

Conferencia Internacional

DÍA DE LA COMPETENCIA DE PERÚ 2017

8 de setiembre del 2017
Lima, Perú

EXPOSICIONES

INDECOPI

Conferencia internacional
"Día de la Competencia de Perú"

INDECOPI, Lima, 2017.

Área: Ciencias Sociales

Formato: E-Book

Páginas: 64

Copyright © 2017

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi).

Escuela Nacional de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual
Calle De la Prosa N° 104 – San Borja, Lima, Perú.

Teléfono: (51-1) 224-7800

Correo electrónico: escuela@indecopi.gob.pe

Síguenos: Indecopi Oficial



Sitio web: www.indecopi.gob.pe

Transcripción escrita de las exposiciones orales desarrolladas en el Conferencia internacional "Día de la Competencia de Perú" edición 2017.

Ortografía, sintaxis y edición: Sara Chávez Urbina.

Supervisión y revisión de la edición: José Purizaca Vega, Director de la Escuela Nacional del Indecopi.

Fotografías: Archivo fotográfico del Indecopi.

Editado en octubre-noviembre 2017. Primera edición digital.

Diseño, diagramación y digitalización e-book: Bruno Román Bianchi

ISBN N° 978-9972-664-71-7

E-Book. Esta publicación se puede consultar como un texto interactivo en

<http://www.escuela-indecopi.com/>

La versión electrónica permite a los profesionales e interesados en el tema compartir información y material relacionado, para mejorar la experiencia de aprendizaje multimedia y el intercambio de conocimientos.

La información contenida en este documento puede ser reproducida, mencionando los créditos y las fuentes de origen respectivas.

Indecopi adopta en sus textos la terminología clásica del masculino genérico para referirse a hombres y mujeres. Este recurso busca dar uniformidad, fluidez y sencillez para la lectura del documento. No disminuye de modo alguno el compromiso institucional en materia de equidad de género.

Las ideas, afirmaciones y opiniones expresadas por los expositores y/o autores, son de su exclusiva responsabilidad y no necesariamente reflejan las opiniones del Indecopi.

Nota del editor: En la transcripción oral a texto de las exposiciones, se ha respetado la variedad del español y el carácter coloquial utilizado por los ponentes.



CONSEJO DIRECTIVO

Ivo Gagliuffi Piercechi
Presidente

Fernando Martín De la Flor Belaunde
Consejero

Teresa Stella Mera Gómez
Consejera

Rafael Treistman Malamud
Consejero

Lilian del Carmen Rocca Carbajal
Consejera

CONSEJO CONSULTIVO

Richard Webb Duarte

José Ricardo Stok Capella

Alberto Nabeta Ito

María Matilde Schwalb Helguero

Catalina Chepa Guzmán Melgar

GERENTE GENERAL

Francisco Javier Coronado Saleh

Director de la Escuela Nacional del Indecopi

José Purizaca Vega

PALABRAS DE BIENVENIDA 07

Ivo Gagliuffi Piercechi

Presidente del Consejo Directivo del Indecopi

TEMA N° 1. 12 **EXPERIENCIA DE CONDUCTAS ANTICOMPETITIVAS EN ASOCIACIONES GREMIALES**

- **FELIPE IRARRÁZABAL PHILIPPI** 13
Fiscal Nacional Económico de la Fiscalía Nacional Económica de Chile

Panelistas:

- **ROXANA ARELLANO GARCÍA** 24
Secretaria Técnica de la Sala Especializada en Defensa de la Competencia del Tribunal del Indecopi
- **TANJA GOODWIN** 27
Economista del Equipo de Mercados y Competencia Práctica Global de Comercio y Competitividad del Banco Mundial

TEMA N° 2. 34 **NUEVOS DESAFÍOS EN EL ANÁLISIS DE CASOS DE COMPETENCIA**

- **WILLIAM KOVACIC** 35
Catedrático de la Universidad de George Washington de los Estados Unidos de América.

Panelistas:

- **JESÚS ESPINOZA LOZADA** 54
Secretario Técnico de la Comisión de Defensa de la Libre Competencia del Indecopi.
- **MARIO ZUÑIGA PALOMINO,** 57
Miembro de la Comisión de Defensa de la Libre Competencia del Indecopi.

