

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS
AGENCIAS NACIONALES DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA PARTICIPANTES EN
EL PROGRAMA COMPAL EN TÉRMINOS DE
IMPACTO EN LOS MERCADOS



© 2018, Programa COMPAL

Esta obra es de acceso libre al cumplir los requisitos de la licencia Creative Commons creada para las organizaciones intergubernamentales, disponible en <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/igo/>.

Los resultados, interpretaciones y conclusiones expresados en este documento son los del autor y no reflejan necesariamente las opiniones de las Naciones Unidas, sus funcionarios o los Estados Miembros.

Las denominaciones empleadas en esta obra y la forma en que aparecen presentados los datos en cualquier mapa no implica, de parte de la Secretaría de las Naciones Unidas, juicio alguno sobre la condición jurídica de países, territorios, ciudades o zonas, o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras o límites. Se autorizan las fotocopias y reproducciones de extractos con los créditos correspondientes.

La presente publicación ha sido objeto de revisión editorial externa.

Publicación del Programa COMPAL de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo.

NOTA

La subdivisión de Políticas de Competencia y Protección del Consumidor, en la División de Comercio Internacional de Bienes y Servicios de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, es responsable de la implementación del Programa COMPAL sobre el fortalecimiento de instituciones y capacidades en las áreas de competencia y protección del consumidor en América, con el apoyo de la Secretaría de Estado para Asuntos Económicos SECO, Suiza.



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Confederación Suiza

Departamento Federal de Asuntos Económicos DFAE
Secretaría de Estado para Asuntos Económicos SECO



UNITED NATIONS
UNCTAD

AGRADECIMIENTOS

El presente informe fue preparado por Ignacio Cruz Roche, Universidad Autónoma de Madrid. El informe se redactó en cercana colaboración con un equipo de la UNCTAD compuesto por Juan Luís Crucelegui, Carolina Cavanzo y Arnau Izaguerri.

El informe no está oficialmente editado, Elona Lazaj y Waleed Arshad.

El Programa COMPAL agradece los insumos de las agencias de competencia del Programa COMPAL participantes en el informe: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador, Honduras, Panamá y Perú.

El informe ha sido financiado por la Secretaría de Estado para Asuntos Económicos SECO de Suiza en el marco del Programa COMPAL.

I. INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN

En el marco del Programa de *Fortalecimiento de Instituciones y Capacidades en materia de Políticas de Competencia y Protección del Consumidor en América Latina (COMPAL III)* de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), el presente informe propone evaluar el desempeño de las agencias nacionales de defensa de la competencia participantes en el Programa en términos de impacto en los mercados.

El Programa COMPAL provee fortalecimiento institucional y de capacidades en materia de competencia y protección al consumidor para 17 países beneficiarios de América Latina¹. La Secretaría de Estado para Asuntos Económicos de Suiza (SECO) financia el programa desde el 2004. Actualmente se está implementando la tercera fase del programa, que se desarrolla entre 2015 y 2018.

El Programa COMPAL centra sus esfuerzos en la consolidación de las capacidades adquiridas y la profundización de la cooperación regional así como proveer al sector privado con herramientas para asegurar el cumplimiento voluntario de la legislación y a la vez empoderar a los consumidores globales en el siglo XXI. La asistencia técnica de la UNCTAD en el fortalecimiento de capacidades en estas áreas tiene como fin proporcionar a los países beneficiarios las herramientas necesarias para implementar una política de competencia en sus mercados y mejorar el bienestar del consumidor con el fin de contribuir al desarrollo sostenible e inclusivo de sus miembros. El objetivo último del COMPAL es incrementar la competitividad de las economías y la confianza de los consumidores en los mercados tanto nacionales como regionales.

Para ello, se creó en 2015 la Escuela INDECOPI-COMPAL, una iniciativa conjunta del Programa COMPAL de la UNCTAD y la agencia peruana INDECOPI, que ha formado a más de 2.500 funcionarios de los países miembros en temas de competencia y protección del consumidor. En particular, en 2015 la formación se centró sobre los programas de clemencia, el curso de 2016 se dedicó a los esfuerzos de promoción de la competencia, y la práctica forense fue objeto de la formación de 2017. Los cursos de la Escuela INDECOPI-COMPAL ofrecen formación de alto nivel con el fin de fortalecer las capacidades de sus países miembros en materia de defensa de la competencia y protección al consumidor; promover el intercambio de experiencias; y profundizar la cooperación Sur-Sur en América Latina. Del mismo modo, la Escuela INDECOPI-COMPAL refuerza la misión de contribuir a la creación de una cultura de mercado y a la formación y capacitación de profesionales.

La Escuela INDECOPI-COMPAL desarrolla sus actividades de acuerdo con los siguientes principios:

- trabajar en partenariatio con los países miembros del Programa COMPAL
- ofrecer una formación de alto nivel tanto teórica como práctica
- fomentar el efecto multiplicador de sus actividades
- basarse en la obtención de resultados concretos.

La importancia de promover la defensa de la competencia en las economías latinoamericanas, se debe a que una economía en la que las empresas

¹ Estos países son: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Uruguay y México (sólo en el rubro de protección del consumidor).

compiten en mayor medida beneficia a los consumidores finales que obtienen condiciones más ventajosas, pero también a la economía en su conjunto, ya que la mayor competencia entre las empresas supone un aumento de la productividad y del crecimiento económico (OCDE).²

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) afirma que existen pruebas sólidas que respaldan cada una de las relaciones que se señalan en el gráfico adjunto y, por ello, el papel de las autoridades de la competencia es de gran importancia para el crecimiento económico y el bienestar de los consumidores.

Por ello, es importante incrementar la competencia en los mercados y la labor de las agencias nacionales de defensa de la competencia como institución que vela por la libre competencia en los mercados.

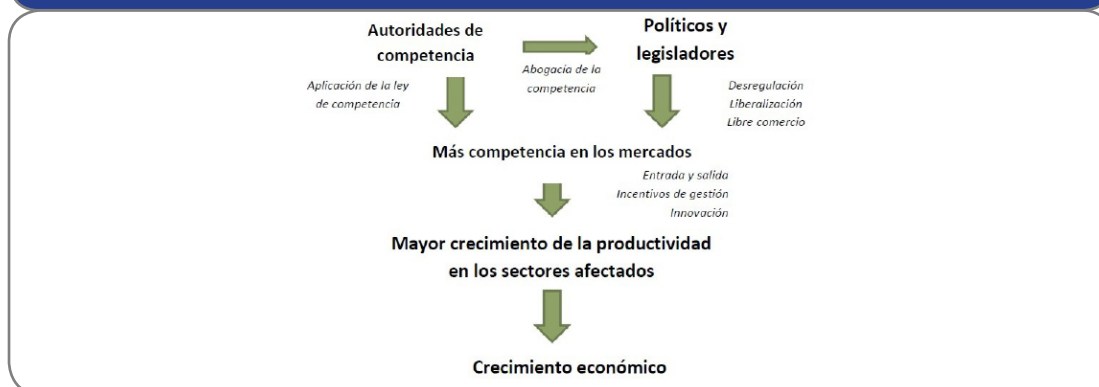
Las actividades del sector público son sometidas al escrutinio de la sociedad en

cuanto al resultado que se obtiene de su existencia. Por ello, cada vez un mayor número de agencias nacionales de defensa de la competencia se someten a procesos de evaluación destinados a justificar la eficiencia de su desempeño y especialmente a probar cómo su actividad contribuye al incremento del bienestar económico de la sociedad.

La evaluación pretende mostrar el impacto de la actividad de las agencias nacionales en las economías respectivas, con un doble objetivo: priorizar las acciones futuras a partir del impacto de las actuaciones realizadas y demostrar ante la sociedad la eficiencia en el gasto de los fondos públicos por parte de las agencias nacionales.

Han sido invitadas a participar en la evaluación las agencias de defensa de la competencia de los países miembros del programa COMPAL, con un carácter completamente voluntario. Estas agencias son las siguientes:

Gráfico 1.1 Impacto de la regulación de la competencia en el crecimiento



² OCDE (2014): "Ficha informativa sobre los efectos macroeconómicos de la política de competencia".

País	Autoridad de competencia
ARGENTINA	Comisión Nacional de Defensa de la Competencia
BOLIVIA	Autoridad de Fiscalización de Empresas
BRASIL	Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE)
CHILE	Fiscalía Nacional Económica
COLOMBIA	Superintendencia de Industria y Comercio
COSTA RICA	Dirección de Apoyo a la Competencia, Ministerio de Economía, Industria y Comercio
ECUADOR	Superintendencia de Control del Poder de Mercado
EL SALVADOR	Superintendencia de Competencia
GUATEMALA	Dirección de Promoción de la Competencia, Ministerio de Economía
HONDURAS	Comisión para la Defensa y Protección de la Competencia CDPC
NICARAGUA	Instituto Nacional de Promoción de la Competencia - Procompetencia
PANAMÁ	Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (ACODECO)
PARAGUAY	Comisión Nacional de Competencia – CONACOM
PERÚ	Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI
REP. DOMINICANA	Comisión Nacional de Defensa de la Competencia – PROCOMPETENCIA
URUGUAY	Comisión de Promoción y Defensa de la Competencia, Ministerio de Economía y Finanzas

Para realizar la evaluación del impacto que las actuaciones de las agencias nacionales de defensa de la competencia tienen sobre las economías de los países, se ha solicitado a las agencias información sobre su actividad reciente. Con esta información, junto con la información publicada en las páginas web de las agencias y en las resoluciones adoptadas y publicadas, se ha estructurado el trabajo en los siguientes apartados:

- Opciones metodológicas para abordar una evaluación de las políticas de defensa de la competencia.
- Metodología seguida en la evaluación realizada.
- Evaluación del desempeño de las agencias a partir de la evolución de los expedientes tramitados.
- Evaluación del desempeño económico en términos de ahorros reportados a los consumidores como consecuencia de la actividad de defensa de la competencia.
- Análisis de los casos más relevantes en los diferentes países y estimación de su impacto en términos de ahorros a los consumidores.
- Conclusiones y recomendaciones.

II. METODOLOGÍA DE LAS EVALUACIONES DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

A finales del siglo pasado, las agencias nacionales de defensa de la competencia de las economías más desarrolladas iniciaron procesos de evaluación y de medición del impacto económico de su actividad para dar respuesta a la cuestión de la eficiencia del gasto público en defensa de la competencia. La dificultad de la tarea llevó a la utilización de diferentes enfoques y metodologías para abordarla. El problema que surgió es que las diferentes metodologías conducían a resultados difícilmente comparables entre sí, con lo que no se podía medir la eficiencia en términos comparativos entre países e incluso que los resultados obtenidos fueran muy diferentes. Ante esta situación, se intentó armonizar las metodologías empleadas por los países que destacaban por sus políticas de defensa de la competencia, y los organismos internacionales trabajaron para elaborar una metodología común que sirviera de referencia a aquellas agencias nacionales que iniciaban los procesos de evaluación. En este sentido destaca la aportación de la OCDE (2014).¹

En la evaluación de políticas públicas se diferencia entre evaluación ex-post y ex-ante. Una evaluación ex-ante sirve para justificar el desarrollo del proyecto y para aportar elementos de mejora del mismo. Se basa en hipótesis sobre los comportamientos de los agentes económicos y sobre la economía, en base a experiencias pasadas o de otros entornos. Por el contrario, una evaluación ex-post sirve para justificar la continuidad del programa, rendir cuentas de la utilización de los fondos públicos e introducir mejoras que incrementen la eficacia y eficiencia del mismo. Estas evaluaciones se basan en los resultados obtenidos por el programa en el

tiempo de su aplicación.

La evaluación puede ser macroeconómica o microeconómica según su ámbito de actuación. Una evaluación macroeconómica intentará medir los resultados de un programa de defensa de la competencia en sus efectos sobre el crecimiento económico, la productividad, la innovación tecnológica, el nivel de precios, el bienestar de los consumidores, etc. Para ello, se apoyará en información cuantitativa de los principales agregados de la economía. Una evaluación microeconómica se basa en los resultados de una acción concreta (merger, cartel o prácticas colusorias) en los resultados de las empresas que operan en el mercado de referencia y en el bienestar de los consumidores.

Se puede plantear también una evaluación de los procedimientos y de la calidad de las decisiones, es decir una valoración jurídica de las normas y procedimientos establecidos a la vez que de los casos resueltos. En este caso, la metodología a emplear es fundamentalmente jurídica.

La evaluación de los resultados obtenidos por el programa justifica el uso de los fondos públicos, en la medida en que se realiza una asignación eficiente de los recursos escasos de los presupuestos públicos.

Los diferentes métodos de evaluación que pueden ser aplicables a la política de la competencia se recogen en el cuadro 2.1 adjunto.

¹ Guide for helping competition authorities assess the expected impact of their activities, OCDE, April 2014. (<https://www.oecd.org/daf/competition/Guide-competition-impact-assessmentEN.pdf>)

Cuadro 2.1. Metodologías para la evaluación ex-post de la política de la competencia

Evaluaciones microeconómicas

Métodos cualitativos

Análisis de resoluciones	Analizar las sentencias judiciales concernientes a las decisiones de las autoridades de la competencia
Encuestas y revisiones	Entrevistas o cuestionarios completados por competidores, proveedores, clientes, bufetes de abogados y autoridades de la competencia

Métodos cuantitativos

Estimación y simulación de modelos estructurales	Modelos econométricos de demanda uni o pluriecuacionales
Cálculo de los ahorros a los consumidores	Hipótesis concernientes a los efectos esperados en precios, ventas y eficiencia y a la duración temporal esperada de dichos efectos
Métodos experimentales	Comparación de los resultados de un grupo de empresas sometidas a un tratamiento comparándolas con un grupo de control
Análisis de acontecimientos	Reacciones de los mercados de capitales ante el anuncio de una fusión y de su prohibición, y de las cotizaciones de las acciones de las empresas afectadas por la detección de un cartel o por una investigación antitrust

Métodos mixtos

Estudio de casos	Combinación de los métodos anteriores para el análisis de un caso concreto
Estudios de mercado sectoriales	Análisis en un sector específico de las intervenciones que le afectan
Meta-análisis	Revisión de la literatura académica y de las autoridades de la competencia en campos concretos

Evaluaciones macroeconómicas

Métodos cualitativos

Encuestas	Encuestas para evaluar la eficacia de la política de competencia
-----------	--

Métodos cuantitativos

Cálculo de los ahorros a los consumidores	Hipótesis concernientes a los efectos esperados en precios, ventas y eficiencia y a la duración temporal esperada de dichos efectos
Modelos macroeconómicos	Simulaciones basadas en modelos macroeconómicos

Fuente: Unión Europea: Dirección General de la Competencia: "Ex-post economic evaluation of competition policy enforcement: A review of the literature" 2015

La disponibilidad de información condiciona la metodología a emplear. La utilización de modelos macroeconómicos precisan de la disposición de amplias series temporales sobre el desempeño de la economía y/o de los principales sectores de actividad económica. Los modelos microeconómicos necesitan de una información prolija de la actividad económica de la empresa concernida y del comportamiento de los consumidores. Una evaluación apoyada en la opinión de los principales agentes tiene que realizarse mediante encuestas dirigidas a una muestra significativa de los diferentes colectivos implicados.

Las evaluaciones ex-post pueden ser realizadas por personal de la propia institución, por expertos externos o por una combinación de ambos. Las agencias con más experiencia en evaluaciones como son los norteamericanos, británicos y holandeses tienden a combinar ambos métodos. En general, los evaluadores externos suelen tener una mayor preparación metodológica, mientras que los evaluadores internos conocen mejor la realidad institucional y económica. Por ello, es recomendable buscar fórmulas mixtas que combinen la evaluación externa que aporta una mayor objetividad con la participación de las agencias nacionales.

III. METODOLOGÍA EMPLEADA EN ESTA EVALUACIÓN

La evaluación se ha estructurado sobre cuatro pilares:

- Evaluación del desempeño.
- Evaluación del impacto económico.
- Análisis de casos destacados.
- Meta-análisis de las evaluaciones realizadas.

1. Evaluación del desempeño

A partir de un cuestionario (ver Anexo 1) completado por las agencias nacionales participantes en el proceso se han analizado los datos de las actividades realizadas en el periodo de tiempo objeto de la evaluación (2013-2017).

2. Evaluación del impacto económico

Con los datos proporcionados por las agencias nacionales según el cuestionario adjunto y aplicando la metodología recomendada por la OCDE, se ha evaluado el impacto en términos cuantitativos que las actividades de defensa de la competencia realizadas tienen sobre la economía de los países y el ahorro que supone para los consumidores.

3. Análisis de casos destacados

A las agencias nacionales participantes se les ha solicitado información detallada del caso o casos que consideran más importantes de los resueltos en el periodo 2013-17, objeto de análisis. Estos casos que suponen un ejemplo de buenas prácticas, se resumen describiendo la conducta o conductas sancionadas, las medidas tomadas por la agencia y la estimación de su impacto económico en la sociedad.

4. Meta-análisis de las evaluaciones realizadas

Se ha realizado un análisis de las evaluaciones realizadas por las agencias nacionales señalando los principales hallazgos en cada caso.

Selección de la muestra

Dado el carácter voluntario del estudio se ha enviado el cuestionario a las 16 agencias nacionales de defensa de la competencia participantes en el Programa COMPAL, formándose la muestra por aquellas agencias que han proporcionado la información requerida.

Aunque el periodo de información solicitado es de 2013 a 2017, se ha analizado la información suministrada, aunque no cubra la totalidad del periodo, bien sea por no disponibilidad del último año o por incorporación más tardía a la actividad.

Las agencias que han enviado respuesta a la información solicitada han sido las siguientes:

- Argentina
- Brasil
- Colombia
- Chile
- Ecuador
- El Salvador
- Honduras
- Panamá
- Perú

En algunos casos la información solicitada no ha sido completa, por lo que no se ha podido estimar en todos ellos el impacto de las acciones de defensa de la competencia en los ahorros a los consumidores.

Calendario del estudio

1. Envío del cuestionario a las agencias nacionales (10 febrero 2018) **Análisis realizado de la información recibida**
2. Recordatorio a las agencias nacionales que no hubieran respondido (10 marzo 2018) Con la información recibida de las agencias nacionales ha sido posible realizar los siguientes análisis:
3. Plazo final de recepción de la información (30 marzo 2018)
4. Entrega del primer borrador de estudio a la UNCTAD y envío a las agencias para recibir comentarios (27 abril 2018)
5. Estudio final con la incorporación de los comentarios recibidos (25 mayo 2018)

Cuadro 3.1 : Análisis desarrollados en cada país

Países	Análisis del desempeño	Ahorro a los consumidores	Casos seleccionados	Evaluaciones realizadas
ARGENTINA	X	X	X	
BRASIL	X		X	
CHILE	X	X	X	X
COLOMBIA	X	X	X	
ECUADOR	X	X	X	
EL SALVADOR	X	X	X	X
HONDURAS	X		X	
PANAMÁ	X		X	
PERÚ	X	X	X	

IV. EVOLUCIÓN DEL DESEMPEÑO DE LAS AGENCIAS NACIONALES

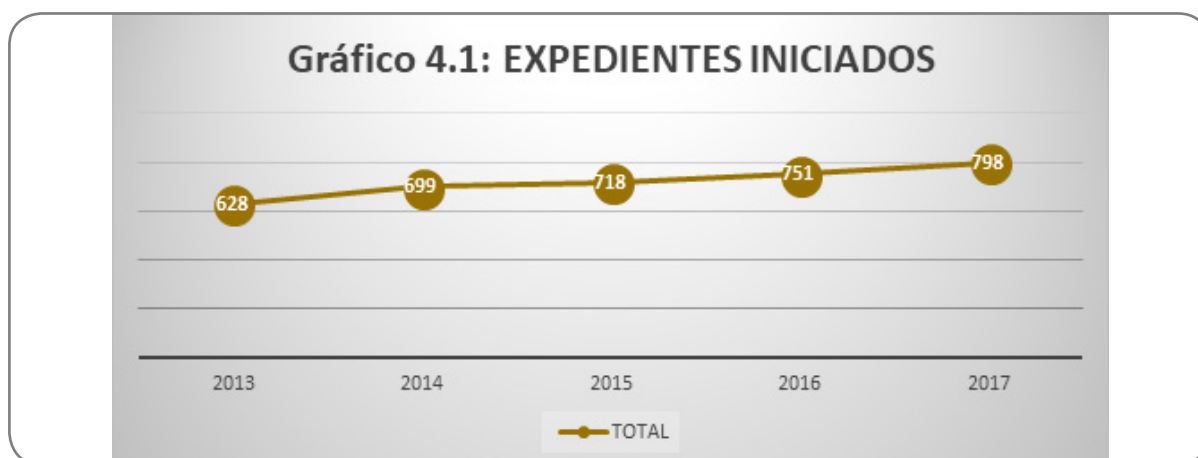
Se parte de la información remitida por las agencias de defensa de la competencia respecto a su actividad en número de expedientes iniciados y concluidos en los cinco últimos años, desglosados por cárteles, fusiones y adquisiciones (merger) y abuso de posición de dominio/prácticas monopolísticas.

