



FACULTAD DE DERECHO

**EL BENEFICIO Y NECESIDAD DEL DERECHO DE LA COMPETENCIA
PARA EL MERCADO ECUATORIANO**

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos para obtener
el título de

Abogado de los Tribunales y Juzgados de la Republica

Profesor Guía

Dr. Fausto Alvarado

Autor

LUIS ALONSO ARAQUE CORDOVEZ

2012

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el/la estudiante, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

.....
Fausto Alvarado
Doctor en Jurisprudencia
C.I 0102417391

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”

.....
Luis Alonso Araque Cordovez
C.I. 1714810205

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a cada una de las personas que me brindaron su apoyo en esta etapa importante de mi vida, en especial a mis profesores quienes con su conocimiento y experiencia me forjaron en el ámbito profesional y personal.

DEDICATORIA

A mis padres que con su amor, comprensión, y constancia han forjado la persona quien soy; y por cada día en los que me enseñan a tomar las decisiones correctas para salir adelante en mi vida.

RESUMEN

Para poder comprender al Derecho de Competencia primero debemos tomar en cuenta el significado de competencia desde la perspectiva macroeconómica, que es la libertad que poseen los agentes económicos de ofrecer y elegir los bienes o servicios que se encuentran en el mercado. Por este motivo, en el mundo existen derechos o leyes de competencia las cuales permiten que no se originen monopolios, que son empresas únicas que abarcan la totalidad de un mercado de acuerdo a un bien específico, y quienes monopolizan precios e introducen barreras para la salida y entrada de nuevos competidores ya sea de un bien o servicio.

En el Ecuador, la falta de aplicación de una ley de competencia ocasiona graves problemas y abusos en el mercado por la creación de monopolios los que captan un gran poder dentro del mercado sobre un determinado producto. Esto genera que sea el único en la industria que lo posee y ocasiona que no exista una libre competencia en el país.

Otro problema que se debe tratar es que existen abusos a los consumidores por la falta de aplicación de la ley de competencia en el mercado ya que no permite que los consumidores, quienes son las personas, puedan escoger libremente el producto que éstos desean y tengan que elegir a los que se encuentran captando todo el mercado por medio de los monopolios.

La falta de acciones que promuevan la libre competencia es un grave problema para los ciudadanos ecuatorianos ya que sin ésta existen abusos de precios y costos para los consumidores del determinado producto que se encuentra en el mercado y sin que se pueda acceder a otro, lo que lleva a la violación del derecho a la libre elección que tienen todos los ecuatorianos.

Es urgente la utilización de una política de competencia en el Ecuador ya que mediante ésta se podrá regularizar y controlar a las empresas que se encuentran haciendo políticas anticompetitivas por medio de sanciones y

restricciones que no les permitan abusar del mercado y de los consumidores en el Ecuador.

ABSTRACT

To understand Competition Law we must first take into account the meaning of competition from a macroeconomic perspective, this is the freedom that economic operators have to offer and choose the goods or services on the market. This is why in the world there are rights or competition laws that prevent monopolies to occur. Monopolies are unique companies that encompass an entire market based on a specific asset, and those who monopolize prices and introduce barriers to the exit and entrance of new competitors that offer either goods or services.

In Ecuador, the lack of application of Competition Law causes serious problems and abuses in the market due to the creation of monopolies which capture a great power in the market over a particular product. This causes it to be the unique owner in the industry and produces a deficiency or no competition at all in the country.

Another problem that must be taken into consideration is that there are abuses to consumers because of the lack of application of Competition Law in the market that does not allow consumers, who are the people, to freely choose the product they want and have to choose those who are capturing the entire market by monopolies.

The lack of action to promote free competition is a serious problem for Ecuadorian citizens because without it there are abuses of prices and costs to consumers of certain products in the market without being able to access another, which leads to the violation of the right of free choice that all Ecuadorians have.

There is an urgent need to use a competition policy in Ecuador because it would regulate and control the companies that are making anti-competitive policies by enforcing sanctions and restrictions that would not allow them to abuse of the market and consumers in Ecuador

ÍNDICE

INTRODUCCION ..	1
1. CAPITULO I, LAS POLITICAS DE COMPETENCIA.....	2
1.1 La Competencia.	2
1.2 Definición de políticas y derecho de competencia.....	4
1.3 Beneficios de las políticas de competencia.....	6
1.3.1 Necesidad de conductas empresariales en el mercado ecuatoriano.....	9
1.3.2 Necesidad de promover la competencia en el mercado ecuatoriano.....	9
1.3.3 La competencia, mercados eficientes, competitividad.....	12
1.3.4 Beneficios para las partes intervinientes en el mercado.....	13
1.3.5 Beneficios adicionales de las políticas de competencia.....	14
2. CAPITULO II, OBJETIVOS DE LA POLITICA DE PROMOCION DE LA COMPETENCIA	15
2.1 Objetos mediatos de la competencia.....	15
2.2 Objetos inmediatos de la competencia	17
2.3 Objetos del análisis económico de la política de competencia	18
2.3.1 Las conductas competitivas.....	20
2.3.2 Las conductas anticompetitivas.....	21
2.4 Ejecución e implementación de las políticas de la competencia	23
2.4.1 Necesidad de coherencia entre la política de competencia y la política económica	26
2.5 Objetivos de una política de competencia desde la perspectiva de la UNCTAD.....	27

3. CAPITULO III, VISION GENERAL DE LAS NORMAS DE PROTECCIÓN A LA COMPETENCIA	29
3.1 Necesidad de normas de protección a la competencia	29
3.2 Los agentes económicos como destinatarios de las normas de protección a la competencia	31
3.2.1 Definición de mercado	32
3.2.2 Las políticas de competencia ante los acuerdos y prácticas anticompetitivas de las empresas.....	34
3.2.3 Las empresas del Estado ante las políticas de competencia	35
3.3 Clasificación de las prácticas anticompetitivas	35
4. CAPITULO IV, EL DERECHO DE LA COMPETENCIA EN EL ECUADOR A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL.....	41
4.1 La competencia en el Ecuador.....	41
4.2 Políticas de competencia a nivel nacional.....	42
4.3 Sustento normativo de la Constitución del Ecuador en materia de derecho de la competencia	45
4.4 Políticas de competencia y apertura comercial a nivel internacional	49
4.4.1 Consecuencias y beneficios de políticas de competencia en nuestras relaciones comerciales internacionales	49
4.4.2 Los acuerdos comerciales y su relación con la política y normas de competencia en el Ecuador	50
4.4.3 Sustento normativo de la CAN en materia de derecho de la competencia	52
4.5 Consecuencia de una ley de competencia para el mercado del Ecuador	53

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	57
BIBLIOGRAFIA	62
ANEXOS	66

INTRODUCCION

El presente trabajo tiene como objetivo llevar a cabo una investigación sobre el derecho de competencia y su aplicación dentro del mercado ecuatoriano ya que es un tema de suma importancia que regulará y controlará el manejo del mercado debido a que existen abusos de posiciones dominantes, acuerdos y prácticas anticompetitivas por parte de las empresas las cuales ocasionan que existan violaciones a los derechos de los ciudadanos a la libre competencia.

La importancia de este trabajo es que se podrá conocer los beneficios que se obtienen en el sector económico, progreso técnico y desarrollo del mercado lo que generaría la aplicación de las políticas y leyes de libre competencia en el mercado de los ecuatorianos.

El aporte que se está realizando con el trabajo es demostrar las necesidades que existen de que haya una aplicación de la libre competencia en el mercado ya que no hay investigaciones o planteamientos sobre éstos en razón de que es un nuevo tema que se está abriendo campo en el país por lo cual me parece necesario porque mediante éste se podrá conocer las necesidades del beneficio que generará para todos los ecuatorianos como consumidores o empresas que ejerzan en el mercado.

CAPITULO I

LAS POLITICAS DE COMPETENCIA

1.1. La Competencia

El proceso de globalización por el que viene atravesando nuestras economías, y en particular los efectos que este proceso tiene en la necesaria apertura de las mismas, ha planteado nuevos retos a las normas y políticas de libre competencia.

La política de competencia es la respuesta gubernamental a la falla de mercado que resulta de la ausencia de competencia perfecta. Su principal objetivo es proteger el proceso competitivo de los mercados, donde ello ocurra solo parcialmente. Por proceso competitivo se quiere expresar las conductas competitivas que reduzcan los costos y precios, que son el resultado de la presión de fuerzas difusas e imprecisas de los mercados y de la presión resultante de la amenaza constante del potencial ingreso de nuevos competidores. Resulta en una eficiencia en la asignación de los recursos, que puede ser alcanzada en mercados que asemejen la competencia perfecta.

“Competencia, en general, significa coincidencia o concurrencia (ésta es la palabra francesa e italiana) en el deseo de conseguir una misma cosa; el uno aspira a alcanzar lo mismo que el otro y al mismo tiempo que éste”¹

Dentro del contexto de la globalización surge la libre competencia es decir la libertad que tienen los agentes u operadores económicos para ingresar o salir del mercado.

Por lo tanto, se tiene una competencia interna, es decir, los productos o servicios ofertados dentro del territorio nacional – mercado - y una competencia externa frente a los productos que llegan desde fuera del país. Se debe tomar

¹ Garrigues, Joaquín, “Curso De Derecho Mercantil”, Tomo I, Editorial Porrúa, S:A:, México 1981, pág. 223

en cuenta que nuestros productos deben también competir con los de los otros países en lo que son comercializados.

“Todo mercado sano reconoce una competencia real –no solo declarativa- dada por la existencia de una variada oferta de bienes y servicios que disputen el favor de la demanda sobre la base de mejorar las condiciones de calidad y precio, que de un modo u otro determinen la elección. El análisis de los principios se realiza a los efectos de determinar la realidad de la competencia o la competencia en realidad; la verdad de la transparencia o la transparencia de la verdad. El concepto de transparencia tiene que ver con aquello que es diáfano, que permite ver el otro lado.”²

La competencia impulsa constantemente a las empresas a ofrecer un abanico más amplio de productos a los mejores precios posibles porque, si no lo hacen, los consumidores pueden elegir otras alternativas. En un mercado libre, las empresas tienen que competir en beneficio del consumidor.

A veces las empresas tratan de limitar la competencia. Para mantener el buen funcionamiento de los mercados de productos, las autoridades como la Comisión deben impedir o corregir los comportamientos contrarios a la competencia

A manera de sinopsis del quehacer económico en los últimos siglos, tenemos que: “A fines del siglo XVIII y durante el XIX, la nueva doctrina y la práctica del capitalismo, juntamente con los conceptos democráticos del liberalismo político, comenzaron a reemplazar el orden establecido del mercantilismo y de la monarquía. Los estrictos controles gubernamentales del mercantilismo sobre las actividades económicas del comercio, tanto internas como extranjeras, cedieron gradualmente el sitio a un sistema individual de espíritu de empresa y de libre comercio centralizado en la libertad. El estallido de la actividad económica resultante tendió a producir la revolución industrial. El Siglo XX ha

² Dromi Roberto.- Competencia y Monopolio, Argentina, Mercosur, y OMC.- Editorial de Ciencia y Cultura.- 1999.- pag.18

visto la fructificación del capitalismo, y a su vez su modificación substancial. En algunos estados el cambio tomó la forma de un ensanchamiento del papel del gobierno en los asuntos económicos que combinó la propiedad y la iniciativa privada con el fomento de la reglamentación gubernamentales en una nueva “economía mixta” En otros, el socialismo o el comunismo han reemplazado al capitalismo, basándose en un rígido control del manejo estatal, de la economía y el comercio.

1.2. Definición de políticas y derecho de competencia

“Una política de competencia es una política que ataca y promueve la eliminación de barreras (legales o empresariales) de acceso al mercado con la finalidad de que el consumidor (final e intermedio) acceda a bienes y servicios, con la mayor variedad y más bajo precio posible.”³

“El Derecho de la competencia en suma regula la participación de los proveedores o empresarios en un plano de libertad, utilizando su iniciativa y todos los medios materiales e intelectuales, para disputarse lícitamente un mercado o un segmento de él, de acuerdo a las ofertas respecto a la calidad, precio, condiciones de los bienes o servicios; teniendo como contrapartida la libertad de elección u opción de los consumidores, en consideración a las bondades de las ofertas.”⁴

En la Constitución vigente dice:

“Art. 319.- *Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.*

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de

³ De León, Ignacio, Ph.D. Conferencia, Universidad del Rosario, Bogotá, Mayo 2010.- Política y Derecho de la Competencia: Una Introducción.- pág. 47

⁴ De León, Ignacio (2001), “The enforcement of competition policy on intellectual property and its implications on economic development: the Latin American experience”.

la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Art. 320.- *En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente.*

La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

Art. 335.- El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos.

El Estado definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal.

Art. 336.- El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad.

El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley.”⁵

Como se puede observar en la Constitución del Estado 2008 dice que “alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional”, por lo tanto es importante la aprobación de una ley de Competencia que ayude en la regulación de las reglas del juego para las empresas.

⁵ Constitución de la República del Ecuador, 2008.

En el artículo 335 también reza: *“El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos.*

El Estado definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal”. Todo esto enfocado a no permitir la competencia no solamente a nivel interno sino también a nivel externo.

Para que la economía de mercado pueda funcionar de una manera eficiente, es necesario que el Estado garantice, ciertos derechos económicos fundamentales, tales como la propiedad privada, la libertad de empresa y la iniciativa privada, la libertad para escoger profesión u oficio, la libertad de asociación, y de manera principal, la libertad de competencia económica.

1.3. Beneficios de las políticas de competencia

Las políticas de competencia son clave para garantizar la competitividad de todos los eslabones de la cadena productiva y evitar aquellas prácticas anticompetitivas que afectan los precios, la calidad y el desarrollo empresarial a nivel de país.

Las políticas de competencia ayudan a mejorar la distribución de la riqueza; pero su contribución más importante es que permiten redistribuir el poder de negociación entre los sectores económicos.

Un conjunto de políticas públicas permiten fomentar y profundizar el papel beneficioso de la competencia⁶ sobre el bienestar. Son las llamadas políticas de mejora de la competencia en los mercados. Entre estas políticas de mejora de

⁶ Martínez Medrano, Gabriel (2002), El Control de los Monopolios y Defensa de la Competencia, Ed. Lexis Nexis De Palma, Buenos Aires.

la competencia están las políticas de apertura al comercio internacional y las políticas de liberalización y competencia⁷ en los mercados de bienes y servicios.

La política de competencia permite a los usuarios de bienes y servicios conocer de una manera clara y transparente la relación precio-calidad de los productos a adquirir pues, está encaminada a proteger también los intereses de los consumidores.

Permite a los competidores trabajar bajo un esquema de reglas claras, lícitas y transparentes que le permitan captar el mayor número de clientes de un mercado insatisfecho o en algunos casos incluso satisfechos.

