

ECONOMÍA Y LIBRE COMPETENCIA

MINISTERIO DE ECONOMIA

Dirección de Promoción de la Competencia

2006
Segunda Impresión

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

La competencia no es un problema teórico, es algo concreto, algo de la vida económica cotidiana	1
El Club de los Lombardos	1
Una conducta a propósito	2
No es necesario tener un monopolio para funcionar como un monopolio	2
La compra exclusiva como una forma de los acuerdos verticales	5
El abuso de la posición dominante	5
La concentración económica y el abuso de poder de dominio	6
Globalización y carteles internacionales	8
Globalización y alianzas, cada vez más cerca	9
Características del desempeño de la economía nacional en materia de competencia	10
Mercados protegidos en la economía colonial	10
El monopolio comercial	10
Una industria basada en privilegios	11
Las políticas de competencia	12
El desarrollo económico se basa en el adecuado funcionamiento de mercados	12
Necesidad de establecer políticas de competencia	13
¿Es necesaria una Ley de Competencia?	14
¿Cómo se resuelve el problema de la asignación de los recursos económicos?	14
¿Para qué sirven los precios?	14
¿Competencia perfecta o competencia imperfecta?	15
La eficiencia, una de las metas de la ley	15
¿Qué elementos son indispensables en una Ley de Competencia?	16
Carteles intrínsecamente nocivos	16
Acuerdos entre no competidores	16
Prácticas abusivas	17
Fusiones y adquisiciones	17
Desregulación y eliminación de obstáculos a la competencia	17

¿Para qué se incluye en la ley la abogacía de la competencia?	17
La competencia en la legislación vigente	18
Interacción entre comercio internacional y la competencia	20
GLOSARIO	25
BIBLIOGRAFÍA	31

INTRODUCCIÓN

En el último cuarto de siglo pasado, se verificaron importantes cambios en la economía, tanto nacional como mundial, se dio una apertura de los mercados, solo comparable con la que se observó entre fines del siglo XIX y la crisis de los años treinta. La privatización de los servicios públicos y la venta de activos del Estado, crearon condiciones para el funcionamiento de una economía de mercado, la cual no pudo dar todos sus frutos, muchas veces por la falta de regulaciones económicas que eliminasen la mayor parte de las distorsiones presentes en los mercados. Pronto se hizo manifiesta la gran necesidad de proteger la competencia, tanto en aquellas economías desarrolladas, donde los mercados juegan un papel crucial para el desarrollo de nuevos productos y procesos productivos; como en las economías poco desarrolladas en donde la necesidad fundamental descubierta era la de promover la competencia, con el objetivo de acrecentar la eficiencia económica y proteger los intereses de los consumidores.

Cada vez es más patente la necesidad de promover, no sólo la competencia, sino además, todos los elementos de una cultura de la competencia que propicie reformas en las costumbres, y la ética económica, con el fin de que los agentes económicos se compenetren de la importancia de las soluciones de mercado, y de los incrementos al bienestar total de la economía.

Este material se ha preparado con el objetivo de iniciar una provechosa discusión, que toque los principales tópicos de la competencia y su papel beneficioso sobre la economía, sus principales dificultades, y algunos de los aspectos que deberán tomarse en cuenta para corregir las fallas de mercado. Se incluye también, en forma introductoria, la discusión de las políticas de competencia, con el fin de animar el análisis y la crítica de dichas políticas. De su correcto planteamiento, y de su aplicación con vistas en los intereses generales de la economía del país, dependerá un mejor clima para el funcionamiento de las empresas que actúan en el país y un mayor nivel de bienestar para los consumidores guatemaltecos.

La competencia no es un problema teórico, es algo concreto, algo de la vida económica cotidiana

El Club de los Lombardos.

El 11 de junio de 2002, la Comisión de la Unión Europea¹ impuso una multa de aproximadamente US\$124.0 millones a ocho bancos austríacos por su participación en un **cartel de precios**². Los presidentes de dichos bancos se venían reuniendo cada mes, desde antes de 1994, para fijar los precios sobre los depósitos de plazo fijo, los préstamos y otras tasas de interés, en perjuicio de los negocios y los consumidores austríacos. Este cartel denominado “Club de los Lombardos” abarcaba totalmente el territorio austríaco “hasta la más pequeña aldea”.

La Comisión realizó varias inspecciones sorpresivas en las instalaciones de los bancos durante junio de 1998, poniendo fin a esa conducta de cartel. El Comisionado de Competencia Europeo Mario Monti declaró que: “... *mantener la competencia en el sector bancario es particularmente crucial, considerando la importancia de dicho sector para los consumidores, negocios y para la asignación eficiente de los recursos en la economía como un todo*”.

Los cientos de documentos encontrados, pusieron al descubierto una red de comités de cartel³, los cuales cubrían la totalidad del país, y todos los productos y servicios financieros también, así como la publicidad, o más bien, la falta de la misma. La importancia del cartel para el Club de los Lombardos, de acuerdo a uno de los anfitriones de una de las sesiones ilegales, según sus propias palabras, se desprendía del hecho que: “...*el intercambio de experiencias entre los bancos, en relación con las tasas de interés ha probado en forma repetida ser un medio para evitar la competencia de precios descontrolada*”.

¹ Uno de los miembros de la Comisión de la Unión Europea, es el Comisionado Europeo de Competencia, encargado de hacer cumplir las leyes relacionadas con las prácticas competitivas de las empresas, las cuales se basan en los Artículos 85 y 86 del Tratado de Roma, por el cual se estableció la Comunidad Económica Europea el 25 de marzo de 1957.

² Ver significado del término en el glosario al final.

³ Este tipo de acuerdos con base a la legislación europea totalmente ilegal.

Una conducta a propósito.

Los documentos incautados mostraron también que los bancos estaban al tanto de las implicaciones en contra de la competencia de su conducta y por tanto de su ilegalidad. Por ejemplo, un participante en la reunión sugirió que, como precaución, en el futuro, *“no se llevarán minutas de dichas reuniones”*. El departamento jurídico de un banco fue consultado también, sobre la materia, y recomendó la *“destrucción de todos los registros existentes”*.

Y es que, generalmente, a los competidores oferentes no les gusta la competencia, de manera que si pudieran, preferirían actuar como monopolios.

No es necesario tener un monopolio para funcionar como un monopolio.

Muchas veces, aún sin existir un monopolio concreto, los proveedores de un bien o servicio, se ponen de acuerdo para no competir; como resultado, los involucrados en dicho acuerdo funcionan como un monopolio. Pueden fijar un precio alto por el bien o servicio que ofrecen en el mercado, o pueden reducir los niveles de producción, o se dividen el mercado, ya sea repartiéndose los clientes o los territorios, creando de esa manera un pequeño monopolio para cada uno de los participantes; en otras ocasiones, pueden ponerse de acuerdo en relación con una licitación pública o privada, por ejemplo en las compras del Estado, influyendo maliciosamente en el resultado de dicha licitación.