Se trata de unas actuaciones que pueden ser muy desiguales en cuanto a su importancia y a la complejidad de su resolución, a la vez que su realización no depende de la agencia nacional sino que responde a las situaciones que se den en el mercado. Por todo ello, las conclusiones se deben establecer en términos de tendencia en el grado de intervención pública.

En la medida en que una de las tareas fundamentales de las Agencias de defensa de la competencia es difundir las buenas prácticas en materia de competencia y extender su conocimiento y observancia, se ha requerido también información cuantitativa sobre el número de acciones de este tipo que se están llevando a cabo.

A continuación se recogen los datos de actividad de las agencias nacionales de defensa de la competencia.

- En **Argentina** se produce un fuerte incremento de actividad en el periodo analizado, destacando en los últimos años el alto número de procesos de fusiones y adquisiciones estudiados, así como una creciente actividad de difusión y conocimiento de buenas prácticas. Durante los años 2013 a 2015 no hay información diferenciada de cárteles y prácticas monopolísticas.
- Si bien el Conselho Administrativo de Defesa Economica (CADE) de **Brasil** no remitió información sobre cárteles y prácticas monopolísticas, el análisis de procesos de fusiones y absorciones (merger) muestra una actividad muy intensa, al igual que en acciones de difusión y conocimiento de buenas prácticas. En este último aspecto destaca la publicación de guías, documentos de trabajo, cuadernos sectoriales, realización de eventos, divulgación de opiniones sobre casos juzgados, cursos y conferencias.
- En **Chile** el conjunto de actuaciones presenta un crecimiento moderado en el conjunto del periodo, destacando el esfuerzo en la detección de cárteles. Se observa un menor número de acciones de difusión y conocimiento de buenas prácticas.
- En **Colombia** se muestra un crecimiento en el número total de expedientes tramitados, fundamentalmente en procesos de fusiones y adquisiciones. Si bien no se recibió información numérica concerniente a las acciones de difusión y conocimiento de buenas prácticas, se han realizado acciones de cursos y capacitaciones virtuales, guías de integraciones empresariales y eventos académicos, como el Congreso de Libre Competencia Económica celebrado anualmente.
- En **Ecuador** el número de expedientes, tanto iniciados como tramitados se ha incrementado con fuerza, especialmente en el análisis de procesos de adquisiciones y fusiones. Destaca el crecimiento muy elevado de acciones de difusión y conocimiento de buenas prácticas. Se trata de un programa integrado por eventos nacionales (socializaciones de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado), capacitaciones a Comités de Usuarios, talleres nacionales, “Supertienda Ecuador”, y talleres



internacionales.

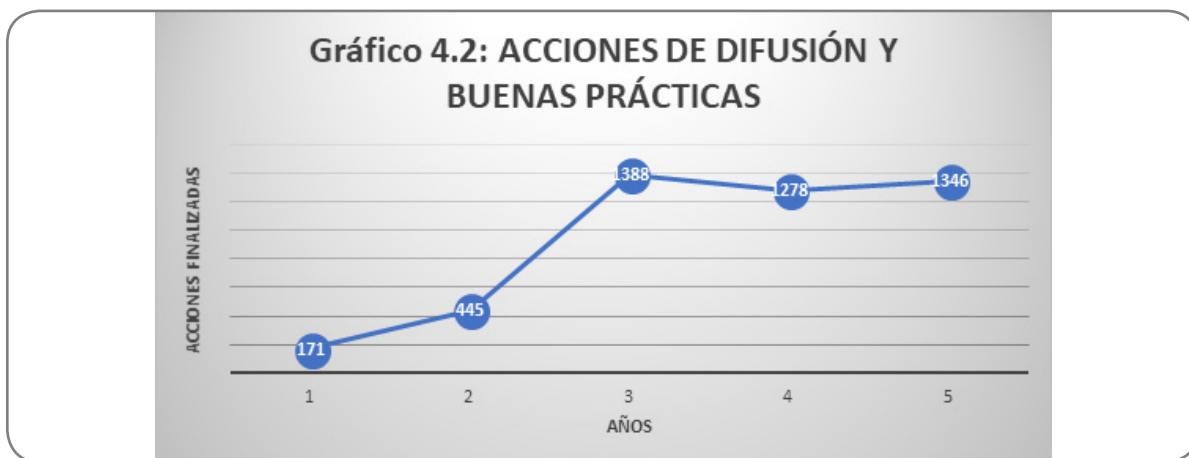
- La Superintendencia de Competencia de **El Salvador** muestra un nivel estable de casos analizados, destacando las fusiones y absorciones. También presenta una fuerte actividad de acciones de difusión de buenas prácticas.
- **Honduras** parte de un nivel de actividad más bajo, aunque con un fuerte crecimiento. La actividad se concentra en el análisis de fusiones y adquisiciones.
- En **Panamá** se sigue una tendencia creciente y centrada en los casos de abuso de posición de dominio y prácticas monopolísticas.
- El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) de **Perú** muestra una actividad fuertemente creciente en el conjunto y en los diferentes tipos de expedientes. No se han registrado procedimientos sancionados sobre abuso de posición de dominio en el periodo de evaluación, y tampoco solicitudes de autorización previa de operaciones de concentración empresarial (fusiones) que se hayan denegado. En Perú, actualmente, solo existe obligación

de notificar la operación de concentración para las empresas que operan en el sector eléctrico, mientras que los demás sectores no tienen obligación legal de notificar.

La evolución conjunta de los países que han proporcionado información se muestra en el gráfico 4.1 adjunto.

El gráfico 4.1. muestra la cifra de expedientes de defensa de la competencia iniciados y no incluye los expedientes iniciados de acciones de difusión y conocimiento de buenas prácticas. Los resultados del conjunto de países analizados muestran un incremento del 27% en los cinco años considerados.

Este importante incremento es indicador de una mayor preocupación por el desarrollo de la libre competencia, tanto por parte de las autoridades económicas como por parte de los agentes económicos. El reforzamiento de las estructuras administrativas de los diferentes países y su mayor eficacia en la detección de conductas anticompetitivas es otro factor explicativo. En estas tareas es donde COMPAL colabora con los países miembros del Programa.



Si bien no todas las agencias de competencia han reportado el número de sus actividades, las acciones de difusión y buenas prácticas siguen un fuerte crecimiento en el periodo 2013 a 2017, multiplicándose por 7,8 veces su número. No obstante, estos datos han de ser valorados con prudencia, ya que el fuerte incremento en Ecuador explica la casi totalidad del crecimiento.

Los datos de expedientes iniciados por países (gráfico 4.3) muestran también una tendencia creciente (con la excepción de Brasil), aunque ha de ser matizada por la lógica volatilidad que está ligada a las denuncias y presentaciones de los casos.



ARGENTINA	2013			2014			2015			2016			2017		
	Expedientes			Expedientes			Expedientes			Expedientes			Expedientes		
	Iniciados	Concluidos		Iniciados	Concluidos		Iniciados	Concluidos		Iniciados	Concluidos		Iniciados	Concluidos	
Cárteles															
Abuso de posición de dominio/ prácticas monopolísticas	14	2		33	0		34	42		29	44		28	54	
Fusiones y adquisiciones (merger)	49	0		77	1		81	6		122	130		143	194	
TOTAL	63	2	1	110	1	115	48	166	197	178	276				
Acciones de difusión y conocimiento de buenas prácticas	3	0		8	0		3	2		3	4		7	32	
TOTAL	66	2	1	118	1	118	50	169	201	185	308				

Fuente: datos facilitados por la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia, Argentina

BRASIL	2013		2014		2015		2016		2017	
	Expedientes		Expedientes		Expedientes		Expedientes		Expedientes	
	Iniciados	Concluidos	Iniciados	Concluidos	Iniciados	Concluidos	Iniciados	Concluidos	Iniciados	Concluidos
Cárteles	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Fusiones y adquisiciones (merger)	377	351	426	423	403	405	382	381	369	377
Abuso de posición de dominio/ prácticas monopolísticas	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
TOTAL	377	351	426	423	403	405	382	381	369	377
Acciones de difusión y conocimiento de buenas prácticas	3	2	25	23	65	63	58	56	62	65
TOTAL	380	353	451	446	468	468	440	437	431	442
Fuente: datos facilitados por el Conselho Administrativo de Defesa Economica (CADE) de Brasil										

CHILE	2013		2014		2015		2016		2017	
	Expedientes		Expedientes		Expedientes		Expedientes		Expedientes	
	Iniciados	Concluidos	Iniciados	Concluidos	Iniciados	Concluidos	Iniciados	Concluidos	Iniciados	Concluidos
Cárteles	4	2	2	1	5	7	3	3	14	3
Fusiones y adquisiciones (merger)	25	21	15	18	16	15	13	10	30	27
Abuso de posición de dominio/ prácticas monopolísticas	18	21	15	24	18	25	13	15	24	13
TOTAL	47	44	32	43	39	47	29	28	68	43
Acciones de difusión y conocimiento de buenas prácticas	69	69	60	60	74	74	36	36	36	36
TOTAL	116	113	92	103	113	121	65	64	104	79

Fuente: datos facilitados por la Fiscalía Nacional Económica de Chile

COLOMBIA	2013		2014		2015		2016		2017	
	Expedientes		Expedientes		Expedientes		Expedientes		Expedientes	
	Iniciados	Concluidos	Iniciados	Concluidos	Iniciados	Concluidos	Iniciados	Concluidos	Iniciados	Concluidos
Cárteles	6	5	2	2	3	3	7	5	5	5
Fusiones y adquisiciones (merger)	31	3	37	8	45	3	42	3	45	7
Abuso de posición de dominio/ prácticas monopolísticas	4	3	1	0	1	1	3	1	0	0
TOTAL	41	11	40	10	49	7	52	9	50	12
Acciones de difusión y conocimiento de buenas prácticas	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
TOTAL	45	14	41	10	50	8	55	10	50	12

Fuente: datos facilitados por la Superintendencia de Industria y Comercio, Colombia.

ECUADOR	2013		2014		2015		2016		2017	
	Expedientes		Expedientes		Expedientes		Expedientes		Expedientes	
	Iniciados	Concluidos	Iniciados	Concluidos	Iniciados	Concluidos	Iniciados	Concluidos	Iniciados	Concluidos
Cárteles	0	0	2	1	0	0	0	0	0	1
Fusiones y adquisiciones (merger)	13	12	24	18	42	44	36	32	30	24
Abuso de posición de dominio/ prácticas monopolísticas	34	19	28	24	30	27	44	51	41	30
TOTAL	47	31	54	43	72	71	80	83	71	55
Acciones de difusión y conocimiento de buenas prácticas	48	48	300	300	1161	1161	1074	1074	1145	1145
TOTAL	95	79	354	343	1233	1232	1154	1157	1216	1200

Fuente: datos facilitados por la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, Ecuador.

EL SALVADOR	2013		2014		2015		2016		2017	
	Expedientes		Expedientes		Expedientes		Expedientes		Expedientes	
	Iniciados	Concluidos	Iniciados	Concluidos	Iniciados	Concluidos	Iniciados	Concluidos	Iniciados	Concluidos
Cárteles	5	2	4	3	1	2	3	2	3	3
Fusiones y adquisiciones (merger)	20	23	7	9	7	11	10	9	16	15
Abuso de posición de dominio/ prácticas monopolísticas	2	1	1	0	0	1	1	1	5	3
TOTAL	27	26	12	12	8	14	14	12	24	21
Acciones de difusión y conocimiento de buenas prácticas	20	20	17	17	14	14	22	22	12	12
TOTAL	47	46	29	29	22	28	36	34	36	33
Fuente: datos facilitados por la Superintendencia de Competencia. El Salvador.										

HONDURAS	2013		2014		2015		2016		2017	
	Expedientes		Expedientes		Expedientes		Expedientes		Expedientes	
	Iniciados	Concluidos	Iniciados	Concluidos	Iniciados	Concluidos	Iniciados	Concluidos	Iniciados	Concluidos
Cárteles	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0
Fusiones y adquisiciones (merger)	5	5	8	6	7	5	7	7	9	7
Abuso de posición de dominio/ prácticas monopolísticas	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
TOTAL	6	6	9	7	7	5	7	8	9	7
Acciones de difusión y conocimiento de buenas prácticas	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
TOTAL	6	6	9	7	7	5	7	8	9	7

Fuente: datos facilitados por la Comisión para la Defensa y Protección de la Competencia de Honduras.

PANAMÁ	2013		2014		2015		2016		2017	
	Expedientes		Expedientes		Expedientes		Expedientes		Expedientes	
	Iniciados	Concluidos	Iniciados	Concluidos	Iniciados	Concluidos	Iniciados	Concluidos	Iniciados	Concluidos
Cárteles	7	7	6	n.d.	11	n.d.	7	n.d.	6	10
Fusiones y adquisiciones (merger)	5	5	1	1	6	3	4	3	2	3
Abuso de posición de dominio/ prácticas monopolísticas	2	n.d.	2	n.d.	1	n.d.	4	n.d.	9	n.d.
TOTAL	14	12	9	1	18	3	15	3	17	13
Acciones de difusión y conocimiento de buenas prácticas	1	1	0	0	1	1	2	2	0	0
TOTAL	15	13	9	1	19	4	17	5	17	13

Fuente: datos facilitados por la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia de Panamá.

PERÚ	2013		2014		2015		2016		2017	
	Expedientes		Expedientes		Expedientes		Expedientes		Expedientes	
	Iniciados	Concluidos	Iniciados	Concluidos	Iniciados	Concluidos	Iniciados	Concluidos	Iniciados	Concluidos
Cárteles	4	3	4	6	6	7	4	3	5	8
Fusiones y adquisiciones (merger)	1	0	1	2	0	0	0	0	3	1
Abuso de posición de dominio/ prácticas monopolísticas	1	4	2	2	1	2	1	1	4	2
TOTAL	6	7	7	10	7	9	5	4	12	11
Acciones de difusión y conocimiento de buenas prácticas	0	0	2	2	2	2	1	1	1	1
TOTAL	6	7	9	12	9	11	6	5	13	12

Fuente: datos facilitados por el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOP) de Perú.

V. EVALUACIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO: ESTIMACIÓN DE LOS AHORROS PARA LOS CONSUMIDORES

La OECD (2014) en su “Guide of Impact Assessment” teniendo en cuenta los métodos utilizados por las principales agencias de defensa de la competencia propone los siguientes principios generales y procedimientos de cálculo del impacto de las actuaciones en defensa de la competencia en los ahorros a los consumidores.

El Comité de Competencia de la OCDE propone los siguientes principios:

- Siempre que sea posible utilizar información de casos concretos.
- Asumir que ninguna intervención tendrá efectos negativos o desfavorables.
- Estimar los beneficios a los consumidores de forma estática y cuando sea posible incluir efectos dinámicos.
- Calcular y publicar regularmente las estimaciones.
- Presentar los resultados en forma anual y como media móvil de tres años.
- Presentar los resultados por tipo de decisión (por ejemplo separar el impacto estimado de las decisiones de cartel respecto a las decisiones de fusiones).

Se ha utilizado en esta evaluación la metodología propuesta por la OCDE. Consiste en un conjunto de reglas simples y de fácil aplicación: el impacto inmediato se calcula mediante el producto del nivel de ventas afectado por la decisión por el incremento de precios esperado, que depende del tipo de conducta anticompetitiva como se muestra en el cuadro 5.1. El tiempo de duración de los efectos de esta conducta en el mercado, depende del tipo de conducta y se aplica la estimación de 2 o 3 años de duración y todo ello, durante un periodo de tiempo estimado.

La OCDE propone obtener estos datos del análisis de los casos concretos, pero cuando no hay cuando no hay información microeconómica para calcularlo de forma específica, la OCDE propone trabajar con las hipótesis que se recogen en el cuadro 5.1.

Estos parámetros se han obtenido a partir de estudios microeconómicos y sectoriales, y constituyen hipótesis de trabajo muy conservadoras. Hay que señalar que no se evalúa el posible impacto disuasorio que la penalización de las conductas anticompetitivas pudieran tener sobre otros operadores que desisten por el temor a posibles sanciones.

Cuadro 5.1: Estimación del ahorro para los consumidores

	Cártel	Abuso de dominio	Fusiones y absorciones
Ventas afectadas	Ventas previas de las empresas investigadas en los mercados afectados	Ventas previas de las empresas investigadas en los mercados afectados	Ventas previas de todas las empresas en los mercados afectados
Efecto anual sobre precios	Sobrecarga del 10%	Incremento del 5%	Incremento del 3%
Duración	3 años	3 años	2 años

Fuente: OCDE 2014

Los resultados obtenidos en las evaluaciones de los ahorros generados a los consumidores difieren fuertemente entre los principales países. Por ejemplo, considerando los estudios de los Estados Unidos, Países Bajos, Reino Unido y la Unión Europea que han medido estos efectos en el periodo 2008-2013, la media anual de los ahorros que las agencias de defensa de la competencia generan entre sus consumidores oscila en un rango de 0,006% del PIB para Estados Unidos y el 0,069 % del PIB para la Unión Europea.

Estas diferencias tan acusadas se deben a las diferentes acciones emprendidas entre años, a los diferentes tamaños de los mercados afectados y a las diferencias metodológicas de unas agencias y otras. Por ello, es recomendable utilizar una misma metodología como puede ser la propuesta por la OCDE, analizar los datos en un periodo de tiempo más amplio que el anual y utilizar medias móviles para suavizar los efectos temporales en las series, evitando las fuertes oscilaciones que pueden causar algunas operaciones de alto volumen.

Para que sea posible una comparación entre los resultados de las diferentes agencias de competencia es preciso que la metodología de medida sea la misma. Como medida de los ingresos afectados se propone que sean las ventas realizadas en el mercado de referencia. Cuando ello no es posible, ya que no se dispone de este dato de ventas y no figuran en las resoluciones, se pueden utilizar variables aproximativas como puede ser el “perjuicio al interés general estimado” (caso de Argentina) o las multas impuestas (bajo la hipótesis

de que recuperan todo o parte del perjuicio causado a los consumidores). Sin embargo, estas soluciones que son válidas para analizar la evolución temporal del desempeño de una agencia nacional, presentan serias dificultades a la hora de realizar una comparación entre las diferentes agencias.

El principal atractivo de esta metodología es realizar una estimación a partir de los datos obtenidos en las resoluciones de las agencias nacionales de defensa de la competencia. Pero también su principal desventaja estriba en que sólo mide los efectos directos sobre los consumidores y no considera otros beneficios de la competencia que van más allá de los precios como son los efectos sobre la innovación, aumentos de productividad, la mejora de la calidad y la mayor posibilidad de elección por el consumidor, así como los efectos disuasorios para otras empresas que pudieran estar analizando adoptar conductas anticompetitivas.

Los efectos disuasorios que las actividades de las agencias nacionales y las sanciones que imponen a las empresas infractoras, pudieran tener sobre otras empresas que se estuvieran planteando adoptar prácticas no competitivas, no son consideradas por las diferentes evaluaciones. No obstante, cabe pensar que la incorporación de estos efectos disuasorios elevaría de forma muy considerable el impacto final en términos de ahorros a los consumidores. La evidencia proporcionada por estudios académicos y de la OFT¹ señala que estos efectos son importantes aunque muy difíciles de medir con precisión.