Parafraseando lo mencionado en la Exposición de Motivos de la Ley de Defensa de la Competencia de España⁸, se puede ratificar que esta disciplina jurídica tiene por objeto asegurar la vigencia de una competencia suficiente y una vez que ésta existe procurar su perdurabilidad, eliminando de acuerdo a la ley interferencias o ataques a las misma, o sancionando actos anti competencia que afecten al interés económico general, pues la competencia auténtica favorece dentro del mercado a los agentes económicos y particularmente a los usuarios o consumidores.

Mediante el establecimiento de las políticas de competencia se trata de disminuir la gran brecha que existe entre las grandes empresas y las pequeñas empresas no solo en el ámbito nacional sino también con la competencia externa.

Proporcionar una estructura de mercado adecuada para que la industria nacional pueda protegerse ante conductas monopolísticas externas; la liberalización comercial no basta para mantener un nivel óptimo de competencia en todos los sectores y atraer la Inversión Extranjera Directa

⁷ *Ibíd.*

⁸ Ley de Defensa de la Competencia.- Ley 16/1989.- En: http://www.jurisweb.com/legislacion/mercantil/Ley_defensacompetencia.htm.

(IED). También es indispensable garantizar iguales oportunidades entre empresas domésticas e internacionales incluyendo empresas multinacionales.

La manera más sencilla de hacerse con un mercado es ofrecer mejores precios, variedad de productos y una excelente calidad. En un mercado competitivo, los precios tienden a bajar y se cumple verdaderamente con las expectativas de los mercados de consumo.

Esto no solo es bueno para los consumidores: cuando hay más gente que puede comprar las empresas se animan a aumentar la producción en base a la aplicación de nueva tecnologías, dándole un impulso a la economía en general.

La competencia también anima a las empresas a mejorar la calidad de los productos y servicios que ofrecen, con el fin de atraer a más clientes y mejorar su posición en el mercado. El término “calidad” tiene varios significados:

- ♦ productos que duran más y funcionan mejor
- ♦ mejores servicios postventa y de asistencia técnica
- ♦ una atención más agradable y eficaz

En un mercado competitivo las empresas tratan de diferenciar sus productos del resto. Con ello se amplía la oferta y los consumidores pueden optar por el producto que les ofrece la mejor relación entre el precio y la calidad.

“La eficiencia en la producción se alcanza cuando los bienes se producen utilizando la combinación más efectiva, de recursos disponibles bajo la tecnología existente, es decir aquellas que permita alcanzar el mayor nivel de producción con los menores costos. En cuanto a la eficiencia en la innovación, la misma consiste en conseguir, mediante la invención y el desarrollo, la difusión de nuevos productos que incrementen la riqueza social. Este tipo de eficiencia puede relacionarse con la visión *shumpeteriana* del proceso competitivo la cual contempla los siguientes tipos: la introducción de un nuevo producto o una mejora en la calidad de los existentes; la introducción de un nuevo método de producción; el desarrollo de un nuevo mercado; la explotación de una nueva fuente de oferta y el replanteamiento de los métodos

de organización. Todos resultan más importantes que la competencia vía precios. Por lo tanto la eficiencia en la innovación, también puede definirse como eficiencia dinámica.”⁹

1.3.1. Necesidad de conductas empresariales en el mercado ecuatoriano

En la actualidad se hace indispensable adoptar conductas empresariales que les permita a las organizaciones ser más eficientes en el contexto del mercado interno y externo. Se entiende que no solo las entidades privadas tienen necesidad de esta implementación sino también las públicas que utilizan los recursos de los propios ciudadanos.

Es importante que se desarrolle una cultura empresarial basada en el respeto a las leyes, la transparencia en las acciones y ante todo no tomar ventaja de una manera no ética de las herramientas que se utilizan en el mercado, como por ejemplo el abuso del poder económico.

Como dice el artículo 320 de la Constitución: “la producción deberá respetar principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.”¹⁰ Para poder cumplir con el mandato de la Constitución se hace indispensable la aprobación de la Ley que pueda regular competencia.

1.3.2. Necesidad de promover la competencia en el mercado ecuatoriano

A manera de un ejemplo de la necesidad de que el país cuente con una norma de competencia, citaremos la nota periodística que fuera publicada por el Diario El Expreso en su edición electrónica del 27 de junio de 2010.

“Que una compañía baje el precio del producto que ofrece es una acción que puede beneficiar, momentáneamente al consumidor, pero que también podría

⁹ Andrés Echeverri Uribe.- Jorge Alberto Díaz Rivera.- Juan Pablo Mick Forero.- PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA.- FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS.- CARRERA DE DERECHO.- Bogotá D.C. 2006.- PRACTICAS RESTRICTIVAS DE LA COMPETENCIA EN LATINOAMERICA Y EL CARIBE.

¹⁰ Constitución de la República del Ecuador publicada en el R.O. N° 351 – Miércoles 29 de Diciembre de 2010 Suplemento.

perjudicar gravemente a su competencia. La estrategia es común en el país, pero muy pocos la reconocen como una mala práctica empresarial.

Cuando el desaparecido supermercado Santa Isabel ingresó al Ecuador en 1997 tuvo problemas porque amenazó a las grandes empresas con sacarlas de sus perchas si ubicaban sus productos en otros autoservicios que se abrieran en la ciudad. Las formas monopólicas y de posiciones dominantes del mercado son varias y, según el experto en competencia, Carlos Moeller Gómez, “el país está plagado de ellas”.

Explica que estaría mal, por ejemplo, que una empresa telefónica empiece a comercializar sus celulares por debajo del costo de producción, con el fin de excluir a la competencia porque el mayor número de telefónicas en el país impediría ampliar la diversidad de oferta y motivar el bajo costo de los productos.

Sin embargo, estas estrategias -a la que recurren empresas públicas o privadas que por acaparar de forma exclusiva el mercado de algún bien, son consideradas monopolios- aún no son reguladas en el Ecuador por la falta de una ley de Competencia.

Han pasado 32 meses desde que el Gobierno Nacional anunció la creación de una ley antimonopolio, pero hasta hoy el país sigue siendo el único de la región que no tiene normas de competencia que regulen la dinámica de funcionamiento del sector empresarial.

La Decisión 608 de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), puesta en vigencia en Ecuador el 27 de marzo del 2009, tras el Decreto Ejecutivo 1614, como si se tratase de una ley interna, no es suficiente, asegura Moeller. Es “muy limitada”, dice, porque está diseñada para actuar como complemento de las normas que se dictan internamente en cada país “y solo regula las conductas anticompetitivas con efecto intrasubregional (entre los países del grupo andino)”.

El Ministerio de Industrias y Competitividad es el encargado de hacer aplicar el reglamento internacional. Para tal fin fue creada la Subsecretaría de Competencia, que tiene la facultad de hacer cumplir las sanciones previstas en los artículos 31 y 34 de la Decisión 608 de la CAN. Los castigos contemplados en el cuerpo legal para las empresas van desde el cese de la conducta irregular hasta multas al infractor de hasta un máximo del 10% del valor de los ingresos totales brutos, correspondientes al año anterior.

El país continuará con la norma de la CAN hasta crear una propia. La idea incomoda al presidente de la Cámara de Comercio de Guayaquil (CCG), Eduardo Peña, quien está convencido de que los ecuatorianos no necesitan una ley que regule al sector debido a la magnitud del mercado que, por ser pequeño, tiende a auto regularse.

“Si lo que queremos es captar recursos para que estos generen empleo, crecimiento y desarrollo, mal hacemos al endurecer la política antiempresarial”, asegura.

Su criterio no es compartido por Moeller. Él considera que una ley atraería a la inversión que se necesita y que un ejemplo es la norma de competencia que Estados Unidos plantea como obligación a los demás países antes de firmar un Tratado de Libre Comercio (TLC).

“No sirve de nada tener una normativa que atraiga la inversión, nacional o extranjera, si no hay garantías que permitan el acceso al mercado, en igualdad de condiciones”, dice.

El titular de la Cámara advierte sobre la penalidad de la ley, pues si esta va a tener multas severas “asustará a los inversionistas. No necesitamos más controles para el poco crecimiento que tenemos.”¹¹

¹¹ www.elexpreso.com. Domingo 27 de Junio del 2010

Los ejemplos dados en el artículo –pese a ciertos errores conceptuales- del Diario Expreso citado, ponen en evidencia una vez más la importancia de promover en el país la competencia bajo parámetros que nos permitan ser eficientes y competitivos en los diferentes mercados.

Una buena política de competencia con normas propias y una autoridad responsable y honesta garantizará que cualquier falla en el mercado, práctica anticompetitiva o abuso de posición dominante sean eliminadas y de ser el caso sean sancionadas.

1.3.3. La competencia, mercados eficientes, competitividad

“Debido a las extendidas reformas económicas en varios países de la región orientadas hacia el Mercado como la liberalización de los precios, se está registrando una convergencia de puntos de vista acerca de los efectos positivos de la competencia sobre la eficiencia de las empresas”¹². La competencia actúa como un poderoso incentivo para que las empresas respondan con mayor rapidez los mensajes del mercado, mejore la calidad de las mercancías y servicios que proporcionan; atiendan mejor a las necesidades de los consumidores mediante la innovación y la investigación y el desarrollo, y proporcionen suministros en cantidad proporcionada por la demanda. Todo ello en beneficio de los consumidores individuales, pero también de los usuarios intermedios, tales como los demás proveedores de mercancías o servicios, y, por último, en favor del mejoramiento de la competitividad de la economía en su conjunto.

La competencia ha obligado a las empresas que desean subsistir en los mercados a revisar sus productos, sus políticas de comercialización, y aun su estructura misma con el único objetivo de hacerlas más eficientes.

El desarrollo de nuevas tecnologías como el diseño por procesos, etc., son parte de un nuevo tipo de herramientas que ayudan a obtener una productividad óptima y rentable en los mercados actuales.

¹² De Leon, Ignacio (2001) “The enforcement of competition policy on intellectual property and its implications on economic development: the Latin American experience”.

Un mercado eficiente evita que un operador económico que tiene poder de mercado, o sea que tiene una determinada conducta sin considerar competidores, siendo el único oferente o demandante, restrinjan, impidan, o distorsione o levante barreras a la competencia.

Debe señalarse, sin embargo, que si bien hay un creciente consenso hacia la promoción de la competencia como criterio rector de las políticas públicas, no todos están de acuerdo con la creación de una legislación de competencia cuyo objeto perciben que pudiera resultar contrario a los mismos fines que se propone.

“En efecto, si se acepta que la competencia es un fenómeno de experimentación, búsqueda de nueva información e innovación, para eliminar rivales del mercado y alcanzar la mayor satisfacción posible de los consumidores- lo que, obviamente, se reflejará en la mayor posición de mercado tenida por aquella empresa que triunfe en dicha iniciativa-, se comprenderá que existe el riesgo cierto de que una legislación aplicada con escasez de criterio económico, de modo rígido y legalista, más bien inhibirá dicha búsqueda, pues tenderá a reprimir como "contrario a las normas y principios de competencia" a aquellos comportamientos que de algún modo tiendan a consolidar la posición preeminente de una empresa que ha logrado situarse como líder del mercado a fuerza de innovación y creatividad. De esta manera, los responsables de políticas industriales en jurisdicciones como Singapur, Hong Kong y otras, han detectado este potencial conflicto entre el propósito declarado y los efectos reales a que pudiera conducir la aplicación mediocre de una legislación de competencia.”¹³

1.3.4. Beneficios para las partes intervinientes en el mercado

Las partes que intervienen en el mercado es decir los ofertantes y los demandantes al tener reglas claras sobre las transacciones de los productos o servicios se sienten protegidos, al mismo tiempo que están consientes de que

¹³ Ignacio De León, Ph.D. Conferencia, Universidad del Rosario, Bogotá, Mayo 2010.- Política y Derecho de la Competencia: una introducción.

sus expectativas han sido escuchadas y que pueden tener en sus manos las mejores alternativas de calidad y precio.

La competencia está basada en la libertad de decisión de los que participan en el mercado, en un contexto en el que las reglas de juego son claras para todos y se cumplen efectivamente. La libre competencia se basa fundamentalmente en la libertad de elección tanto para el consumidor, como para el productor. La libertad de elección del consumidor como la del productor son inseparables y de ellas depende en gran medida que se logre una asignación eficiente de recursos en la economía, cuando se cumple ciertas condiciones básicas; es a través de estos principios que el mecanismo del mercado asegura que los recursos productivos se dirijan a aquellos usos más productivos, entendiendo por ello aquellos bienes y servicios que los consumidores prefieren en mayor medida.

1.3.5. Beneficios adicionales de las políticas de competencia

La apertura de mercados en el exterior para nuestros productos son frutos del manejo de una ventaja competitiva manejada en base a una buena política de competencia.

Los mercados que se hallan ubicados fuera de las fronteras patrias exigen productos de calidad a precios competitivos y esto se logra cuando los empresarios y sus productos se vuelven eficientes y no necesitan de subsidios para poder subsistir.

En un mercado competitivo las empresas tratan de diferenciar sus productos del resto. Con ello se amplía la oferta y los consumidores pueden optar por el producto que les ofrece la mejor relación entre precio y calidad.

Para mantener esta oferta variada y mejorar la calidad de sus productos, las empresas tienen que ser innovadoras en sus conceptos, diseños, técnicas de producción, servicios, etc.

CAPITULO II

OBJETIVOS DE LA POLITICA DE PROMOCION DE LA COMPETENCIA

2.1. Objetos mediatos de la competencia

“Un objetivo central de la ley de competencia es crear una economía abierta y bien regulada para el beneficio de toda la gente en un país dado, a través de:

- ◆ Regular los excesos del mercado y prácticas comerciales restrictivas (erradicación de la fijación de precios, fijación predatoria de precios con el propósito de eliminar a competidores, publicidad fraudulenta, formación de carteles, etc.);
- ◆ Proporcionar reglamentación eficiente y efectiva en materia de banca y valores financieros;
- ◆ Reducir la influencia de fusiones empresariales y el desarrollo de un dominio de mercado contrario al interés público;
- ◆ Reducir la influencia de las ganancias de los monopolios en áreas tales como la infraestructura, el transporte y las comunicaciones;
- ◆ Proporcionar un esquema para la protección de la propiedad intelectual (patentes, marcas comerciales y derechos de autor); y
- ◆ Proporcionar protección (a través de la regulación de las actividades de instituciones financieras y los fondos de pensión)”¹⁴

La Constitución actual del Ecuador dice:

“**Art. 52.-** Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

¹⁴ www.transparenciamexicana.org.mx/documentos/Sourcebook/capitulo26.pdf. 25 de abril del 2011.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor”.

Una ley de competencia es la responsable directa de que los parámetros a los que tienen derecho los consumidores se hagan efectivos debido a que la competencia obligará a los proveedores y productores a cumplir con lo ofrecido a sus consumidores.

La Calidad en los productos y servicios ofertados son un derecho de las personas y esto se logra solamente mediante la implementación de una sana competencia a nivel empresarial y estatal.