PALABRAS DE CLAUSURA 62

Ena Garland Hilbck

Presidenta de la Comisión de Defensa de la Libre Competencia del Indecopi



PALABRAS DE
BIENVENIDA

3 años

Indecopi



Buenos días señores, estimados amigos. Deseo empezar agradeciéndoles a todos por su presencia, en particular a los expositores internacionales por atender la invitación del Indecopi y que han venido acá a compartir con nosotros su tiempo y experiencia tan importante en defensa de la libre competencia, gracias, sobre todo, a Felipe y Bill por venir a Perú.

Hoy celebramos el Día de la Competencia 2017, que se ha convertido en nuestra mejor oportunidad para difundir los avances del Indecopi en la defensa y promoción de la libre competencia y en el mejor espacio de discusión entre los distintos actores e instituciones, abogados, economistas, ciudadanos y empresas que participan en la aplicación, promoción y difusión de las reglas tan importantes para el crecimiento saludable de la economía.

En el último año, el Indecopi ha intensificado sus esfuerzos por endurecer sus respuestas a las prácticas anti-competitivas que más afectan a la sociedad y, de esta manera, nos hemos esforzado por cumplir las funciones encomendadas a la institución, en un contexto económico que exige la decidida promoción de la competitividad y la efectiva protección de los consumidores.

Por ello, en lo que respecta a la defensa de la competencia, quiero resaltar los logros más importantes en áreas como: investigaciones preliminares, casos iniciados, casos resueltos y promoción de la competencia dentro del último año en el Indecopi. De este modo, haré una suerte de recuento de las actividades realizadas por la Comisión de Defensa de la Libre Competencia y su Secretaría Técnica en los últimos doce meses.

En cuanto a investigaciones preliminares, como saben, son actuaciones destinadas a determinar la existencia de indicios razonables de conductas anti-competitivas en distintos sectores de la economía. Estas actuaciones son importantes porque reflejan un enfoque proactivo de la agencia de competencia en el cumplimiento de una función esencial, que es investigar y sancionar conductas anti-competitivas, para proteger el funcionamiento eficiente de los mercados. En el cumplimiento de esta labor, lo cierto es que actualmente Indecopi mantiene abiertas 34 investigaciones en mercados sensibles como combustibles, salud, construcción, alimentos, consumo masivo y transportes.

Otra herramienta importante que es utilizada para identificar indicios de conductas anti-competitivas, son las visitas de inspección.

Antes del 2013, la organización de vistas de inspección no era una actividad muy frecuente en el Indecopi. Sin embargo, estas visitas se han ido incrementando año tras año: en el 2013 se realizaron 27 visitas; en el 2014, 49; en el 2015, 124; y en el 2016 se ha realizado 131 visitas en total.

No es un incremento sólo cuantitativo sino una mejora cualitativa en la manera cómo se han realizado las visitas de inspección, por el uso de tecnología y también por los protocolos que se han activado para las visitas a los establecimientos de los proveedores.

Es más, desde el 2014 la Secretaría Técnica ha recurrido al uso de herramientas como HBT Forensic para la recuperación y procesamiento de evidencia de conductas anti-competitivas, al punto que este año también se ha repotenciado el software de investigación de la Secretaría Técnica de la Comisión de Defensa de la Libre Competencia, para procesar mucha más documentación y en menos tiempo.

Respecto de los casos iniciados, los procedimientos que comienza Indecopi son el resultado de una intensa actividad de investigación y fiscalización que se ha desplegado en los últimos años. Y entre los procedimientos sancionadores iniciados se puede resaltar, por ejemplo, los que están relacionados con el mercado de venta de GNV (Gas natural vehicular) y estaciones de servicio en Lima y Callao, el mercado de venta de combustibles líquidos en Chimbote y el de gas licuado de petróleo (balones de gas a nivel nacional) por tener un gran impacto en el presupuesto final de los consumidores.

Entre los casos resueltos en este año, la actividad resolutoria de la Comisión se puede medir en función a diversos géneros – como el número de casos resueltos, la importancia de los mercados involucrados y el importe de las multas que se ha venido imponiendo para desincentivar esas conductas anticompetitivas. Un análisis conjunto de los factores permite demostrar que la aplicación de las normas de competencia en el Perú, está logrando cada vez mayor madurez.

En el 2014, la totalidad de casos sancionados por conductas anticompetitivas corresponden a acuerdos secretos de precios entre empresas competidoras y recomendaciones. Y eso evidencia la importancia de las prácticas colusorias, dentro del foco de investigación de la autoridad peruana.