Las consecuencias de una práctica de cartel son las mismas que una práctica monopólica: los precios que los compradores pagan son más altos, algunos compradores no tienen acceso al bien o servicio, la asignación de los recursos económicos se vuelve ineficiente, y sólo saldrán ganando los participantes de este acuerdo de cartel, sin que se provea a la economía de ningún beneficio que compense las pérdidas ocasionadas. Debido a lo anterior, los carteles son considerados nocivos intrínsecamente, porque no presentan ningún beneficio económico para la sociedad y en la mayoría de países son perseguidos por la ley, sin ninguna atenuante, como muestra el caso del cartel de bancos ya señalado.

Siempre es deseable que exista competencia en los mercados, pero algunas veces los competidores se ponen de acuerdo para no competir, los acuerdos entre competidores suelen llamarse *acuerdos horizontales*, porque se realizan en la misma industria y en el mismo nivel de la cadena de valor, o nivel del proceso de producción y distribución.

Si bien no todos los acuerdos horizontales constituyen un cartel, es importante entender por qué se forman tales acuerdos. Algunos de ellos se forman porque facilitan la formación de carteles, por ejemplo; cuando los participantes restringen la competencia para llevar una “vida tranquila” con los otros participantes; algunos otros acuerdos buscan expulsar a otros competidores, o colocarlos en desventaja; otros acuerdos permiten a las empresas tomar medidas que no tienen sentido para un solo productor, pero que tienen sentido para toda la industria, por ejemplo, que los productores de café decidan apoyar una campaña publicitaria para que los consumidores nacionales beban café de mejor calidad; otros acuerdos permiten a las empresas sacar ventaja de las fortalezas de otras, en forma recíproca, fortaleciendo por tanto la competencia en el mercado, estos últimos son llamados a menudo: *empresas conjuntas*. Como puede verse, no todos los acuerdos horizontales son tan nocivos como los acuerdos de cartel, algunos incluso, son beneficiosos para la competencia.

El estudio de las conductas anticompetitivas se complica por el hecho que algunas prácticas comerciales pueden tener una justificación razonable desde el punto de vista comercial, aún si hay limitación de la competencia. Por ejemplo, un acuerdo entre manufactureros para adoptar especificaciones que requieran la utilización de materiales resistentes al fuego para la elaboración de ciertos productos. El conjunto de especificaciones puede ser llamado un estándar. Un acuerdo para la adopción de un estándar es restrictivo: los fabricantes ven limitada su capacidad para usar otros materiales, y ellos, por su parte, limitan la libertad del consumidor para escoger. Sin embargo, el acuerdo para adoptar un estándar puede beneficiar a los consumidores ya que les provee de mayor seguridad.

¿Qué pasaría si los fabricantes no utilizaran un estándar uniforme para los tomacorrientes y los enchufes? Probablemente habría incompatibilidades entre las partes producidas por diferentes fabricantes. No obstante, debido al estándar, las partes fabricadas por diferentes compañías se hacen intercambiables, la competencia en la fabricación de partes se incrementa, y los precios bajan.

Un acuerdo entre agentes económicos, es llamado **acuerdo vertical**, cuando se da entre dos empresas en diferentes niveles del proceso de producción o distribución. Por ejemplo un acuerdo entre un fabricante y un distribuidor es un acuerdo vertical. De igual forma, un acuerdo entre un mayorista y un vendedor al detalle, o el acuerdo entre un fabricante y el proveedor de una de sus materias primas o productos semi-acabados. Los motivos que llevan a algunas empresas a adoptar acuerdos verticales, a menudo son para mejor competir, en términos generales, buscan: a) hacer que las empresas que se encuentran **aguas abajo**, sean más eficientes para vender o distribuir el producto; b) hacer que las empresas **aguas arriba** sean mejores en la manufactura de insumos del producto; y c) hacer que la vida de los competidores de la empresa sea más difícil. Sólo el tercer motivo representa un potencial problema de competencia en el mercado.

Muchas prácticas que limitan la competencia pueden tener una justificación comercial razonable. En 1995 un microempresario, productor de refrescos, se quejó, ante la Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia⁴, que Hipinto, S.A. embotelladora perteneciente a uno de los dos grupos financieros más grandes en la ciudad de Bucaramanga, “*utiliza un contrato con cláusulas de compra exclusiva*”, en este contrato, *el proveedor se obliga a cambio de un precio, a cumplir en favor del adquiriente (en este caso un colegio), una prestación periódica de los bienes que aquel produce y/o distribuye, en un plantel educativo y a su vez, el adquiriente, se obliga para con el proveedor, a no obtener en dicho plantel prestaciones de la misma naturaleza provenientes de terceros durante un período determinado*. En consecuencia, durante el plazo acordado, el adquiriente no podía, obtener ni expender en el plantel productos que implicaran competencia respecto de los que produce y/o distribuye.

La compra exclusiva como una forma de los acuerdos verticales.

⁴ Por medio de la Ley 155 de 1959, se dictan en Colombia las primeras disposiciones sobre prácticas comerciales restrictivas. Por medio del Decreto 2153 de 1992, se reestructura la Superintendencia de Industria y Comercio, encargándosele velar por la observancia de las disposiciones sobre promoción de la competencia.

Según las consideraciones de la Superintendencia, *“La compra exclusiva puede ser permitida en contratos en los cuales una parte se comprometa respecto a la otra a suministrarle en exclusiva determinados productos con el objeto de revenderlos en una zona definida, teniendo la obligación el revendedor de no **distribuir** productos competidores de los mencionados en el contrato y de **comprar** sólo los productos incluidos para su reventa, únicamente a la otra parte, siempre y cuando no sean contrarios a la libre competencia. Así mismo deben redundar en beneficios tales como reducción de costos de distribución para el proveedor, una mayor organización en la planificación de sus ventas y garantía al revendedor de un abastecimiento regular a menor precio.* En particular, en el sector de las bebidas gaseosas se aceptan las cláusulas que imponen al revendedor como obligación la compra exclusiva, para aquellas bebidas que se entreguen en cantidades e intervalos suficientemente cortos y a precios y condiciones que permitan una reventa normal a los consumidores, siempre que de acuerdo con la naturaleza, el volumen y la duración de las prestaciones que hayan de realizar las partes en el Acuerdo contengan ventajas para los consumidores.

Al analizar el caso en particular, la Superintendencia, concluyó que el acuerdo es un contrato con cláusulas de compra exclusiva que se ajustan a las consideraciones anteriores. La Superintendencia decidió no abrir investigación y archivar la queja.

El abuso de la posición dominante.

En la mayor parte de los países, tener una posición de monopolio en el mercado no es ilegal. Lo que es ilegal es mantener el monopolio o tratar de crear uno, por medio de tácticas que en forma no razonable expulsen a otras empresas del mercado, o que de manera significativa se impida la capacidad que tienen estas para competir. Una sola empresa puede tratar de mantener o crear ilícitamente un monopolio por medio de acciones unilaterales o se puede tratar de lograr por medio del trabajo coordinado de un grupo de empresas.

Una queja común es que las empresas tratan de monopolizar un mercado a través de una depredación de precios, o sea, fijar precios por debajo del costo. Ello permite expulsar del mercado a las empresas pequeñas que no pueden competir a tales precios.

