETENCIA

CONCENTRACIONES ECONÓMICAS ANALIZADAS EN 2009 - 2011		
AÑOS	EMPRESAS	DESICIÓN
2009	(1) Cable Onda S.A. y Astrovisión Cable T.V. S.A.	Concepto favorable
	(2) American Color y Pinturas Color	No objetada
	(3) Cable Onda y Telecarrier	No objetada
	(4) Avianca y Taca	No objetada
	(5) Aseguradora Mundial y Empresas Mapfre	No objetada
2010	(1) Alta Cordillera, S.A. y Thunderbird Resorts Inc.	Condicionada (modificación de la cláusula de no competencia)
	(2) Pavimentos Especializados e Industrias Básicas	Resolución Inhibitoria (no implicaba concentración económica en el sentido de la Ley 45 de 2007)
	(3) Shell Company (W.I.) Limited y Petróleos Delta S.A. Mediante	suministro a estación en Sona y entrega garantía bancaria de pago en caso de condena a Shell en proceso por prácticas monopolísticas)
	(4) Coca Cola FEMSA S.A. (KOF) e Industrias Lácteas S.A. (Grupo Ilsa)	Concepto favorable
2011	(1) Grupo Puma Energy - Exxon Movil Corporation	La DNLC determinó que la transacción consistente en la compraventa del 100% de las acciones de las compañías. No debe ser objeto de un proceso de verificación de concentración económica y se procedió al archivo del expediente
	(2) Grupo Rey - ACODECO,	Se recomienda la no apertura de la investigación sobre la Concentración, por considerar que dicha operación en sí misma no afecta las condiciones de competencia en la distribución minorista de medicamentos dentro del territorio nacional.



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

---

**Gracias!**

*Pedro M. Meilán N.*

[pmeilan@acodeco.gob.pa](mailto:pmeilan@acodeco.gob.pa); 510-1358, 6671-5616

Twitter: @Pedro\_Meilan