

Disponible en la página de Internet siguiente:

<http://ec.europa.eu/comm/competition/publications/blc/index.html>



COLOMBIA:

*LA NECESIDAD DE INSTAURAR EL
DÍA IBEROAMERICANO DE LA COMPETENCIA*

*Mercados Competitivos: una Herramienta Útil en Tiempos de
Dificultades Económicas.*

*THE NEED TO INSTITUTE THE
LATIN AMERICAN DAY OF COMPETITION*

Competitive Markets: A Useful Tool in Economic Hard Times.

Por Margarita Alarcón Carrillo

Mercados Competitivos:
una Herramienta Útil en Tiempos de Dificultades Económicas.

La necesidad de instaurar el
DÍA IBEROAMERICANO DE LA COMPETENCIA

Por Margarita Alarcón Carrillo¹

E-mail: diaiberoamericanodelacompetencia@yahoo.com

Entre los recursos con que se cuenta para hacer frente a la crisis que hoy nos afecta, se encuentra la efectiva aplicación de las leyes de competencia. Con ellas se protegen los mercados, a los empresarios existentes, se estimula a los entrantes, y como resultado, se consigue que el consumidor no pague por los bienes y servicios que requiere más allá de lo que pagaría en un mercado donde existe competencia sana, esto es, que no pague precios que sean el resultado de prácticas ilegales por parte de quienes detentan el poder de mercado o por acuerdos contrarios a la libre competencia celebrados entre un grupo de competidores.

Con tal fin, hoy más que nunca, es fundamental el fortalecimiento de la capacidad institucional de nuestras agencias de competencia así como la divulgación masiva de las leyes de competencia entre los consumidores y empresarios. Fortalecer la capacidad institucional de las agencias a cargo de la aplicación de las leyes sobre prácticas anticompetitivas es una tarea fundamental de carácter permanente a través de la actualización periódica de los conocimientos de los funcionarios que las aplican, el intercambio académico entre los funcionarios de los diferentes países Hispanoamericanos sobre las experiencias y dificultades que enfrentan en su diaria aplicación, y el continuo apoyo académico que les brindan los diversos organismos nacionales e internacionales que promueven la libertad de los mercados. De otra parte, y de manera simultánea, la divulgación masiva de las leyes de competencia entre los empresarios y consumidores es tarea fundamental a adelantar, con el fin de que no solo se beneficien de ella sino que, dada la naturaleza secreta que usualmente caracterizan las conductas anticompetitivas, es vital que empresarios y consumidores cooperen con las autoridades de competencia a través de la información que ellos les suministren sobre posibles conductas anticompetitivas que puedan resultar objeto de investigación. Ello requiere la divulgación masiva de las mencionadas leyes y sus objetivos. De esta manera, se facilitará que los empresarios

¹ Fue Superintendente de Competencia en Colombia y actualmente es miembro del Consejo Editorial Del Boletín Latino-Americano de la Competencia.

honestos, los consumidores y el público en general sepan reconocer las posibles conductas que pueden resultar anticompetitivas y no como frecuentemente sucede hoy, cuando la mención de leyes de competencia o antitrust y sus objetivos denota un elevado grado de desconocimiento.