Aunque muchas veces, los precios bajos que un minorista grande ofrezca pueden reflejar las eficiencias provenientes de distribuir los costos generales entre volúmenes de ventas mayores.

En septiembre de 1995, la Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia ordenó abrir una investigación para determinar si Sociedad Fonandes productora de fósforos estaba violando la prohibición de prácticas “tendientes a limitar la libre competencia”. La conducta investigada era la utilización de un sistema de venta denominado 2X1, consistente en distribuir, libre de costo, una caja de fósforos por cada caja comprada, con precios irrisorios o predatorios⁵.

La investigación reveló que Fonandes, S.A., *“tiene una estructura menor de costos en comparación con la que tenían sus competidores hoy desaparecidos, debido especialmente a su avanzada tecnología, la cual le permite producir con menores costos totales...”* *“Es así, como aprovechando la ventaja competitiva que le da el hecho de poseer una estructura de costos de producción, acude a promociones sin que constituya venta por debajo de los costos de producción, y sin incurrir en ventas a precios irrisorios o predatorios”*.

La Superintendencia opinó que *“el mercado de fósforos en Colombia se reorganiza como consecuencia de los niveles de competitividad de las empresas participantes en el mismo, pero no es un efecto que sea atribuible a las prácticas restrictivas a la libre competencia”*. En tal sentido, resolvió terminar la investigación, sin imponer sanción alguna⁶.

La concentración económica y el abuso de poder de dominio.

Para poder competir mejor en los tiempos actuales, las empresas, muchas veces, deben cooperar entre sí. Ello se puede hacer de varias maneras; pueden acordar una alianza estratégica, pueden concentrarse por medio de una adquisición, cuando una empresa compra los activos de otra; y pueden fusionarse, cuando dos empresas diferentes se convierten en una sola o cuando dos empresas diferentes

⁵ La fijación de precios predatorios es la práctica de una empresa dominante consistente en vender sus productos a precios tan bajos que llevan a sus competidores fuera del mercado, estableciendo exitosamente un monopolio.

⁶ Es importante destacar que la finalidad de una ley de competencia es proteger la competencia en los mercados, y no a los competidores, de tal forma que los competidores ineficientes no tienen garantizada su estadía en el mercado de que se trate.

se fusionan y forman una nueva. El caso de concentración puede ser preocupante, cuando como resultado de dicha concentración (sea por medio de adquisición o de fusión), la nueva empresa llegue a contar con un dominio en el mercado tan grande, que pueda abusar de su condición, reduciendo la competencia mediante prácticas de bloqueo a la entrada o a la permanencia de competidores en el mercado de que se trate.

En muchos países que tienen leyes de competencia, están prohibidos los actos de concentración económica, cuando por medio de estos, se disminuye o impide la libre competencia. Las agencias estatales de competencia, en la aplicación de la ley, deben asegurarse primero que la concentración pueda aumentar en forma sustancial la capacidad de la empresa resultante para ejercitar la posición de dominio y que esta posición dominante pueda reducir la competencia en un mercado dominado por muy pocas empresas. Si estos extremos son comprobados, la agencia de competencia puede vetar la concentración.

A principios del siglo XX, dos grandes empresas de ferrocarril de EE.UU., la Great Railway Company y la Northern Pacific Railway Company, poseían, controlaban y operaban en forma separada las dos principales líneas de ferrocarril. Las dos principales líneas y sus ramales, de cerca de 9000 millas de longitud, competían y aun hoy, compiten en forma paralela a través del continente, a lo largo de la franja norteña de los estados entre los Grandes Lagos y el Océano Pacífico. Las dos empresas se encontraban ocupadas en una activa competencia por el tráfico de carga y de pasajeros.

En 1901, James J. Hill y los socios accionistas de la Great Northern Railway Company, y J.P. Morgan y los socios accionistas de la Northern Pacific Railway Company, acordaron unirse para formar una sociedad tenedora de acciones (holding corporation), que tendría el nombre de Northern Securities Company, a la cual se le trasladarían las acciones o la cartera de control de cada una de las compañías ferroviarias, con poder de parte de la sociedad tenedora de acciones para votar sobre las acciones y para actuar en todos los respectos como propietario de ahí en adelante, y para hacer lo que fuere considerado necesario a favor de tales compañías ferroviarias o para mejorar el valor de sus acciones.

Con este arreglo, necesariamente la sociedad tenedora de acciones dominaría la

situación, en el más completo sentido del término, en interés de aquellos que eran accionistas de las dos compañías. Necesariamente también, las compañías bajo dicha unión, cesarían de estar ocupadas en una competencia activa y se convertirían, prácticamente en una poderosa corporación consolidada. Aquellos que eran accionistas de la Great Northern y Northern Pacific y se convirtieron en accionistas de la sociedad tenedora de acciones, estaban ahora interesados en evitar toda competencia entre las dos líneas, y los accionistas o propietarios de certificados de acciones en la sociedad tenedora de acciones, verían que no se tolerase ninguna competencia, se asegurarían que ninguna persona escogida como miembro del cuerpo de directores de la sociedad tenedora de acciones permitiera la competencia entre las dos compañías. La unión de las dos compañías suprimía cierta y efectivamente la libre competencia entre las dos empresas, constituyéndose en una amenaza a la libertad de comercio, despojando al público de las ventajas que vienen aparejadas con la libre competencia. La unión de las dos empresas fue declarada ilegal y se ordenó que la misma terminara⁷.

Globalización y carteles internacionales.

Las prácticas anticompetitivas no se reducen a los ámbitos locales, a falta de una adecuada vigilancia internacional, las peores prácticas restrictivas comerciales prosperan en el comercio mundial, con muy graves daños ocasionados a las economías de los países en vías de desarrollo. Un estudio presentado en un congreso sobre carteles internacionales, mostró que solo el efecto de 16 carteles operando en países en desarrollo, generó importaciones por US\$ 81 billones, las cuales afectaban industrias que formaban parte de conspiraciones para la fijación de precios.

Prácticamente cada uno de los mayores productores de electrodos de grafito a nivel mundial, se declaró culpable de participar en un cartel que duro cinco años (1992-1997), el cual fijó los precios hasta el momento mismo en que fueron ejecutadas las órdenes de aprehensión en EE.UU. Hasta la fecha, solo en EE.UU. seis empresas fueron condenadas a pagar multas que exceden los US\$ 300 millones. Tres individuos fueron declarados culpables y sentenciados a pagar multas hasta US\$ 10.0 millones y purgar penas de prisión entre 9 y 15 meses.

⁷ Estados Unidos posee una legislación de competencia desde 1890: "The Sherman Antitrust Act. Actualmente existen cuatro cuerpos legales, la Ley Sherman, la Ley Clayton, la Ley Robinson-Patman, y la ley de fusiones Celler-Kefauver.