La competencia obliga a los diferentes actores a entrar en procesos de mejoramiento continuo que ayudan a optimizar los recursos actuales para el beneficio de los consumidores intermedios y finales.

Las empresas que desarrollan sus actividades en mercados competitivos tienen que satisfacer las necesidades de los clientes de la mejor manera posible, puesto que estos, tienen varios productos alternativos que pueden escoger dentro de la oferta que se produce en el mercado.

Por lo tanto la competitividad no solo se produce en el precio sino también – en la innovación - en el desarrollo de nuevos productos, debido a que las preferencias de los clientes son cambiantes y no estáticas. Esto desarrolla y genera una dinámica de investigación de mercados que hacen de la empresa un ente activo y dispuesto a reaccionar de la manera más rápida y mejor a las exigencias del mercado en otras palabras, poder tener capacidad de respuesta frente a la presión positiva de la competencia.

De esta forma la competitividad resultante de la competencia efectiva influirá en el desarrollo económico del país, puesto que todos los integrantes de la

producción y comercialización de bienes y servicios se deberán movilizar para lograr esta ansiada meta.

En los países subdesarrollados es más urgente el mejorar los mecanismos necesarios, mediante leyes y reglamentos para el desarrollo de empresas más innovadoras y competitivas que ayuden a enfrentar el ataque –a veces positivo y en otros casos negativo- de otros agentes, puesto que no solo se debe competir frente a los productos nacionales sino también a los importados.

2.2. Objetos inmediatos de la competencia

El objetivo inmediato de la competencia es lograr que los diferentes actores económicos puedan desarrollarse de manera libre y sin distorsiones de ninguna naturaleza, para de esta manera aportar en el bienestar de los consumidores o usuarios de los bienes y servicios ofertados dentro del mercado respectivo.

“La competencia introduce estímulos para mejorar y diferenciarse mediante la innovación de los productos y la mejora en la gestión del capital tecnológico, organizativo y humano de las organizaciones. De esta forma las empresas crean más valor y esto se traduce en mayores excedentes para los consumidores y mejores márgenes para ellas. La rentabilidad empresarial es positiva cuando se fundamenta en mayores beneficios percibidos por los clientes y en significativas ventajas en tecnología y capacidades de gestión. Los beneficios son una señal valiosa cuando se sostienen mediante la búsqueda de posicionamientos singulares.”¹⁵

El objetivo de la política de competencia es crear condiciones que permitan e incentiven la existencia de un entorno competitivo en los mercados.

La regulación de los monopolios y la eliminación de las políticas de subsidio para proteger o reforzar el proceso competitivo de los mercados, es en la actualidad la mejor estrategia para fomentar el desarrollo industrial.

¹⁵ www.cincodias.com/articulo/opinion/competencia-productividad-separadas. 25 de abril del 2011.

En resumen se puede señalar que el objetivo principal de la política de competencia es maximizar el bienestar social; que es necesario evitar que intereses particulares afecten el interés económico general -política de competencia- y que, además, es imprescindible dotar al mercado y a sus agentes u operadores económicos que actúan dentro de este, de reglas que desincentiven conductas anticompetitivas por parte de los agentes económicos en el mercado.

2.3. Objetos del análisis económico de la política de la competencia

“Competencia se refiere a la lucha por (o el mantenimiento de) la superioridad comercial. En el mundo comercial, esto implica el esfuerzo por conseguir el mayor número posible de clientes. En el Reino Unido, la *Competition Commission* describe la competencia como "un proceso de rivalidad entre empresas (...) con el objetivo de conseguir clientes"¹⁶.

En general, cuando la competencia es efectiva, mayor es la probabilidad de que las empresas sean eficientes (y por tanto, menores sus precios) y al mismo tiempo se ampliará la variedad o tipo de productos (tanto en cantidad como en calidad).

“La Economía ha definido, de forma teórica, distintas situaciones o grados de competencia que pueden existir en un mercado. La competencia perfecta es la situación en la que el mercado es lo más competitivo posible: todos los agentes son precios aceptantes (*price takers* en inglés) y por lo tanto no tienen ningún poder para influir en sus precios, obteniendo las empresas el mínimo beneficio necesario para poder mantener la producción. Si cualquier empresa obtuviera beneficios en exceso, otra empresa entraría en el mercado hasta que los precios y los beneficios volvieran al nivel anterior.”¹⁷

¹⁶ Cevallos Víctor Vásquez.- Libre Competencia, Derecho de consumo y Contratos.- Editorial Jurídica del Ecuador.- 1998.- pág.65

¹⁷ Cevallos Víctor Vásquez.- Libre Competencia, Derecho de consumo y Contratos.- Editorial Jurídica del Ecuador.- 1998.- pág.69

Desde el punto de vista el derecho de la competencia se puede ver como un bien común que debe establecer una serie de reglas de juego limpio, dentro de las cuales los competidores en el mercado obren de manera leal con los demás competidores. Esas reglas, regulaciones de la conducta, deben eliminar en lo posible todos los incentivos al fraude que puedan tener los competidores llevándolos a que su decisión más eficiente sea competir en buena lid, es decir, lealmente.

Dentro del mercado se define dos variables que son: la oferta y la demanda, cada una de ellas juegan un papel preponderante en la regulación tanto de la cantidad demanda y ofertada como en el precio del producto. “La ley de la oferta dice que a mayor precio menor demanda y la ley de la oferta dice que a mayor precio mayor oferta.”¹⁸

Estas dos leyes tratarán de mantener el equilibrio tanto en beneficio para los consumidores como para los productores, por lo que la competencia juega un papel demasiado importante en este contexto.

“La apertura de los mercados ha propiciado un estímulo a la competencia, con sus beneficios derivados. En una economía global, el capital, el factor trabajo, los bienes, la información y la tecnología pueden ser suministrados a través de las fronteras con gran facilidad; de ahí que sea necesario incrementar la productividad doméstica para adquirir y mantener una competitividad internacional e incrementar los estándares de vida mediante el crecimiento del ingreso. Según Michael Porter (1998), la productividad y competitividad determinan la futura prosperidad de cualquier estado o nación, y por tanto los gobiernos deberían procurar crear un ambiente competitivo que de soporte a ese crecimiento en la productividad.”¹⁹

¹⁸ Baca Urbina Gabriel.- Evaluación de Proyectos.- MacGraw Hill.- Cuarta Edición.- 2001.- Pág. 65.

¹⁹ DESARROLLO INSTITUCIONAL DE UNA POLÍTICA DE COMPETENCIA EN REPUBLICA DOMINICANA.

La importancia de la política de competencia consiste en que realmente ayuda a conseguir e incrementar la competitividad en todos los sectores de los oferentes de bienes tanto tangibles como intangibles. Este incentivo motiva al crecimiento de las empresas pero siempre bajo un marco legal de acuerdo a la Constitución y ley vigentes.

2.3.1. Las conductas competitivas

“La agresividad competitiva hace referencia a la cantidad de nuevos movimientos que una empresa lanza al mercado en un periodo determinado (Ferrier et al., 1999; Young et al., 1996). En entornos dinámicos, dónde la erosión de las ventajas competitivas resulta inevitable, será necesario que las organizaciones busquen nuevas formas de satisfacer a los clientes (D’Aveni, 1994; Schumpeter, 1942). Muchas empresas no han sobrevivido por ser complacientes y reducir su nivel de actividad competitiva (D’Aveni, 1994; Ferrier, 1995).”²⁰

Las empresas diseñan estrategias para poder captar cada vez más clientes satisfechos para sus productos, debido a que, el crecimiento en sus ventas también implica el crecimiento de sus ingresos y de sus utilidades, que es la meta de las empresas particulares.

Para lograr este crecimiento las conductas competitivas que se diseñan siempre deben tomar en cuenta a la competencia, puesto que en este juego de tratar de ganar nuevos clientes no solo está de por medio la empresa en sí, sino también las demás empresas que producen el mismo tipo de bien o servicio, que reaccionaran también con estrategias o conductas competitivas para no ser desplazadas.

Dentro de este contexto las herramientas del marketing moderno deben ser reguladas puesto que se pueden prestar para engañar a los consumidores de los bienes que se ofertan en el mercado.

²⁰ Usero Sánchez, M. B. Universidad de Salamanca.- Fernández Rodríguez, Z.- Universidad Carlos III de Madrid.- DIFERENCIAS EN LA CONDUCTA COMPETITIVA DE PIONEROS Y SEGUIDORES. ANÁLISIS EN EL SECTOR DE LA TELEFONÍA MÓVIL EN EUROPA.

También es importante señalar que las conductas competitivas no se deben enmarcar dentro de los abusos de poder económico o de cualquier otro tipo de poder sino en la calidad del bien (tangible o intangible) y su precio.

La necesidad de una ley que regule la Competencia en nuestro país es impostergable, pues es la que va marcar el nuevo rumbo de la competitividad, con reglas claras que evitarán las prácticas monopólicas.

2.3.2. Las conductas anticompetitivas

“Mientras un proyecto de Ley Antimonopolio reposa en la Asamblea Nacional desde octubre de 2010, otra propuesta continúa en elaboración al interior del Gobierno. Aún no hay una fecha para la presentación de la normativa pero se anunció que tendrá carácter de prioritaria.

Es un proyecto clave para el Estado, esperamos que en los próximos meses se pueda mandar a la Asamblea Nacional con carácter de prioritario”. Ese fue el anuncio que hizo hace dos semanas la Ministra de Industrias y Productividad, Verónica Sión respecto al envío del proyecto de Ley de Competencias.

Uno de los temas principales que se abordará en la normativa es el tema de concentración de mercados, según explicó a www.burodeanalis.com la Subsecretaria de Competencias y Defensa al Consumidor, María Teresa Lara. “Hay que fortalecer la capacidad institucional, el tema sancionador, el procedimiento regulatorio, las conductas anticompetitivas, el tema de concentración de mercados que no está abordado en las decisiones Andinas y que es importante abordarlo porque se necesita regular esa concentración.”²¹

En el mismo Artículo del Buró de Análisis Informativo del 23 de Marzo del 2011, también se señala lo siguiente: “Ecuador y Bolivia son los únicos países de la región que no tienen una ley que regule la libre competencia. En nuestro país, las regulaciones se basan en las normativas andinas 608 y 616, las cuales se

²¹ www.burodeanalis.com/2011/03/23/reglas-de-la-competencia-y-monopolios-se-discute-en-dos-proyectos-de-ley. 23 de marzo del 2011.

aplican en el país a través del decreto ejecutivo 1614, publicado en marzo de 2009.”²²

Existen ocasiones en las que algunas empresas o individuos actúan de tal manera que van en contra de las reglas de una competencia que beneficie a los consumidores, tratando mediante prácticas no recomendadas de ganar mercado.

Los competidores pueden ponerse de acuerdo para elevar precios de determinados productos en el mercado o restringir su producción para crear escasez y poder subir los precios en el mercado.

La otra cara de medalla es cuando se reducen los precios solamente como una estrategia de marketing para poder ganar mercado. Esto puede producir que para poder bajar costos las empresas tengan que sacrificar calidad, por lo que el único perjudicado es el consumidor final.

Pero en un mercado de libre competencia esta práctica puede revertirse en contra de la misma empresa puesto que los demás oferentes pondrán a disposición de los interesados productos de calidad tal vez a los mismos precios.

Por tanto, los acuerdos para reducir la competencia entre las firmas tienen efectos adversos a la eficiencia con la cual las empresas desarrollan sus procesos de producción, e igualmente, sobre los niveles de precios que deben enfrentar los consumidores. Generalmente, el propósito de estos acuerdos es maximizar los ingresos de las empresas involucradas en esta práctica mediante la imposición de condiciones a los consumidores, o mediante la exclusión de competidores o rivales del mercado.

Otra forma de conducta anticompetitiva es la exclusividad mediante la cual un fabricante se compromete a suministrar exclusivamente al distribuidor en un mercado determinado (por ejemplo, una ciudad, una región o un país), con lo

²² www.burodeanalisis.com/2011/03/23/reglas-de-la-competencia-y-monopolios-se-discute-en-dos-proyectos-de-ley. 23 de marzo del 2011.

que le garantiza un monopolio en ese mercado. Es importante señalar que las transacciones exclusivas constituyen una práctica comercial habitual que en general es favorable para la competencia. Esa práctica permite al fabricante asegurarse de que su distribuidor mantendrá el nivel adecuado de calidad y de servicios posventa.

Sin embargo, en el caso de la exclusividad concedida por un monopolista o una empresa dominante, pueden producirse efectos desfavorables para la competencia. En particular, para mantener la situación de monopolio de su distribuidor (o agente) exclusivo en un mercado determinado, el fabricante tal vez intente impedir las importaciones paralelas (es decir, las importaciones que realizan los distribuidores independientes de las mismas mercancías pero en fuentes más baratas del extranjero).

Existen varias formas de conductas anticompetitivas a las que en determinados momentos las empresas pueden recurrir para lograr mayores participaciones en el mercado, pero bajo un régimen de libre competencia éstas serán sancionadas de acuerdo a las leyes vigentes.

La competencia efectiva se basa en compradores y vendedores que adoptan sus decisiones en forma independiente sobre que comprar o que vender a diferentes niveles de precios. Los acuerdos anticompetitivos conllevan a romper el proceso competitivo o, en algunos casos, impiden el desarrollo de un mercado competitivo.

2.4. Ejecución e implementación de las políticas de la competencia

“Aunque en los últimos años han sido varios los intentos de dotar a la República del Ecuador de una política de competencia, los esfuerzos han resultado hasta la fecha infructuosos. Por otra parte, la adopción de normas en materia de defensa de la Competencia por la Comunidad Andina (CAN), que prevén expresamente su aplicación a nivel doméstico cuando no exista

legislación nacional sobre el particular (como en Ecuador y Bolivia) supone un aliciente para el desarrollo de una política de competencia en el Ecuador.²³

Las políticas industriales aplicadas anteriormente como por ejemplo las de fomento a la industria han quedado obsoletas ya que nunca lograron un desarrollo empresarial a nivel de país, ni tampoco reactivaron el aparato productivo y su necesidad de transformación orientada a impulsar la competitividad y productividad industrial a través de la diversificación, generación de fuentes de empleo, incorporación de nuevas tecnologías e incremento de la inversión que coadyuve al crecimiento y desarrollo económico sostenible; y, que concomitantemente traigan ventajas para los consumidores y usuarios.

Por los motivos expuestos anteriormente se hace indispensable contar con una Ley de Competencia que ayude al desarrollo del Sector Industrial Ecuatoriano.