1 Véase OFT: “The impact of competition interventions on compliance and deterrence” (OFT 1391) y “The determinant effect of competition enforcement” (OFT 962)

La realización de una evaluación del impacto económico siguiendo la metodología señalada por la OCDE exige la obtención de información pormenorizada de cada una de las actuaciones a evaluar. Por ello, de cada actuación de la autoridad de defensa de la competencia en materia de cárteles, fusiones y adquisiciones (merger) y abuso de posición de dominio (prácticas monopolísticas), que ha finalizado con una prohibición (denegación) total o parcial, se deberá indicar el sentido de la resolución (prohibición total o parcial) y el volumen de ventas anual de la compañía o compañías afectadas en el mercado de referencia (sector y territorio).

Con los datos que nos han proporcionados las diferentes agencias de competencia nacionales se han calculado los ahorros estimados para los consumidores en Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador y Perú. En los otros países la información suministrada no permitía el cálculo de su repercusión en los consumidores utilizando la misma metodología, bien sea porque la información no estaba o estaba incompleta o bien porque carecía de las cifras de ventas en el mercado afectado, que es necesaria para el cálculo del ahorro generado a los consumidores.

Para cada una de las conductas prohibidas se calcula su impacto de ahorro en el año, aplicando el porcentaje recomendado por la OCDE al volumen de ventas en el mercado afectado. Esta cifra se extiende uno o dos años más, según el tipo de conducta, constituyendo los denominados efectos retardados.

Dado que se valora el efecto retardado de las actuaciones en dos y tres años, no se calculan los porcentajes de ahorro en 2013 y 2014, ya que no se tiene información previa necesaria para medir los efectos retardados de años anteriores. Los datos de Producto Interior Bruto (PIB) utilizados son los del Fondo Monetario Internacional- Banco Mundial.

El volumen económico de los casos es asignado al año en que se produce la resolución de la autoridad de defensa de la competencia y a los dos o tres años siguientes dependiendo del tipo de caso. Existen ocasiones en que el caso se produjo varios años antes, con lo que los efectos sobre los ahorros de los consumidores pudieran haberse producido con anterioridad.

A continuación, se exponen los cálculos de ahorro para los consumidores generados por las agencias nacionales de la competencia, en los casos en que ha sido posible calcularlo.

En Argentina, la normativa no considera el volumen de ventas de las firmas como uno de los elementos a evaluar para establecer el valor de las multas, por lo que no suele estar mencionado en los expedientes.² Sin embargo, se estima el monto del perjuicio al interés general causado por las conductas investigadas. Por ello, utilizamos para cárteles y abuso de dominio, el monto anual del perjuicio al interés general estimado, con una duración temporal de tres años (al igual que la metodología de la OCDE).

² El 9 de mayo de 2018 fue sancionada la nueva Ley de Defensa de la Competencia N° 27.442, que en su artículo 55 inc. d) sí prevé que el volumen de ventas sea utilizado como criterio de fijación de las sanciones en los casos de cárteles/abuso de posición dominante. En consecuencia, a partir de esta fecha los expedientes recogerán el volumen de ventas de las empresas.

Cuadro 5.2 : Ahorro para los Consumidores por la Intervención de la CNDC ARGENTINA

ARGENTINA (miles Pesos)	2013	2014	2015	2016	2017
AHORRO DEL AÑO (*)	6.000.000		34.595.768		13.729.142
EFFECTOS RETARDADOS	n.d.	6.000.000		34.595.768	28.595.768
TOTAL AHORRO	n.d.	n.d.	34.595.768	34.595.768	42.324.910
PIB (miles \$US)	611.471.000	563.614.000	631.621.000	544.735.000	619.872.000
AHORRO/PIB (%)	n.d.	n.d.	0,4218	0,4006	0,3672

(*) Perjuicio al interés general causado por las conductas investigadas.

En los años 2014 y 2016 no fueron impuestas sanciones por cárteles, abuso de posición de dominio, y tampoco se rechazaron ni fueron condicionadas operaciones de absorciones y fusiones (merger), por lo que no existe ahorro directo del año y tan sólo existen efectos retardados de operaciones anteriores.

Los datos de Argentina muestran una fuerte variabilidad, debido al elevado importe de las operaciones consideradas. Por otra parte, el

resultado de ahorro respecto al PIB es más elevado que en los restantes países, posiblemente porque el cálculo realizado del “perjuicio al interés general causado por las conductas investigadas” sobreestima el ahorro calculado de acuerdo con la metodología de la OCDE.

La Fiscalía Nacional Económica de Chile no tiene competencia para prohibir o denegar temas de Cárteles o Antimonopolio, siendo su tarea investigar estas prácticas cuando ocurren y luego denunciarlas

Cuadro 5.3 : Ahorro para los Consumidores por la Intervención de la FNE CHILE

CHILE (miles \$US)	2013	2014	2015	2016	2017
AHORRO DEL AÑO	4.340	58.179	18.000	70.153	5.270
EFFECTOS RETARDADOS	n.d.	4.340	58.179	18.000	70.153
TOTAL AHORRO	4.340	62.519	76.179	88.153	75.423
PIB (miles \$US)	278.340.000	260.954.000	242.538.000	247.025.000	263.206.000
AHORRO/PIB (%)	n.d.	n.d.	0,0314	0,0357	0,0287

Cuadro 5.4 : Ahorro para los Consumidores por la Intervención de la Superintendencia De Industria Y Comercio COLOMBIA

COLOMBIA (millones \$CO)	2013	2014	2015	2016	2017
AHORRO DEL AÑO	75.367	117.837	664.889	273.891	1.742.657
EFFECTOS RETARDADOS	n.d.	75.367	396578	669.844	607.878
TOTAL AHORRO	n.d.	n.d.	1061.467	943.735	2.350.535
PIB (miles \$US)	380.170.000	378.323.000	291.530.000	282.357.000	307.475.000
AHORRO/PIB (%)	n.d.	n.d.	0,1325	0,1095	0,2590

al Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, órgano capacitado para dictar sentencias que contengan este tipo de prohibiciones.

Por esta razón, los casos proporcionados por la Fiscalía Nacional Económica de Chile consideran únicamente las concentraciones (merger). Es de destacar la intensa actividad realizada en estos años en el análisis de procesos de absorciones y fusiones de empresas, así como la importancia económica de estas operaciones que por lo general implican a grandes empresas multinacionales.

En algunos datos de concentraciones en Chile ha sido necesario establecer estimaciones respecto a las cifras de venta de las empresas involucradas en procesos de adquisiciones y fusiones, ya que la información proporcionada se correspondía con las ventas de las empresas en los mercados mundiales y no en el mercado chileno, lo que implicaba una sobrevaloración.

Con los datos proporcionados por las resoluciones de la Superintendencia de Industria y Comercio se ha construido el cuadro anterior. En la información

Cuadro 5.5: Ahorro para los Consumidores por la Intervención de la S.C.P.M. ECUADOR

ECUADOR (miles \$US)	2013	2014	2015	2016	2017
AHORRO DEL AÑO	n.d.	145.512	22.455	154.022	38.629
EFFECTOS RETARDADOS	n.d.	n.d.	145.512	146.073	161.621
TOTAL AHORRO	n.d.	n.d.	167.967	300.095	200.250
PIB (miles \$US)	95.130.000	102.292.000	100.177.000	97.802.000	98.576.000
AHORRO/PIB (%)	n.d.	n.d.	0,1676	0,3068	0,2031

Cuadro 5.6 : Ahorro para los Consumidores por la Intervención de la Competencia de EL SALVADOR

EL SALVADOR (miles \$US)	2013	2014	2015	2016	2017
AHORRO DEL AÑO	3.500	n.d.	4.000	10.095	10.090
EFFECTOS RETARDADOS	n.d.	n.d.	3.500	4.000	14.095
TOTAL AHORRO	n.d.	n.d.	7.500	14.095	24.185
PIB (miles \$US)	24.351.000	25.054.000	26.052.000	26.798.000	27.407.000
AHORRO/PIB (%)	n.d.	n.d.	0,0287	0,0525	0,0882

facilitada no se menciona el volumen de ventas de las empresas implicadas. En algunos casos, se ha obtenido esta información de las fuentes de información económica empresarial, pero en otros (los menos) se ha utilizado el montante de la multa como indicador “*proxi*” del perjuicio causado, aunque esta cifra suele ser inferior a la obtenida por la metodología de la OCDE.

En Ecuador destacan las de acciones de difusión y conocimiento de buenas prácticas, donde se está

haciendo una labor muy destacada. Estas acciones darán sin duda un resultado en el largo plazo al evitar conductas anticompetitivas, pero no existe una metodología que permita medir su impacto en el corto plaz

Los casos reportados por la Superintendencia de la Competencia de El Salvador muestran un impacto creciente en el ahorro para los consumidores, como consecuencia de una mayor actividad.

Cuadro 5.7: Ahorro para los Consumidores por la Intervención de la Competencia de INDECOPI PERÚ

PERU (miles \$US)	2013	2014	2015	2016	2017
AHORRO DEL AÑO	35.384	2.888	33	5.746	456.750
EFFECTOS RETARDADOS	n.d.	n.d.	38.272	2.921	5.779
TOTAL AHORRO	n.d.	n.d.	38.305	8.667	462.529
PIB (miles \$US)	197.903.000	203.103.000	192.310.000	195.299.000	210.013.000
AHORRO/PIB (%)	n.d.	n.d.	0,0199	0,0044	0,2202

Cuadro 5.8 : Ahorro para los Consumidores por la Intervención des AGENCIAS NACIONALES

Millones \$ US	2015	2016	2017	Media 2015-2017
ARGENTINA	0,4218	0,4006	0,3672	0,396
CHILE	0,0314	0,0357	0,0287	0,032
COLOMBIA	0,1325	0,1095	0,2590	0,167
ECUADOR	0,1676	0,3068	0,2031	0,225
EL SALVADOR	0,0287	0,0526	0,0882	0,056
PERÚ	0,0199	0,0044	0,2202	0,082

En Perú, actualmente, solo existe obligación de notificar la operación de concentración para las empresas que operan en el sector eléctrico. Los demás sectores no tienen obligación legal de notificar. No ha habido solicitudes de autorización previa de operaciones de concentración empresarial en el sector eléctrico (fusiones) que se hayan denegado. Aunque las conductas sancionadas se corresponden a años anteriores, han sido consideradas en el año de la resolución y siguientes.

En la medida en que los resultados están sometidos a una fuerte variabilidad debido a que los casos analizados pueden ser de muy diferente cuantía, se recomienda utilizar medias móviles a tres años. Por esta razón, no es adecuado inferir tendencias con tan pocas observaciones y se calcula la media del periodo 2015-2017.

Los resultados obtenidos en las evaluaciones de los ahorros generados a los consumidores muestran unas diferencias considerables entre los países,

desde el 0,396% del PIB en el caso de Argentina hasta el 0,032% para la economía chilena. Sin embargo, estas diferencias se mantienen dentro del rango de variación de otras evaluaciones. Por ejemplo, considerando los estudios de los Estados Unidos, Países Bajos, Reino Unido y la Unión Europea que han medido estos efectos en el periodo 2008-2013, la media anual de los ahorros que las agencias de defensa de la competencia generan entre sus consumidores oscila en un rango de 0,006% del PIB para Estados Unidos y el 0,10% del PIB para Países Bajos. El cuadro 5.9 adjunto muestra los resultados de evaluaciones realizadas en otras áreas económicas.

La Competition & Markets Authority (CMA)³ del Reino Unido publica desde el año 2005 estudios en los que evalúa el impacto de sus intervenciones. Las evaluaciones se realizan con dos componentes: uno externo para casos concretos y momentos puntuales y otro interno, que se basan en medir los beneficios que las actuaciones de la CMA generan

3 Competition & Market Authority (2017): "CMA impact assessment 2016/17"

Cuadro 5.9: ESTIMACIONES DE LOS AHORROS ANUALES A LOS CONSUMIDORES (%)

	AÑO	% AHORRO/PIB
UNIÓN EUROPEA (Comisión Europea)	2014	0,0273 – 0,0553
US (DoJ)	2013	0,0068
US (FTC)	2013	0,0060
REINO UNIDO (CMA)	2013/14	0,0102
PAÍSES BAJOS (ACM)	2013	0,1075
Fuente: Ilzkovitz, F. y Dierx, A. (2015)		

sobre los consumidores y que son revisadas por un experto externo. La evaluación se desglosa en las diferentes actividades y los resultados finales se publican aplicando una media móvil a tres años, para evitar la alta volatilidad de las cifras que dependen de la mayor o menor importancia de los casos presentados.

Para el periodo 2014-17 el efecto directo estimado de beneficios a los consumidores fue de 3,7 miles de millones de libras esterlinas que representan un ahorro anual promedio de 1,2 miles de millones. Esta cifra supone el 0,05% del PIB británico, impacto muy superior al del periodo anterior 2013/14 (0,01%). En esta evaluación calculan el ratio de beneficios

respecto a los costes de la agencia, obteniéndose una relación de 18,6 libras ahorradas por cada libra gastada.

La Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia de España ha publicado una estimación del “Impacto de las intervenciones de la CNMC en defensa de la competencia”⁴, en la que siguiendo la metodología de la OCDE con algunas adaptaciones, se cuantifica el ahorro para los consumidores aplicando medias móviles a tres años para suavizar las oscilaciones coyunturales. El cuadro 5.10 recoge los resultados obtenidos.

Los ahorros en términos de porcentaje del PIB

CUADRO 5.10: AHORRO PARA LOS CONSUMIDORES POR LA INTERVENCIÓN DE LA CNMC (ESPAÑA)

AÑO	Ahorro anual €(media móvil 3 años)	PIB (millones €)	Ahorro/PIB	% Ahorro/PIB
2016	861.110.430	1.118.522	0,000769865	0,0770
2015	889.359.542	1.079.998	0,000823483	0,0823
2014	151.764.333	1.073.820	0,000141331	0,0141
2013	235.921.186	1.025.693	0,000230012	0,0230
Fuente: elaboración propia a partir de datos de CNMC (2017)				

4 García Verdugo, J. y Gómez, L. (2017): “Impacto de las intervenciones de la CNMC en defensa de la competencia (2016)” Documento AE-01/17, CNMC.

Cuadro 5.11: Ahorro para los Consumidores por la Intervención des AGENCIAS NACIONALES

Millones \$ US	2015	2016	2017	Media
ARGENTINA	3.666,30	2.307,60	2.068,50	2.680,8
CHILE	76,1	88,1	75,4	79,9
COLOMBIA	386,4	309	796,4	497,3
ECUADOR	167,9	300	200,2	222,7
EL SALVADOR	7,5	14	24,1	15,2
PERÚ	38,3	8,6	462,5	169,8
TOTAL AHORRO (6 países)	4.342,50	3.027,30	3.627,10	3.665,6
PIB (suma 6 países)	1.484.228	1.394.016	1.526.549	1.468.264
% AHORRO/PIB	0,293	0,216	0,346	0,285

Fuente: elaboración propia

crecen en los últimos años situándose en el 0,07% del PIB en 2016, con un importe en el año de 861 millones de euros, cifras ligeramente superiores a las obtenidas para las principales agencias mundiales.

La comparación entre los datos obtenidos por las evaluaciones de los distintos países podría indicar que los ahorros anuales generados a los consumidores son mayores en economías con un nivel de desarrollo más reducido, donde existe una menor competencia en los mercados y en consecuencia casos de mayor impacto económico.

Como se recoge en el cuadro 5.11, el volumen total de ahorro en los 6 países en que ha sido posible la evaluación ha supuesto de promedio en cada uno de los tres años evaluados (2015, 2016 y 2017)

unos ahorros a los consumidores de 3.665 millones de \$ al año, con un impacto del 0,285% del PIB.

La importancia de estas cifras se pone de manifiesto en que, si suponemos constante este porcentaje promedio del PIB (0,285%) y se lo aplicamos a los 17 países que forman parte del Programa COMPAL, cuyo PIB conjunto es de 4.061.700 millones de \$ US, obtenemos una estimación de ahorro a los consumidores como consecuencia de la actuación de las agencias de defensa de la competencia de 11.575 millones de \$ US.

El importante volumen de ahorros generados a los consumidores en cada país permite establecer un ratio beneficio coste con respecto a los presupuestos públicos asignados a las agencias de defensa de la competencia. Para ello, las agencias nacionales nos han comunicado su presupuesto asignado a defensa de la competencia, ya que en

Cuadro 5.12: Relación beneficio/coste de las agencias de defensa de la competencia

	2015	2016	2017
ARGENTINA			
Ahorro generado a los consumidores (miles Pesos A.)	34.595.768	34.595.768	42.324.910
Presupuesto (\$ US)	2.816.607	3.969.791	7.195.252
Ratio B°/Coste	952,15	555,08	319,69
COLOMBIA			
Ahorro generado a los consumidores (miles \$US)	386.484	309.075	796.481
Presupuesto (\$US)	n.d.	8.900.000	10.400.000
Ratio B°/Coste	n.d.	34,71	76,57
EL SALVADOR			
Ahorro generado a los consumidores (miles \$US)	7.500	14.095	24.185
Presupuesto (\$US)	2.554.310	2.554.310	2.557.540
Ratio B°/Coste	2,94	5,52	9,46
PERÚ			
Ahorro generado a los consumidores (miles \$US)	21.109	7.044	304.995
Presupuesto (\$US)	2.328.318	2.129.655	2.446.937
Ratio B°/Coste	9,06	3,30	124,64

algunas administraciones el organismo encargado de velar por la competencia tiene actuaciones en otros ámbitos económicos. El cuadro 5.12 recoge el ahorro generado a los consumidores, el presupuesto de las agencias de defensa de la competencia y el efecto multiplicador de estos fondos en ahorros para los consumidores por cada unidad monetaria

gastada.

Los resultados del ratio beneficio/coste son muy elevados en todos los países y es de destacar la tendencia creciente en todos ellos con la excepción de Argentina.⁵

⁵ Calculado a partir de las estimaciones del perjuicio causado a los consumidores realizadas por la CNDC

VI. ANÁLISIS DE CASOS RELEVANTES

La utilización del método del caso puede resultar de gran utilidad en un proceso de evaluación que abarca realidades económicas tan complejas como el desempeño de las agencias nacionales. Obviamente, el análisis de casos se realiza sobre una muestra no aleatoria de la realidad de los casos presentados, pero aunque no sea significativo desde el punto de vista estadístico, puede aportar información relevante sobre la labor realizada por las agencias nacionales de la competencia. Además, hay que considerar que dada la dimensión de las agencias nacionales y el número de casos resueltos, los casos más destacados suponen una parte muy importante del impacto total en la economía.

Por otra parte, la metodología del análisis de casos permite medir el impacto económico de las acciones planteadas, con un nivel de precisión muy superior al del conjunto de acciones agregadas.

Respecto al mercado afectado, en conductas se utiliza el volumen medio de ventas del mercado afectado en el momento de la infracción. Se considera, de acuerdo con la metodología de la OCDE que la subida de precios evitada por la intervención es del 10% en casos de cárteles y del 5% en los casos de abuso de dominio. En ambos casos se considera que el ahorro generado para los consumidores se extiende durante tres años: el año de la intervención y los dos siguientes. No se han tenido en cuenta aquellas operaciones para las que no hay datos disponibles y no se han podido conseguir por otras fuentes. En el análisis no se consideran las sanciones a personas físicas, salvo que hubieran sido sancionadas por su papel como empresarios autónomos. En los casos en

que las conductas afectan “aguas arriba”¹, hemos considerado que el efecto negativo sobre los productores podría haberse trasladado hacia los consumidores finales que se hubieran beneficiado de una reducción de precios del 10%.

Las concentraciones consideradas son aquellas que la autoridad de la competencia ha prohibido o autorizado con restricciones. Estimamos el mercado afectado como la suma de las ventas de las empresas que intervienen en la concentración en el mercado doméstico, ya que las ventas en los mercados internacionales afectarían a otras economías y no a los consumidores del país objeto de estudio. De acuerdo con la metodología de la OCDE, se estima que el efecto de la concentración no autorizada hubiera producido un incremento de precios del 3%, con un impacto temporal de dos años (el año de la prohibición y el siguiente).

La estimación del impacto económico se realiza siguiendo la metodología recomendada por la OCDE (2014). Se parte de las ventas anteriores de las empresas afectadas por la intervención, excepto en el caso de Argentina en que la información disponible es una estimación del perjuicio causado a los consumidores. A las ventas se les aplica un porcentaje del 10% en los cárteles, del 5% en las conductas de abuso de dominio y de un 3% en las fusiones y absorciones (merger), con lo que se obtiene la estimación del perjuicio causado a los consumidores por las prácticas monopolísticas. Por último, se considera que el efecto sobre los consumidores se extendería en 3 años en los cárteles y abuso de dominio y en 2 años para las fusiones y adquisiciones.