El cartel afectó más de US\$ 1.7 billones sólo en EE.UU. y aumentó los precios de los electrodos en el mercado estadounidense de US\$0.95 por libra en 1992 a US\$ 1.56 por libra en 1997, un incremento de más del 60%. El mercado norteamericano está estimado entre una cuarta a una tercera parte de las ventas mundiales de electrodos de grafito. Sugiriendo que el cartel afectó entre US\$ 5-7 billones en ventas a nivel mundial. En todo el mundo, el cartel resultó en un incremento de precios de aproximadamente US\$2,000 a US\$ 3,200-3,500 por tonelada métrica.

Globalización y alianzas, cada vez más cerca.

La economía tiende cada día más a incrementar la interrelación entre comercio y competencia. Por ejemplo, el sector de líneas aéreas demuestra el avance de la globalización de la economía, así como de la necesidad de la regulación de la competencia a fin que los consumidores no salgan perdiendo al final. En septiembre de 2001, la Comisión Europea de Competencia multó a las empresas danesas SAS y Maersk Air por operar por medio de un acuerdo secreto para dividirse el mercado en rutas entre Copenhague y Estocolmo.

Las alianzas entre líneas aéreas se están convirtiendo en la norma en el mercado de transporte aéreo, debido a la política de desregulación que sigue la mayoría de países, y por la necesidad de recortar los costos de operación. Estas alianzas pueden conceder beneficios para los consumidores especialmente en vuelos transatlánticos o distancias largas, en términos de más y mejores servicios con pasajes más baratos.

Las alianzas de empresas a nivel internacional, son cada vez más comunes, por ejemplo en el mercado de la cerveza. En el 2002 se anunció la adquisición de la Cervecería Nacional de Panamá por el Grupo Santo Domingo de Colombia, con efectos en el mercado panameño. En Honduras, la South African Breweries que es la quinta compañía cervecera a nivel mundial y el grupo Agrisal, que es propietario de la embotelladora Coca Cola y la Cervecería la Constancia, compraron la embotelladora Coca Cola de Honduras y la cervecería de dicho país, se realizó una inversión de US\$ 537 millones, con efectos en los mercados hondureño y salvadoreño de refrescos, cerveza y empaques. En Guatemala la Embotelladora CabCorp se unió con AmBev, la cuarta empresa cervecera del mundo, afectando los mercados de la región centroamericana de cervezas, refrescos, productos de plástico y tiendas de conveniencia.

En algunos casos, la entrada de competidores al mercado, tendrá efectos beneficiosos para los consumidores, especialmente en aquellas situaciones en las cuales los productores son a la vez importadores de los productos, en otros, sin embargo, la concentración a nivel internacional, podrá tener como efecto un incremento de la posibilidad de que nuevos actores grandes puedan abusar de su posición y sacar del mercado a competidores ya existentes.

Características del desempeño de la economía nacional en materia de competencia

Mercados protegidos en la economía colonial

Desde el período colonial, los monopolios y los privilegios han sido normales en el funcionamiento de los mercados locales. Tradicionalmente el Estado ha protegido las industrias y las actividades comerciales. En la época colonial y aún en los primeros años de vida independiente del país, se establecieron estancos, que eran monopolios sobre bienes cuya comercialización se otorgaba a aquellos que se avenían al pago de una suma entregada como compensación a la administración pública, así por ejemplo, existían estancos sobre la pólvora, los naipes y el tabaco.

El monopolio comercial.

El monopolio regía también en materia de comercio exterior, los productores locales no podían exportar libremente sus mercancías, especialmente tintes, viéndose obligados a venderlos a aquellos exportadores que teniendo relación comercial con las casas comerciales de la metrópoli, controlaban totalmente los embarques de mercancías.

Incluso las actividades de la industria artesanal requerían de permisos especiales, pues la entrada a dichas industrias estaba controlada por las organizaciones gremiales que protegían los intereses de sus asociados, dificultando la participación de quienes no pertenecían al gremio.

La protección de la industria artesanal por parte de los gremios, especialmente de tejedores, alfareros y ceramistas y por otra parte, la importación y el contrabando, significaron la desaparición de ambas industrias. A fines del siglo XVIII, cuando se importaron bienes del extranjero, particularmente manufacturas inglesas, muchas veces ingresadas en forma ilegal, los productos artesanales no pudieron competir con las manufacturas importadas.

Una industria basada en privilegios.

A fines del siglo XIX, todavía se solicitaban autorizaciones especiales y el privilegio de monopolios para actividades tales como la producción de aguardientes, cerveza, jabones y textiles. Ocasionalmente una falta de concurrencia de competidores en los mercados protegidos.

La estrechez de los mercados derivada de una economía poco monetizada dio como resultado, incluso, en pleno siglo XX, una economía con poca diversificación de bienes y servicios, en donde la competencia ha constituido una práctica poco común.

A partir de la década de los años ochenta se han dado importantes transformaciones como consecuencia de la apertura a los mercados externos; la reducción de aranceles y las facilidades para la inversión directa externa lo que significa el ingreso de productos y servicios del exterior y de capitales, que pueden suponer una amenaza para los competidores nacionales, en caso que los nuevos entrantes abusen de su tamaño o establezcan una posición de dominio en el mercado correspondiente, ya que no existe una adecuada protección de la competencia.

Otras reformas económicas importantes han obligado a la privatización de los servicios públicos. Estos servicios prestados anteriormente por empresas de propiedad estatal, disfrutaban de una posición monopólica. La regulación de los mercados donde éstas operaban no estuvo a la altura necesaria para atajar las prácticas monopólicas de las nuevas entidades privadas, de tal forma que los mercados manifiestan una débil práctica competitiva con costos para los consumidores y con obstáculos para aquellos competidores dispuestos a entrar a dichos mercados.

Actualmente, dados el relativo pequeño tamaño de la economía, y las numerosas regulaciones existentes, los mercados locales siguen mostrando poca actividad competitiva. En aquellas industrias en las que los precios no son fijados o sugeridos por parte de distribuidores mayoristas, los precios tienden a seguir un acuerdo sobreentendido, que permite una posición cómoda a los oferentes y una falta de opciones a los consumidores. Puede decirse por lo tanto que la característica destacada de los mercados nacionales es la presencia generalizada de monopolios, oligopolios y mercados cartelizados.

Las políticas de competencia

El desarrollo económico se basa en el adecuado funcionamiento de mercados.

Los países en desarrollo se caracterizan por poseer mercados no desarrollados, es común la existencia de carteles y monopolios en industrias importantes en la economía, la nueva forma de enfrentar el reto del desarrollo económico se basa en el funcionamiento de mercados en los cuales sean asignados en forma adecuada los escasos **factores productivos** (tierra, capital, capacidad empresarial y trabajo), pero antes se necesita resolver los problemas que conlleva la edificación de una economía de mercado eficiente.

Para que los mercados funcionen con un mínimo de defectos, se debe eliminar de los mismos todas las distorsiones que impiden la ejecución de las principales tareas de un mercado que consisten en asignar los factores de producción, y proporcionar la información para que los agentes tomen decisiones. Para ello, los gobiernos deben orientar el desarrollo de instituciones⁸ que favorezcan el desarrollo económico.