“La Política Industrial así como la Política de Competencia (articulados) son de carácter transversal y sectorial (no excluyentes) dirigidas hacia sectores industriales manufactureros con potencial de desarrollo y que apuntalen el cambio del modelo de especialización primario – extractivo – exportador del país. Esto significa que se apoyará a todos los sectores que demuestren puedan ser generadores de mayor valor agregado, diversificación, generación de fuentes de empleo, incorporación de nuevas tecnologías e incremento de la inversión que coadyuve al crecimiento y desarrollo económico sostenible; al mismo tiempo como una forma de garantizar este desarrollo industrial sin precedentes en nuestro país se incorpora el tema de la política de competencia, como un requisito fundamental en dicha implementación, pero sobre todo desde el punto de vista de que la competencia efectiva genera una verdadera competitividad y un desarrollo económico efectivo a favor de una mejor redistribución, una mejora de los propios operadores económicos, pero

²³ Marcos Francisco.- Profesor del Área Jurídica. Director del Observatorio de Política de la Competencia. Instituto de Empresa. Madrid.- El Autor colaboró con el Instituto de Comercio Exterior, Industria y Pesca del Ecuador como experto del Proyecto de Competencia que la UE desarrolló en la Comunidad Andina.- Una Política de Competencia para la República del Ecuador.

sobre todo, un efecto positivo en los consumidores y usuarios en términos de acceso, calidad y precios.”²⁴

Los principales objetivos que el Gobierno Nacional persigue mediante la aplicación de esta Ley cuando sea aprobada están:

- ◆ Incrementar la productividad
- ◆ Superar la dependencia estructural del sistema productivo ecuatoriano;
- ◆ Contribuir con la meta de alcanzar la soberanía alimentaria y económica;
- ◆ Propender la incorporación de mayor valor agregado en la producción nacional, la diversificación productiva y de mercados;
- ◆ Potenciar el crecimiento de la economía social y solidaria;
- ◆ Ampliar la demanda de empleo de calidad y promover la capacitación de la fuerza laboral;
- ◆ Promover la innovación tecnológica para potenciar un crecimiento interno;
- ◆ Apoyar el desarrollo de sectores industriales prioritarios

En lo referente a la política de competencia el objetivo principal es crear la Norma y Autoridad correspondiente para que cualquier falla en el mercado, práctica anticompetitiva o abuso de posición dominante que atente al desarrollo de la política industrial o económica implementada sean eliminadas en el caso de ser sancionadas.

“Los principios de competencia en el Ecuador y que están relacionados también directa o indirectamente con la política industrial implementada a partir del año 2008 en el Ecuador, tienen su fundamento en disposiciones establecidas en la Constitución de la República, específicamente en lo que

²⁴ Intergovernmental Group of Experts on Competition Law and Policy.- Geneva, 7 - 9 July 2009.- The Relationship between Competition and Industrial Policies in Promoting Economic Development.- By Ecuador.

señalado por los artículos 3 numerales 1, 5; Art. 6; Art. 11 numerales 1, 2, 35, 6 y 9; Art. 16, 17 numeral 3; Art. 52, 53 y 54; Art. 66 numerales 2, 15, 25; Art. 83 numerales 1, 7 y 9; Art. 84, 85 numerales 1 y 2; Art. 88; Art. 133 numerales 1 y 2; Art. 204, 208 numeral 10; Art. 213; 275, 276 numerales 1 y 2; Art. 277 numeral 5; Art. 281 numerales 1, 2, 3, 4, 5, 10 y 11; Art. 283, 284 numerales 1, 2, 3, 4, 7, 8 y 9; Art. 285 numeral 3; Art. 288; Art. 304 numerales 1, 2, 3, 5 y 6; Art. 308 inciso segundo; Art. 344 numeral 1; Art. 335 y 336.”²⁵

Resumiendo podemos decir –sin temor a equivocarnos- que hay una relación directa entre la política industrial y la política de competencia que si es manejada de manera técnica y adecuada, conllevará de manera efectiva en favor del desarrollo, la eficiencia, la competitividad y la innovación.

2.4.1. Necesidad de coherencia entre la política de competencia y la política económica

La relación entre la política de competencia y la política económica es definitivamente directa puesto que el desarrollo industrial basado en una competencia regulada ayuda al desarrollo de la competitividad generando de manera directa mayor calidad en los productos y optimización de los precios en los mercados.

Si las empresas son competitivas el beneficio no solamente es para ellas sino de manera directa para los consumidores. Es importante señalar que siempre que el país desea ingresar con sus productos en otros países se toma como parámetro de referencia la calidad que viene dada por una política de competitividad basada en la competencia del mercado. Esto nos llevará a poder ingresar con mayor facilidad en el comercio internacional y por lo tanto ayudar a generar riqueza con las divisas correspondientes.

Es importante que durante los pasos previos a la aprobación de esta ley que es urgente para el país, intervengan todos los actores políticos, empresariales,

²⁵ Intergovernmental Group of Experts on Competition Law and Policy.- Geneva, 7 - 9 July 2009.- The Relationship between Competition and Industrial Policies in Promoting Economic Development.- By Ecuador.

económicos y consumidores para que expongan sus criterios y que los mismos sean acogidos para beneficio del país.

No hay que olvidar que la economía ecuatoriana no debe ser dependiente solo del petróleo, sino que debemos desarrollar estrategias para diversificar nuestra producción y de hecho nuestras exportaciones. Es importante convertirnos en un país industrial que pueda satisfacer nuestras necesidades internas y luego poder satisfacer las necesidades de otros mercados.

2.5. Objetivos de una política de competencia desde la perspectiva de la UNCTAD

“Los objetivos de desarrollo del Milenio son parte integrante del trabajo de la UNCTAD sobre el derecho y la política de la competencia. Su enfoque de la formulación y el cumplimiento de la legislación en materia de competencia y protección del consumidor tienen por objeto garantizar que los mercados favorezcan a los pobres y que la asignación y el uso eficientes de los recursos conduzcan al alivio de la pobreza en los países en desarrollo y en las economías en transición.

En este contexto, la UNCTAD organizó varias conferencias en el marco de programas de capacitación y presentó estudios sobre la interacción entre la política de la competencia y el desarrollo durante la fase de transición hacia una economía de mercado.

En la mayoría de los países con economías en transición que se beneficiaron de estas actividades, los objetivos de desarrollo del Milenio figuran entre sus objetivos de desarrollo más importantes. Sin embargo, se enfrentan a retos en la formulación y aplicación de normas y políticas de la competencia apropiadas en lo que respecta a maximizar los beneficios que se obtienen de la liberalización del comercio y a garantizar que los pobres no se vean aún más marginados en la transición hacia una economía de mercado.

Con las actividades de la UNCTAD se pretende el intercambio de mejores prácticas entre la Comunidad de Estados Independientes (CEI) y otros países, así como la difusión de los resultados de las investigaciones realizadas por la UNCTAD sobre la interacción entre el derecho y la política de la competencia y el desarrollo.”²⁶

La UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development), creada en 1964, promueve la integración de los países en desarrollo en la economía mundial dentro de un marco propicio para el desarrollo.

También la organización ofrece asistencia técnica adaptada a las necesidades específicas de los países en desarrollo, prestando especial atención a las necesidades de los países menos adelantados y de los países con economías en transición. Cuando es necesario, la UNCTAD coopera con otras organizaciones y países donantes en la prestación de asistencia técnica.

²⁶ <http://www.unctad.org/templates/WebFlyer.asp?intItemID=2813&lang=1.->. 14 de abril del 2011.

CAPITULO III

VISION GENERAL DE LAS NORMAS DE PROTECCION A LA COMPETENCIA

3.1. Necesidad de normas de protección a la competencia

“El derecho antitrust estadounidense tiene su punto de partida formal con la sanción de la denominada “ley Sherman” (1890). Esta Ley, que aún hoy sigue vigente, es una norma breve y notablemente general que contiene solo dos artículos de fondo. El primero prohíbe los contratos, combinaciones en forma de trust o conspiraciones que restrinjan el comercio”, y el segundo penaliza los actos que impliquen “monopolizar o intentar monopolizar, o combinar o conspirar con otras personas para monopolizar el comercio.”²⁷

El origen de la ley de competencia como se puede observar buscaba evitar el monopolio o la concentración económica, ya que este no permite que exista una competencia empresarial en los mercados en los cuales se desarrolla. El monopolista dicta sus propias reglas en lo referente a precios, cantidad y calidad de los productos o servicios ofertados, sin que exista un competidor que pueda ofertar a los consumidores intermedios o finales una alternativa diferente.

“La política de competencia busca ofrecer bienes y servicios a los ciudadanos de un país a los precios sostenibles más económicos, busca impulsar la innovación y el desarrollo, incrementar la productividad y entrar al comercio y la competencia en los mercados internacionales. Un propósito fundamental consiste en minimizar las posibilidades de manipular mercados, al prohibir la formación de carteles. También pretende reducir las barreras para que las empresas pequeñas y medianas inicien sus negocios y tengan oportunidades de expansión. Sin embargo, los objetivos de la política de competencia no se

²⁷ Coloma Germán.- Defensa de la Competencia.- Universidad del CEMA.- Argentina 2003.- Pág. 18

encuentran limitados a lo económico. Sus propósitos incluyen objetivos sociales, incluyendo la equidad, el bienestar de los consumidores y el mejoramiento de la calidad de vida de todos (y en particular de los más vulnerables, los pobres).”²⁸

Las tendencias políticas actuales, sean de izquierda o de derecha pregonan mucho la equidad y el mejoramiento de la calidad de vida de todos, especialmente de los más vulnerables, y ven en la aplicación de las normas de protección a la competencia una herramienta muy importante para el logro de sus principios ideológicos. La aplicación de las normas no solo ayuda a la regulación de precios y calidad en el mercado, sino que impulsa a buscar nuevas alternativas tanto tecnológicas como organizacionales para aprovechar de mejor manera los recursos escasos disponibles y optimizar sus procesos para poder reaccionar de una manera más eficiente ante el cambio en los gustos de los consumidores o usuarios dentro de los diferentes mercados en los que se desenvuelven.

Por estas razones, es importante que el Estado asuma el papel de fomentar y regular-a través de la norma respectiva- una política de competencia justa que se convierta en un verdadero instrumento de desarrollo. Al mismo tiempo, la sociedad y, en particular, los agentes u operadores económicos (empresas públicas y privadas), grupos (asociaciones) de consumidores y la Academia, deberán participar de manera activa en los procesos de socialización para la aprobación en nuestro país de la ley de competencia.

Una política de competencia bien estructurada, ayudará al desarrollo económico del país haciéndolo más atractivo a la inversión extranjera, pues, los agentes económicos, conocerán de una manera precisa las reglas que regirán el desarrollo de sus actividades, generando seguridad jurídica, es decir, la confianza que demandan sus inversiones. Esto impulsará la creación de nuevas empresas (mayor inversión) y por ende es un motor para el sector productivo el cual a su vez generará fuentes de empleo y un aumento del

²⁸ Adaptado de Phillip Evans y Pradeep S. Mehta, *Competition Policy in a Globalising and Liberalising World Economy*, (Consumer Unity and Trust Society, Calcuta, India, Briefing Paper No. 4, mayo de 1996).

número de sujetos (económicos) que contribuyan al desarrollo económico del país, a través de los impuestos que el Estado deberá recaudar.

El propósito fundamental de una política de competencia y su normativa, consiste en minimizar las posibilidades de manipular el o los mercados, por parte de los agentes u operadores económicos, sean estos públicos o privados, al prohibir la formación de carteles y la generación de prácticas y acuerdos anticompetitivos. También pretende reducir las barreras para que las empresas pequeñas y medianas inicien sus negocios y tengan oportunidades de emprendimientos, desarrollo y crecimiento. En todos los gobiernos se menciona el apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas (MYPES), mediante préstamos preferenciales y políticas de protección, pero realmente una vez instalada la MYPE, la misma no puede ser competitiva en el mercado, precisamente porque en la mayoría de las ocasiones, se ve obstruida por una variedad de situaciones o prácticas anti –competitivas que afectan gravemente su normal funcionamiento y desarrollo.

“Una política de competencia totalmente bien pensada nos puede ofrecer de muchas maneras el contenido de la visión de lo que un país quiere ser.”²⁹

3.2. Los agentes económicos como destinatarios de las normas de protección a la competencia.

Las empresas o agentes económicos, son quienes deben aprovechar de la mejor manera las normas de protección a la competencia en su beneficio, crecimiento y desarrollo teniendo en cuenta que es un instrumento que promueve y genera un efecto positivo sobre la competitividad y la innovación que las empresas desarrollarán fruto de la presión positiva de la competencia efectiva y que se verá reflejada en la variedad, calidad y precios que las ofrecerán a través de sus bienes o servicios a los consumidores intermedios o finales a mediano y largo plazo.

²⁹ S Chakravarthy (2000), Competition Regimes Around de World: Monographs on Investment and Competition policy, #3 (CUTS Centro para el Comercio, la Economía y el Medio Ambiente Internacional, Jaipur, India).

De acuerdo al Manual de Prácticas anticompetitivas de la República de Bolivia define a la eficiencia económica en tres dimensiones:

“1. Eficiencia Productiva.- Las empresas hacen el mejor uso de sus recursos para producir los bienes y servicios que prestan al mercado.

2.- Eficiencia asignativa.- que los consumidores accedan a las condiciones posibles de precio y calidad de los productos.

3.- Eficiencia dinámica.- que las empresas inviertan en la creación y mejora de productos y procesos de producción de bienes y prestación de servicios para atender a las necesidades de los consumidores a largo plazo”³⁰

Como se puede deducir de la definición de eficiencia económica está es beneficiosa para todas las partes que participan en el mercado, siempre y cuando el conglomerado de los actores y de manera particular las empresas, asuman con responsabilidad social su papel protagónico en el desarrollo del país.

El cumplimiento de una competencia efectiva regulada por normas que vayan en beneficio del desarrollo económico y productivo del país, beneficia no solo a productores y comercializadores, sino de manera particular a los consumidores y a través de estos actores a todo el país en general.

3.2.1. Definición de mercado

“El mercado es la institución de intercambio libre de bienes y servicios, fiscalizados por el Estado a fin de que los usuarios y ciudadanos sean servidos por el mayor número posible de empresarios, con dispersión de su capacidad de influencia, con el aumento de la oferta de tales servicios, de su calidad y de la capacidad de elección por parte de los usuarios y con actualización permanente de la capacidad de innovación.”³¹

³⁰ Manual de prácticas anticompetitivas.- República de Bolivia.

³¹ Dromi Roberto.- Competencia i Monopolio.- Editorial de Ciencia y Cultura.- Fundación Centro de Estudios políticos y Administrativos.- Fareso.-Argentina.- 1999.- Pág. 17

Como se puede apreciar en esta definición se está tomando en cuenta los actores que intervienen y que están más allá de la definición de un mercado ideal o de competencia perfecta, en el cual la oferta y la demanda son los únicos factores que determinan precio y calidad. La libertad de acción y elección de los agentes económicos y de los consumidores intermedios o finales, es el pilar fundamental de la competencia debido a que, esto conlleva a que los parámetros de decisión (libertad) no puedan ser manejados por prácticas no éticas anticompetitivas de los fabricantes de bienes y servicios.