¹ Se entiende por efectos aguas arriba a los causados a los proveedores de la empresa.

En algunos de los casos planteados las empresas se acogen a Programas de clemencia o delación que les permite al colaborar ver reducida la sanción. No obstante, esta circunstancia no tiene impacto en los ahorros en los consumidores, por lo que aunque se reseña en los casos, no se valora.

Las conductas prohibidas, las empresas afectadas, el resultado de la actuación de la agencia nacional de la competencia y la estimación del impacto económico de su actuación en términos de ahorros para los consumidores, se recoge en el cuadro 6.1. En algunos casos, la información disponible no permite el cálculo del impacto económico y se ha reflejado el importe de las multas impuestas como indicador aproximado del perjuicio causado a los consumidores.

A las agencias nacionales participantes se les había solicitado información pormenorizada del caso o de los 3 casos que consideren más importantes de los resueltos en el periodo 2013-17, un resumen de los aspectos más significativos de cada caso, así como de su resolución y de su impacto económico, se recoge a continuación.

Cuadro 6.1: ANÁLISIS DE CASOS REPORTADOS				
CONDUCTAS	EMPRESAS	RESULTADO	IMPACTO ECONOMICO (1) (efecto anual sobre precios)	AÑO
ARGENTINA				
Concentración Merger	Laboratorios: Pfizer-Laboratorios Elea	Autorización condicionada	6.000.000 \$P.A. durante 2 años	2013
Prácticas monopolísticas	Laboratorios Braun Medical, Gobbi Novag, Fresenius y Behring	Multa	11.800.000 \$P.A. durante 3 años	2015
Cártel	Clínicas y Sanatorios de Provincia de Salta	Multa	137.292.475 \$P.A. durante 3 años	2017
BRASIL				
Concentración	Ipiranga y Alesat	Prohibición	2.295 millones de reales R\$ durante dos años	2016
Concentración	Ultragaz y Liquigas	Prohibición	256 millones de reales R\$ durante dos años	2017
COLOMBIA				
Cártel	Pañales: Tecnoquímicas, Familia y Kimberly	Multa (Programa clemencia)	51.000 millones de \$Pesos Colombianos durante 3 años	2016
Prácticas monopolísticas	Cuadernos: Carvajal, Kimberly y Scribe	Multa (Programa clemencia)	12.500 millones de \$Pesos Colombianos durante 3 años	2016
Cártel	Papeles suaves: Kimberly, Familia, Papeles Nacionales y P. del R.	Multa (Programa clemencia)	93.600 millones de \$Pesos Colombianos durante 3 años	2016
CHILE				
Cártel	Empresas avícolas	Multa	Multa: 46.600.000 \$US	2015
Prácticas monopolísticas	Ginecólogos de Ñuble	Multa	Multa: 1.625.000 \$ US	2015
Cártel	Papeles suaves: CMPC y SCA Chile	Multa (Programa delación)	Multa: 36.000.000 \$ US y 150.000.000 \$US a los consumidores	2017

ECUADOR				
Concentración	Cervezas: Ab Inbev y SabMiller	Aprobación condicionada	38.629.000 dólares US durante dos años.	2016
Prácticas monopolísticas	Telefonía: Consorcio Ecuatoriano de Telecomunicaciones – CONECEL S.A.	Multa	77.011.000 dólares US durante tres años.	2016
EL SALVADOR				
Prácticas monopolísticas	Empresas aseguradoras: SISA Vida, ASESUISA Vida y AIG Vida.	Multa	4 millones dólares US durante tres años.	2014
Concentración	Cervezas: Anheuser-Busch InBev y SABMiller	Aprobación condicionada	10.095.769 dólares USA durante dos años	2016
HONDURAS				
Concentración	Televisión por cable: Millicom y CATECHO	Aprobación condicionada y Multa	Multa: 13.399.602 L	2015
Prácticas monopolísticas	Farmacias	Eliminación restricciones	40 millones de \$US de descuentos en precios.	2014
PANAMÁ				
Prácticas monopolísticas	Servicio de Monitoreo y Control Publicitario	Multa	6.742.376 Balboas por año durante tres años	2009
Prácticas monopolísticas	Cervezas: Cervecería Nacional S.A.	Multa	20.000.000 Balboas durante tres años	2017
Cártel	Empresas productoras de Harina de Trigo	Multa	4.725.794,56 Balboas por año	2015
PERÚ				
Prácticas monopolísticas	Papeles suaves: Kimberly Clark y Protisa	Multa (Programa clemencia)	157,2 millones de dólares US durante 3 años	2017
(1) En los casos en que no ha sido posible calcular el impacto económico por falta de datos, se ha recogido el importe de las multas impuestas.				

ARGENTINA

Los casos más relevantes resueltos por la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia, por el monto de la multa impuesta o por la repercusión alcanzada, son los siguientes:

Concentración económica: Pfizer Inc. y Laboratorios ELEA S.A.C.I.F. y A.

Descripción:

La operación de concentración económica que motivó el inicio de estas actuaciones se produjo en el extranjero y consistió en la modificación del Contrato de Licencia Farmacéutica de fecha 17 de marzo de 1989, celebrado entre las firmas PFIZER INC, WARNER LAMBERT COMPANY Y PARKE-DAVIS & COMPANY, como licenciantes, y la firma G&M S.A. como licenciataria, el cual a su vez fue luego modificado en los años 1997, 2002 y 2005.

Bajo la licencia original, las firmas WARNER LAMBERT COMPANY Y PARKE-DAVIS & COMPANY otorgaron a favor de la firma G&M S.A. licencias exclusivas para elaborar, empaquetar y comercializar en la Argentina ciertos productos farmacéuticos de su propiedad, utilizar las patentes correspondientes a los productos licenciados, hacer usos del know how referido a la información y datos necesarios para la producción, uso y comercialización de los productos licenciados. Asimismo, como consecuencia de las sucesivas modificaciones, se incorporaron y excluyeron de la licencia original ciertos productos comercializados por las partes.

La operación fue notificada ya que el volumen de negocios de las empresas afectadas, a nivel

nacional, superaba el umbral de \$2.000.000 pesos argentinos establecido en el artículo 8 de la Ley N° 25.156, y al hecho que la operación no se encontraba alcanzada por ninguna de las excepciones previstas en dicha norma.

En virtud del análisis realizado por la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia, se concluyó que la operación de concentración económica notificada infringía el artículo 7 de la Ley 25.156, toda vez que la cláusula de “Renuncia a exigir el cumplimiento de las disposiciones de no competencia”, poseía entidad suficiente para restringir o distorsionar la competencia.

Resolución del caso:

Con fecha 9 de octubre de 2013 se emitió la Resolución SC N° 111, la que subordinó la autorización de la operación de concentración económica notificada al cumplimiento de la obligación de modificar la citada cláusula, debiendo quedar la misma limitada a los productos Agarol, Caladryl, Duranil, Mylanta Pocket, Sacarina Parke Davis, Anusol, Benadryl, Mylanta, Sinutab y el producto en fase de desarrollo de la firma PFIZER INC. para el dolor neuropático y la epilepsia que contiene el ingrediente activo pregabalina por el tiempo que dure la licencia.

Cálculo del impacto económico:

En la medida en que el mercado conjunto de las dos empresas implicadas supera los 200 millones de pesos argentinos, se estima que esta concentración hubiera podido generar un perjuicio a los consumidores de 6 millones de pesos argentinos en los próximos dos años.

Sitio Web de la publicación: http://www2.mecon.gov.ar/cndc/archivos_c/1015.pdf

Prácticas concertadas: B. Braun Medical S.A., Gobbi Novag S.A., Fresenius Kabi S.A., CSL Behring S.A.

Descripción:

El expediente se inició con motivo de una denuncia realizada por el Director de Investigaciones de la oficina anticorrupción por medio de la cual se imputaba a las firmas denunciadas el haber realizado prácticas concertadas en el marco de las licitaciones públicas convocadas por un número de hospitales públicos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Gran Buenos Aires, Ciudad de La Plata, y su área de influencia, desde el año 2005 hasta el año 2007 para abastecer el mercado de gelatinas (también denominados expansor plasmático, poligelina o expansor plasmático en base a gelatina). En particular, la conducta denunciada consistía en coordinar el reparto de clientes y fijar precios con el objeto de restringir la competencia en perjuicio al interés económico general.

Resolución:

El 25 de noviembre de 2015 la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia se pronunció declarando responsables a todos los laboratorios denunciados y a los Sres. Carlos Alberto De Angelis, Daniel Alberto Ascencio y Raúl Miniño, en su carácter de partícipes de dicha conducta, y condenándolos al pago de una multa de \$10.000.000 pesos argentinos y de \$200.000 pesos argentinos respectivamente.

Cálculo del impacto económico:

La facturación de las empresas implicadas ascendió a 118 millones de pesos argentinos, se estima que estas prácticas concertadas hubieran podido generar un perjuicio a los consumidores del 10% de dicha cifra, es decir 11,8 millones de pesos argentinos en los próximos tres años.

Sitio web de la publicación: <http://cndc.produccion.gob.ar/node/699>.

Cártel: Asociación de Clínicas y Sanatorios Privados de la Provincia de Salta, Hospital Privado Santa Clara de Asis s.a., Parque s.a., CENESAA s.a., Hospital Privado Tres Cerritos s.r.l., Círculo Médico de Salta y la Asociación Salteña de Ortopedia y Traumatología (ASOT).

Descripción:

La conducta sancionada consistió en la conformación de un cártel por parte de los sanatorios sancionados en las ciudades de Salta, Tartagal y Metán, provincia de Salta, con el objeto de fijar los precios convenidos con las administradoras de fondos para la salud (obras sociales sindicales y mutuales, Instituto Provincial de Salud de Salta (IPSS) y empresas de medicina prepago) para las prestaciones sanatoriales, durante el período comprendido entre diciembre de 2011 y diciembre de 2013, inclusive. Del acuerdo participaron los sanatorios nucleados en ACLISASA (entidad sin fines de lucro que agrupa clínicas y sanatorios en la provincia y que aglutina a una parte importante de los sanatorios multados) junto con otros sanatorios no asociados.

Resolución:

En consecuencia, y en virtud de los efectos

producidos por las conductas desarrolladas restrictivos de la competencia en los mercados de farmacias; disminución de oferta de servicios farmacéuticos, respecto de las aseguradoras de servicios de salud; y regulación artificial de los precios de medicamentos y artículos de perfumería en detrimento de los consumidores finales, la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia dispuso la imposición de una multa en cabeza de los 15 sanatorios imputados y de ACLISASA por un total de \$ 22.768.860 pesos argentinos.

Cálculo del impacto económico:

La Comisión Nacional de Defensa de la Competencia estima el perjuicio causado a los consumidores por estas prácticas en 411.877.427 pesos argentinos, que suponen 137.292.475 \$P.A. durante 3 años.

Sitio web de la publicación: https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/rs-2018-03971330-apn-seccmp.pdf_c.1462.pdf

BRASIL

Los casos más relevantes presentados por el Conselho Administrativo de Defesa Economica (CADE) de Brasil son los siguientes:

Concentración: Caso Ipiranga y Alesat (2016)

Descripción:

La operación consiste en la adquisición, por Ipiranga Productos de Petróleo S.A. ("Ipiranga"), de las acciones representativas de la totalidad del capital social de la sociedad Alesat Combustibles S.A.

Empresas afectadas:

Ipiranga: El ingreso neto de Ipiranga en Brasil, en 2015, fue de aproximadamente R\$ 65 mil millones, no habiendo tenido facturación en otros países. Ipiranga pertenece al Grupo Ultra. Los ingresos del Grupo Ultra en Brasil, en 2015, fueron de aproximadamente R\$ 78 mil millones, de los cuales R\$ 1,3 mil millón de facturación registrado por subsidiarias en el exterior y exportaciones.

Alesat: El ingreso neto de Alesat, en 2015, fue de R\$ 11.536.576.813,11. Alesat controla el Grupo Ale, compuesto por las empresas con actividades en el territorio nacional que se enumeran a continuación:

- Alesat Combustibles S.A.
- Alecred Promotora de Negocios de Crédito Ltda.
- Ale Combustibles S.A.
- Alesat Comercial Importaciones y Exportaciones Ltda.

El ingreso neto del Grupo Ale en 2015, fue de R\$ 11.537.236.082,36.

Para el estudio de la concentración se realizaron los siguientes análisis:

- Análisis de la producción y transporte de derivados de petróleo; producción de etanol, distribución de combustibles líquidos; y la reventa de combustibles líquidos.
- Mercado relevante (dimensión de producto y dimensión geográfica).
- Posibilidad y probabilidad de ejercicio de poder de mercado
- Entrada: Barreras a la entrada y Probabilidad, tempestividad y suficiencia de la entrada a nivel estatal.
- Rivalidad.
- Análisis de mercado por estado.
- Eficiencia
- Análisis de remedio (grandes dificultades).

Resolución:

Como consecuencia de estos análisis la autoridad de la competencia decidió la prohibición total (reprobación de la operación).

Cálculo del impacto económico:

Se estima que el ahorro generado a los consumidores por la prohibición de esta concentración es del 3% del volumen de ventas en el mercado de referencia (76,5 miles de millones R\$) lo que supone 2.295

millones de reales R\$ durante los dos años siguientes.

La decisión puede ser consultada en la siguiente dirección: (Documento do CADE nº SEI 0372036). https://sei.cade.gov.br/sei/modulos/pesquisa/md_pesq_processo_pesquisar.php?acao_externa=protocolo_pesquisar&acao_origem_externa=protocolo_pesquisar&id_orgao_acesso_externo=0

Concentración: caso Ultragaz y Liquigas (2017)

Descripción:

La operación notificada consiste en la propuesta de adquisición por Ultragaz del 100% de las acciones representativas del capital social de Liquigás, actualmente propiedad de Petrobras.

La empresa Ultragaz pertenece al grupo económico Ultrapar. En el ejercicio finalizado el 31/12/2015, el Ingreso Operativo Bruto de Ultrapar fueron de R\$ 77.069.673.050,99 en Brasil y de R\$ 78.032.206.740,29 en el mundo (incluyendo Brasil). Por su parte, en el ejercicio finalizado el 31/12/2015, el Ingreso Operativo Bruto de Ultragaz fue de R\$ 4.667.199.861,28 (no hay facturación en el exterior).

Liquigás Petrobras es la sociedad holding del denominado Sistema Petrobras. En el ejercicio finalizado el 31/12/2015, el Ingreso Operativo Bruto de Petrobras (Controladora) fue de aproximadamente R\$ 328.747 millones y el Ingreso Operativo Bruto del Sistema Petrobras (Consolidado) de aproximadamente R\$ 401.320 millones. Por su parte, en el ejercicio finalizado el 31/12/2015,

el Ingreso Operativo Bruto de la Liquigás fue de aproximadamente R\$ 3.872.948 miles (no hay facturación en el exterior).

El mercado brasileño de GLP en 2015 presentó las siguientes características: (i) consumo aparente: 7.308.605 toneladas; (ii) importación: 1.758.351 toneladas (el 24% del consumo aparente); (iii) valores totales de las importaciones: 596.542 (miles US\$ FOB). La operación en la dimensión del producto se define como: Distribución de GLP envasado (hasta P13) y Distribución de GLP a granel (otros).

En el mercado relevante de GLP envasado, la operación alcanza 3.191 municipios, en los cuales Ultragaz, Liquigás o ambas tienen actividad. Se consideró como actuación en el mercado la existencia de cualquier volumen de ventas de los productos de Ultragaz o Liquigás en el municipio. Del conjunto de municipios alcanzados por la operación, en 1.419 hay concentración horizontal en el mercado, derivada de la superposición de ventas de las empresas.

Para el estudio de la concentración se realizaron los siguientes análisis:

- Mercado pertinente (dimensión de producto y dimensión geográfica) de GLP envasado, GLP a granel y GLP propulsor.
- Análisis del sector de GLP (oferta del insumo, aprovisionamiento, distribución y reventa).
- Posibilidad de ejercicio de poder de mercado para cada tipo de GLP.
- Barreras a la entrada.

- Probabilidad, tiempo y suficiencia de la entrada.
- Rivalidad.
- Probabilidad del ejercicio coordinado de mercado.
- Eficiencias.
- Análisis de remedio (tres propuestas de remedios).

La decisión puede ser consultada en la siguiente dirección: (Documento de CADE nº SEI 0449454).
https://sei.cade.gov.br/sei/modulos/pesquisa/md_pesq_processo_pesquisar.php?acao_externa=protocolo_pesquisar&acao_origem_externa=protocolo_pesquisar&id_orgao_acesso_externo=0

En el mercado relevante de GLP a granel, la operación alcanza a 25 unidades de la Federación (las empresas afectadas no actúan en los Estados de Acre y Roraima). En todos los estados en que operan, Ultragas, Liquigás o ambas tienen actividad, considerando como actuación en el mercado la existencia de cualquier volumen de ventas de los productos de Ultragas o Liquigás en el estado. Del conjunto de estados alcanzados por la operación, en 22 de ellos hay concentración horizontal en el mercado, derivada de la superposición de ventas de las dos empresas analizadas.

Resolución:

En consecuencia, la autoridad de la competencia acordó la prohibición total (reprobación de la operación).

Cálculo del impacto económico:

Se estima que el ahorro generado a los consumidores por la prohibición de esta concentración es del 3% del volumen de ventas en el mercado de referencia (8.539 millones R\$) lo que supone 256 millones de reales R\$ de ahorro durante los dos años siguientes.

COLOMBIA

Los casos más relevantes presentados por la Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia son los siguientes:

Cártel: Caso Pañales

Descripción:

La investigación adelantada por la Superintendencia se inició a finales del año 2013 y contó con la colaboración de KIMBERLY como primera empresa delatora y FAMILIA como segunda empresa delatora, quienes confesaron su participación en el cartel, reconocieron su responsabilidad, aportaron documentos, correos electrónicos y declaraciones de sus funcionarios y ex funcionarios en relación con la existencia y el funcionamiento del cartel empresarial en el mercado de pañales desechables para bebé en Colombia, a cambio de recibir los beneficios establecidos en la ley para dichos colaboradores.

La investigación de la Superintendencia logró evidenciar que TECNOQUÍMICAS, FAMILIA y KIMBERLY interiorizaron la cartelización empresarial en pañales desechables para bebé como parte de su dinámica empresarial, al punto de ser activamente liderada, promovida y patrocinada desde los más altos cargos directivos de las compañías, entre ellos quienes ocuparon los cargos de Presidente y Gerente General.

Así las cosas, TECNOQUÍMICAS, FAMILIA y KIMBERLY, en virtud de los actos de cartelización sancionados, renunciaron a las más elementales consideraciones de comportamiento empresarial,

buen gobierno corporativo y buenas prácticas, violando su deber constitucional, legal y ético de competir en el mercado y por esa vía defraudaron la confianza de los colombianos y de la economía social de mercado, al haber fijado artificialmente los precios de los pañales desechables para bebé en el mercado colombiano por más de una década (2001-2012).

Resolución:

La Superintendencia de Industria y Comercio impuso sanciones a TECNOQUÍMICAS, FAMILIA y KIMBERLY, por haber incurrido, durante más de una década (2001-2012), en una conducta concertada, continuada y coordinada para fijar artificialmente el precio de los pañales desechables para bebé en el mercado colombiano y también sancionó a 16 altos directivos (funcionarios y ex funcionarios) de las 3 empresas sancionadas por cartelización, por haber colaborado, facilitado, autorizado, ejecutado o tolerado la conducta violatoria del régimen de la libre competencia económica.

Las sanciones impuestas a TECNOQUÍMICAS, FAMILIA, KIMBERLY y a los 16 altos directivos de las empresas ascienden a una suma global superior a los \$ 208 mil millones de pesos. Las multas impuestas a las empresas no superan el 8 % de su patrimonio ni el 7 % por ciento de sus ingresos operacionales anuales.

La Superintendencia le concedió a KIMBERLY, en su condición de primer delator, la exoneración del cien por ciento (100%) del pago de la multa, por contribuir eficazmente con la investigación y cumplir con los compromisos adquiridos en el Programa de Beneficios por Colaboración. Así mismo, le concedió

a FAMILIA, en su condición de segundo delator una reducción del cincuenta por ciento (50%) de la multa impuesta.