Se espera que las instituciones (leyes, normas, costumbres y usos, valores culturales y éticos, etc.), si son diseñadas correctamente, ayuden a intensificar la

⁸ En el sentido más amplio del término, las instituciones son el conjunto de reglas que articulan y organizan las interacciones económicas, sociales y políticas entre los individuos y los grupos sociales. Las instituciones son construcciones históricas que, a lo largo de su evolución (origen, estabilización y cambio) los individuos erigen expresamente. José Ayala Espino. Instituciones y Economía. Fondo de Cultura Económica. México, 1,999. Página 63.

competencia en los mercados, ofreciendo incentivos para que los productores y distribuidores se desempeñen mejor, por medio de precios competitivos, mejores calidades y nuevos productos a los consumidores y eliminando los obstáculos a la libre entrada y salida de los mercados, disciplinados por el acicate de la competencia.

Necesidad de establecer políticas de competencia.

Una de las soluciones encontradas es establecer **políticas de competencia**. Estas constituyen un conjunto de acciones y disposiciones, por medio de las cuales, los gobiernos aseguran que los mercados funcionen en forma eficiente, de manera competitiva y en defensa de los intereses de los consumidores.

Estas políticas incluyen leyes y políticas particulares que tratan de enfrentar las prácticas contrarias a la competencia que llevan a cabo algunas empresas, tales como los carteles, el abuso de una posición de dominio en el mercado, la concentración económica y las restricciones verticales.

La política y la ley de competencia se basan, principalmente, en una presunción justificada en favor del papel que juegan los mercados competitivos como instrumentos para realizar las metas mencionadas.

La política de competencia ha sido impulsada en muchos países, con distintos objetivos, durante los pasados cien años, ciertos temas principales se destacan entre los demás. El más común de los objetivos es el mantener el proceso competitivo o de libre competencia. Se han tomado en cuenta otros objetivos asociados con la promoción o defensa de la libre competencia teniendo entre ellos: la libertad de comercio, la libertad de opción, y el acceso a los mercados.

En algunos países, como Alemania, la libertad de la acción individual es considerada como el equivalente económico de un sistema de democracia constitucional. En Francia el énfasis se pone sobre la política de competencia como medio de asegurar la libertad económica, o sea la libertad de competencia.

Durante las pasadas dos décadas, el papel de la política de competencia se ha extendido en forma significativa hasta incluir la reducción de las distorsiones ocasionadas por la intervención del gobierno en los mercados (acciones conocidas como abogacía de la competencia); con ello se busca mejorar las

condiciones de acceso y apertura de mercados mediante la reducción de las barreras a la entrada de competidores reales o potenciales⁹.

¿Es necesaria una Ley de Competencia?

¿Cómo se resuelve el problema de la asignación de los recursos económicos?

Uno de los principales problemas que debe resolver la economía es, la asignación de los recursos; la sociedad tiene que decidir cómo distribuir los recursos escasos, para producir aquellos bienes y servicios que considera más importantes. La humanidad ha resuelto dicho problema, de varias maneras, pero al parecer se ha impuesto, finalmente, el sistema de mercado.

El funcionamiento del modelo de mercado, es aparentemente sencillo. Se parte de la existencia de un mercado competitivo al cual acuden productores, trabajadores y consumidores, quienes tratando de obtener la máxima satisfacción de sus objetivos, generan mediante el intercambio, los precios en que se intercambian los bienes y servicios de que dispone la economía.

¿Para qué sirven los precios?

Los precios son las señales que determinan cómo se distribuyen los recursos escasos en la economía. Los consumidores muestran de esta manera sus preferencias por una serie de bienes y servicios; manifiestan, por así decirlo, su disposición a pagar por ellos. Las empresas captan esta información y tomándola en cuenta, organizan la producción. Y la competencia que se libra entre empresas, así como entre los consumidores y entre los propietarios de los recursos, garantiza en principio un resultado óptimo.

⁹ Ver: A framework for the Design and implementation of competition law and policy. The World Bank, OECD, 1998, página 2.

¿Competencia perfecta o competencia imperfecta?

Pero lo que caracteriza al funcionamiento del sistema de mercado no es la **competencia perfecta**, sino una variedad de formas de **competencia imperfecta**¹⁰. Por tal razón los mercados de bienes, servicios y factores productivos, presentan estructuras de **monopolios, oligopolios y monopsonios**; rigideces en los mercados de trabajo y capital; así también intervenciones del gobierno a través de impuestos, subsidios, controles de precios, etc.

Las políticas de competencia buscan corregir estas imperfecciones de mercado. Uno de sus principales instrumentos es la ley de competencia. El principal propósito de una ley de competencia es mejorar la eficiencia económica, y de esa forma, que los consumidores puedan disfrutar de precios más bajos, un aumento de las opciones y un mejoramiento en la calidad de los productos. La competencia sostenida es la fuerza que lleva a las empresas a ser eficientes y a trasladar esos beneficios a los consumidores.

La eficiencia, una de las metas de la ley

Una de las principales metas de una Ley de Competencia es incrementar la eficiencia económica¹¹, tanto en el corto plazo, es decir, una asignación adecuada de los recursos en toda la economía, y a nivel de empresa, una estructura de costos bajos; como en el largo plazo, es decir, cuando existe un flujo constante de nuevos productos, procesos y esquemas de distribución.

La búsqueda de la eficiencia económica puede, en algunas situaciones, dar lugar a mayores **excedentes del consumidor y del productor** como resultado de más

¹⁰ Una explicación clara se puede encontrar en: Valoración Económica de la Calidad Ambiental. Azqueta Oyarzum, Diego. McGraw Hill, España 1996.

¹¹ La eficiencia es una noción referida a obtener lo más que se pueda de los recursos existentes, su objetivo económico es minimizar el desperdicio.

altos niveles de producción a los mismos o a más bajos precios. Estas circunstancias pueden rendir mayores beneficios para los negocios.

Se puede dar un conflicto si el excedente del productor aumenta a expensas del excedente del consumidor, aún si el excedente total (el bienestar económico) de la sociedad como un todo aumenta. En tal caso, generalmente, la política de competencia asignaría una mayor importancia al excedente del consumidor.

¿Qué elementos son indispensables en una Ley de Competencia?

Carteles intrínsecamente nocivos.

Entre las finalidades más importantes de la ley se encuentra el combate a los **carteles y monopolios**. Los carteles son aquellas prácticas que elevan el costo de los insumos para los negocios y los precios de los bienes y servicios de consumo final de forma no razonable, reduciendo también el bienestar del consumidor.

Acuerdos entre no competidores.

Otra conducta regulada por las leyes de competencia, denominada **restricciones o acuerdos verticales** de mercado, comprende aquellos arreglos contractuales entre empresas a diferentes niveles de la cadena de producción, los cuales son en orden descendente: el nivel de producción, la distribución mayorista y el nivel de venta al detalle. Los acuerdos verticales son benignos a menudo, pero si existe una concentración significativa de los participantes en el mercado, junto a otros factores influyentes, pueden restringir viciosamente la competencia. A diferencia de las conductas de cartel que usualmente son prohibidas por ser nocivas intrínsecamente, los acuerdos verticales se evalúan por medio de un método de caso por caso, conocido como *regla de razón*.