Es nuestra tarea llevar al conocimiento de cada consumidor como la efectiva aplicación de las leyes de competencia garantiza un mercado competitivo, estimula a los empresarios a competir por sus clientes con base en el mérito de sus productos y los lleva a innovar y a buscar nuevos procesos de producción, el ingreso de nuevos competidores, y con ello el que haya una mayor oferta de productos, se mejore la calidad de los mismos, y se ofrezcan al consumidor a los menores precios posibles. Hacer conocer a los consumidores que, contrariamente, si se toleran conductas anticompetitivas, aquellos empresarios que no sólo respetan la ley sino que luchan arduamente para permanecer en los respectivos mercados, se ven en riesgo de desaparecer como resultado de tales conductas, con el agravante de que al ser pocos en el mercado es más fácil y serán mucho más probables los acuerdos anticompetitivos de precios o para participar en licitaciones. Los consumidores no sólo sufrirán las consecuencias de ver reducida la oferta y/o la calidad de los correspondientes bienes o servicios sino que se verán obligados a pagar mayores precios por ellos de los que se hubiese pagado de no haber mediado la conducta anticompetitiva. Un ejemplo reciente que refleja la importancia de la efectiva aplicación de las leyes que protegen la libertad de los mercados, para evitar tales conductas, es el caso de acuerdo de precios en los servicios internacionales de transporte aéreo de carga celebrado entre doce aerolíneas, LAN Cargo, Aerolíneas Brasileñas, Al Israel Airlines, entre otras, por el cual acordaron cobrar la mismas tarifas para transporte aéreo internacional de carga, desde y hacia USA, y el cual funcionó del 2003 al 2006. Aquí, las autoridades Americanas han recientemente obtenido que algunos de los ejecutivos responsables del acuerdo de precios admitan su participación en el mismo, las aerolíneas participantes han sido multadas por más de un billón de dólares, y se han proferido ya algunas sentencias en contra de algunos participantes para ir a la cárcel por un total de 12 meses.

Para lograr los fines mencionados, la promoción de la competencia, prevención y sanción, requiere el permanente fortalecimiento de la capacidad institucional de las agencias a cargo de velar por el cumplimiento de la ley así como de la cooperación de los empresarios y consumidores, y ésta se logra con la divulgación de criterios comunes sobre la materia, basado en la discusión académica y la experiencia derivadas del ejercicio diario de sus funciones, que evite a los empresarios al manejar sus negocios incurrir en violaciones de las normas de competencia, y que, al igual que los consumidores, puedan reconocer fácilmente las características que usualmente rodean las conductas anticompetitivas, de manera que puedan

comunicar oportunamente tales hechos a las autoridades para que ellas determinen si hay lugar o no a iniciar el trámite correspondiente.

Como un foro adecuado de intercambio para conseguir los fines antes anotados, ha surgido la idea de la celebración anual del Día Internacional Iberoamericano de la Competencia, con el apoyo y participación de la autoridades de la competencia Iberoamericanas, académicos de todas las procedencias así como de representantes de los diversos organismos nacionales e internacionales existentes que se ocupan de la materia. A finales de los años noventa, varias de las autoridades de competencia junto con el apoyo del entonces Presidente del Tribunal de Defensa de la Competencia de España Dr. Amadeo Petitbo, intentamos institucionalizar a escala continental encuentros semejantes a los propuestos. Ahora, haciendo eco del éxito obtenido con la celebración anual del Día Europeo de la Competencia², instituido en el año 2000, se vuelve a presentar de nuevo a Iberoamérica esta oportunidad para la que esperamos seguir contando con el renovado apoyo de todos.

Este sería un encuentro anual donde se discutirían las diferentes aproximaciones y experiencias, cuyo uno de sus modelos podría ser la experiencia Europea de la economía social de mercado donde las reglas de competencia no se aplican solas sino que conviven con medidas de apoyo al desarrollo regional, agrícola, social, la garantía de servicios de interés general o de ayudas de estado no discriminatorias son una referencia para el desarrollo armónico. Creemos que, de igual manera, América Latina debe tener su voz en la forma y el fondo de la aplicación gradual de esta disciplina de competencia de acuerdo con sus necesidades sociales y de desarrollo económico propio de los países del continente. El Día Iberoamericano de la Competencia puede ser la ocasión para consolidar esta visión creando las bases de una futura red latinoamericana de competencia visto que cuenta hoy en día con un gran número de especialistas conocedores además de la realidad política, económica y social propia.