La Superintendencia archivó la investigación de TECNOSUR por haberse comprobado que dicha empresa fue únicamente fabricante de pañales y no participó en la comercialización y mercadeo de los pañales. También se decidió archivar la investigación a favor de DRYPERS, por cuanto, si bien se acreditó su participación en el cartel, la misma cesó en el año 2006, por lo que al momento de sancionar se encontraba caducada la facultad sancionatoria del Estado. Adicionalmente, fueron exonerados 25 funcionarios de las empresas, unos por caducidad y otros por haberse probado que no participaron en el cartel empresarial.

Cálculo del impacto económico:

Según estudios de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), los carteles empresariales que fijan artificialmente los precios en el mercado de los productos generan sobre precios de entre el 15 % y el 60% por encima del precio de competencia. El mercado de los pañales desechables para bebé en Colombia genera ingresos por cerca de \$ 600 mil millones de pesos al año y las empresas sancionadas TECNOQUIMICAS, FAMILIA y KIMBERLY tienen una participación de mercado superior al 85%.

La facturación de las empresas implicadas ascendió al 85% del mercado total de 600.000 millones de pesos colombianos, por lo que se estima que estas prácticas concertadas hubieran podido generar un perjuicio a los consumidores de 51.000 millones de pesos colombianos durante 3 años siguientes.

La decisión administrativa sancionatoria puede ser consultada en el link siguiente:

http://www.sic.gov.co/sites/default/files/estados/022018/RES_43218_DE_2016.pdf

Prácticas Colusorias: Caso Cuadernos

Descripción:

Mediante la Resolución No. 7897 del 27 de febrero de 2015, la Delegatura para la Protección de la Competencia ordenó abrir investigación y formular pliego de cargos contra CARVAJAL EDUCACIÓN S.A.S., COLOMBIANA KIMBERLY COLPAPEL S.A. y SCRIBE COLOMBIA S.A.S. y 27 personas naturales vinculadas a ellas.

En ese acto administrativo la Delegatura formuló dos grandes acusaciones contra los investigados. En primer lugar, el haber participado en un acuerdo de precios para fijar directa e indirectamente los precios de los productos del mercado de cuadernos.

En segundo lugar, el haber concertado sobre los siguientes aspectos: (i) estrategias de comercialización, debido a que acordaron no entregar productos en consignación, no admitir devoluciones de cuadernos en unidades sueltas, no re-facturar y no entregar obsequios; (ii) políticas de mercadeo en tanto que convinieron reducir el número de impulsores y acordaron disminuir y/o mantener la inversión en cadenas; (iii) estrategias financieras y de crédito mediante el intercambio de información sensible en el marco del denominado Comité de Crédito; y (iv) abastecimiento y distribución de los cuadernos porque convinieron no ofrecer cuadernos del segmento intermedio en

cadenas y no emplear el mecanismo de SODEXO PASS para la compra de cuadernos.

En cuanto al primer cargo, la Delegatura encontró que las empresas investigadas participaron en un acuerdo permanente e ininterrumpido para la fijación de precios mediante la concertación sobre el precio de venta de los productos, el porcentaje de incremento de ese precio y el porcentaje de descuento que podrían conceder a los canales de comercialización.

Acerca de la segunda acusación, se encontró que los diferentes acuerdos sobre variables de competencia diferentes al precio tuvieron lugar desde el 2012 hasta el 2014, lo que se evidenció a partir de una serie de pruebas que incluyen declaraciones y documentos derivados de las reuniones sostenidas entre las investigadas con los compromisos allegados en las mismas, entre otras evidencias.

Resolución:

La Superintendencia de Industria y Comercio impuso sanciones a CARVAJAL, KIMBERLY y SCRIBE por haber incurrido, en una conducta concertada, continuada y coordinada para fijar artificialmente el precio de los cuadernos en el mercado colombiano.

La Superintendencia le concedió a KIMBERLY, en su condición de primer delator, la exoneración del cien por ciento (100%) del pago de la multa, por contribuir eficazmente con la investigación y cumplir con los compromisos adquiridos en el Programa de Beneficios por Colaboración. Así mismo, le concedió a SCRIBE, también en su condición de primer delator una reducción del cien por ciento (100%) de

la multa impuesta.

Cálculo del impacto económico:

La dimensión del mercado afectado es de 125.000 millones de pesos anuales, por lo que se puede estimar el perjuicio causado a los consumidores colombianos en 12.500 millones de pesos colombianos (10% del mercado) durante 3 años.

La decisión administrativa sancionatoria puede ser consultada en el link siguiente: http://www.sic.gov.co/sites/default/files/estados/RESOLUCION_54403_CUADERNO.pdf

Cártel: Caso Papeles suaves

Descripción:

El cartel empresarial de precios inició con la participación de KIMBERLY y FAMILIA en el año 2000, quienes no solo fueron los precursores del cartel, sino que además, fueron los integrantes más activos y protagónicos. La vinculación de PAPELES NACIONALES se dio en el año 2001 y la de C. Y P. DEL R. en el año 2003.

El cartel empresarial sancionado operaba como una verdadera estructura encubierta, destinada a burlar o violar el régimen de protección de la libre competencia económica, utilizando incluso, apodosos o seudónimos para identificar a las empresas participantes, quienes además, se comunicaban a través de cuentas de correo electrónico “fachada” para planear, ejecutar y darle cumplimiento al acuerdo de fijación artificial directa e indirecta de los precios del papel higiénico y de otros papeles suaves en el mercado colombiano. Para identificar

a las diferentes empresas participantes del cartel empresarial utilizaron como apodos o seudónimos.

La investigación logró evidenciar que KIMBERLY, FAMILIA, PAPELES NACIONALES y C. Y P. DEL R. interiorizaron la cartelización en papeles suaves como parte de su dinámica empresarial, al punto de ser activamente promovida y patrocinada desde las más altas esferas de las compañías entre sus empleados. En el expediente hay prueba directa de la participación de los gerentes generales de las empresas en los actos de cartelización, quienes fueron sancionados en esta investigación.

Resolución:

La Superintendencia de Industria y Comercio impuso sanciones a KIMBERLY, FAMILIA, PAPELES NACIONALES y C. Y P. DEL R., al haber incurrido, durante más de una década (2000-2013), en una conducta concertada, continuada y coordinada para fijar artificialmente el precio de los papeles suaves en Colombia, sector integrado por 4 productos: papel higiénico; servilletas; toallas de cocina; y pañuelos para manos y cara. La Superintendencia de Industria y Comercio también sancionó a 21 altos directivos (funcionarios y ex funcionarios) de las 4 empresas cartelizadas por haber colaborado, facilitado, autorizado, ejecutado o tolerado la conducta violatoria de la libre competencia económica.

Las sanciones impuestas por la Superintendencia de Industria y Comercio ascienden a una suma global superior a los \$ 185 mil millones de pesos. Las multas impuestas a los 4 fabricantes de papeles suaves en Colombia, no superan el 15% de sus ingresos operacionales anuales.

La investigación adelantada por la Superintendencia de Industria y Comercio se inició a finales del año 2013 y contó con la colaboración de KIMBERLY, FAMILIA y C. Y P. DEL R. como empresas deladoras, quienes confesaron su participación en el cartel, reconocieron su responsabilidad, aportaron documentos, correos electrónicos y declaraciones de sus funcionarios y ex funcionarios sobre la existencia y el funcionamiento del cartel empresarial. La Superintendencia le concedió a KIMBERLY, en su condición de primer delator, la exoneración del cien por ciento (100%) del pago de la multa, por contribuir eficazmente con la investigación y cumplir con los compromisos adquiridos en el Programa de Beneficios por Colaboración. Así mismo, le concedió a C. Y P. DEL R., en su condición de tercer delator, una reducción del treinta por ciento (30%) de la multa impuesta.

El Superintendente, determinó que FAMILIA, en su condición de segundo delator, incumplió las obligaciones adquiridas en el marco del Programa de Beneficios por Colaboración. En consecuencia, excluyó a dicha empresa de los beneficios acordados provisionalmente y consistentes en una eventual reducción de no menos del 50% de la sanción. La exclusión de FAMILIA del Programa de Beneficios por Colaboración se debió a que se confirmó que ocultó información, mintió sobre aspectos relevantes de la investigación y no aportó algunas pruebas que estaban en su poder. No obstante, el Superintendente al dosificar la sanción a FAMILIA, tuvo en cuenta la confesión de la conducta anticompetitiva y las excusas públicamente ofrecidas al país por parte de FAMILIA, otorgándole una reducción a la multa impuesta.

Cálculo del impacto económico:

Según estudios de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), los carteles empresariales de precios fijan artificialmente los precios en el mercado entre el 15 % y el 60% por encima del precio de competencia, siendo el término promedio del sobreprecio el 30%. El mercado de los papeles suaves en Colombia genera ingresos por 1.2 billones de pesos al año y las empresas sancionadas tienen una participación de mercado superior al 78%.

La dimensión del mercado afectado por las empresas sancionadas es de 936.000 millones de pesos anuales, por lo que se puede estimar el perjuicio causado a los consumidores colombianos en el 10% del mercado, 93.600 millones de pesos colombianos durante 3 años.

La decisión administrativa sancionatoria puede ser consultada en el link siguiente: http://www.sic.gov.co/sites/default/files/estados/022018/RES_31739_DE_2016.pdf

CHILE

Los casos más relevantes resueltos por la Fiscalía Nacional Económica son los siguientes:

Cártel: Empresas Avícolas.

Descripción:

El 2011 la Fiscalía Nacional Económica (FNE), agencia encargada de la defensa de la libre competencia en Chile, inició un juicio por colusión en contra de las tres mayores empresas avícolas del país: Agrosuper, Ariztía y Don Pollo. Conjuntamente, se acusa a la Asociación de Productores Avícolas de Chile, asociación gremial que actuó como intermediaria, coordinadora y fiscalizadora del cartel.

El mercado relevante en concepto de la FNE, correspondería a la producción, comercialización y distribución mayorista de carne de pollo fresca en el territorio nacional, la que carece de sustitutos cercanos atendidas sus particulares características que la diferencian del resto de sus potenciales sustitutos.

Las empresas productoras requeridas, en conjunto, concentraban más del 92% de la producción de pollo destinada al mercado interno (período enero-octubre del 2010), a su vez la carne de pollo es la más consumida en Chile, habiendo representado en el año 2010 el 39% del consumo total de carne.

La empresa líder del cartel es Agrosuper, con un 56% de participación en las ventas (medido en kilos) y es el principal productor de alimentos del país, con importante participación en los mercados de la carne de cerdo, pavo y salmón, operando también en el de

las cecinas, huevos, vinos y aceites. Ariztía tiene un 29% de participación en el mercado de referencia y también participa en otros mercados alimenticios, como el de pavo, cecinas y huevos. Don Pollo, tiene un 8% de participación en el mercado y, además, produce carne de cerdo, cecinas y huevos.

Desde el año 1995 las empresas requeridas, con la coordinación de la Asociación de Productores Avícolas, han efectuado anualmente una proyección de la demanda de consumo de pollo para el año siguiente en cuya virtud han determinado las toneladas de carne de pollo que deben producir y vender de manera conjunta en el mercado local, incurriendo así en uno de los delitos más graves en contra de la libre competencia en Chile.

Resolución:

El 22 de octubre del 2015 la sentencia emitida por la Corte Suprema impuso a Agrosuper y Ariztía la multa máxima contemplada en la legislación chilena para casos de colusión: 30 mil UTA, equivalentes a US\$ 23,3 millones para cada una de estas empresas. En el caso de Don Pollo, la multa es de 12 mil UTA, unos US\$ 9,3 millones. Además de lo anterior las empresas condenadas debieron disolver la Asociación de Productores Avícolas, gremio que coordinó el funcionamiento del cartel, conjuntamente la Corte Suprema determinó que esta deberá pagar 2.000 UTA a beneficio fiscal, lo que equivale a US\$ 1,6 millón.

Se pueden encontrar más detalles del caso y la sentencia en: <http://www.fne.gob.cl/corte-suprema-confirma-multas-por-colusion-contra-agrosuper-ariztia-y-don-pollo-y-endurece-sancion-contra-el-gremio-que-las-reune/>

Prácticas concertadas: Caso Ginecólogos de Ñuble:*Descripción:*

El 23 de octubre del 2013 la Fiscalía Nacional Económica interpuso un requerimiento en contra de la Asociación Gremial de Ginecólogos Obstetra de la Provincia de Ñuble (AGGOÑ) y de un conjunto de 26 médicos.

En cuanto al mercado relevante, la Fiscalía lo definió como el de “servicios profesionales médicos de especialidad de ginecología y obstetricia en la Provincia de Ñuble, Región del Bío Bío”, considerando que los servicios ofrecidos por médicos especialistas no tienen sustitutos cercanos, que sólo enfrentan competencia directa de los restantes médicos de su misma especialidad, y acerca del mercado geográfico lo circunscribe a la Provincia del Ñuble.

La participación en el mercado de los agentes involucrados, representaban prácticamente el 90% de la oferta y sostuvo que el acuerdo establecido entre ellos cumplió con todos los elementos necesarios para configurar el ilícito anticompetitivo, pues hubo mediado una confluencia de voluntades entre competidores; tal concurrencia de voluntades tuvo por objeto restringir, afectar o eliminar la competencia en el mercado relevante afectado, o al menos hubo tendido a producir tales efectos, y, por último, desde que dicho acuerdo les ha conferido un poder de mercado suficiente para producir el expresado efecto. La Asociación Gremial operó como una plataforma de gestión de los actos y convenciones que se reprochan.

Se imputa a los requeridos celebrar y ejecutar un acuerdo destinado a fijar precios mínimos de las prestaciones médicas de consulta y procedimientos quirúrgicos de su especialidad en el sistema privado de salud en las comunas de Chillán, Chillán Viejo y San Carlos de la Provincia del Ñuble, para lo cual constituyeron la señalada Asociación Gremial.

Los precios mínimos acordados fueron implementados y produjeron efectos, precisando que los médicos requeridos incrementaron el valor de sus consultas a una suma igual o superior a \$25.000 (hoy USD\$ 42), mientras que hasta enero de 2012, antes de que el acuerdo colutorio comenzara a surtir efectos, los valores de las mismas prestaciones oscilaban, en general, en torno a \$13.000 (hoy USD\$ 22), en tanto que en los precios de los honorarios médicos quirúrgicos el factor se incrementó desde un arancel que oscilaba alrededor de los valores de Fonasa Nivel 1 por 3.0, a un factor fluctuante entre 4.0 y 4.4.

La conducta denunciada causó impacto público en las comunas de la Provincia del Ñuble y una reducción en el número de atenciones ginecológicas respecto al año anterior, particularmente en lo que se refiere a consultas médicas ambulatorias, lo que se tradujo en una pérdida de bienestar social.

Resolución:

La sentencia impuesta por el Tribunal de la Libre Competencia, que más tarde fue ratificada por la Corte Suprema, impuso una multa total de 89,7 UTA equivalente a aproximadamente a USD\$66.000 a los 25 médicos involucrados y a la Asociación Gremial a la cual estos pertenecían. La sentencia además, acogió la solicitud formulada por la Fiscalía Nacional

Económica en cuanto a ordenar la disolución de la “Asociación Gremial de Ginecólogos Obstetras de la Provincia del Ñuble”.

Se pueden encontrar más detalles del caso y la sentencia en: <http://www.fne.gob.cl/corte-suprema-ordena-disolver-gremio-que-reune-a-ginecologos-de-nuble-y-confirma-multas-por-colusion-contra-25-especialistas/>

Colusión: CMPC Tissue & SCA Chile.

Descripción:

El 27 de octubre de 2015, la Fiscalía Nacional dedujo un requerimiento en contra de CMPC Tissue S.A. (CMPC) y SCA Chile S.A. (SCA o PISA), por celebrar y ejecutar acuerdos con el objeto de asignarse cuotas de participación de mercado y de fijar precios de venta de sus productos de papeles suaves o tissue desde el año 2000 hasta, al menos diciembre del año 2011, afectando el mercado nacional de la comercialización mayorista de tissue en el canal de venta masivo.

El mercado relevante, corresponde a la comercialización mayorista de productos tissue destinados al consumidor final en el canal de consumo masivo en el territorio nacional, dado que el acuerdo comprende todas las categorías y marcas de productos tissue comercializadas por las empresas requeridas.

Existe una alta concentración en este mercado, superando ambas empresas de manera conjunta el 85% de participación anual promedio, desde

el 2008 hasta el 2013, sin considerar las marcas propias que son producidas por cada una.

Respecto a la relevancia de cada categoría comercial, en CMPC la categoría de consumo masivo¹ representa un 80% de las ventas totales de la compañía; mientras que en SCA, un 70%. Además, puntualiza que para cada tipo de producto tissue existe una amplia oferta en cuanto a calidad (segmentos premium, valor y económico), marca (Elite, Confort, Favorita, entre otras) y formato (cantidad de hojas, metros y rollos).

A principios del año 2000, la cadena de supermercados Distribución y Servicio D&S S.A., hoy Walmart, lanzó al mercado la marca propia de papel higiénico “Acuenta”, lo que desató una guerra de precios entre las empresas, motivando, a mediados del año 2000, la celebración de reuniones entre el entonces dueño de PISA, y el gerente general de CMPC, en un restaurante. En esas reuniones acordaron (i) subir los precios, poniendo término a la guerra de precios existente; (ii) mantener estables las participaciones de mercado de CMPC y PISA en el negocio masivo, conservando los porcentajes de mercado de acuerdo a la producción que cada una de ellas tenía antes de que estallara la guerra de precios, esto es 76% para CMPC y 24% para PISA, sin considerar a otros competidores; y (iii) fijar los posicionamientos relativos de los precios de sus productos comercializados que competían directamente, debiendo los precios de los productos de PISA estar generalmente por debajo de los de CMPC para productos equivalentes.

Para mantener las participaciones de mercado

¹ Consumo Masivo: aquéllos adquiridos por consumidores finales para uso doméstico y comercializados mayoritariamente a través de supermercados

acordadas, CMPC y SCA coordinaban los porcentajes de las alzas de sus productos y fijaban un marco general de posicionamientos relativos de precios de venta al público de los productos tissue que ambas compañías estimaban como equivalentes. Para implementarlas las empresas enviaban listas de precios a los supermercados y distribuidores mayoristas que contenían los precios de venta al público sugeridos.

Resolución:

El Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC) declaró en su sentencia dictada el 28 de diciembre de 2017 que ambas empresas celebraron y ejecutaron acuerdos “con el objeto de asignarse cuotas de participación de mercado y de fijar precios de venta de sus productos tissue desde el año 2000 hasta, al menos diciembre de 2011, afectando el mercado nacional de la comercialización mayorista de tissue en el canal de venta masivo”.

El TDLC aplicó a SCA Chile una multa a beneficio fiscal de 20 mil Unidades Tributarias Anuales (UTA, equivalentes a US\$ 18,3 millones) y eximió del pago de multa a CMPC, por haber sido la primera de las dos en haberse acogido al programa de delación compensada. Además, el Tribunal ordenó a ambas empresas adoptar un programa de cumplimiento en materia de libre competencia de acuerdo con las directrices de la FNE por un plazo de cinco años.

Además de lo anterior, el Servicio Nacional de Consumidores alcanzó un acuerdo extrajudicial de compensación con la empresa CMPC, la cual deberá pagar un total de 150 millones de dólares a los consumidores, esto es 7.000 pesos (USD\$ 11) por cada persona mayor de 18 años cumplidos

al momento del acuerdo. Este monto equivale a aproximadamente un 78% de las utilidades obtenidas en los años de la colusión.

Se pueden encontrar más detalles del caso y la sentencia en: <http://www.fne.gob.cl/tdlc-condena-a-cmpc-y-sca-por-colusion-en-el-mercado-del-papel-tissue/>

ECUADOR

Los casos considerados más relevantes por la Superintendencia de Control del Poder de Mercado son:

Concentración: Ab Inbev y SabMiller

Descripción:

Con fecha 10 de octubre de 2016 se concretó la operación de concentración entre AB InBev y SABMiller las dos cerveceras más grandes a nivel global que en conjunto producen 1/3 de la cerveza mundial. La mencionada operación tuvo efectos directos en Ecuador dado que SABMiller (empresa adquirida) era dueña de las empresas: Cervecería Nacional CN, la cervecera industrial más grande del país que producía las marcas: Pilsener, Pilsener Light, Club y Pony Malta, entre otras; Dinadec S.A. y Cernyt S.A. (en proceso de liquidación); mientras que AB InBev era propietaria de la compañía cervecera Ambev Ecuador S.A. que producía marcas como Budweiser, Brahma, Biela y Maltín, entre otras.