La existencia de una variada oferta de bienes y servicios que buscan en el mercado satisfacer una demanda, en base a la libertad de acción o decisión, garantizadas por la Constitución y las leyes, para todos aquellos actores dentro del mercado en razón de que la determinación la tomará el agente económico en un primer momento y luego en un segundo el consumidor final en base a su conveniencia o interés (precio y calidad), nos hace reconocer que estamos en presencia de un mercado “libre”, eficiente y no distorsionado, pero de no existir estas políticas y normas nos veríamos enfrentados a un mercado “abusivo”, ineficiente y distorsionado, características estas de un mercado monopolístico.

Debido a la complejidad del funcionamiento del mercado, este no puede ser considerado –por si solo- como un asignador eficiente de los recursos; es fundamental y preciso la necesidad de que deben existir normas de comportamiento y convivencia –dentro del mercado- que garanticen la transparencia del objetivo básico, es decir, proteger el interés económico general, a través, las políticas y de las normas de competencia en beneficio de los operadores del mercado, de la economía en general, pero sobre todo a favor de los consumidores.

En este contexto, la competencia efectiva asegura el acceso y la libertad de acción y decisión dentro del mercado y no el éxito en los negocios, ya que éste dependerá de muchos factores que son internos y en los cuales la decisión estratégica de sus ejecutivos serán las herramientas que les ayude a permanecer o no en el mercado. Por lo tanto, las normas de la competencia no pueden garantizar a ningún empresario una ganancia de una parte del mercado

en el cual va a realizar sus actividades comerciales, pero sí que el mismo funcionará bajo reglas claras que les permita tomar decisiones independientes y sobre todo libres.

3.2.2. Las políticas de competencia ante los acuerdos y prácticas anticompetitivas de las empresas.

Se debe entender a la libre competencia como la posibilidad que tiene cualquier persona de participar en determinada actividad económica como oferente o demandante, con libertad para decidir cuándo entrar o sale de un mercado, sin que exista nadie que pueda imponerle individual o colectivamente- condiciones en las relaciones de intercambio; circunstancia que permite y asegura que sea el mercado, a través de la regulación efectiva políticas y normas de competencia- de la oferta y demanda, quien asigne los recursos del modo más eficiente, eliminando las fallas propias de un mercado imperfecto, asegurándose con ello, al final, el bienestar último de los consumidores.

Las políticas de competencia deben estar diseñadas para evitar las malas prácticas y los acuerdos anticompetitivos que se dan en el mercado y que generalmente surgen de acuerdos entre las empresas como:

- ◆ Abuso de posición dominante.
- ◆ Barreras a la entrada.
- ◆ Cártel.
- ◆ Prácticas anticompetitivas.
- ◆ Acuerdos anticompetitivos.

3.2.3. Las empresas del Estado ante las políticas de competencia

Las empresas del Estado, deben ser reconocidas como partes del sector empresarial y actores legítimos en la actividad económica de los países, por lo tanto deben someterse a los mismos principios de la política y normas de competencia, en concordancia con el principio constitucional de no discriminación, y con el objeto de coadyuvar al desarrollo económico y empresarial en igualdad de condiciones, mediante la búsqueda constante de la eficiencia para lograr competitividad tanto interna como externa.

Si una empresa del Estado, se convierte en un monopolio, provoca una pérdida de bienestar social, ya que la cantidad por éste ofrecida de un bien o servicio es menor a la que existiría en un mercado de competencia y su precio terminará siendo mayor; también debemos mencionar que la calidad de los bienes o servicios prestados por estas empresas se reduciría o por lo menos no mejoraría, afectando de manera directa a los consumidores, es decir, al interés económico en general.

Las empresas del Estado no pueden verse liberadas de las normas de competencia puesto que, pasarían a utilizar una posición privilegiada dentro del mercado, sin ningún tipo de regulación en materia de competencia y por lo tanto cuando las mismas distorsionen el mercado, estas no podrían ser controladas afectando seriamente el mercado, al interés económico general, a los consumidores y al concepto de competencia propiamente dicho y que se encuentra garantizado en nuestra Constitución.

3.3. Clasificación de las prácticas anticompetitivas

“Las prácticas anticompetitivas son las acciones de las empresas orientadas a impedir que otras empresas compitan libremente. Esto perjudica a las propias empresas, a los consumidores y a la sociedad en general ya que, como consecuencia, dispondrán de menor variedad, o diversidad y calidad de ofertas o de mayores precios que los que hubiera habido si todos los proveedores hubieran competido libremente.

Las prácticas anticompetitivas se clasifican en:

- ◆ Prácticas Colusorias
- ◆ Prácticas de Explotación
- ◆ Prácticas Exclutorias³²

Prácticas Colusorias.- “Son los acuerdos, expresos o tácitos, o las prácticas concertadas entre agentes económicos, orientados a producirles un beneficio en perjuicio del resto de los competidores o de los consumidores. Pueden estar referidos a la fijación de precios de venta o de compra, a la limitación de la producción o a la asignación de zonas o cuotas de mercado; todo lo anterior, abusando del poder que dichos acuerdos o prácticas les confieran

Cuando dichos actos o convenciones se celebren entre agentes económicos que actúan en el mismo nivel de una cadena de producción, distribución o comercialización, esto es, entre competidores directos, se denominan Acuerdos Horizontales. Cuando tengan por propósito eliminar o restringir la competencia entre ellos, se denominan Carteles.”³³

Los Carteles pueden ser de vendedores y persiguen:

- ◆ Fijar precios u otras condiciones de comercialización
- ◆ Fijar y limitar cuotas de producción
- ◆ Repartirse mercados o clientes
- ◆ Participar concertados en licitaciones

También pueden ser de compradores y perseguir:

- ◆ Fijar precios de compra
- ◆ Dividirse territorios o proveedores

³² http://www.mef.gub.uy/competencia_cometidos.php#inicio. 15 de mayo del 2011.

³³ <http://www.plusformacion.com/Recursos/r/Libre-Competencia-Clasificacion-Conductas-Chile#prcticasda>. 21 de abril del 2011.

- ♦ Participar concertados en licitaciones

“Cuando la colusión ocurre entre miembros de distintos niveles de la cadena de producción, distribución o comercialización, como clientes y proveedores o compradores y vendedores, se denomina Acuerdo Vertical.”³⁴

Los acuerdos verticales bajo la forma de contratos de distribución exclusiva, contratos de mantenimiento y de franquicias, entre otros, también generan efectos restrictivos sobre la libre competencia. Sin embargo, a su vez, pueden producir ciertos beneficios o eficiencias que se traducirían en un mejor funcionamiento del mercado. Estas restricciones también pueden formar parte del grupo de prácticas exclusorias cuando, por ejemplo, tengan como objetivo acaparar el abastecimiento de materias primas o los canales de distribución con el propósito de eliminar competidores, es por esta razón que se debe analizar caso por caso los temas en materia de competencia y de manera particular los acuerdos verticales.

Prácticas de explotación.- “La explotación abusiva por parte de una empresa, o conjunto de empresas que tengan un controlador común, de una posición dominante en el mercado, ejercida, por ejemplo, a través de la fijación de precios de compra o de venta, de la imposición a una venta la de otro producto, de la asignación de zonas o cuotas de mercado o la imposición de otros abusos semejantes.”³⁵

Comprenden aquellas conductas que importan el ejercicio abusivo por parte de una empresa con posición de dominio, con la finalidad de obtener beneficios extraordinarios.

Formas en que pueden manifestarse las prácticas de explotación:

³⁴ <http://www.plusformacion.com/Recursos/r/Libre-Competencia-Clasificacion-Conductas-Chile#prcticasda>. 21 de abril del 2011.

³⁵ <http://www.plusformacion.com/Recursos/r/Libre-Competencia-Clasificacion-Conductas-Chile#prcticasda>. 21 de abril del 2011.

- ♦ “Precios excesivos: Esto es, la fijación de precios de venta o compra a niveles superiores a los que determinaría el libre juego de oferta y demanda, con la intención de apoderarse del excedente del comprador o consumidor, o del vendedor o productor, según el caso. Es la obtención de beneficios extraordinarios o rentas sobre-normales por la vía de la fijación arbitraria del precio de venta o compra, y no por razones de eficiencia; amparado en la ausencia de una competencia efectiva que pueda mermar dichas ganancias.”³⁶
- ♦ “Discriminación por precios: Ésta ocurre cuando un agente, que ostenta una posición de dominio, aplica diferentes precios de venta o compra a un respectivo grupo de compradores-consumidores o grupo de vendedores- productores, por un mismo producto o servicio, sin una justificación económica o comercial que sustente dicha diferenciación.”³⁷
- ♦ “Ventas atadas: Se presentan cuando una empresa condiciona la venta de un producto a la compra de otro distinto, que es el bien atado.”³⁸
- ♦ “Negativa de venta: Ocurre cuando una empresa, en posición dominante, se niega a ofrecer sus productos o a prestar sus servicios a otra empresa con la cual compite en uno de los niveles del canal de distribución”³⁹.

Prácticas exclusorias.- “Son aquellas conductas dirigidas a impedir el acceso al mercado de nuevos competidores, o provocar la salida de algunos de los que operan en él.”⁴⁰

³⁶ <http://www.plusformacion.com/Recursos/r/Libre-Competencia-Clasificacion-Conductas-Chile#prcticasda>. 21 de abril del 2011.

³⁷ <http://www.plusformacion.com/Recursos/r/Libre-Competencia-Clasificacion-Conductas-Chile#prcticasda>. 21 de abril del 2011.

³⁸ <http://www.plusformacion.com/Recursos/r/Libre-Competencia-Clasificacion-Conductas-Chile#prcticasda>. 21 de abril del 2011.

³⁹ <http://www.plusformacion.com/Recursos/r/Libre-Competencia-Clasificacion-Conductas-Chile#prcticasda>. 21 de abril del 2011.

⁴⁰ <http://www.plusformacion.com/Recursos/r/Libre-Competencia-Clasificacion-Conductas-Chile#prcticasda>.

Generalmente, este tipo de prácticas se concreta a través de la imposición de barreras en la entrada – y algunas veces de la salida-, que provocan el incremento del costo de participar o actuar en dicho mercado en un momento determinado. Conforme a lo que prescriben las leyes de defensa de la competencia, estas conductas han de tener por finalidad alcanzar, mantener o incrementar una posición dominante, a través del impedimento del ingreso de nuevos y potenciales competidores.

Formas que puede adoptar la exclusión:

- ♦ “Precios predatorios: Éstos se presentan cuando una firma con posición de dominio fija los precios por debajo de sus costos, con la finalidad de eliminar a sus competidores, para luego, recuperar los costos de la predación vía imposición de precios sobre-normales⁴¹.

Esta forma de actuación por parte de la empresa o agente económico, tendrá la posibilidad de concretarse en su totalidad, cuando se cumplan ciertas condiciones entre las que se destacan:

- a. Que existan barreras en la entrada que dificulten el reingreso al mercado del competidor –potencia- desplazado.
 - b. Que el resto de las firmas que operan en el mercado no puedan contrarrestar la práctica de predación de la empresa dominante.
 - c. Que la empresa tenga la capacidad financiera para solventar el costo de la ejecución de la práctica.
 - d. Que los beneficios a obtener, con posterioridad a la salida de los competidores, compense las pérdidas generadas durante la predación.
- ♦ “Restricciones verticales: Constituyen la imposición de condiciones desde una firma hacia otra que se encuentra en un nivel distinto de la cadena de comercialización. Por ejemplo de una firma proveedora a sus

Chile#prcticasda. 21 de abril del 2011.

⁴¹ <http://www.plusformacion.com/Recursos/r/Libre-Competencia-Clasificacion-Conductas-Chile#prcticasda>. 21 de abril del 2011.

clientes o compradores, o de una empresa compradora a las firmas proveedoras. Todo lo anterior, a fin de impedir que los competidores de la empresa que impone las condiciones venda o compre a aquellos”⁴².

Las formas típicas que adoptan estas restricciones, son:

- ◆ “Los acuerdos de exclusividad: Que serán de distribución exclusiva, cuando los mayoristas son obligados a distribuir sólo el producto de un proveedor, y de compra exclusiva, cuando el detallista se compromete a no vender los productos de los competidores de uno de sus proveedores”⁴³.
- ◆ “Impedimento al acceso a facilidades esenciales: Que ocurre cuando una firma dominante le impide a las competidoras el acceso a servicios o recursos que son fundamentales para la permanencia de éstas en el mercado en condiciones competitivas.”⁴⁴
- ◆ Competencia desleal: Esta práctica se define como el desarrollo y la ejecución de políticas comerciales con la finalidad de eliminar a los competidores, mediante conductas como el aprovechamiento de la fama y reputación ajenas, por la vía de la utilización de una marca que goza de fama y notoriedad, de la simulación de un producto, o de publicidad engañosa o falsa, entre otras.

⁴² <http://www.plusformacion.com/Recursos/r/Libre-Competencia-Clasificacion-Conductas-Chile#prcticasda>. 21 de abril del 2011.

⁴³ <http://www.plusformacion.com/Recursos/r/Libre-Competencia-Clasificacion-Conductas-Chile#prcticasda>. 21 de abril del 2011.

⁴⁴ <http://www.plusformacion.com/Recursos/r/Libre-Competencia-Clasificacion-Conductas-Chile#prcticasda>. 21 de abril del 2011.

CAPITULO IV

EL DERECHO DE LA COMPETENCIA EN EL ECUADOR A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL

4.1. La competencia en el Ecuador

Como ya se había mencionado en el Ecuador no existe una Ley de Competencia propia, se está utilizando la Normativa Andina (Decisión 608 y 616), a falta de ley nacional, pero el problema mayor es que no existe una política de competencia, por lo que se hace muy difícil el desarrollo del sector productivo ecuatoriano, así como de poder mejorar la competitividad, la innovación y la eficiencia propiamente dicha, en favor de la economía, pero sobre todo de los consumidores o usuarios, es decir, del interés económico general. Una muestra fehaciente, de que no existe política de competencia, es precisamente que hasta el día de hoy no tengamos una ley propia de esta naturaleza.

En la página web Cato.org, con fecha 24 de Febrero del 2010 también se dice lo siguiente: “Ecuador: La industria textil necesita competencia”, esto es una clara demostración de que las empresas necesitan normas claras en cuanto a la competencia, y esta necesidad no solo es en el mercado textil, sino en toda la economía de nuestro país.

“La sana competencia en la industria de las comunicaciones fue la justificación del presidente Rafael Correa al crear un canal de televisión público en Ecuador. Además de la sana competencia, en su defensa el Presidente hizo referencia a los medios de información como bienes públicos – seguramente al recordar algunas de sus clases de economía en Bélgica y Estados Unidos. Según reportó BBC Mundo, en octubre de 2007 Rafael Correa afirmó:”⁴⁵

La expedición de una ley de competencia cada día se hace más urgente, por lo que es necesario acudir a la sensibilidad de las autoridades (Legislativo y

⁴⁵ <http://www.revistaperspectiva.com/blog/?p=76>. 7 de mayo del 2011.