La severidad con que la agencia peruana ha juzgado los casos de colusión se puede apreciar en el monto de las multas. Por ejemplo: las multas que se han impuesto en lo que va del año (sólo en el 2017) superan largamente el total de todas las multas impuestas por el Indecopi en el área de libre competencia, entre el 2011 y el 2016. Por ejemplo, en el 2014 se impuso multas por más de US\$ 2 700 000. El 2015 fueron aproximadamente US\$ 200 000; el 2016 fueron más de US\$ 4 500 000 dólares. Pero en lo que va del 2017, se ha impuesto más de US\$ 85 500 000 dólares en multas en materia de libre competencia.

Respecto de los casos que se han resuelto recientemente, uno de los que más se puede resaltar y que ha llamado la atención, es un tema vinculado con el mercado de la salud -un mercado sensible- que fue el caso de hemodiálisis y que nos interesa compartir con el auditorio.

La Comisión sancionó recientemente a 34 empresas que prestan el servicio de hemodiálisis y a algunos de sus funcionarios por un monto aproximado de US\$ 2 000 000 de dólares. Se comprobó que se coludieron para manipular los precios de cinco procesos de selección convocados por el Estado entre los años 2010 y 2012, es decir, una colusión sobre un servicio que era de primera necesidad para el tratamiento de pacientes prácticamente terminales. Entonces, de ahí viene la sensibilidad del cártel que se investiga en esta oportunidad.

La norma de contrataciones del Estado obliga a las entidades convocantes a solicitar cotizaciones de precios a potenciales prestadores del servicio, para establecer un valor referencial para el concurso público. Y ese valor referencial influye en el precio final que se paga a los ganadores del concurso (pues es el precio máximo que se paga). La estrategia de las empresas en este caso, frente a las solicitudes de cotización de la entidad del Estado (que era EsSalud, a cargo de la licitación) fue coordinar el monto de las cotizaciones, de modo que el valor de referencia aumentara y pudieran recibir mayores pagos por parte del Estado, para obtener evidentemente los recursos públicos.

Y otro caso al cual deseo referirme, es el caso del cártel del papel higiénico, que es

un caso que ha generado recientemente un debate de especial importancia en la opinión pública.

Como saben, es el primer cártel en un caso de clemencia que se ha resuelto en el Perú (se ha resuelto este año) e involucra a dos importantes productores de papel higiénico y otros productos de material tissue. Y estos, en conjunto, representaban el 88% del mercado peruano.

El caso es importante porque es el primero, como decía, que se ha iniciado y resuelto en aplicación del programa de clemencia. A pesar que el programa de clemencia es una figura que está en la ley peruana, hace veintiún años.

Además, se trató del cártel de mayor duración detectado y sancionado por el Indecopi desde su creación y es históricamente el cártel sancionado con mayores multas impuestas a las empresas y personas naturales en el Perú, porque incluso luego de los descuentos aplicados por la exoneración al primero y por la reducción al segundo, se impusieron un total de 16 millones de dólares de multas que incluso han sido cobradas ya por la institución.

La forma usada para lograr los acuerdos de incremento de precios entre ambas empresas incluyó reuniones en salas de hoteles, cafés entre gerentes generales y otros funcionarios de ambas empresas, para determinados incrementos de los precios que iban a realizar. Es más, también había contactos telefónicos, se identificaron agendas de secretarías, etcétera, para poder construir toda la fuerza probatoria del caso. Además, los medios probatorios identificaron correos de registros electrónicos que se obtuvieron precisamente en las visitas inspectivas que se realizaron a las empresas, facturas de hoteles, a los cuales fueron en las reuniones, la agenda de una de las secretarías de una de las empresas con el registro de llamadas a reuniones, testimonios de participantes, evidencias estadísticas de movimiento de precios en el mercado, etcétera.

Es decir, se trató de un caso que se construyó sobre una plataforma probatoria que involucró diferentes documentos, no solamente físicos, sino también electrónicos y testimoniales.

Esta resolución ha sido consentida por las empresas que fueron sancionadas, y por once de las catorce personas naturales involucradas. Lo cierto es que hay tres personas que han impugnado, y está pendiente la resolución del caso en segunda instancia ante el Tribunal del Indecopi. Así que es un caso todavía pendiente, pero de especial relevancia porque es el primer caso de clemencia, y, como saben, esta semana el Indecopi ha publicado la "Guía Electrónica de Clemencia".

Para concluir, en lo que es promoción de la competencia, hablaré de las abogacías.

La experiencia comparada en el Perú ha demostrado que, a la par de la actividad fiscalizadora, las actividades de promoción de la competencia – que se denominan 'abogacías de la competencia' o advocacias – son un instrumento importante también para fomentar los mercados competitivos.