Las empresas notificaron a la Superintendencia de Control del Poder de Mercado el 19 de noviembre del 2015, para que esta entidad analice dicha transacción con el fin de autorizarla, negarla o condicionarla. El examen de concentración tomó alrededor de 8 meses, en el que se identificaron 4 mercados relevantes donde existía traslape: i) cerveza premium, ii) cerveza económica, cerveza importada y iv) bebidas de malta.

Del estudio se identificó que la operación de concentración generaría: i) una alta concentración en los mercados analizados, ii) existencia de

altas barreras de entrada (económicas, canales de distribución y lealtad principalmente), iii) entre otras. Con todos estos elementos, la operación de concentración generó graves preocupaciones ya que se podrían generar prácticas unilaterales que perjudiquen al consumidor.

En este sentido con la finalidad de que se concrete la operación de concentración, se subordinó al operador concentrado al cumplimiento de 11 condicionamientos de orden conductual y estructural para que en su conjunto permitan el ingreso de un nuevo operador al mercado de cerveza industrial para que ejerza la presión competitiva necesaria y evite cualquier posible practica unilateral del concentrado. Dichos condicionamientos incluyen i) la desinversión de la planta, ii) desinversión de marcas, iii) desinversión del canal de distribución, iv) entre otras.

La Superintendencia de Control del Poder de Mercado dentro de sus atribuciones tiene la potestad de corregir y sancionar conductas contrarias a la competencia y libre concurrencia, además puede realizar controles previos con la finalidad de evitar las mencionadas conductas. De igual manera, existe el control de concentraciones, mediante el cual se regulan los posibles cambios en las estructuras que generan las operaciones de concentración y que podrían afectar la sana competencia en los diferentes mercados.

Por ello, de manera preventiva y como lo dicta la norma, se analizó la operación de concentración internacional en la que AB Inbev adquiriría a Sab Miller con efectos sobre las empresas ecuatorianas Ambev Ecuador, Cervecería Nacional, DINADEC y Cernyt.

Del estudio realizado se identificó que las partes son los principales actores en el mercado cervecero industrial y que una vez que se concrete la operación de concentración, se eliminaría el único competidor que ejercía presión competitiva en el mercado, dado que los demás competidores no generaban una influencia significativa en el mismo. De esta forma el operador concentrado obtendría suficiente poder de mercado que le permitiría realizar prácticas unilaterales sin que haya una respuesta efectiva por parte de sus competidores, generando con esto perjuicios al consumidor como son aumentos de precios, disminuciones en la calidad, entre otros.

Resolución:

Con la finalidad de que no se afecte al consumidor y que el mercado se desenvuelva en la sana competencia y libre concurrencia, se condicionó la operación al cumplimiento de 11 condicionamientos de orden conductual y estructural. Dichos condicionamientos en su conjunto buscan el ingreso de un nuevo operador que ejerza presión competitiva y que evite la realización de conductas contrarias a la competencia por parte del operador concentrado, para ello, debía contar desde el día de su ingreso con activos y con marcas suficientemente fuertes para competir en el mercado.

El Órgano que emite las Resoluciones de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, es la Comisión de Resolución de Primera Instancia. La Comisión emitió dos resoluciones: i) La primera relacionada a la subordinación a Las Partes al cumplimiento de 11 condicionamientos de orden conductual y estructural, por medio de la firma de un documento de compromiso que pormenoriza la forma del cumplimiento de dichos

condicionamientos y ii) La resolución de autorización del documento compromiso, con la finalidad de que Las Partes concreten la operación, obligados a dar estricto cumplimiento a los 11 condicionamientos.

Cálculo del impacto económico:

La operación de concentración suponía un volumen de ventas de 1.287 millones de dólares US.

Teniendo en cuenta el volumen de ventas de la concentración, se estima que el perjuicio que hubiera causado a los consumidores de no haberse llevado a término las medidas propuestas, habría sido del 3% del volumen de ventas, es decir 38.629.000 dólares US durante los próximos dos años.

Las resoluciones pueden consultarse en:

- Resolución de subordinación de la operación de concentración: Expediente SCPM-CRPI-2016-017 de fecha 6 de mayo de 2016 (<http://www.scpm.gob.ec/es/site-map/articles/90-crpi/531-resoluciones-notificaciones-obligatorias-2016>).
- Resolución de aprobación del documento compromiso: Expediente SCPM-CRPI-2016-017 de fecha 22 de julio de 2016 (<http://www.scpm.gob.ec/es/site-map/articles/90-crpi/531-resoluciones-notificaciones-obligatorias-2016>).

Abuso de poder de mercado: Consorcio Ecuatoriano de Telecomunicaciones – CONECEL S.A.*Descripción:*

La denuncia planteada por Empresa Pública Corporación Nacional De Telecomunicaciones CNT EP en contra de Consorcio Ecuatoriano de Telecomunicaciones – CONECEL S.A. se fundamenta en los contratos de arrendamiento que esta última suscribe con los propietarios de los inmuebles donde se instala infraestructura necesaria para brindar el Servicio Móvil Avanzado. Dentro de los contratos de arrendamiento suscritos por CONECEL S.A., se encuentra una cláusula de exclusividad que señala que la arrendadora se compromete a no conceder el uso, goce, aprovechamiento o explotación, bajo ningún título legal, a otras empresas que se dediquen a las telecomunicaciones en cualquiera de sus ramas, de espacio alguno del inmueble, en razón de que esto podría ocasionar interferencia, mal funcionamiento o poner en riesgo los equipos allí instalados.

La denuncia presentada por CNT EP está orientada a la comisión de las infracciones contenidas en el artículo 9 de la Ley Orgánica de Regulación y Control de Poder de Mercado, que regula el abuso de poder de mercado.

En la investigación se analizan los dos mercados: i) el mercado aguas arriba de la prestación del servicio móvil avanzado –SMA- (mercado «del acceso», que comprende las prestaciones ofrecidas por un operador de telecomunicaciones a otro operador, como son el acceso a un inmueble donde se ha instalado infraestructura de telecomunicaciones

«co-habitación», o el acceso a dicha infraestructura, «co-ubicación»); y, ii) el mercado aguas abajo de la prestación del servicio móvil avanzado (correspondiente a las prestaciones de un operador de telecomunicaciones a los usuarios o consumidores finales, como la prestación del servicio de voz móvil).

El mercado aguas arriba de la prestación del servicio móvil avanzado, incluye las prestaciones de «co-habitación» o «co-ubicación» de los operadores que ofertan el servicio final de telecomunicaciones móvil, esto es CONECEL S.A., OTECEL S.A., y CNT EP. El mercado aguas arriba de la prestación del servicio móvil avanzado es de dimensión nacional; en razón de que las infraestructuras para la prestación del SMA tienen cobertura en todo el territorio nacional. Adicionalmente, el SMA se presta en régimen de libre competencia, con cobertura nacional, según el artículo 4 del Reglamento del Servicio Móvil Avanzado. La denuncia presentada radica notablemente sobre una demanda de acceso a inmuebles donde se encuentra instalada infraestructura de telecomunicaciones para la prestación del SMA. Por tanto, es indispensable la determinación de un mercado de acceso a inmuebles, «co-habitación», donde se encuentran instalada la infraestructura de un operador del SMA.

Asimismo, en consideración del artículo 5 de la LORCPM, se constata que en el mercado aguas abajo de la prestación del servicio móvil avanzado, los bienes o servicios afectados corresponden al servicio de voz móvil y el de transmisión de datos mediante SMS, MMS, e internet. En este mercado, los operadores ofrecen servicios de telefonía móvil y de transmisión de datos; sin embargo, el 80% de los ingresos de los operadores está dado

por el servicio de voz móvil. Así, el ejercicio más pertinente consiste en analizar el mercado de voz, y, en particular, determinar si es que otros servicios similares como la telefonía fija constituyen parte de este mercado; análisis realizado por el Consejo Nacional de Telecomunicaciones –CONATEL- para la determinación de mercados relevantes en el sector.

El CONATEL ha realizado estudios en el Sector de Telecomunicaciones tendientes a definir el mercado relevante y evaluar la existencia de poder de mercado en el mercado aguas abajo de la prestación del servicio móvil avanzado. Así, en el año 2010, el CONATEL resolvió que se determina como mercado relevante al servicio de voz móvil en el territorio del Ecuador; lo cual concuerda con el ámbito de la concesión.

Se considera además que el mercado aguas abajo de la prestación del servicio de voz móvil es de dimensión nacional. Esto en virtud de los siguientes dos factores: i) los operadores económicos del servicio móvil avanzado tienen contratos de concesión otorgados por el Estado para explotar el servicio en todo el territorio nacional; y, ii) los productos/servicios ofertados por los operadores de telecomunicaciones, así como los precios y características de los mismos, son ofrecidos de manera homogénea en todo el país.

Resolución:

En consecuencia, se condena al Consorcio Ecuatoriano de Telecomunicaciones – CONECEL S.A. al pago de la multa de US\$ 138.495.964,60.

Cálculo del impacto económico:

De acuerdo con la página de la Superintendencia de Compañías, el volumen negocios total aproximado de CONECEL correspondiente al año 2016 es de US\$ 1.402.148.605.

El volumen de ventas anual afectado es de 1.540 millones de dólares, por los que se puede estimar el perjuicio causado a los consumidores en el 5% de la cifra de negocios (77,011 millones \$) en los próximos tres años.

La resolución puede consultarse en el siguiente link:

<http://www.scpm.gob.ec/images/RESOLUCIONES-CRPI/infraction-ley/2013/SCPM-CRPI-2013-2016-009-7-02-2014.pdf>

EL SALVADOR

La Superintendencia de Competencia de El Salvador ha seleccionado los siguientes casos:

Prácticas Colusorias: SISA Vida, S.A. Seguros de Personas, ASESUISA Vida, S. A. Seguros de Personas y AIG Vida, S. A. Seguros de Personas

Descripción:

El Consejo Directivo de la Superintendencia de Competencia (CDSC) determinó la existencia de un esquema multi-conductual, integrado por conductas en apariencia individuales que al ser analizadas de manera colectiva adquieren un carácter colusorio, limitando y restringiendo la competencia en las licitaciones para la contratación del SIS. El acuerdo anticompetitivo consistió en la manipulación y supresión de ofertas para repartirse el mercado en las licitaciones realizadas por cada AFP para la contratación del SIS, de manera que las pólizas licitadas fuesen adjudicadas a la aseguradora perteneciente al mismo grupo económico de la AFP.

Al finalizar la investigación se determinó que las aseguradoras manipularon la presentación de sus ofertas presentando ofertas inusualmente similares o sin fundamento económico, encontrándose además la existencia de patrones atípicos de precios diferenciados y ofertas ganadoras que respondían a una asignación de clientes entre las ofertas presentadas (Art. 12, letra i, del Reglamento de la LC).

Las conductas analizadas fueron:

1. La abstención de ofertar por parte de AIG Vida en las licitaciones convocadas por AFP Crecer;
2. La abstención de ofertar por parte de Sisa Vida en las licitaciones convocadas por AFP Confía;
3. La presentación de ofertas diferenciadas por parte de Asesuisa Vida, según la AFP convocante;
4. La cesión por parte de AIG Vida a Sisa Vida del 95% del riesgo de la póliza adjudicada en las licitaciones convocadas por AFP Confía, permitiéndole así participar indirectamente a la segunda; y
5. La presentación de ofertas diferenciadas estratégicamente por parte de AIG Vida y Sisa Vida en las licitaciones convocadas por AFP Confía y Crecer, respectivamente.

Resolución:

El (CDSC) sancionó a las sociedades aseguradoras Asesuisa Vida, S. A., Seguros de Personas; Sisa Vida, S. A., Seguros de Personas; y AIG Vida, S. A., Seguros de Personas, por incurrir en las prácticas anticompetitivas prohibidas en las letras c) y d) del artículo 25 de la LC, referidas específicamente a los acuerdos entre competidores para la fijación o limitación de precios en subastas o en cualquier otra forma de licitación pública o privada y al reparto del mercado por cliente, en los procedimientos de licitación pública convocados por las Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP) Crecer y Confía, para la contratación del Seguro de

Invalidez y Supervivencia (SIS) durante el período de abril de 2008 a abril de 2012.

Se determinó, además, que esta infracción ha sido de particular gravedad, dados los siguientes factores: (1) la trascendencia constitucional del SIS entendido como un servicio público de carácter obligatorio que garantiza el derecho a la seguridad social; (2) la dimensión significativa y trascendente del mercado de la provisión del SIS a los afiliados de las AFP a nivel nacional; (3) la duración prolongada por cuatro años de la práctica incurrida por las aseguradoras involucradas; (4) el daño causado a la competencia en las licitaciones; (5) el exceso en el pago del SIS por parte de los empleadores que aportan a la cotización de las AFP (o bien trabajadores independientes cuando realizan cotizaciones); y (6) los efectos negativos sobre terceros, reales (los cotizantes afiliados) y potenciales (posibles participantes), desplegados en el mercado afectado.

La multa impuesta asciende al 1.2% de las ventas totales del ejercicio fiscal 2014 para cada una de las sociedades: para Sisa Vida, \$1,469,973.09; para Asesuisa Vida, \$1,365,364.56; y para AIG Vida, \$590,495.58.

Valoración del impacto económico:

El monto estimado anual de cada procedimiento de licitación en concepto de coberturas y suscripción de primas netas ronda alrededor de los US\$ 20 millones; es decir, que en conjunto por ambas AFP dicho monto asciende a US\$ 40 millones anuales, los cuales, multiplicados por los cuatro períodos de licitación comprendidos en la investigación (2008 – 2011) arrojan un equivalente a US\$ 160 millones, aproximadamente.

El perjuicio económico se estima en un sobreprecio del 10% durante los siguientes 3 años, por lo que su prohibición supone un ahorro a los consumidores de US\$ 4 millones durante los tres años siguientes.

La resolución de este caso, está disponible en el sitio de la Superintendencia de Competencia http://www.sc.gob.sv/site/uploads/SC-012-O-PS-R-2013_170415_1425.pdf y el resumen del caso puede verse en <http://www.sc.gob.sv/site/pages.php?Id=1388>

Concentración: Anheuser-Busch InBev SA/NV y SABMiller plc

Descripción:

Las compañías AB InBev y SABMiller acordaron en noviembre de 2015 la adquisición a escala mundial por parte de AB InBev de la totalidad del capital social emitido y que pueda ser emitido por SABMiller. La solicitud de autorización en El Salvador fue presentada a la Superintendencia de Competencia el 5 de febrero de 2016.

El grupo SABMiller tiene presencia en El Salvador a través de Industrias La Constancia, S. A. de C. V. (en adelante ILC) y otras subsidiarias. ILC produce, importa y comercializa cervezas y otras bebidas no alcohólicas. Por su parte, el grupo AB InBev importa cervezas desde sus filiales en Guatemala y República Dominicana, que son distribuidas en territorio salvadoreño a través de Comercializadora Interamericana S. A. de C. V. y Crio Inversiones S. A. de C. V., respectivamente.

El análisis efectuado por la Superintendencia de Competencia reveló que la transacción produciría

una limitación significativa de la competencia en el mercado de cervezas y afectaría el bienestar del consumidor. Las consecuencias identificadas fueron: (1) el agente resultante se convertiría, básicamente, en un monopolista; (2) desaparece la rivalidad entre los dos principales competidores del mercado; (3) reforzamiento de la posición dominante de ILC, creando las condiciones propicias para un alza generalizada de precios de todas las marcas de cerveza de su portafolio; y (4) se reforzarían las barreras a la entrada al mercado.

Resolución:

El Consejo Directivo de la Superintendencia de Competencia (CDSC) condicionó la solicitud de autorización de concentración económica entre Anheuser-Busch InBev y SABMiller. Los principales condicionamientos impuestos fueron: (1) presentar un Plan de Desinversión para aprobación del CDSC; (2) formalizar las relaciones con sus proveedores y abstenerse de cometer prácticas anticompetitivas, y (3) mantener las garantías laborales de sus empleados.

El CDSC estimó pertinente la aplicación de un condicionamiento de tipo estructural consistente en una desinversión de activos que fuera capaz de prevenir los daños a los consumidores. En cumplimiento con la resolución de la SC, AB InBev presentó el 1° de diciembre de 2016, un Plan de Desinversión que estipula, entre otras cosas, que desinvertirá (venderá) las marcas de cerveza Regia Extra y Suprema (en sus tres presentaciones: Clásica, Roja y Negra), dentro de un plazo 180 días hábiles, que puede prorrogarse por un plazo igual.

El comprador, que deberá ser propuesto a la SC y autorizado por ella, debe ser un tercero independiente de la vendedora. Para garantizar

la eficacia del condicionamiento, el CDSC verificará que el comprador tenga la capacidad y los incentivos suficientes para generar las presiones competitivas apropiadas en el mercado, contrarrestando de esta manera los daños advertidos de la concentración económica. También ordenó a AB InBev e ILC formalizar las relaciones comerciales con distribuidores minoristas y proveedores, absteniéndose de introducir cláusulas en los contratos que pudieran limitar la competencia. Además, el CDSC condicionó a AB InBev a mantener las garantías laborales de sus empleados hasta por tres años posteriores al cumplimiento de la desinversión.

AB InBev presentó el 12 de diciembre de 2016 un documento denominado Aceptación y Compromiso de Cumplimiento de Condiciones, en el cual se detallan y aceptan todas las condiciones acordadas por el CDSC.

Valoración del impacto económico:

El monto de la operación expresado en activos es de US\$ 371,315,889 y expresado en ingresos alcanza los US\$ 336,525,635.

Considerando que los efectos derivados de la fusión habrían sido de un sobreprecio del 3% durante dos años, se estima el ahorro generado a los consumidores en US\$ 10.095.769 anuales durante dos años

La resolución está disponible en la web de la Superintendencia de Competencia http://www.sc.gob.sv/uploads/SC-003-SCER-2016_260816_1400.pdf y el resumen del caso puede verse en <http://www.sc.gob.sv/site/pages.php?ld=1823>

HONDURAS

La Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia CDPC de Honduras ha seleccionado los siguientes casos:

Concentración: Sociedad Millicom Cable Honduras S. A. de C.V. (Millicom Cable Honduras) y Cable Televisión de Choluteca, S. de R.L. (CATECHO).

Descripción:

Concentración económica, consistente en el cambio de control mediante la adquisición del cien por ciento (100%) de los activos de CATECHO por parte de Millicom Cable Honduras.

El proyecto de concentración fue autorizado parcialmente en el sentido de aprobarlo para el mercado de producto: Servicios de Televisión por Cable e Internet Fijo, en el mercado geográfico: Ciudad de San Lorenzo Departamento de Valle, y prohibir el proyecto de concentración, en el sentido de negar la concentración para el mercado de producto: Servicios de Televisión por Cable (Definición Estándar y Alta Definición) e Internet Fijo, en el mercado geográfico: Ciudad de Choluteca, Departamento de Choluteca.

El 31 de octubre de 2011 los agentes económicos involucrados interpusieron por medio de su apoderado legal Recurso de Reposición, la Comisión autoriza la operación de concentración para el mercado de producto: Servicios de Televisión por Cable (Definición Estándar y Alta Definición) e Internet Fijo, en el mercado geográfico: Ciudad de Choluteca, Departamento de Choluteca.

En fecha 24 de octubre de 2014 la Comisión resolvió iniciar el procedimiento de investigación contra el agente económico MILLICOM CABLE HONDURAS S.A. DE C.V.

Resolución:

Mediante Resolución de fecha 15 de mayo de 2015, la Comisión determinó sobre la base de elementos suficientes la existencia de la práctica restrictiva de la competencia, para el periodo investigado años 2012-2013, específicamente, la relacionada con el acto o patrón de conducta en la política de precios de MILLICOM CABLE HONDURAS, S.A. DE C.V. para los servicios de TV Básica e Internet en sus diferentes velocidades en el mercado de Choluteca, imponiendo una multa a la sociedad mercantil Millicom Cable Honduras, S.A. de C.V., por importe de L13,399,602.88.