Ejecutivo) correspondientes que hagan énfasis sobre este punto y le otorguen a la brevedad del caso a nuestro país, pero sobre todo al sector productivo ecuatoriano de una norma de esta naturaleza.

Con los ejemplos anteriores se trata de demostrar que la necesidad de regular la competencia en el mercado es importante para el desarrollo de país, ya que, existen varias vías que incentivan o mejor dicho desincentivan a la competencia, por lo que, se hace imperativa la existencia de una Ley de Competencia, control, regulación y sanciones del abuso de poder por parte de empresas de posición dominante, de acuerdos colusorios, reparto de mercados, prácticas anticompetitivas, fijaciones de precios, concentración económica, entre otros

4.2. Políticas de competencia a nivel nacional

El Estado tiene la obligación de proteger a la libre competencia como medio para lograr eficiencia en los mercados, proteger el proceso competitivo, generar innovación, una mejor redistribución de la riqueza y beneficiar al consumidor.

Las prácticas y acuerdos restrictivos a la competencia son conductas de mercados que tienen por finalidad restringir o eliminar la competencia por medio de la manipulación del mercado, limitando el acceso a éste y en su mayoría con el fin de alcanzar un monopolio u oligopolio dependiendo el caso y abusar de dicha posición, en detrimento del resto de actores económicos y afectando a los consumidores y a la economía en general.

La Constitución del Estado dice:

Art. 276.- El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

2. Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.

Y:

Art. 320.-En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente.

La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

Cuando se habla de la estimulación de una gestión participativa, transparente y eficiente, esta deberá desarrollarse dentro de una libre competencia para que los consumidores puedan tener acceso a los productos y servicios que en función de calidad y precio sean los mejores para poder cumplir con sus necesidades

En nuestro país no existe al momento una norma especial o particular que regule la libre competencia. Existe un proyecto de ley, que aun no ha sido ni siquiera enviado a la Asamblea, –ni siquiera ha sido socializado- para su trámite respectivo, pero que es útil conocer, en lo que respecta a la libre competencia en los mercados. El Ecuador es uno de los pocos países Latinoamericanos sin una legislación nacional o una política de competencia propia.

Aunque en los últimos años han sido varios los intentos por dotar a la República del Ecuador de una política de Competencia, los esfuerzos han resultado hasta la fecha infructuosos. Las causas del fracaso tienen que ver con la reticencia de los empresarios –grupos de poder económico- y de la clase política del Ecuador en la adopción de una legislación de defensa de la libre competencia y una política en esta materia

Los empresarios piensan que el *status quo* les beneficia y no desean un cambio en las reglas del juego. En general la falta de una libre competencia les perjudica, en contraposición una competencia efectiva a la larga será beneficiosa, en razón de que tendremos un mercado competitivo el mismo que derivará en beneficios tanto para las mismas empresas como para los consumidores.

“En efecto, que existan problemas económicos y sociales básicos más acuciantes no debe excluir la necesidad de instaurar una política de competencia en Ecuador. Aunque solo parte de la población tenga acceso a los mercados es evidente que si los mercados funcionan mal será menor aun el porcentaje que los utilice. En cierto modo, las restricciones y conductas anticompetitivas en los mercados empeoran las condiciones de pobreza de la población, al limitar su acceso a los productos o servicios, bien sea porque son caros, bien porque sean escasos, dificultándose la innovación en las prestaciones empresariales.”⁴⁶

Luego de presentarse 2 proyectos de ley sobre libre competencia (2002 y 2004), el año 2005 el Ministerio de Industria y Productividad envió al Presidente de la República un nuevo proyecto normativo en el cual participaron miembros de diferentes organismos públicos y privados.

El proyecto de ley se encarga de resaltar en su artículo 22º el carácter de interés público que tienen los principios en materia de defensa de la competencia, teniendo el Estado, la función de velar por su observancia.

En el Anexo 1 se ha copiado el documento que en el portal Centro de Libre Competencia UC. Se describe.

Al margen de las exigencias jurídicas, las razones por las que al Ecuador debe dotársele de una legislación y política de competencia, son esencialmente económicas y sociales. Así, la ausencia de política y normas de competencia disuade la inversión extranjera y nacional. Las empresas extranjeras –y muchas nacionales también- ven con recelo el acceso y la actividad en los mercados ecuatorianos, proclives a la colusión, a la integración vertical y a las prácticas abusivas, tanto de las empresas privadas, pero sobre todo de las empresas públicas.

⁴⁶ Dromi Roberto, Competencia y Monopolio, Argentina, Mercosur y OMC.- Editorial Ciudad Argentina, 1999 pág. 55

La falta de una política y normativa de competencia tiene efectos negativos en la competitividad, rentabilidad y eficiencia de las empresas ecuatorianas, así como en la innovación, variedad y precios finales de los bienes y servicios que se ofertan a los consumidores o usuarios intermedios o finales que son lo que terminan pagando la consecuencia de este tipo de distorsiones o fallos de mercado.

4.3. Sustento normativo de la Constitución del Ecuador en materia de derecho de la competencia

En la Constitución del Ecuador vigente se encuentran las normativas para poder desarrollar una Ley sobre la Competencia que permitirá el desarrollo económico, industrial y tecnológico del país.

“Capítulo sexto

Derechos de libertad

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:

15. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

25. El derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características.”⁴⁷

En el artículo 15 del capítulo 6, referente a derechos de libertad, la Constitución Garantiza el derecho a desarrollar actividades económicas pero también lo señala que se hará conforme los principios de solidaridad y responsabilidad social. Esto implica que el acceso a los productos y servicios, que se ofertarán en el mercado deberán cumplir con las normas de calidad, cantidad y variedad serán ofertadas por los productores de bienes y servicios.

⁴⁷ Constitución de la República del Ecuador, 2008.

Solamente en los mercados en los cuales los actores económicos de bienes y servicios se desenvuelven bajo las normas de una competencia regulada por el Estado se hace efectivo que se cumplan con todas las exigencias de calidad que estos productos o servicios deben cumplir de acuerdo a las normativas de los entes controladores de calidad.

“Capítulo cuarto

Soberanía económica

Sección primera

Sistema económico y política económica

Art. 283.- El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.”⁴⁸

La definición del sistema económico como social y solidario tiene implicaciones importantes en lo que se refiere tanto al desarrollo económico del país y su compromiso con los demandantes de sus bienes y servicios. Garantizar la producción significa garantizar un mercado competitivo en el cual los actores ofertantes pueden desarrollar sus actividades de una manera que los demandantes sean los beneficiarios directos del desarrollo industrial y tecnológico la competitividad obliga a desarrollar.

⁴⁸ Constitución de la República del Ecuador, 2008

“Sección séptima

Política comercial

Art. 304.- *La política comercial tendrá los siguientes objetivos:*

- 1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.*
- 2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial.*
- 3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales.*
- 4. Contribuir a que se garanticen la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas.*
- 5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.*
- 6. Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados.”⁴⁹*

La única alternativa para desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos es promover una competencia dentro del mercado nacional, para los actores del mercado deban buscar alternativas diferentes de los productos de mandados en cantidad, calidad y variedad.

Esta competencia obligará a los empresarios a buscar las mejores alternativas que les permita ganar mercados pero cumpliendo con las normas de competencia que beneficiaran a todas los actores.

“Art. 314.- *El Estado será responsable de la provisión de los servicios públicos de agua potable y de riego, saneamiento, energía eléctrica, telecomunicaciones, vialidad, infraestructuras portuarias y aeroportuarias, y los demás que determine la ley.*

⁴⁹ Constitución de la República del Ecuador, 2008

El Estado garantizará que los servicios públicos y su provisión respondan a los principios de obligatoriedad, generalidad, uniformidad, eficiencia, responsabilidad, universalidad, accesibilidad, regularidad, continuidad y calidad. El Estado dispondrá que los precios y tarifas de los servicios públicos sean equitativos, y establecerá su control y regulación.”⁵⁰

Las empresas Estatales también deberán regirse por las leyes de la competencia, ya que, deberán desenvolverse con las mismas reglas que rigen para las empresas privadas, pues de lo contrario se estaría hablando de un monopolio que no beneficia en nada a los consumidores.

“Sección quinta

Intercambios económicos y comercio justo

Art. 335.- *El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos.*

El Estado definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal.”⁵¹

“Art. 336.- *El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad.*

⁵⁰ Constitución de la República del Ecuador, 2008

⁵¹ Constitución de la República del Ecuador, 2008

*El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley.*⁵²

En los artículos 335 y 336 se manifiesta la obligación del Estado para regular y controlar que los actores económicos del mercado cumplan a cabalidad con las reglas de una competencia que pueda brindar servicios y productos a los consumidores.

4.4. Políticas de competencia y apertura comercial a nivel internacional

La política comercial de un país se enmarca en lo que determina la Constitución de una nación y su legislación interna. De ahí en adelante deben partir las acciones que se tomen para lograr acuerdos comerciales. En ese marco, nuestro Gobierno ha sido claro en indicar que no firmará un TLC con ningún país y que el Ecuador busca “Acuerdos para el desarrollo”.

Más allá del derecho que le asiste al Gobierno de definir su posición en esta materia, para el sector productivo es fundamental tener claridad en el alcance de un acuerdo para el desarrollo, especialmente porque debe priorizar el beneficio para el país en materia comercial.

La oferta exportable ecuatoriana es diversa y existe potencial de expandirla. Eso obliga a nuestros representantes gubernamentales a identificar los países que demandan esta oferta y emprender gestiones para negociar acuerdos comerciales que garanticen el acceso de nuestros productos a esos mercados.

No se puede pretender aislar al país del proceso de globalización solamente por ideales políticos sino que hay que mirar el beneficio de todos los habitantes.

⁵² Constitución de la República del Ecuador, 2008

4.4.1. Consecuencias y beneficios de políticas de competencias en nuestras relaciones comerciales internacionales

Las políticas de competencia que se desarrollan fuera de nuestras fronteras han sido de alguna manera las reglas sobre las cuales se ha basado la empresa ecuatoriana para poder exportar sus productos fuera de nuestras fronteras.

El competir con productos de otras naciones más grandes y más tecnificadas obliga a nuestros productores a ser competitivos desarrollando nuevas tecnologías y mejorando procesos para garantizar la calidad, variedad y precio.

Las políticas de competencia que operan en estos países exigen mejorar la producción en diversificación, innovación y calidad para poder competir. Estos procesos abren oportunidades de crecimiento en los países de origen.

También hay que tomar en cuenta que estimulan la cadena interna de producción y ponen al servicio de la demanda interna los nuevos productos desarrollados.

Al lograr la competitividad también se logra que los productos de nuestro país puedan ingresar a otros mercados y posicionarse de una mejor manera y en el menor tiempo posible, lo cual va a favor de nuestros empresarios y al mismo tiempo de la economía del país que recibe estas divisas.

Frente a un esquema dolarizado como el de Ecuador, los acuerdos comerciales son necesarios ya que incentivan las exportaciones, generando los recursos necesarios para mantener el sistema monetario actual.

4.4.2. Los acuerdos comerciales y su relación con la política y normas de competencia en el Ecuador

Los acuerdos comerciales marcan su importancia en el impulso que dan a la industria de un país, ya que promueven el acceso preferencial a nuevos mercados, al amparo de una normativa clara y a largo plazo, que expanden el

universo de posibles compradores y aumentan los factores de competitividad de los exportadores.

Competir abiertamente en los mercados exige al empresario aumentar su productividad, reducir costos de producción y fabricar productos diferenciados e innovadores. Este reto se complementa con las ventajas logísticas que ofrece el Ecuador y debe ser acompañado con incentivos que otorgue el país mediante su legislación.

Las decisiones del Gobierno sobre los acuerdos de integración comercial deben procurar que el país tenga una posición de ventaja, o al menos de igualdad, frente a nuestros competidores principalmente de la región, que se refleje en el acceso a mercados claves para nuestros productos de exportación.

El resultado palpable, al momento, es que Ecuador no se ha involucrado en el proceso de negociación de accesos preferenciales a nuevos mercados, y de manera particular, como controlar y regular a las empresas extranjeras cuando como consecuencia de la apertura comercial vengan a competir con nuestros pares ecuatorianos, limitando por tanto la llegada de nuevas inversiones, la generación de empleo, la transferencia de tecnología y conocimiento, la diversificación e innovación de productos, el incremento del volumen de producción y la consecución de relaciones perdurables con los compradores

La realidad del Ecuador, sin acuerdos comerciales, tendrá que limitarse a comercializar sus productos o servicios a nivel interno, que es un mercado reducido que limita el crecimiento y progreso de la industria, pero además con todos los males de la práctica y acuerdo anticompetitivos que empeoran aún más nuestra precaria situación productiva y competitiva. El sector industrial debe aprovechar el mercado interno como plataforma para proyectar su internacionalización, pero es necesario abrirse a mercados más amplios si queremos lograr la expansión a gran escala de nuestra producción. Esta realidad es algo que nuestros vecinos - Perú, Colombia - utilizaron, aun siendo países con mercados más grandes que el nuestro, para conquistar mercados externos, estableciendo a la apertura comercial como política de Estado, pero

sustentada está en una defensa de la competencia y de su aparato productivo de manera técnica y no discriminatoria.

“Sin resultados claros, al momento, Ecuador se encuentra a la espera de la decisión del Gobierno respecto a la reanudación de las negociaciones con la Unión Europea, y de la respuesta por parte de los EEUU para la extensión del ATPDEA.

La realidad de las gestiones que el Gobierno cumple en temas de posibles acuerdos comerciales, no marca concordancia con la realidad exportable ecuatoriana.”⁵³

4.4.3. Sustento normativo de la CAN en materia de derecho de la competencia

Las reglas de libre competencia permiten garantizar a las empresas el libre acceso –a los mercados- en condiciones igualitarias y libres, generando así competitividad de los bienes y servicios, situación altamente positiva para la producción, fomentando la eficiencia económica y buscando el bienestar de los consumidores y del interés económico general.

“La libre competencia en la Subregión Andina está regulada por la Decisión 608 de la Comisión de la Comunidad Andina, que prohíbe y sanciona las conductas restrictivas de la libre competencia que afectan a la Subregión, sean las realizadas en el territorio de uno o más de los Países Miembros, o en el territorio de un país no miembro de la Comunidad Andina, y cuyos efectos reales se produzcan en uno o más Países Miembros. Se excluyen las prácticas con origen y efecto en un único País Miembro u otras situaciones no previstas, las que se regirán por las legislaciones nacionales de los respectivos Países Miembros.