Prácticas abusivas.

Dentro de las prácticas monopólicas que reprime una ley de competencia se encuentra, también, **el abuso de una posición de dominio** o monopolización. Se refiere a aquellas prácticas excluyentes y otras prácticas abusivas en las que se involucra una empresa que ya disfruta de una *posición de dominio*, es decir, la capacidad de esta misma para influir en el mercado, sin que la conducta de otros agentes en el mismo mercado influyan en su propia conducta.

Fusiones y Adquisiciones.

Otra función de una ley de competencia, es controlar **la concentración económica**, entre cuyas modalidades se encuentran las **fusiones** anticompetitivas. Las fusiones están constituidas por la consolidación de los activos productivos de dos o más empresas, y pueden ser horizontales, que cuentan con mayor probabilidad de dañar el mercado; verticales, que a veces crean barreras de entrada para otros competidores; y las fusiones de conglomerado, que rara vez representan una amenaza directa a la competencia.

El control de las concentraciones económicas en virtud de la ley, no se ocupa de prohibir el crecimiento o la concentración misma, más bien se preocupa de evitar aquellas situaciones en las cuales se puede ejercer el poder de mercado y abusar del resto de agentes económicos.

Desregulación y eliminación de obstáculos a la competencia.

Las leyes de competencia también se hacen cargo de combatir los efectos contrarios a la competencia que pueden emanar de las políticas de gobierno; las actividades que estipula la ley en este sentido, se denominan genéricamente **abogacía de la competencia**.

¿Para qué se incluye en la ley la abogacía de la competencia?

Por medio de la abogacía de la competencia una agencia de competencia puede influir en las políticas de gobierno, proponiendo alternativas que pudieran causar

menos daño a la eficiencia económica y al bienestar del consumidor. Ella puede ser un fuerte apoyo contra las prácticas de cabildeo y las conductas buscadoras de rentas económicas de parte de algunos grupos de interés. También ella puede fomentar una mayor rendición de cuentas y la transparencia en la toma de decisiones económicas del gobierno y promover una sana gestión económica y principios comerciales en los sectores público y privado.

Puede haber una base explícita y estatutaria para las funciones de abogacía de la competencia de una agencia de competencia y también una base implícita o informal. Las leyes de algunos países, tales como Canadá, Italia, la República de Corea y la Federación Rusa, dan a la agencia de competencia un mandato específico de someter sus puntos de vista sobre asuntos particulares, al ministerio o agencia reguladora apropiadas. En otros países la ley puede no decir nada acerca del papel de la agencia de competencia en tales áreas. Pero a menos que la ley prohíba la participación de la agencia de competencia, ésta debería a través de su papel en la aplicación de su ley, buscar en forma activa, oportunidades de defender el caso de la competencia en los foros públicos. Esta ha sido en gran medida la práctica en Francia, Alemania y los Estados Unidos.

Hay también un papel para la abogacía de la competencia en una arena pública más amplia. El establecimiento de una exitosa economía de mercado requiere de la existencia de una cultura de la competencia. Tanto los consumidores como las comunidades de negocios deben tener una conciencia de la política de competencia y un entendimiento de cómo ella los beneficiaría. La agencia de competencia tiene un papel importante en este proceso educacional.

La competencia en la legislación vigente

El tema de los monopolios en Guatemala no es nuevo, ya ha sido regulado a nivel constitucional y en leyes ordinarias generales y especiales desde hace más de treinta años, aproximadamente.

Por orden cronológico se pueden mencionar las regulaciones más antiguas que son las contenidas en el Código de Comercio en el año 1970, que en cierta forma le dan un tratamiento al tema, poniendo especial énfasis en la competencia desleal entre comerciantes.

En el Código Penal de 1973, ya se tipifican ciertas figuras o conductas delictivas. En estas figuras se hace alusión a una conducta ilícita, que no necesariamente tienen una relación directa con un acuerdo vertical u horizontal, más bien se refieren a un dolo que no necesariamente tiene que existir en un actividad empresarial que busca tener más poder de mercado.

Posteriormente con la Constitución Política de la República que data del año 1986, establece en forma clara la prohibición de Monopolios y Privilegios y en especial, prohíbe las conductas que tiendan a absorber en perjuicio de la economía nacional ramos de la industria o del comercio. Además establece que el Estado deberá proteger la economía de mercado e impedirá asociaciones que tiendan a restringir la libertad del mercado o a perjudicar a los consumidores.

En esta norma constitucional encontramos una base sólida para el desarrollo de una política de competencia moderna, por medio de la cual se proteja los mercados, se promueva la eficiencia económica, se impidan las asociaciones que restrinjan la libertad de concurrencia a los mercados, como lo son los carteles o restricciones horizontales y las restricciones verticales.

Más recientemente se ha tocado el tema, muy superficialmente, en leyes más modernas a partir de mil novecientos noventa y seis, como lo son la Ley para la Comercialización de Hidrocarburos, en la cual se regulan algunos tipos de conductas, pero no se establecen medidas correctivas o sancionadoras.

Actualmente en la nueva Ley de Bancos, se regulan las concentraciones de Bancos, aunque la Ley establece únicamente el procedimiento para fusión de los mismos y el control, que en cierta forma ayuda pero no soluciona el problema de carteles, restricciones y abusos de posición de dominio.

Lo único que falta es un marco legal, a nivel de ley ordinaria, que desarrolle estos principios constitucionales, acorde a las prácticas más modernas y acordes a la estructura del mercado nacional y de sus agentes económicos, pues no basta con copiar una ley marco o una legislación de competencia de otro país.

Interacción entre comercio internacional y la competencia

El comercio es cada día un sistema que involucra a más y más empresas que se han organizado para atender un determinado mercado, con mayor cobertura a nivel internacional; ésta organización a menudo se lleva a cabo a través de acuerdos entre las empresas transnacionales, acuerdos que han creado limitaciones u obstáculos a la libre competencia, cuyos efectos pueden y se han sentido en los países donde operan, particularmente en países en condiciones de subdesarrollo y con serias limitaciones para poder corregir dichas prácticas.

En la Conferencia de la Naciones Unidas sobre prácticas comerciales restrictivas (que limitan el comercio), llevada a cabo en 1980, se ha reconocido que éstas prácticas afectan de forma contraria el desarrollo del comercio internacional, particularmente en este tipo de países.

En dicha conferencia se acordó establecer un conjunto de principios y normas destinadas a controlar éstas prácticas, cuyo propósito sería poder contribuir a lograr el objetivo de establecer un nuevo orden económico mundial que elimine estos abusos, contribuyendo por tanto, al desarrollo y mejoramiento de las relaciones económicas internacionales sobre una base justa y equitativa.¹²

Es por ello que el tema del comercio y la competencia ha cobrado más importancia. Por un lado, se han considerado las ventajas que la liberalización del comercio tiene para las políticas de competencia de los países. Por ejemplo, en muchas ocasiones el poder que tienen en el mercado los monopolios nacionales puede ser controlado por la competencia internacional, aunque para ello es importante que exista libre entrada y salida de los mercados, especialmente en aquellos en los que existe un solo oferente nacional.