Para hacer una realidad el Día Iberoamericano de la Competencia, cordialmente le invitamos a que remita sus comentarios y sugerencias sobre el particular tales como tipo de organización, temas a incluir, su interés en exponer y/o coordinar algún grupo de discusión y sobre qué punto en particular, países que tendrán a cargo esta celebración a partir del 2010, y durante los próximos cinco años. Para tal efecto pueden enviar su e-mail a:

diaiberoamericanodelacompetencia@yahoo.com

² El Comisario de Competencia Mario Monti propuso a los Estados miembros de la Unión Europea celebrar estas conferencias bianuales para dar a conocer la política de competencia a las amplias audiencias nacionales representativas de la sociedad de forma que se conozca el beneficio que la política de competencia puede aportar. Juan Antonio Rivière colabora con los Estados Miembros de la Unión Europea que por rotación organizan estos días europeos de la competencia.

Competitive Markets: A Useful Tool in Economic Hard Times. The need to institute the Latin American Day of Competition

By Margarita Alarcón Carrillo³

E-mail: diaiberoamericanodelacompetencia@yahoo.com

Among the resources available to us for confronting the current crisis we count with the effective application of antitrust laws. These allow protecting markets, existing business owners, and encouraging entrepreneurs, and as a result, avoid the consumer to pay for goods and services beyond what he or she would pay in a market where healthy competition exists. To that end, today more than ever, it is fundamental that we strengthen the institutional capacity of our antitrust agencies, as well as raise the awareness of anti-competitive behavior laws among consumers and business owners, and a way to make these goals possible would be the creation of an annual celebration of an International Day of Latin American Competition.

Strengthening the institutional capacity of the agencies responsible for applying the laws on anti-competitive practices is a fundamental task that involves the continuing education of the officials who apply them, the academic exchange among the officials of the different Hispanic countries regarding the experiences and difficulties they face in their daily application, and the constant academic support offered by the diverse national and international bodies that promote free markets.

At the same time, it's our job to make each consumer aware that the effective application of antitrust laws guarantees a competitive market, stimulates business owners to compete for their clients on the basis of the merit of their products, pushing them to innovate and search out new production processes and encouraging new competitors to enter the market. Given the secretive nature that normally characterizes antitrust practices, it is vital that business owners and consumers are educated and cooperate with antitrust authorities by means of the information of practices which may become the subject of an investigation.

If anti-competitive practices are tolerated, business owners that respect the law and who struggle valiantly to remain in their respective markets face the risk of disappearing as a result of such practices, with the aggravating circumstance that with fewer players in the market it is easier and much more likely that anticompetitive price fixing agreements will arise and that participation in public

³ The author was Superintendent of Competition in Colombia and is currently a member of the Editorial Board of the Latin American Competition Bulletin.

bids will drop. Consumers would not only suffer the consequences of reduced offerings and/or the quality of the corresponding goods or services, but also they would be obligated to pay higher prices for them.

The proposal of the annual celebration of an International Day of Latin American Competition has arisen as a way to permanently strengthen the institutional capacity of the agencies responsibility for overseeing compliance with the law as well as the cooperation of business owners and consumers with the support and participation of competition authorities, scholars from all the appropriate fields and representatives of the diverse existing national and international bodies concerned with this subject. In the late 1990s, various competition authorities tried to institutionalize, on a continental scale, meetings similar to the one proposed. Now, echoing the success obtained by the annual celebration of the European Day of Competition⁴, established in 2000, the opportunity once again presents itself to Latin America, one which we hope will allow us to continue counting on the renewed support of all.

To make the Hispano-American Day of Competition a reality, we cordially invite you to send us your comments and suggestions on this issue, such as the type of organization, subjects to include, your interest in presenting and/or coordinating a discussion group and regarding which point in particular, host countries of the celebration beginning in 2010, and during the next five years. To do so, you may send e-mail to:

diaiberoamericanodelacompetencia@yahoo.com

⁴ The Competition Commissioner Mario Monti proposed to the member countries of the European Union that these conferences be celebrated biannually to promote competition policy among the large national representative audiences of society so that the benefit that competition policy offers can be made known. Juan Antonio Rivière works with the Member Countries of the European Union that organize the European days of competition on a rotating basis.