La investigación se lleva a cabo, en su primera parte, de manera conjunta con las autoridades nacionales competentes en materia de libre competencia de los Países Miembros. Pueden realizarse audiencias y celebrarse compromisos, así

⁵³ Asociación de industriales textiles del Ecuador.- Boletín mensual 06.- 12 de Julio del 2009

como establecerse medidas cautelares. Finalizada la investigación y elaborado el Informe por parte de la Secretaría General, se pone a consideración de las partes para recibir sus alegatos y los miembros del Comité Andino de Defensa de la Libre Competencia, integrado por un representante de alto nivel de cada País Miembro, para recibir sus recomendaciones. La determinación final de la Secretaría General debe pronunciarse respecto de la recomendación realizada.”⁵⁴

“Las autoridades de competencia nacionales que participan con la Secretaría General en las investigaciones son: Autoridad de Fiscalización y Control Social de Empresas (Bolivia), Superintendencia de Industria y Comercio (Colombia), Ministerio de Industrias y Productividad (Ecuador) y la Comisión de Libre Competencia del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual (Perú)” Tomado del Artículo sobre la competencia de la Comunidad Andina CAN⁵⁵.

4.5. Consecuencias de una ley de Competencia para el mercado del Ecuador.

Desde hace algún tiempo atrás se ha venido discutiendo la necesidad de adoptar una ley de competencia en el Ecuador. Incluso se han llegado a presentar varios proyectos de ley ante el Congreso o Asamblea Nacional, pero ninguno de ellos se ha convertido en Ley.

Cuando se apruebe una ley de competencia existirá el marco legal para aplicar sanciones a las conductas empresariales que atenten contra el correcto desenvolvimiento del mercado en materia de competencia económica. El objetivo de toda actividad mercantil es el lucro. En la constante búsqueda de maximizar sus ingresos y proteger las conquistas que han logrado en el mercado, en ocasiones los empresarios y las empresas incurren en prácticas que resultan perjudiciales tanto para aquellos directamente afectados –agentes

⁵⁴ http://www.comunidadandina.org/competencia/competencia_int.htm. 19 de mayo del 2011.

⁵⁵ http://www.comunidadandina.org/competencia/competencia_int.htm. 19 de mayo del 2011.

económicos y consumidores- como para el mercado y la economía en su conjunto. Los efectos en el corto, mediano y largo plazo de las prácticas y acuerdo anticompetitivos se traducen, normalmente, de manera directa o indirecta, en el incremento del costo de bienes y servicios, así como de una baja de la calidad y la innovación, perjudicando de esta manera al propio mercado, pero particularmente a los consumidores.

La ley de Competencia permitirá que los diferentes actores de las fuerzas del mercado se desenvuelvan con mayor transparencia, en un entorno libre y sin presiones de naturaleza anticompetitiva, y en caso de encontrarse distorsiones o fallos de mercado, contar con las herramientas –ley y políticas- para corregirlas.

En la actualidad, la falta de esta ley ha llevado a que queden en la impunidad prácticas que restringen la libre competencia, las cuales terminan afectando a otras empresas, a comerciantes y empresarios, a los consumidores y, naturalmente, al mercado mismo. Sin embargo, en muchos casos nos hemos acostumbrado a convivir con tales prácticas, y en otros sencillamente no conocemos que pueden ser sancionadas bajo una ley de competencia.

Bajo el ámbito de esta ley, también serían objeto de escrutinio las negativas a contratar, que se dan, por ejemplo, cuando una empresa se niega a contratar con otra salvo que ésta última ejecute determinada prestación; las ventas atadas, que ocurren cuando para comprar algo el agente económico se ve obligado a adquirir otra cosa que no desea; los acuerdos de exclusividad, en los que, por ejemplo, una empresa permite a otra vender solo un determinado producto a sus clientes; entre otros.

Una ley de competencia también ejercería control sobre las fusiones y adquisiciones de empresas cuyo resultado pudiese causar distorsiones en el mercado por la concentración o monopolización del mercado en referencia, así como de otras formas de concentración económica como son las transferencias de activos tangibles e intangibles, la adquisición de inmuebles, permisos de explotación, cesiones de cartera, entre otros

En resumen, el implementar esta ley en el país permitiría que el Estado intervenga en defensa de la competencia asegurando el correcto desenvolvimiento del mercado, un adecuado control de las concentraciones económicas, y la correspondiente sanción a todas aquellas prácticas o acuerdos que restrinjan, eliminen o distorsionen la libre competencia.

“Ante el notable proceso de cambio que se observa a escala mundial, cualquier iniciativa para establecer y aplicar normas de competencia se enfrenta con los límites impuestos por las fronteras nacionales. Grandes potencias comerciales como los Estados Unidos y la Unión Europea cuentan con normas de competencia y las aplican con bastante éxito cuando las prácticas anticompetitivas afectan sus propios mercados.

De allí la necesidad que los países en vías de desarrollo como el Ecuador tengan la capacidad de actuar eficientemente al respecto. Ello implica, por un lado, la adopción de una Ley Nacional de Competencia y la designación de una Autoridad (Superintendencia) de Competencia. Y, por otro lado, que esta autoridad tenga los medios suficientes para asegurar sus investigaciones y aplicar sus decisiones, lo cual no es siempre tarea fácil en ausencia de normas tanto nacionales como internacionales de cumplimiento obligatorio.

Hay que entender sobremanera en este punto que, economías como la Ecuatoriana, que se encuentra en negociaciones de apertura de mercados y en el camino de concesionar sus empresas y que estas tienen el carácter de estratégicas (telefonía, energía, etc.) para la competitividad, NO pueden pasar de ser empresas monopólicas estatales a ser monopolios privados, sin contar con una norma de competencia y su entidad que los regule, ya que las consecuencias serían catastróficas en términos sociales y económicos (mercado).”⁵⁶

⁵⁶ ALVARADO, Fausto, Política de Competencia en el Ecuador, <http://www.care.org.ec/reico/politcom.htm>.

Las MIPYMES podrán participar de una manera más activa en el mercado, tener un mayor crecimiento empresarial, generar productos y servicios innovadores y obtener más ganancias. Esto debido a que ley de competencia les permitirá ingresar en mercados con reglas claras en la que la innovación, la calidad y los precios será la base para la competitividad y aceptación de los clientes de sus productos o servicios.

Para permanecer en un mercado competitivo, los actores del mercado deben mantener una evolución constante en la oferta de sus productos o servicios y vigilar sus procedimientos internos. Esto requiere una permanente racionalización de sus operaciones y una mirada atenta a los productos que están siendo ofrecidos por sus competidores. Sin esta presión –positiva- para reducir costos, aumentar la eficiencia e innovar, el aumento de la productividad tenderá a volverse más lento (o no aumentará según su potencial). Existiendo el riesgo de quedar fuera del mercado por no poder ser competitivos con todas las consecuencias negativas para nuestro bienestar económico y social.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La ley antimonopolio busca evitar, prevenir, corregir y sancionar el abuso del poder de mercado, la prevención, prohibición y sanción de acuerdos colusorios y otras prácticas restrictivas.

Además, el control y regulación de las operaciones de concentración económica y la prevención, prohibición y sanción de las prácticas desleales, buscando la eficiencia en los mercados y el bienestar colectivo e individual.

A las disposiciones de la nueva Ley Antimonopolio estarán sometidos todos los operadores económicos, personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, con o sin fines de lucro, que realicen actividades económicas en el territorio ecuatoriano.

Entre los lineamientos que se aplicarán para la regulación y formulación de política pública en la materia de esta ley, se encuentran el reconocimiento del ser humano como sujeto y fin del sistema económico, la defensa irrestricta del interés colectivo de la sociedad. El reconocimiento de las diferentes formas de organización económica, incluyendo las organizaciones populares y solidarias, y la libertad de empresa y la libre concurrencia de los operadores económicos al mercado. Se creará además la Superintendencia de Control del Poder de Mercado.

El tema es complejo pues la competencia es el elemento central para el correcto desempeño del mercado, pues aquella favorece a los consumidores, más allá de que los sistemas económicos no son un fin en sí mismo, sino tan solo un medio para lograr la satisfacción del mayor número de necesidades ciudadanas.

Los beneficios de la economía de mercado se potencian solo cuando existen condiciones competitivas entre los agentes económicos, con mayor razón desde que está dolarizada la economía. Aún los llamados "monopolios

naturales" se han abierto a la competencia con indudables beneficios para el consumidor o usuario final.

Empero, para que exista una justa competencia resulta imprescindible que se la fomente, para frenar frecuentes abusos del poder económico tendente a dominar mercados e imponer condiciones anticompetitivas cuando no eliminar la competencia, generalmente para aumentar en forma desmedida los lucros.

Hay que hacer hincapié que por su propia estructura, nuestro mercado aún es de competencia imperfecta, razón por la cual el poder regulatorio del Estado debe usarse para corregir distorsiones y lograr que la competencia favorezca efectivamente al consumidor. Pero en grave paradoja, las actuaciones del gobierno buscan sustituir los monopolios privados por nocivos y reemplazarlos por monopolios estatales que, en teoría, están llamados a velar por el bien común.

Al realizar el análisis podemos observar que el país necesita una ley que regule y supervise los mercados, establezca las normas sobre las cuales los agentes económicos deben actuar, sancione las prácticas que atenten contra una sana competencia y brinde seguridad para el inversionista, grande o pequeño, del país o del extranjero. Sin embargo, estando de acuerdo con esta necesidad, no se puede pretender que este acuerdo se aplique con la ley tal como está concebida, pues el remedio puede resultar peor que la misma enfermedad. Además, debe aclararse que ninguna ley garantiza nada. No es porque las leyes sean buenas o malas la inversión va a recuperarse o el empleo va a mejorar. Es todo un entorno de estabilidad jurídica, respeto a contratos, apego a principios de mercado, manejo tributario adecuado y ambiente político y económico propicio que brinde certezas y seguridad, entre otras condiciones, las que se requieren para resolver los grandes problemas de pobreza o desigualdad.

Si las autoridades de la nueva Superintendencia no son personas con el perfil técnico adecuado, la ley habrá completado el poder del Ejecutivo ahora sobre las empresas. Si las señales del control de esta entidad no son lo

suficientemente claras, pues se habrá emitido una nueva manifestación adversa a la inversión y al crecimiento. Mal instrumentada la ley, paradójicamente, será una ley anticompetencia.

Conclusiones:

- ◆ Una ley de Competencia es el mejor impulso para lograr que las empresas ecuatorianas tomen el camino del desarrollo tecnológico, económico y empresarial, debido a que busca promover la competencia entre las empresas existentes en un mercado, mediante la prohibición de restricciones ilegales, la fijación de precios y los monopolios. También produce un efecto importante en las prácticas empresariales y la reestructuración del sector empresarial.
- ◆ Con una ley de competencia, en el mercado ecuatoriano se podrá escoger entre productos de calidad y a precios justos, además de las cantidades requeridas para su consumo. En general, cuando mayor es la competencia, mayor es la probabilidad de que las empresas sean eficientes (y por tanto, menores sus precios) y mayores sean las variedades o tipos de productos (tanto en cantidad como en calidad).
- ◆ El Estado, como eje rector del proceso de creación y asignación de riqueza de la economía del país, debe establecer una Ley de Competencia que regule el mercado, con el objeto de lograr empresas competitivas tanto interna como externamente.
- ◆ La competencia incentiva a los negocios a mejorar su desempeño, desarrollar nuevos productos y dar la respuesta necesaria a los gustos cambiantes de los consumidores. Mientras más grande y sólido es el mercado, el empresario y, en general, el ciudadano tienen mejores oportunidades para establecer negocios y generar empleos
- ◆ La Ley de Competencia regulará aquellos comportamientos de las firmas que tienen influencia directa en la estructura del mercado en una forma diferente a como ocurriría en condiciones de libre competencia.

- ◆ La aprobación de la Ley de Competencia en nuestro país será la base legal para prohibir acuerdos que permitan a los competidores existentes o potenciales asumir conductas anticompetitivas.
- ◆ La nueva Ley antimonopolio está dedicada a prohibir el abuso de poder en el mercado, debido a que promoverá uno, en el cual las oportunidades de los fabricantes y demandantes serán competitivas.
- ◆ El objetivo general de la ley Antimonopolio es incentivar y proteger a todo ciudadano, empresas y empresarios, conocidos como agentes económicos, que participan en sus negocios en búsqueda de competencia perfecta en el mercado. También garantizará el debido proceso de las partes, la utilidad razonable de los comerciantes y empresarios.
- ◆ Es importante que la aplicación de la ley no vaya en contra de las empresas ecuatorianas, porque entonces lo que se va a hacer es castigarlas y después, cuando llegue una multinacional, ella se va a encontrar con un banquete porque va a poder atacar a sus competidores.
- ◆ Toda ley, destinada a regular la competencia de las empresas, se justifica, en tanto en cuanto, concilie dos derechos: la libertad del inversionista para ingresar a un mercado y permanecer en él; y, la libertad del consumidor para escoger el mejor producto al mejor precio entre múltiples opciones. Pero su espíritu debe ser expresado en la norma legal con un tenor claro, sin espacios a ambigüedades pues propician discrecionalidades; y estas, el abuso.

Recomendaciones:

- ◆ Asumir un papel activo en la socialización del Proyecto de Ley de Competencia para nuestro país.
- ◆ En el Ecuador existen leyes que controlan en baja medida la competencia, pero no son suficientes o totalmente efectivas para que exista un desarrollo y un progreso de la competencia y sus beneficios dentro del mercado ecuatoriano. Por este motivo es necesario que todos los ecuatorianos exijamos que haya una ley de competencia la cual generará un incentivo en los negocios para mejorar su desempeño, desarrollar nuevos productos y lo principal es que genera una seguridad jurídica a todos los productores como consumidores para que exista una mejor relación entre ellos, y esto beneficia a la sociedad y al estado ya que la libre competencia hará que existan menores precios y generará más plazas u oportunidades de empleo por medio de el crecimiento económico.
- ◆ Participar en foros, seminarios mesas de discusión sobre la nueva Ley Antimonopolio
- ◆ Analizar de la forma más técnica, legal e imparcial el contenido de la ley Antimonopolio para conocer de una manera práctica su verdadera intencionalidad.