Por otra parte, debe considerarse que en las condiciones actuales de creciente cobertura a nivel internacional de las relaciones comerciales, la fusión de empresas y las adquisiciones (unión de intereses comerciales) son una práctica cada vez más común, dando como resultado una concentración del poder económico entre empresas transnacionales, lo que puede afectar la competencia en los mercados internos. Esta situación plantea la necesidad de un acuerdo multilateral que permita controlar los procesos de concentración económica

¹² The United Nations set of principles and rules on competition. United Nations, Geneva, 2000.

internacional, a fin de evitar el abuso del poder económico de determinadas empresas, especialmente en países pequeños.

Por otra parte, es necesario cada vez más, controlar y sujetar a la ley, a los acuerdos de cartel que operan a nivel internacional, los cuales tienen las mismas características de los carteles locales, pero con efectos de mucho más daño, dado que afectan a todos los países donde operan, en muchos de los cuales ni siquiera existe una ley de competencia que pueda detener, y sancionar dichas prácticas. Hay que recordar que la mayoría de los miembros de la Organización Mundial del Comercio (OMC) son países en desarrollo.

Hay que reconocer la particular vulnerabilidad de nuestros países y las dificultades estructurales especiales con que tropiezan en la economía mundial. Se han creado compromisos para hacer frente a la marginación de estos países en el comercio internacional y a mejorar su participación efectiva en el sistema multilateral de comercio.

La OMC se ha constituido como único foro para la elaboración de normas comerciales y la liberalización del comercio a escala mundial, reconociendo asimismo que los acuerdos comerciales regionales pueden desempeñar un papel importante en la promoción de la liberalización y expansión del comercio y en el fomento del desarrollo.

Además, se ha convenido en celebrar negociaciones cuya finalidad, según modalidades que se acordarán, procuren reducir o, según proceda, eliminar los aranceles, incluida la reducción o eliminación de las crestas arancelarias, los aranceles elevados y la progresividad arancelaria, así como los obstáculos no arancelarios, en particular respecto de los productos cuya exportación interesa a los países en desarrollo.

En materia de inversiones, existe un reconocimiento de las razones a favor de un marco multilateral destinado a asegurar condiciones transparentes, estables y previsibles para las inversiones transfronterizas a largo plazo, en particular las inversiones extranjeras directas, que contribuirá a la expansión del comercio; siempre que su desempeño sea en un ambiente libre de obstáculos para la competencia.

Este reconocimiento incluye mejorar la contribución de la política de competencia al comercio internacional y al desarrollo, así como la necesidad de potenciar la asistencia técnica y la creación de capacidad en esta materia, dadas las necesidades de los países en desarrollo, lo que incluye además, el análisis y la formulación de políticas para que puedan evaluar mejor las consecuencias de una cooperación multilateral más estrecha para sus políticas y objetivos de desarrollo, y el desarrollo institucional y humano. Para ello se trabajará en cooperación con otras organizaciones intergubernamentales pertinentes, incluida la UNCTAD¹³, y por conducto de los canales regionales y bilaterales apropiados, para facilitar una asistencia reforzada y dotada de recursos suficientes en respuesta a dichas necesidades.

La tarea principal del grupo de trabajo sobre este tema, se centra en la aclaración de: los principios fundamentales, incluidas la transparencia, la no discriminación y la equidad procesal, y disposiciones sobre los cárteles intrínsecamente nocivos; modalidades de cooperación voluntaria; y apoyo para el fortalecimiento progresivo de las instituciones encargadas de la competencia en los países en desarrollo mediante la creación de capacidad.

En materia de productos agrícolas, el objetivo a largo plazo, mencionado en el artículo 20 del Acuerdo sobre Agricultura, es establecer un sistema de comercio equitativo y orientado al mercado mediante un programa de reforma fundamental que abarque normas reforzadas y compromisos específicos sobre la ayuda y la protección para corregir y prevenir las restricciones y distorsiones en los mercados agropecuarios mundiales.

Hay compromisos en celebrar negociaciones globales encaminadas a lograr mejoras sustanciales del acceso a los mercados; reducciones de todas las formas de subvenciones a la exportación, con miras a su remoción progresiva; y reducciones sustanciales de la ayuda interna causante de la distorsión del comercio. El trato especial y diferenciado para los países en desarrollo será parte integrante de todos los elementos de las negociaciones.

¹³ United Nations Commission Trade and Development

Por su parte, dado a que el comercio electrónico plantea nuevos desafíos y crea nuevas oportunidades de comercio para los países, se ha declarado que los países miembros mantendrán hasta el quinto período de sesiones su práctica anual de no imponer derechos de aduana a las transmisiones electrónicas.

En síntesis, la política de competencia es de gran importancia en el comercio internacional, dado a que es de gran ayuda para controlar las prácticas que limitan la competencia, que *socavan* el acceso a los mercado de competidores reales o potenciales, prácticas que impiden, por tanto, que la competencia imponga disciplina en la fijación de los precios que podría derivarse de una sana competencia.

En materia de la estrategia de apertura económica, la política de competencia permite controlar las prácticas anticompetitivas que impiden que las naciones disfruten de los beneficios que se podrían derivar de la liberalización del comercio.

GLOSARIO:

Abogacía de la competencia: Interceder frente a los poderes y demás entidades del Estado por la promoción y protección de la libre competencia, emitiendo opiniones y recomendaciones técnicas no vinculantes en materia de libre competencia; participar en discusiones sobre políticas y proyectos de ley y reglamentos que tengan incidencia sobre la competencia; así como promover la participación de distintos sectores económicos sobre políticas, normas, prácticas o situaciones que afecten el desarrollo de la libre competencia.

Abuso de posición de dominio: Toda conducta, acto, acuerdo de uno o varios agentes económicos en posición de dominio, cuyo objeto o efecto sea o pueda ser: impedir u obstaculizar la entrada o permanencia de agentes económicos en todo o parte del mercado.

Acuerdos horizontales: Todo acto, contrato, convenio, arreglo entre agentes económicos competidores que tenga por objeto la reducción o eliminación de la rivalidad entre competidores.

Acuerdos verticales: Todo acto, contrato, convenio, arreglo entre agentes económicos que tenga relación de proveedor – cliente.

Agua abajo: Término utilizado para identificar a las empresas que se dedican a vender o distribuir un producto.

Aguas arriba:	Término utilizado para identificar a las empresas que se dedican a producir los insumos de un producto.
Cartel:	Convenio entre varias empresas similares para evitar la mutua competencia y regular la producción, venta y precios en determinado campo industrial.
Competencia:	Libre afluencia de oferentes de bienes y servicios en un determinado mercado.
Competencia imperfecta:	Situación del mercado en la que no existe un comportamiento competitivo de los agentes, fundamentalmente de los vendedores. Nombre colectivo para referirse a la competencia monopolista y al oligopolio.
Competencia perfecta:	Situación del mercado en la que existe un gran número de compradores y vendedores, así como una libertad total de establecimiento. Los productos ofrecidos son homogéneos e intercambiables, y ninguno de ellos posee características que le distingan especialmente de los demás. En esta situación las empresas no pueden influir en el precio de los bienes y se enfrentan a curvas de demanda horizontales, perfectamente elásticas. Existe un conocimiento perfecto por parte del comprador y vendedor de todos los elementos del mercado. Es una forma idealizada de competencia.
Compra exclusiva:	Contratos o acuerdos en los cuales una parte se comprometa respecto a la otra a suministrarle en

exclusiva determinados productos con el objeto de revenderlos en una zona definida, teniendo la obligación el revendedor de no distribuir productos competidores de los mencionados en el contrato y de comprar sólo los productos incluidos para su reventa, únicamente a la otra parte, siempre y cuando no sean contrarios a la libre competencia.