En fecha 15 de junio de 2015 el agente económico Millicom Cable Honduras, presentó recurso de reposición ante la comisión aplicando el artículo 51 de la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia. En 6 de julio de 2015, la comisión aplicando los artículos de clemencia reduce la multa impuesta a un importe de L. 8, 933,068.59.

Prácticas Colusorias: Farmacias

Descripción:

Tradicionalmente en Honduras el sector de las farmacias se caracterizaba por una oferta atomizada en la venta al detalle de medicamentos. Previo a 2005 los detallistas en raras ocasiones

se encontraban integrados verticalmente con droguerías y laboratorios farmacéuticos. Durante los años 2005 y 2006 la dinámica del mercado se vio modificada por la incursión de las cadenas farmacéuticas operando bajo el formato Drugstore y Pharma, y la incursión de laboratorios y droguerías en las ventas al detalle.

La dinámica de mercado desarrollada hasta entonces, fue percibida como una amenaza por parte de los detallistas independientes. Los pequeños detallistas independientes alegaban que dichos descuentos ofrecidos por las cadenas farmacéuticas se materializaban como precios predatorios, por lo que se les hacía imposible permanecer en el mercado al ver reducidos significativamente sus márgenes de ganancia.

Ante la aparente amenaza, los detallistas independientes ejercieron presión mediante la Asociación de Propietarios de Farmacias (APROFA) para provocar una reunión con los laboratorios, droguerías, y las cadenas farmacéuticas para dialogar sobre la “problemática” del sector en relación a los nuevos descuentos ofrecidos por estos últimos. En dicha reunión llevada a cabo en febrero de 2007, los agentes económicos involucrados llegaron al acuerdo que para solucionar la “problemática” del sector, era necesario establecer un máximo en los descuentos que todos los detallistas podían ofrecer.

Es decir, los laboratorios (productores), droguerías (mayoristas-importadores) y detallistas “consensuaron” los descuentos que debían otorgarse por parte de las cadenas y los detallistas independientes al consumidor final. Dichos descuentos fueron fijados en un máximo de 15 % para el público en general y de 25 % para las

personas de la tercera edad.

Además, se encontró que existía una restricción contraria a la competencia clara en el mercado, hecha efectiva mediante una disposición legal que limitaba la apertura y el cambio de localización de las farmacias a un mínimo de 250 metros lineales de cualquier otra farmacia. Esta restricción se materializaba por el Colegio Químico Farmacéutico de Honduras (CQF) como requisito para los propietarios de farmacias en los procedimientos necesarios para optar por la licencia de regencia o solicitar un cambio de ubicación de farmacia. Esta restricción causaba una limitación para que las farmacias compitieran entre ellas, causando un perjuicio general a los consumidores (mejores precios, oferta de productos, acceso a productos genéricos, descuentos y otros programas de fidelidad).

Resolución:

Una vez firmes las resoluciones en la vía administrativa, los involucrados demandaron a la Comisión ante los tribunales de la República, para la impugnación de las resoluciones emitidas. Cada caso presentó retos y desafíos particulares para la Comisión considerando los recursos interpuestos por los agentes económicos sancionados. Las causas judiciales se desarrollaron desde los Juzgados de Letras de lo Contencioso-Administrativo, Cortes de Apelaciones, llegando incluso ante la Corte Suprema de Justicia vía Recursos de Casación. La última causa judicial fue resuelta en el año 2014.

Como resultado de la eliminación de la restricción, se logró la remoción de la barrera a la entrada lo que a su vez incentivó la apertura de nuevas farmacias en todo el país, especialmente en áreas donde la competencia puede verse incrementada, como es cerca de hospitales, centros de salud y zonas de alto nivel de tránsito de personas. Se pudo observar en el mercado una mayor competencia con incrementos en los descuentos ofrecidos por las farmacias, tanto por detallistas independientes como por las cadenas de farmacias.

Desde la eliminación definitiva de la medida ha sido posible cuantificar la apertura de 67 farmacias en 33 diferentes ciudades del país. Las ciudades beneficiadas producto de la labor de abogacía abarcan 16 departamentos del país, lo que representa un 90% de la geografía del país. Los nuevos participantes de mercado implementaron estrategias de comercialización consistentes en otorgar descuentos a los consumidores, que inicialmente oscilaban entre el 5% y 10%. El punto máximo de la guerra de descuentos entre los detallistas se alcanzó en octubre de 2006, observándose en la principal ciudad del país descuentos del 30% para el público en general y del 40% para la tercera edad.

Los principales objetivos de las actividades de abogacía realizadas fueron orientados a obtener como resultados:

- 1) Restablecer el ejercicio de la libre competencia en el mercado farmacéutico.
- 2) Garantizar la oferta y la demanda para la

comercialización de productos farmacéuticos, de forma tal que permita establecer farmacias en cualquier punto del país.

- 3) Dinamizar las opciones para los consumidores en precios, calidad y servicios.

Cálculo del impacto económico:

El mercado de las farmacias hondureñas¹ se estimaba para 2014 en 200 millones de dólares. Considerando un ahorro promedio en precios del 20%, se obtiene la cifra de 40 millones de dólares anuales, todo ello, sin estimar la posible reducción debida al incremento de farmacias.

¹ <https://bitacorafarmacautica.wordpress.com/2014/09/23/farmacias-hondurenas-guerra-de-descuentos>

PANAMÁ

La Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (ACODECO) propone los siguientes casos:

Prácticas colusorias: Servicio de Monitoreo y Control Publicitario

Descripción:

La Comisión de Libre Competencia y Asuntos del Consumidor (CLICAC) acordó el 30 de mayo de 2003 demandar a 16 sociedades (agencias publicitarias) por la comisión de práctica monopolística absoluta en la compra del servicio de monitoreo de la inversión publicitaria. Las empresas demandadas se dedican a la publicidad como agencias publicitarias y son demandantes del servicio de monitoreo de la inversión publicitaria teniendo contratado este servicio con CIP.

Las sociedades demandadas están asociadas a la Asociación Panameña de Agencias de Publicidad (APAP), estando obligadas a cumplir los acuerdos de las Juntas directivas o General bajo pena de expulsión de la asociación.

En el año 2002 se celebraron reuniones entre las asociadas en la sede de la "Comisión de Monitoreo de la APAP, encargada de negociar en nombre de las asociadas con los proveedores del servicio de monitoreo de la inversión publicitaria, y aprobaron la negociación conjunta y contratación del servicio de monitoreo con la empresa IBOPE TIME, firmando cada asociado el contrato y la cancelación de los anteriores contratos con CIP a partir del 1 de mayo de 2003, fecha de inicio del nuevo contrato con IBOPE TIME y entre los días 29 y 31 de octubre enviaron notas a CIP para cancelar el servicio.

Las agencias publicitarias demandadas negociaron y acordaron la contratación de IBOPE como proveedora con un contrato homólogo y con tarifas negociadas en conjunto.

Resolución:

La Sentencia emitida por el juzgado octavo de circuito civil considera que las agencias demandas acordaron, convinieron, se combinaron o arreglaron para la manipulación, concertación y/o fijación del precio de compra del servicio de monitoreo de la inversión publicitaria en el mercado en que se adquiere este servicio, restringiendo de manera prohibida e ilícita la competencia, constituyendo esto una práctica monopolística absoluta.

En consecuencia, se condena a las 16 agencias publicitarias al pago en favor de Servicio de Monitoreo y Control de la Inversión Publicitaria de 880.929,66 Balboas en concepto de reparación de daños y al pago de 119.092 Balboas en concepto de costas.

Cálculo del impacto económico:

El impacto económico en términos de daños económicos a las empresas se estima por parte de CLICAC en 20.227.129,80 Balboas.

La resolución puede consultarse en el siguiente link:

TARIAS_31diciembre2008.09_02_2009_10_27_40_a.m..pdf

Prácticas colusorias: Cervecería Nacional, S.A.,

Descripción:

El Tribunal Superior de Justicia de Panamá en 30 de noviembre de 2017 confirma la sentencia de 22 de noviembre de 2015, por la que se declara que el grupo económico formado por Cervecería Nacional S.A. y sus subsidiarias, incurrieron en prácticas monopolísticas. La sentencia confirmó las pretensiones de ACODECO, al declararse que las violaciones a las normas de la competencia se originaron en atención a que el grupo económico Cervecería Nacional, en el ejercicio de su poder sustancial de mercado, levantaban barreras de acceso en el canal de distribución de cervezas y/o impidió la entrada y permanencia de su única competidora directa, Cervecería Barú Panamá, S.A., al igual que otras futuras competidoras en el mercado, al celebrar contratos para el suministro de cervezas condicionados con pactos de exclusividad.

Las infracciones produjeron sus efectos en el mercado, al celebrarse contratos para el suministro de cervezas condicionados con pactos de exclusividad, los cuales se presentaban en diferentes modalidades incluyendo la figura del préstamo, con cláusulas de exclusividad en cuanto a la venta del producto cerveza del grupo demandado; prácticas monopolísticas que están tipificadas como ilícitas a tenor de la legislación de la competencia en Panamá. El perjuicio a los consumidores se origina al restringir su derecho a elegir diferentes productos y precios

Resolución:

Sentencia condenatoria emitida por el juzgado noveno de circuito civil y sanción posterior de multa impuesta por ACODECO.

Cálculo del impacto económico:

El mercado panameño de cerveza se estima que supera los 400 millones de \$US anuales. En este sentido, se estima que el perjuicio a los consumidores supondría un aumento del precio del 5% durante tres años, lo que alcanza los 20 millones de dólares anuales.

Más información sobre este caso en el link: http://www.acodeco.gob.pa/acodeco/uploads/pdf/noticias/DOC-20171203-WA0001.12_04_2017_10_09_03_a.m..pdf

Cártel: Empresas que utilizan la harina como insumo.

Descripción:

La industria panameña de harina de trigo está compuesta por las sociedades Gold Mills de Panamá S.A., Harinas de Panamá S.A., Oro del Norte S.A. y Harinas del Istmo S.A. las cuales abastecen la casi totalidad del mercado nacional y además importan en su totalidad la materia prima (trigo) que procesan para la elaboración de la harina de trigo con la que se abastece el mercado.

Este mercado hasta 1991 estaba sujeto a la regulación de precios por parte de la Oficina de Regulación de Precios y a partir de esa fecha funcionar bajo los principios de la libre competencia. Con fecha 8 de marzo de 1994, se reunieron la cuatro empresas citadas y firmaron un documento por el que fijaban los precios de la harina de trigo para el mercado nacional, acordaban repartirse el mercado nacional en los siguientes términos: Gold Mills de Panamá S.A. (35,42%), Harinas de Panamá S.A. (35,42%), Harinas del Istmo S.A. (15,42%) y Oro del Norte S.A. (13,75%). Además, establecen un mecanismo de control para el cumplimiento del acuerdo consistente en el nombramiento de un Auditor / Contralor.

La Comisión de Libre Competencia y Asuntos del Consumidor (CLICAC) considera que el acuerdo y sus sucesivas renovaciones ha llevado a la realización de prácticas ilícitas cuyos efectos han sido los siguientes: a) la fijación, manipulación, concertación e imposición del precio de venta de la harina de trigo en el mercado nacional; b) el intercambio de información con el objeto o efecto de fijar o concertar el precio de venta de la harina; c) la distribución en porciones o segmentos especificados para cada empresa; d) el acuerdo implícito de no producir o procesar, sino solamente una cantidad limitada de harina de trigo para el mercado nacional.

Como consecuencia de ello, los precios cobrados por cada sociedad presentan una ínfima dispersión, un nivel elevado y no se relacionan con los costes de producción. Las empresas muestran una capacidad ociosa de aproximadamente el 25%.

Resolución:

La Juez octava de Circuito Civil del Primer Circuito Judicial de Panamá (3 de octubre de 2003) declaró que las empresas citadas incurrieron en prácticas monopolísticas absolutas consistentes en acordar de manera informal el establecimiento de márgenes de precios de la harina de trigo y el mantenimiento de porcentajes de participación en el mercado. Que acordaron la intervención de la Asociación Nacional de Molinos de Trigo de Panamá y de un experto, para mantener y manipular precios de venta, intercambiar información y mantener porcentajes de participación en el mercado. Posteriormente, el tercer Tribunal Superior de Justicia del Primer Distrito judicial de Panamá confirma esta sentencia en 24 de junio de 2004.

Cálculo del impacto económico:

La CLICAC estima que los efectos derivados de estas prácticas han originado un daño estimado, para el periodo del 4 de noviembre de 1996 hasta el mes de septiembre de 1997, que se cifra en B/ 4.725.794,56 Balboas.

Más información sobre este caso en el link: http://www.acodeco.gob.pa/acodeco/uploads/pdf/fallos_sanciones/CasoHarinas_28junio2004.09_02_2009_08_22_23_a.m..pdf

http://www.acodeco.gob.pa/acodeco/uploads/pdf/fallos_sanciones/HARINAS_30septiembre2003.09_02_2009_10_13_26_a.m..pdf

PERÚ

El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) del Perú propone el siguiente caso:

Prácticas colusorias: Kimberly Clark Perú S.R.L., Productos Tissue del Perú S.A. y varias personas naturales.

Descripción:

La conducta analizada son prácticas colusorias en la modalidad de acuerdo para la fijación concertada de precios y condiciones comerciales en la comercialización de papel higiénico y otros productos de papel tissue.

El cártel sancionado se realizó secretamente entre el 2005 y el 2014, a través de reuniones en salas de hoteles o cafés, entre gerentes generales y otros funcionarios de ambas empresas para determinar los incrementos de precios a realizar. También emplearon contactos telefónicos.

El cártel conformado por Kimberly Clark y Protisa impuso a sus clientes (distribuidores, mayoristas, supermercados, etc.) alzas de precios, en algunos casos, de más del 20%, durante el periodo mencionado. Esto representó una directa afectación a las condiciones de competencia en el mercado de papel higiénico y otros productos de papel tisú. Asimismo, ocasionó, en algunas oportunidades, incrementos en los precios de venta al público.

Las pruebas identificadas durante la investigación incluyen correos y registros electrónicos obtenidos en visitas de inspección a las empresas; testimonios

de reconocimiento de la infracción por parte de las personas participantes; una agenda de la secretaria del ex gerente general de Protisa con registros de llamadas y reuniones; y facturas de hoteles donde se realizaron las reuniones. Dichas pruebas fueron contrastadas con la evidencia económica del comportamiento de precios y otras condiciones comerciales de las empresas durante el periodo de investigación.

La Comisión de Defensa de la Libre Competencia del Indecopi logró desarticular el cártel de papel higiénico, gracias a la aplicación del Programa de Clemencia.

Se trata de una decisión, en primera instancia administrativa, que sanciona a los proveedores que manejaban aproximadamente el 90% del mercado de papel higiénico y otros productos de papel tisú (papel higiénico fino absorbente). Dichas empresas concertaron precios y otras condiciones comerciales, entre los años 2005 y 2014. El Programa de Clemencia, otorga beneficios de exoneración o de reducción de las sanciones que hubiesen resultado aplicables a los infractores, a cambio de que presten su máxima colaboración y aporten todas las pruebas que permitan detectar una infracción que de otro modo hubiese permanecido oculta, afectando la economía de los consumidores.

Resolución:

El 22 de marzo de 2017, la Comisión de Defensa de la Libre Competencia decidió sancionar a Kimberly Clark Perú S.R.L. y Productos Tissue del Perú S.A. con las siguientes multas:

Empresa	Multa aplicable (UIT)	US\$ aprox.
KIMBERLY CLARK S.R.L	42,385.14	52,818
PRODUCTOS TISSUE DEL PERÚ S.A.	25,726.28	32,058

Sin embargo, de acuerdo con lo evaluado por la Secretaría Técnica de la Comisión en el marco del Programa de Clemencia, se exoneró de la sanción a la primera en delatar el cártel y se redujo la sanción en 50% a la segunda, por su colaboración. Los beneficios señalados no las liberan de la imposición de medidas correctivas (como la establecida en el presente caso) ni de una eventual reparación judicial por los daños y perjuicios que pudiesen haber ocasionado. La Comisión impuso también multas a personas naturales que, en total, ascienden a US\$ 348,724, aproximadamente.

Adicionalmente, la autoridad ha ordenado a Kimberly Clark y Protisa desarrollar un programa de cumplimiento de las normas de libre competencia, para evitar que reincidan en estas prácticas que afectan a los mercados y a los consumidores. El programa de cumplimiento tendrá una duración de cinco años e implicará, entre otras acciones, que las empresas contraten capacitaciones anuales sobre la normativa de libre competencia para sus empleados y directivos, quienes deberán rendir un examen que evalúe su nivel de conocimiento sobre esta normativa.

Cálculo del impacto económico:

El volumen de ventas de las empresas afectadas era de 1,572,191,698.40 US\$, por lo que se puede estimar el ahorro generado a los consumidores peruanos es de evitar un sobreprecio de un 10% durante tres años, lo que supone 157,2 millones de

dólares US al año durante 3 años.

La Resolución 010-2017/CLC-INDECOPI se encuentra disponible en el siguiente enlace: <http://servicio.indecopi.gob.pe/buscadorResoluciones/competencia.seam>

ANÁLISIS DE LAS EVALUACIONES REALIZADAS POR LAS AGENCIAS NACIONALES

Se ha solicitado a las agencias nacionales participantes información sobre los procesos de evaluación que han abordado en el ámbito nacional. El único caso recibido ha sido la evaluación realizada por la Fiscalía Nacional Económica de Chile.

Se trata de un estudio basado en las opiniones de los diferentes públicos objetivo sobre las tareas desempeñadas por la agencia nacional de evaluación. Esta metodología de evaluación mediante encuesta permite conocer las opiniones y valoraciones de los diferentes “stakeholders” como pueden ser empresas, abogados, empleados públicos, formadores de opinión y público en general. Esta metodología presenta la dificultad de seleccionar una muestra que tenga un adecuado conocimiento de la actividad en favor de la competencia, como por ejemplo que no todas las empresas han tenido experiencia en materia de competencia y de cómo funciona la agencia nacional. Para solventar este problema puede realizarse una selección no aleatoria de la muestra dirigiéndose sólo a aquellas personas concernidas por un conocimiento previo y restringiendo el tamaño de la muestra. En estos casos, se puede presentar un sesgo derivado de que el entrevistado conteste no tanto con su valoración real, sino intentando influir en el resultado final del estudio.

En cualquier caso, esta metodología de encuesta aporta una información valiosa sobre las percepciones de los diferentes colectivos, especialmente en los casos en que se repite temporalmente pudiéndose medir los cambios temporales. Por lo general, se recomienda que estos estudios de corte cualitativo, se completen con otras metodologías de evaluación de tipo cuantitativo.

Evaluación realizada por la Fiscalía Nacional Económica de Chile

La Fiscalía Nacional Económica (FNE) encargó a Deloitte la elaboración del Tercer Estudio Sobre la Percepción del Efecto Disuasivo de las Acciones de la Fiscalía Nacional Económica. En este estudio se analiza la opinión de los fiscales y abogados de una serie de compañías respecto a su percepción de la FNE en el ejercicio de su función de defensa y promoción de la libre competencia.

Se basa en la encuesta personal a 13 fiscales de empresas. La encuesta contempló 18 preguntas cerradas que fueron desarrolladas por la FNE con asistencia metodológica de Deloitte. La temática de las preguntas incluye temas asociados a fusiones, carteles, abusos de posición dominante y litigios.

Las preguntas fueron respondidas por los fiscales de empresas, considerando su experiencia general en materia de libre competencia al interior de sus compañías, durante el periodo comprendido entre 2014 y 2016. Los resultados muestran en general una buena percepción de la actuación y capacidad disuasiva de la FNE y de las instituciones de defensa de la competencia en Chile.

Los resultados más destacados son los siguientes:

- Un 87% de los encuestados calificó como “Buena” la actuación de la FNE como órgano investigador y persecutor en temas de libre competencia.
- Un 92% de los encuestados estimó que la FNE es “Efectiva” o “Medianamente efectiva” para detectar infracciones anticompetitivas.
- Un 93% de los encuestados considera como “Muy alto” (50%) o “Alto” (43%) el grado de disuasión de

las nuevas sanciones administrativas/económicas. Por su parte, un 86% de los mismos considera como Muy alto” (57%) o “Alto” (29%) el grado de disuasión de las nuevas sanciones penales. Lo anterior podría implicar que, aparentemente, las sanciones administrativas / económicas serían más disuasivas que las penales.