BIBLIOGRAFÍA

Libros:

1. Álvarez, J (1995). Dumping y competencia desleal internacional. Santiago, CL: Editorial Jurídica de Chile.
2. Alvarado F, Política de Competencia en el Ecuador, <http://www.care.org.ec/reico/politcom.htm>.
3. Baca Urbina, G (2001). Evaluación de Proyectos.- MacGraw Hill.- Cuarta Edición.- 2001.
4. Cabanellas, G (1983). Derecho antimonopólico y de defensa de la competencia. Buenos Aires, AR; Heliasta.
5. Cevallos, V (2001). Libre Competencia, derecho de consumo y contratos. Quito, EC; Editorial Jurídica del Ecuador.
6. Chakravarthy, S (2000), Competition Regimes Around de World: Monographs on Investment and Competition policy, #3 (CUTS Centro para el Comercio, la Economía y el Medio Ambiente Internacional, Jaipur, India).
7. Coloma G (2003). Defensa de la Competencia. Universidad del CEMA. Argentina 2003.
8. Dromi, R (1999). Competencia y Monopolio, Argentina, Mercosur, y OMC.- Editorial de Ciencia y Cultura.1999.
9. Dromi R (1999).- Competencia i Monopolio.- Editorial de Ciencia y Cultura.- Fundación Centro de Estudios políticos y Administrativos.- Fareso.-Argentina.- 1999.
10. De Leon, I (2001), "The enforcement of competition policy on intelectual property and its implications on economic development: the Latin American experience".
11. De Leon, I, PhD, (2010) Conferencia, Universidad del Rosario, Bogotá, Mayo 2010, Política y Derecho de la Competencia: una introducción.
12. Echeverri Uribe Andrés.- Jorge Alberto Díaz Rivera.- Juan Pablo Mick Forero (2006) Pontificia Universidad Javeriana, facultad de ciencias

jurídicas, carrera de derecho, Bogotá D.C. 2006, prácticas restrictivas de la competencia en Latinoamérica y el Caribe.

13. Evans Phillip y Pradeep S. Mehta, *Competition Policy in a Globalising and Liberalising World Economy*, (Consumer Unity and Trust Society, Calcuta, India, Briefing Paper No. 4, mayo de 1996).
14. Flores, E (2008). *Relación entre el derecho de competencia y la competencia desleal*. Quito, EC; Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador, 2008.
15. Guerrero, P (2007). *El derecho de competencia*.
16. Hamel, G (1997). *Reinventando las Bases para la Competencia*. Santafé de Bogotá.
17. Herrero, C (2006). *Los contratos vinculados en el derecho de la competencia*. Madrid, ES; La Ley, 2006.
18. Illescas, R (2003). *Derecho de Competencia: la libre competencia*. Barcelona, ES; Ariel 2003.
19. Immenga, U (2001). *El Mercado y el Derecho. Estudios de Derecho de la Competencia*. Valencia, ES; Tirant lo Blanch.
20. Intergovernmental Group of Experts on Competition Law and Policy. (2009) Geneva, 7 - 9 July 2009. *The Relationship between Competition and Industrial Policies in Promoting Economic Development*. - By Ecuador.
21. Londoño, F (1998). *Significado o no del Derecho a la Competencia*. Bogotá, CO; El Navegante editores.
22. Marcos Francisco, Profesor del Área Jurídica. Director del Observatorio de Política de la Competencia. Instituto de Empresa. Madrid.- El Autor colaboró con el Instituto de Comercio Exterior, Industria y Pesca del Ecuador como experto del Proyecto de Competencia que la UE desarrolló en la Comunidad Andina.- *Una Política de Competencia para la República del Ecuador*.
23. Márquez, F (2005). *Apuntes sobre derecho económico y derecho de la competencia*. Bogotá, CO; Universidad Externado de Colombia, 2005.

24. Martínez Medrano, G (2002), El Control de los Monopolios y Defensa de la Competencia, Ed. Lexis Nexis De Palma, Buenos Aires.
25. Martínez, P (2004). Importancia del Derecho de Competencia. Quito, EC; Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador, Universidad Externado de Colombia, 2004.
26. Miranda, A (2008). Revista de Derecho de la Competencia Vol.4 N° 4; CEDEC VIII.
27. Nihoul, P (2005). Introducción al derecho de competencia: posición de las autoridades, de los consumidores y de las empresas. Bogotá, CO; Universidad Externado de Colombia, 2005.
28. Rimoldi de Landmann, E (2000). Derecho y política de defensa de la competencia: análisis comparado. Buenos Aires, AR; La ley, 2000.
29. Usero Sánchez, M. B. Universidad de Salamanca.- Fernández Rodríguez, Z.- Universidad Carlos III de Madrid.- Diferencias en la Conducta Competitiva de Pioneros y Seguidores. Análisis en el sector de la telefonía móvil en Europa.
30. Vásquez, M (1997). El derecho de la libre competencia. Lima, PE; San Marcos.
31. Vaz, I (2000). Derecho de Competencia. Las tres vertientes del derecho de competencia. Buenos Aires, Ar; Ciudad Argentina.
32. Velilla, M (1998). Derecho de la Competencia. Bogotá, CO; El Navegante editores.
33. Witker, J (2003). Derecho de la Competencia Económica en el TLCAN. Porrua; 2003.

Leyes:

1. Ley Orgánica de Defensa del Consumidor del Ecuador (1990); Ecuador.
2. Constitución de la República del Ecuador (2008); Ecuador.
3. Ley de Defensa de la Competencia. Ley (16/1989) En: [http://www.jurisweb.com/legislacion/mercantil/Ley defensacompetencia.htm](http://www.jurisweb.com/legislacion/mercantil/Ley_defensacompetencia.htm).

Documentos:

1. Desarrollo Institucional de una Política de Competencia en Republica Dominicana.
2. UNCTAD, ORG, Legislación nacional en materia de competencia.
3. Manual de prácticas anticompetitivas, República de Bolivia.
4. Center for Competition Investment & Economic Regulation.
5. Asociación de industriales textiles del Ecuador.- Boletín mensual 06.- 12 de Julio del 2006.
6. Proyecto de Ley Orgánica de Libre Competencia Económica. 15 Octubre del 2009.

Páginas Web:

1. www.elexpreso.com.
2. www.transparenciamexicana.org.mx/documentos/Sourcebook/capitulo26.pdf.
3. www.cincodias.com/articulo/opinion/competencia-productividad-separadas.
4. www.burodeanalis.com/2011/03/23/reglas-de-la-competencia-y-monopolios-se-discute-en-dos-proyectos-de-ley/.
5. http://www.mef.gub.uy/competencia_cometidos.php#inicio.
6. <http://www.plusformacion.com/Recursos/r/Libre-Competencia-Clasificacion-Conductas-Chile#prcticasda>.
7. <http://www.revistaperspectiva.com/blog/?p=76>.
8. http://www.comunidadandina.org/competencia/competencia_int.htm.

ANEXOS

ANEXO 1

2.1. Materias que cubre el proyecto de ley orgánica de competencia económica de 2004

El proyecto presentado es muy completo, puesto que abarca varias materias. Está compuesto por nueve capítulos, y consta de 57 artículos más dos transitorios, divididos de la siguiente manera:

1. Objetivos y ámbito de aplicación.
2. Prohibición de monopolios, oligopolios y demás prácticas.
3. Fomento de la libre competencia.
4. Restricciones a la competencia económica.
5. Competencia Desleal.
6. Órganos de regulación, fomento y protección de la competencia y la competencia desleal, en cabeza el Consejo Nacional de Competencia y el Intendente Nacional de Competencia.
7. Procedimientos, infracciones, sanciones y prescripciones.
8. Definiciones de la materia en la que se mencionan los conceptos de términos muy importantes como acuerdos, monopolios, mercado relevante, entre otros, que hace que se obtenga una mayor claridad en los procesos investigativos.
9. Reformas y derogatorias.

2.2. Las autoridades encargadas de la libre competencia en Ecuador y sus principales funciones de acuerdo con el proyecto de ley orgánica de competencia económica de 2004.

El capítulo sexto del proyecto sobre órganos de regulación fomento y protección de la competencia y de la competencia desleal, establece en su artículo nº 24 que el Consejo Nacional de la Competencia (CNC) es un organismo adscrito a la Superintendencia de Compañías; allí se definen los requisitos para ser miembro (profesional, ecuatoriano, con 10 años de experiencia, y menor de 75 años) y las formas de convocatoria a reuniones del mismo. Tiene a su cargo la supervisión, investigación, vigilancia de las prácticas contrarias a la competencia económica ó que constituyan competencia desleal.

Ante él, cualquier agente económico puede acudir cuando se sienta afectado por la violación o posible violación de los derechos de competencia económica y competencia desleal. Para que se adopten medidas como supervisión, la realización de investigaciones, requerimiento de información, o finalmente las sanciones que la ley imponga.

2.2.1. Consejo Nacional de la Competencia (CNC)

El Consejo Nacional de la Competencia (CNC), cuya sede principal estará en Quito, es el principal organismo de fomento y protección de la competencia económica. Se establece que es el organismo competente para conocer de los procesos de infracciones a la ley. Este ente, tendrá como función principal, la aplicación de la ley y velar por su cumplimiento, así como la coordinación, evaluación y difusión de las políticas de defensa de la competencia, y el establecimiento de los medios que le permita operarlas o ponerlas en práctica.

Dentro de las atribuciones que contempla el artículo nº 26 están:

- a. Autorizar la investigación y calificar las conductas presuntamente anticompetitivas o desleales, y requerir información de parte de los implicados;
- b. Conocer y resolver los casos que se le presenten, y denunciar ante el Ministerio Público aquellos que constituyan delitos;
- c. Opinar sobre los programas de la administración pública en materia de competencia, sobre los proyectos de ley, reglamentos, acuerdos, circulares y actos administrativos en la materia, y sobre los tratados, acuerdos o convenios internacionales en los que Ecuador sea parte o por los que se vea afectado;
- d. Emitir normas generales en la materia;
- e. Ordenar al Intendente Nacional de Competencia el inicio de las acciones ante la Corte Superior para castigar las infracciones a la ley; y
- f. Conocer y analizar los proyectos de ley que reformen la misma ley de defensa de la competencia.

2.2.2. Intendencia Nacional de Competencia

Este es un organismo administrativo dependiente de la Superintendencia de Compañías, bajo el control del CNC, y tiene a su cargo la investigación de prácticas anticompetitivas, de competencia desleal, monopolios, y prácticas monopólicas.

Para ejercer esas facultades, la Intendencia podrá, entre otras cosas, solicitar a los particulares la exhibición de todo tipo de documentos incluyendo magnéticos, o información respecto a la organización, los negocios, la estructura de propiedad de las empresas; citar e interrogar a los investigados, representantes o asesores, o a terceras personas para adelantar el caso; realizar inspecciones a establecimientos o a libros y demás documentos

comerciales y bienes, comprobación de procesos productivos, e incluso podrá tomar fotografías o filmar para llevar el registro. Si necesita podrá hacer uso de la fuerza pública, y hasta ordenar la apertura de locales comerciales, pero contando con previa autorización judicial.

Así mismo podrá requerir a otras autoridades la información que necesite y ellos estarán obligados a prestar dicha colaboración so pena de incurrir en incumplimiento grave de sus funciones.

El texto del proyecto también ordena que la información y documentos recibidos por la autoridad de parte de los agentes económicos, sólo podrán ser utilizada para lo cual fue requerida, y si se ha presentado solicitud de dichos agentes, se les dará tratamiento de confidencialidad, salvo que por su naturaleza sean públicos. Pero eso no será obstáculo para que las autoridades basen la motivación de sus decisiones o la solicitud de pruebas en dicha información, guardando las proporciones de la reserva.

Finalmente, siguiendo con lo anteriormente mencionado, se establece que todas las personas que hayan intervenido en la investigación tendrán que mantener el secreto y la confidencialidad sobre los hechos mencionados, salvo que la información sea requerida por jueces o tribunales de la función judicial que estén conociendo de un caso específico.

2.3. Algunos aspectos del procedimiento de acuerdo con el proyecto de ley

Frente a las medidas correctivas que se deben tomar ante las prácticas restrictivas de la competencia, de abuso de posición dominante o de competencia desleal, el capítulo séptimo del proyecto legislativo contiene una estructura procedimental un poco compleja, que comienza con la iniciación del

procedimiento administrativo, que puede ser de oficio, o por denuncia de la persona agraviada con la conducta que pueda demostrar un interés directo en la investigación, quien debe ser jurídicamente capaz y e identificarse plenamente, pues no se admiten denuncias anónimas.

La petición o reclamo tiene unas formalidades instituidas por la ley, pues según el artículo 36º del proyecto, debe presentarse por escrito, ya sea por el afectado o por el Intendente Nacional de Competencia ante el CNC, identificando los detalles que rodearon la práctica anticompetitiva y los perjuicios que sufrió o puede llegar a sufrir y que sustentan su reclamo, acompañado por las pruebas que lo verifiquen; el Consejo evaluará la procedencia de la denuncia.

Como segunda medida, el Consejo Nacional de Competencia seguirá los siguientes pasos dentro de un proceso verbal sumario que establece el artículo nº 38:

- a) Emplazar al presunto responsable e informarle sobre la investigación que se adelanta, además de permitirle una copia de la denuncia.
- b) El investigado tendrá 45 días para ejercer su derecho de defensa y presentar o solicitar las pruebas necesarias. En el caso de los monopolios y oligopolios, ellos deberán probar su misma legitimidad. (Art. 40º)
- c) Se tienen 30 días para exposición o análisis verbales o escritos.
- d) La autoridad tendrá 30 días para determinar si la denuncia es lo suficientemente fuerte como para ir ante la Corte Superior.
- e) El Consejo puede suspender la investigación solo una vez, y si no se acata se hará merecedor de sanciones penales.

La Corte Superior competente es la del domicilio del demandado o del domicilio principal si es una sociedad, y si ésta está en el exterior, será competente la Corte Superior de Quito. (Art. 41º) Las acciones a tomar serán dictadas por las salas civil y mercantil de las Cortes Superiores. (Art. 37º)

El Intendente podrá solicitarle a la Corte Superior la toma de medidas cautelares, de trámite preferente (se adoptan en 24 horas), siempre que haya indicios claros de la realización de la práctica anticompetitiva, tales como la orden de cese de la conducta, el restablecimiento de las cosas a su estado anterior y otras. Estas podrán suspenderse, modificarse o revocarse por la misma Corte. (Art. Nº 43º)

La decisión tomada será publicada en la gaceta oficial, o en un diario de circulación nacional si se considera necesario, y contra ella solo procede el Recurso de Casación.

Contra los actos administrativos proferidos por el Consejo Nacional de Competencia o por el Intendente no procederán los recursos por vía administrativa.

Las acciones para los denunciantes prescriben en 3 años desde la comisión de la infracción, y para las autoridades, la facultad de investigación caduca en 3 años.

2.4. Las sanciones aplicables por infracciones a las normas sobre libre competencia de acuerdo con el proyecto de ley

Frente a las prácticas restrictivas de la competencia, el capítulo séptimo del proyecto normativo nos establece todo el régimen sancionatorio que se debe

imponer ante las infracciones de la norma, si se llegan a comprobar las restricciones a la competencia, abuso de posición dominante o actos de competencia desleal, sanciones que deberán ser impuestas por la Corte Superior competente, y con todo el peso de la ley si hay reincidencia. Ellas son:

1. Disponer el cese inmediato y definitivo de las prácticas anticompetitivas.
2. Multa de hasta el 100% de la ganancia obtenida por el infractor por haber incurrido en una de las prácticas prohibidas, o por haber dado declaraciones falsas o informes con documentos falsos.
3. Para los casos en que la conducta del agente económico sea reincidente en la falta, el proyecto normativo consagra una sanción de gran peso económico, pues hace que se duplique el valor de la multa impuesta.