Concentración económica: Consiste en un acuerdo de alianza estratégica, que puede unirse por medio de una adquisición, cuando una empresa compra los activos de otra; y pueden fusionarse, cuando dos empresas diferentes se convierten en una sola o cuando dos empresas diferentes se fusionan y forman una nueva.

Depredación de precios: Fijar precios por debajo del costo.

Economía de mercado: Por contraposición a la economía controlada (economía planificada), es aquella economía en la que las cantidades de objeto de transacción y los precios son fijados por las fuerzas de la oferta y demanda del mercado.

Empresas conjuntas: Es un acuerdo entre dos o más empresas (empresas padre) para la creación de una tercera empresa (empresa hija). Esta empresa tiene personalidad propia y realiza una actividad determinada para obtener beneficio que responda a los objetivos estratégicos de las empresas matrices. Las empresas padre aportan la financiación, e incluso el personal y los fondos necesarios para la realización de dicha actividad y se benefician de sus resultados. Una modalidad de “joint venture” muy frecuente es la que se constituye para sustituir actividades internas de I+D, de manera que la empresa conjunta se forma con los recursos financieros que aporta una gran

empresa y con la tecnología avanzada de una mediana o pequeña empresa.

Estancos: Embargo o prohibición del curso y venta libre de algunas cosas, o asiento que se hace para reservar exclusivamente las ventas de mercancías o géneros, fijando los precios a que se hayan de vender.

Excedente del consumidor: En la teoría económica, diferencia entre el precio que estaría dispuesto a pagar un consumidor por un producto y el que realmente paga. Este precio coincide con la utilidad marginal de la última unidad consumida, si bien el consumidor hubiera estado dispuesto a pagar por las unidades anteriores un precio mayor por ser sus respectivas utilidades marginales superiores, lo que origina dicho excedente, el cual se razona desde la óptica de la utilidad marginal decreciente.

Excedente del productor: Diferencia entre el precio que estaría dispuesto a aceptar un productor por un producto y el que realmente recibe.

Factores de producción: Aquellos recursos (generalmente clasificados en tierra, capital y trabajo) utilizados en la producción de bienes y servicios.

Fusión: Creación de una sociedad a partir de dos o más existentes que traspasan su patrimonio en bloque a la de nueva creación, o absorción de dos o más sociedades por otra ya existente que adquiere el patrimonio de las extinguidas.

- Fusiones de conglomerado:** También llamada “concentraciones entre empresas no relacionadas” (conglomerate mergers). Involucran casos en los cuales las empresas venden productos que no compiten entre sí pero que usan canales de comercialización o procesos productivos similares, casos en los que se dedican a productos similares pero los venden en áreas geográficas diferentes y casos en los cuales la concentración se da entre empresas que no tienen ninguna relación entre sí.
- Globalización:** Integración a nivel mundial de los mercados financieros y de la economía en general.
- Libre competencia:** Principio económico por el cual son la oferta, la demanda y la iniciativa privada quienes determinan el equilibrio del mercado. La libre competencia debe compaginarse con ciertas restricciones que permitan proteger los intereses públicos.
- Licitación pública:** Acción y efecto de ofertar precio por una cosa en un concurso público o subasta, a efectos de adjudicarla a la persona que mejores condiciones ofrezca.
- Monopolio:** Forma de mercado en la que existe un único oferente, que tiene poder para fijar los precios de sus productos y conseguir así maximizar sus beneficios. En ocasiones se le denomina también monopolio de oferta.
- Monopsonio:** Mercado en el que existe un único comprador y que, por tanto, tiene capacidad de influir en el precio del producto ofrecido en dicho mercado. Es un sinónimo de monopolio de demanda.

- Oligopolio:** Situación del mercado caracterizada por la existencia de un reducido grupo de oferentes junto con un gran número de demandantes.
- Práctica Anticompetitiva** También conocida como conducta anticompetitiva. Acción asumida por un agente económico que busca deliberadamente o no, restringir la competencia, impidiendo la entrada o salida de competidores, o afectando la capacidad de los mismos para poder competir en el mercado.
- Práctica Procompetitiva** Acción o conducta que tiene efectos beneficiosos para el mercado, estimulando la competencia, o mejorando la eficiencia, en beneficio de la economía y los consumidores.
- Precios irrisorios o predatorios:** Precios excesivamente bajos.
- Sociedad tenedora de acciones:** Sociedad que tiene participaciones en otras empresas con la intención de controlarlas y dirigir las, a diferencia de la sociedad de cartera. La sociedad tenedora de acciones es el principal accionista de las empresas en las que participa, y casi siempre tiene en su poder más del 50% de su capital.
- Vetar:** Impedir la promulgación y vigencia de una ley.

BIBLIOGRAFÍA

1. Anderson, Robert & Frédéric Jenny
Competition policy, economic development and the multilateral trading system: overview of the linkages and current proposals for an agreement in the WTO.
September 10, 2002.
2. Arthur Andersen
Diccionario de Economía y Negocios
Espasa Calpe, S. A., siglo XXI
Madrid, 1999.
3. Ayala Espino, José
Instituciones y Economía
Fondo de Cultura Económica
México, 1999.
4. Azqueta Oyarzum, Diego
Valoración Económica de la Calidad Ambiental
Mc. Graw Hill
España, 1996.
5. Conrath, Craig W.
Practical Handbook of Antimonopoly Law Enforcement for an Economy in Transition
Mimeo, s.f.
6. Graham, Edward M. & Richardson, J. David
Global Competition Policy
Institute for international Economics
Washington, 1997.
7. OECD
Hard Core Cartels
Meeting of the OECD Council at Ministerial Level 2000
París, 2000.
8. Organización Mundial del Comercio OMC
Conferencia Ministerial
Cuarto período de sesiones
Doha, 9-14 de noviembre de 2001.

9. Real Academia Española
Diccionario de la Lengua Española
Madrid, XXI ed., 1992.
10. Samayoa Guevara, Hector Humberto
Los Gremios de Artesanos en la Ciudad de Guatemala (1524-1821)
Guatemala, 1978.
11. Superintendencia de Industria y Comercio
Compendio de Doctrina sobre Promoción de la Competencia 1992-1999.
Bogotá, 2000.
12. United Nations
The United Nations Set of Principles and Rules on Competition
Geneva, 2000.
13. World Bank, OECD
A Framework for the Design and Implementation of Competition, Law and Policy
Washington, 1998.