- Un 50% de los encuestados está “Totalmente de acuerdo” o “De acuerdo” con que las nuevas reglas de la nueva figura de la delación compensada son claras y razonablemente predecibles.
- Un 72% de los encuestados considera como “Muy bueno” (36%) o “Bueno” (36%) el nuevo procedimiento de control de operaciones.

También entrevistaron a 24 abogados especialistas en temas de libre competencia, quienes respondieron 30 preguntas relacionadas con fusiones, carteles, abusos de posición dominante, litigios y otros asuntos. El estudio refleja en general una buena percepción de la actuación y capacidad disuasiva de la FNE. Los resultados más destacados son los siguientes:

- El 92% de los encuestados considera “Correcto” el grado de intervención de la Fiscalía a la hora de analizar fusiones y 83% califica como “Bueno” el análisis técnico realizado en este ámbito.
- El 88% opina que la institución considera única y exclusivamente elementos técnicos en sus análisis y 42% califica como “Muy Bueno” el nivel profesional de los abogados de la FNE que participan en litigios.
- El 58% puso nota 7 al grado de independencia de las actuaciones de la FNE y 25% la evaluó con nota 6. Esto arroja un promedio de 6,4 en una escala de 1 a 7 y muestra un alza respecto del

5,8 obtenido en la muestra de 2014 y el 4,5 de 2012.

- En el ámbito de carteles, el 92% calificó como “Correcto” el grado de intervención de la FNE, lo que demuestra una importante mejora respecto del 63% de 2014. En el mismo sentido, el 67% considera que el análisis de la FNE en estos asuntos es “Bueno” o “Muy Bueno”.
- En el área de abusos de posición dominante, el 42% calificó como “Correcta” la intervención de la FNE y 12% estimó que es “Exagerada”. El nivel técnico de la institución en estas materias fue valorado como “Muy Bueno” o “Bueno” por 58% de los encuestados.

La Superintendencia de Competencia de El Salvador instauró las metodologías para el análisis ex ante de impacto de las decisiones y se realizó un primer análisis ex ante del impacto de la decisión tomada en el cártel de las harineras. Esta evaluación está en proceso de publicación.

VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El incremento de la competencia en los mercados se considera un elemento impulsor del crecimiento económico y de la productividad. Por ello, todos los países están desarrollando a través de sus agencias nacionales y de la mejora de su legislación, una

económicas como por parte de los agentes económicos. El reforzamiento de las estructuras administrativas de los diferentes países y su mayor eficacia en la detección de conductas anticompetitivas es otro factor explicativo. En estas



intensa labor para aumentar la competencia en sus mercados interiores.

En general, las agencias nacionales participantes en el proceso de evaluación muestran en el periodo 2013-17 un incremento en su nivel de actividad medido por el número de expedientes tramitados y sancionados. En todos los países con la excepción de Brasil, se produce un aumento claro de los expedientes iniciados en el periodo 2013-17.

El gráfico recoge los expedientes de defensa de la competencia iniciados y no incluye los expedientes iniciados de Acciones de difusión y conocimiento de buenas prácticas. Los resultados del conjunto de países analizados muestran un incremento de los expedientes iniciados del 27% en los cinco años considerados. Este dato es indicativo de una mayor eficacia en la detección y denuncia de conductas anticompetitivas.

Este importante incremento es indicador de una mayor preocupación por el desarrollo de la libre competencia, tanto por parte de las autoridades

como por parte de los agentes económicos. El reforzamiento de las estructuras administrativas de los diferentes países y su mayor eficacia en la detección de conductas anticompetitivas es otro factor explicativo. En estas

tareas es donde COMPAL colabora con los países miembros del Programa. Si bien no todas las agencias de competencia han reportado el número de sus actividades, las acciones de difusión y buenas prácticas siguen un fuerte crecimiento en el periodo 2013 a 2017, multiplicándose por 7,8 veces su número.

Todas estas actuaciones están contribuyendo al crecimiento de las economías de los países, ya que un mercado más competitivo permite una mejor asignación de los recursos produciendo mejoras en el crecimiento, la productividad, la innovación y el bienestar de los consumidores. Cuanto mayor sea la competencia y la rivalidad en los mercados, los precios serán más bajos, lo que beneficia a los consumidores.

El impacto económico de las actuaciones de las agencias de defensa de la competencia, medido a partir del “ahorro producido a los consumidores” muestra, en los países en que ha sido posible calcularlo, unos valores altos en términos

comparativos con otros países en los que existen estas mediciones. Hay que señalar en estas estimaciones su carácter prudente y también destacar que no se valoran los efectos disuasorios que las actividades de las agencias provocan sobre otros agentes del mercado que desisten de estas prácticas.

Para contextualizar la importancia del ahorro generado para los consumidores en términos de los menores precios derivados de una mayor competencia en los mercados, como consecuencia de las actuaciones de las agencias de defensa de la competencia, se expresan estos ahorros como porcentaje del Producto Interior Bruto, tal como se recoge en el cuadro adjunto.

por su amplitud, sin embargo se mantienen dentro del rango de variación entre países de otras evaluaciones. Por ejemplo, considerando los estudios de US, Países Bajos, Reino Unido y la Unión Europea que han medido estos efectos en el periodo 2008-2013, la media anual de los ahorros que las agencias de defensa de la competencia generan entre sus consumidores oscila en un rango de 0,006% del PIB para US y el 0,10% del PIB para Países Bajos. Es interesante destacar como los datos obtenidos para los países latinoamericanos analizados son, por lo general, superiores a las cifras presentadas por las agencias de los países con más tradición en las políticas de competencia y con mayor desarrollo económico.

AHORRO PARA LOS CONSUMIDORES POR LA INTERVENCIÓN DE LAS AGENCIAS NACIONALES DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA				
% AHORRO/PIB	2015	2016	2017	MEDIA 2015-2017
ARGENTINA	0,4218	0,4006	0,3672	0,396
CHILE	0,0314	0,0357	0,0287	0,032
COLOMBIA	0,1325	0,1095	0,2590	0,167
ECUADOR	0,1676	0,3068	0,2031	0,225
EL SALVADOR	0,0287	0,0526	0,0882	0,056
PERÚ	0,0199	0,0044	0,2202	0,082

Los resultados obtenidos en las evaluaciones de los ahorros generados a los consumidores muestran unas diferencias considerables entre los países, desde el 0,396% del PIB en el caso de Argentina (dato estimado con una metodología diferente) hasta el 0,032% para la economía de Chile. Estas diferencias entre países, que pudieran ser llamativas

La comparación entre los datos obtenidos de las agencias latinoamericanas respecto a las evaluaciones realizadas en otros países, podría indicar que los ahorros anuales generados a los consumidores son mayores en economías con un nivel de desarrollo más reducido, donde existe

una menor competencia en los mercados y en consecuencia los casos detectados presentan un mayor impacto.

En términos absolutos, la cuantificación del ahorro generado en los distintos países se recoge en el cuadro adjunto, en el que se puede apreciar la importancia del volumen de ahorros generado por las actuaciones de defensa de la competencia.

promedio del PIB (0,285%) y se lo aplicamos a los 17 países latinoamericanos que forman parte del Programa COMPAL, cuyo PIB conjunto en 2017 es de 4.061.700 millones de \$ US, obtenemos una estimación de ahorro a los consumidores como consecuencia de la actuación de las agencias de defensa de la competencia de 11.575 millones de \$ US.

Cuadro 5.8 : Ahorro para los Consumidores por la Intervención des AGENCIAS NACIONALES

Millones \$ US	2015	2016	2017	Media
ARGENTINA	3.666,30	2.307,60	2.068,50	2.680,8
CHILE	76,1	88,1	75,4	79,9
COLOMBIA	386,4	309	796,4	497,3
ECUADOR	167,9	300	200,2	222,7
EL SALVADOR	7,5	14	24,1	15,2
PERÚ	38,3	8,6	462,5	169,8
TOTAL AHORRO (6 países)	4.342,50	3.027,30	3.627,10	3.665,6
PIB (suma 6 países)	1.484.228	1.394.016	1.526.549	1.468.264
% AHORRO/PIB	0,293	0,216	0,346	0,285

Fuente: elaboración propia

Como se recoge en el cuadro, el volumen total de ahorro en los 6 países en que ha sido posible la estimación ha supuesto de promedio en cada uno de los tres años evaluados (2015, 2016 y 2017) unos ahorros a los consumidores de 3.665 millones de \$US al año, con un impacto del 0,285% del PIB.

La importancia de estas cifras se pone de manifiesto en que si suponemos constante este porcentaje

Es importante destacar que los ahorros generados son muy superiores a los presupuestos asignados a las agencias nacionales, lo que indica que la asignación de fondos públicos a políticas de defensa de la competencia muestra unas altas tasas de retorno.

RELACIÓN ENTRE AHORRO PARA LOS CONSUMIDORES Y EL PRESUPUESTO DESTINADO A LA DEFENSA DE LA COMPETENCIA				
AHORRO/PRESUPUESTO	2015	2016	2017	MEDIA 2015-2017
ARGENTINA	952,15	555,08	319,69	797,59
COLOMBIA	n.d.	34,71	76,57	57,28
EL SALVADOR	2,94	5,52	9,46	5,97
PERÚ	9,06	3,30	124,64	45,66

El ratio ahorro/presupuesto es más elevado en los países de mayor tamaño, lo que podría estar mostrando ciertas economías de escala en la labor impulsora de la competencia. En Argentina una relación tan elevada puede estar influida por el diferente procedimiento de medida de los perjuicios causados a los consumidores. En Colombia, El Salvador y Perú cabe destacar la tendencia creciente en el tiempo, que muestra una eficiencia creciente en el uso de los recursos asignados a la defensa de la competencia.

El periodo de tiempo analizado es aún muy reducido para establecer conclusiones en términos de progreso temporal. No obstante, se puede apuntar a un fuerte incremento en la actividad inspectora y sancionadora de las agencias de competencia y a un alto rendimiento en términos de incremento del bienestar de los consumidores. El Programa COMPAL ha contribuido a este resultado al incrementar con sus actuaciones la formación y capacitación en materia de competencia y al desarrollar un comportamiento más proclive a la competencia entre los diferentes agentes económicos concernidos. Este Programa está siendo uno de los responsables del incremento de actividad y de ahorros a los consumidores especialmente en los países de menor tamaño.

El estudio de los casos remitidos por las agencias nacionales participantes en el proceso de evaluación indica la importancia de los mismos para las economías de sus países y de su valoración económica se deduce su importante contribución al ahorro de los consumidores. Muchos de estos casos muestran el impacto directo que tienen sobre sectores que afectan a las decisiones económicas básicas de los ciudadanos (alimentación, productos de primera necesidad, gran consumo, medicamentos y otros).

En algunos de estos casos se refleja la importancia que los programas de clemencia han tenido en su resolución, al posibilitar un cese rápido de la conducta anticompetitiva. Es de señalar la contribución de la formación en materia de clemencia impartida por la Escuela INDECOPI-COMPAL en 2015 y los casos reseñados por Colombia, Perú y Chile en los que se han aplicado estas medidas.

La resolución de estos casos constituye una base para la difusión de buenas prácticas entre los diferentes países. Por otra parte, disponer de un amplio elenco de casos abordados es de gran utilidad para los programas de capacitación y sensibilización.

Las **recomendaciones** resultantes de este trabajo son:

- Reforzar la cultura de la competencia mediante el incremento de las acciones de difusión y capacitación.

La intensificación de acciones de sensibilización y de intercambios de experiencias entre las agencias de competencia dentro del Programa COMPAL, contribuirá a una mayor eficacia en la defensa de la competencia en los mercados.

Es necesario reforzar el conocimiento de las normas de competencia entre las empresas y los consumidores, pero también hay que trabajar en la capacitación de los funcionarios públicos y de los abogados que han de aplicar las normas.

Los países latinos muestran una cultura empresarial propensa a justificar los acuerdos entre competidores más que a estimular la rivalidad entre las empresas. Es preciso mediante acciones de divulgación extender el conocimiento de las ventajas de una economía con una mayor competencia entre las empresas y las reducciones de precios a los consumidores que estas actuaciones suponen.

- Impulsar las evaluaciones en las agencias nacionales estimando y divulgando el efecto positivo de las actuaciones en ahorros para los consumidores.

Sería muy positivo que cada agencia de competencia realizara su propia evaluación económica, separando el impacto de las acciones dirigidas a combatir cárteles, abusos de posición de dominio y a analizar procesos de absorciones y fusiones de empresas (merger). De esta forma, se

tendría una información valiosa para establecer prioridades en el trabajo de las agencias.

- Implementar el análisis coste-beneficio de los resultados obtenidos por las agencias nacionales.

La obtención de estimaciones en términos de ahorros generados a los consumidores, junto con los presupuestos asignados a las agencias de competencia, permiten establecer un resultado expresado en el rendimiento económico de cada unidad monetaria destinada a estas políticas.

Estos resultados podrán ser posteriormente divulgados a la opinión pública para reforzar la imagen favorable de la inversión en estas políticas y legitimar las partidas presupuestarias que se asignen.

- Realizar un taller en el ámbito regional al objeto de fomentar y unificar las metodologías de los procesos de evaluación.

La información económica y jurídica es el input fundamental de cualquier proceso de evaluación. Esta información es más fiable cuanto más próximo se está de la realidad del país. Por ello, se propone realizar una evaluación en el contexto de un taller, en el que los responsables de las diferentes agencias participantes intercambien conocimientos en cuanto a metodología y aporten la información básica de su país.

El objetivo de este Taller sería doble: de una parte, capacitar y sensibilizar a las agencias de competencia en materia de evaluación, y por otra parte, establecer las bases de una primera evaluación económica.

- Diseñar una metodología de encuestas dirigidas a conocer las actitudes y valoraciones de los principales grupos de interés en las actuaciones de competencia: empresas, abogados, empleados públicos, formadores de opinión y público en general.

El problema metodológico básico al que se enfrentan estas encuestas es la determinación de una muestra de respuestas que sea significativa (aleatoria), pero que también tengan un adecuado conocimiento de la materia. Así, la mayoría de las empresas y especialmente las pequeñas y medianas tienen poca información sobre las prácticas anticompetitivas y desconocen la existencia de acciones de defensa de la competencia. Sin embargo, es interesante disponer de una serie de datos con el mismo contenido para poder evaluar el progreso en esta materia.

En cuanto al público en general, pueden incorporarse algunas preguntas a los sondeos de opinión que con carácter general realizan los organismos estatales de opinión pública. Las respuestas analizadas en términos comparativos en el tiempo proporcionarían información sobre la percepción que los ciudadanos tienen de las actuaciones de defensa de la competencia, de su necesidad y de su eficacia.

Se podría desarrollar un Taller en el que los responsables de las agencias de defensa de la competencia valoraran la conveniencia de estos trabajos, las diferentes alternativas que se pueden plantear, cuestionarios a elaborar, etc., de forma que se facilitara el proceso de decisión y puesta en marcha, así como propiciar una convergencia en los procedimientos que facilite la comparación.

Bibliografía

Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (ACODECO) de Panamá: <http://www.acodeco.gob.pa>

Bergmann, M. A. (2008): "Quis custodiet ipsos custodes? Or measuring and evaluating the effectiveness of competition enforcement", *De Economist*, vol.156 (4), págs 387-409.

Borrell, J.R. y Jimenez, J.L. (2008): "The drivers of antitrust effectiveness" *Hacienda Pública Española*, 185, págs. 69-88.

Buccirossi, P., Ciari, L., Duso, T. y otros (2008): "A short overview of a methodology for the ex post review of merger control decisions", *De Economist*, vol. 156 (4), págs. 453-475.

Buccirossi, P., Ciari, L., Duso, T. y otros (2011): "Measuring the deterrence properties of competition policy: the competition policy indexes" *Journal of Competition Law and Economics*, vol. 7, págs. 165-204.

Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE) de México (2017) "Estudio y análisis de la percepción sobre temas de competencia económica y la labor de la COFECE" McKinsey&Company

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia Argentina: <https://www.argentina.gob.ar>

Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia CDPC de Honduras: <https://www.cdpc.hn>

Competition & Market Authority (2017): "CMA impact assessment 2016/17"

Competition & Market Authority (2014): "Competition and Markets Authority Annual Plan 2014/15".

Conselho Administrativo de Defesa Economica (CADE) de Brasil: <https://sei.cade.gov.br>

Davies, S.W. (2010): "A review of OFT's impact estimation methods", OFT 1164.

Davies, S.W. & Ormosi, P.L. (2012): "A comparative assessment of methodologies used to evaluate competition policy" *Journal of Competition Law & Economics*, 8(4), págs. 769–803

Davies, S.W. & Ormosi, P.L. (2014): "The deterrent effect of anti-cartel enforcement: A tale of two tails", CCP Working Paper 14-6.

Delgado, J., Otero, H., y Pérez-Asenjo, E. (2016): "Assessment of antitrust agencies' impact and performance: an analytical framework". *Journal of Antitrust Enforcement*, 4 (2), 323-344

Deloitte (2007): "The deterrent effect of competition enforcement by the OFT" Report prepared for the Office of Fair Trading. OFT Working Paper, nº 962.

European Commission (2005): "Merger remedies study", DG COMP. Publicado en <http://ec.europa.eu/competition/mergers/legislation/remedies.study.pdf>

European Commission (2013): "Evaluation of consumer benefits of EU merger control in 2012, following a new methodology" Note of the CET, 7 february.

European Commission (2015). A review of merger decisions in the EU: What can we learn from ex-post evaluations?

Fiscalía Nacional Económica (FNE) Chile (2013): "Primer Informe de resultados: La percepción sobre el efecto disuasivo de las acciones de la Fiscalía Nacional Económica" <http://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2013/03/Estudio-FNE.pdf>

Fiscalía Nacional Económica (FNE) Chile (2014): "Segundo estudio sobre la percepción del efecto disuasivo de las acciones de las acciones de la Fiscalía Nacional Económica" http://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2014/11/Estudio_percepcion.pdf

Fiscalía Nacional Económica (FNE) Chile (2017): "Tercer Estudio sobre la percepción del efecto disuasivo de las acciones de la Fiscalía Nacional Económica" http://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2017/12/tercer_estudio_abogados.pdf http://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2017/12/Tercer_estudio_empresas.pdf

Fiscalía Nacional Económica (FNE) Chile: <http://www.fne.gob.cl>

García Verdugo, J. y Gómez, L. (2017): "Impacto de las intervenciones de la CNMC en defensa de la competencia (2016)" Documento AE-01/17, CNMC.

Ilzkovitz, F. y Dierx, A. (2015) European Union: DG Competition: "Ex-post economic evaluation of competition policy enforcement: A review of the literature" 2015.

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOP) del Perú: <http://servicio.indecopi.gob.pe>

Mudde, J.M. (2012): "The Outcome Effect of European Competition Policy for the Netherlands. Economics". Disponible en: <http://hdl.handle.net/2105/11388>

OECD (2012): "Evaluation of competition enforcement and advocacy activities: the results of an OECD survey" DAF/COMP/WP2 (2012)7/FINAL

OECD (2013): "Assessment of the impact of competition authorities' activities – Note by Pr. Stephen Davies", DAF/COMP/WP" (2013)1.

OECD (2014): "Ficha informativa sobre los efectos macroeconómicos de la política de competencia".

OECD (2014): "Guide for helping competition authorities assess the expected impact of their activities", (<https://www.oecd.org/daf/competition/Guide-competition-impact-assessmentEN.pdf>)

OECD (2014) "Guide on impact assessment", DAF/COMP (2014)8.

OFT (2010): "A guide to OFT's Impact Estimation methods" July 2010

OFT (2011): "The impact of competition interventions on compliance and deterrence", Working Paper 1391.

OFT (2012): "Consumer benefits from the OFT's work", Working Paper 1428.

Samà, D. (2013): "The effectiveness of competition policy: An econometric assessment in developed and developing countries", MPRA Paper nº 55360, University of Munich.

Superintendencia de Control del Poder de Mercado Ecuador: <http://www.scpm.gob.ec>

Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia: <http://www.sic.gov.co>

Van Sinderen, J., y Kemp, R. (2008): "The Economic Effect of Competition Law Enforcement: The Case of The Netherlands". De Economist, 156(4), 365-385.

Werden, G. J. (2008): "Assessing the effects of antitrust enforcement in the United States". De Economist, 156(4), 433-451.