Como sabemos, por medio de las abogacías las agencias de competencia realizan recomendaciones a otras entidades del Estado para que evalúen medidas destinadas a mejorar el entorno competitivo de los mercados y busquen eliminar aquellos factores que limitan la competencia. Es por ello que, junto con las funciones de defensa de la competencia (combate de cárteles, combate de abusos de posición

dominante, etcétera), las labores de promoción de la competencia también tienen un papel representativo en nuestra agencia.

Continuando con las labores que ha realizado el Indecopi en los últimos años, lo que queremos resaltar es que, en el 2016, a finales, se aprobó la abogacía de la competencia en el mercado del servicio de transporte turístico de acceso a la ciudadela inca de Machu Picchu.

A través de esta abogacía se ha recomendado a la Municipalidad Provincial de Urubamba (que es la que controla en la zona el acceso a la ciudadela) que, para promover la competencia, convoque a un proceso de selección que permita elegir a un nuevo operador del servicio de transporte turístico en la ruta que conduce de ciudadela inca a Machu Picchu (que es el principal atractivo turístico del Perú).

Y ello porque el actual operador de la ruta no contaría con un contrato vigente válido que lo faculte a operar. Para convocar a la licitación y poder activar la abogacía, se deben establecer reglas transparentes. Por ejemplo, que ninguna de las empresas participantes esté integrada por funcionarios o de la empresa o entidad actualmente concesionaria.

La Municipalidad de Machu Picchu ha aceptado la recomendación contenida en la abogacía, y ya se ha comprometido a realizar un concurso público que permita elegir al nuevo operador de la ruta. Como pueden ver, un mercado, con una restricción competitiva establecida por un contrato, pero en el cual el Indecopi interviene dando una recomendación que lo dinamiza finalmente y activa la competencia en favor de los consumidores.

Y queremos reiterar, por último, la importancia del programa de clemencia, solamente con algunos datos estadísticos.

Por ejemplo, desde el 2012 el Indecopi ha recibido a la fecha, diez solicitudes de exoneración de sanción, basadas en el programa de clemencia. Y cada solicitud de clemencia que se ha presentado contiene importante información que va a permitir a la Secretaría Técnica de la Comisión iniciar los correspondientes procedimientos sancionadores contra aquellos otros que se coludieron y que han sido acusados por el colaborador.

Además, reitero, el 31 de agosto se ha publicado en "El Peruano" la "Guía del Programa de Clemencia", para tener reglas mucho más claras y transparentes acerca del protocolo de negociación en una clemencia con el Indecopi. Y ayer ya se publicó en versión electrónica también – incluso en un formato issue, de fácil lectura para todos.

¿Cuáles son los principales beneficios de la nueva Guía de Clemencia? En primer lugar, los beneficios son posibles para empresas y personas. No hay excepción. Tanto las empresas como sus funcionarios o ex funcionarios y toda persona involucrada en el cártel, puede revelar la existencia de la infracción y colaborar con la autoridad a cambio de beneficios.

Los beneficios son mayores para quienes acudan a la autoridad lo más pronto. El beneficio de exoneración sólo puede ser asegurado a aquellos agentes económicos que acudan a denunciar su participación antes de haber sido detectados. Las resoluciones de multa dependen del valor agregado que aporte el colaborador y un cuarto punto es que no existe exoneración de la responsabilidad por el daño provocado. O sea, la clemencia se ajusta únicamente a la responsabilidad dentro de

lo administrativo, pero no exime de la responsabilidad vinculada con daños a terceros.

Quiero dejarles a todos los presentes un compromiso y una propuesta.

Primero, me comprometo con ustedes a que, desde mi posición voy a seguir brindando todo el apoyo que requiere la Comisión de Defensa de Libre Competencia, en la aplicación de sus funciones, respetando absolutamente su autonomía, bajo la política de injerencia cero que esta institución siempre ha tenido y que siempre va a mantener como su principal activo.

Pero, además, les quiero proponer que desde la práctica jurídica, los estudios de abogados, los consultores, los economistas, la academia, y también los actores económicos, se genere un espacio de reflexión cada vez mayor sobre la necesidad de contar con mercados libres, competitivos y descentralizados.

Y todo ello en beneficio de nuestra economía, lo que va a redundar en beneficio de los consumidores que merecen de nuestra parte los máximos esfuerzos para que así sea.

Señores, bienvenidos al "Día de la Competencia", que lo aprovechen, buen día.



Ivo Gagliuffi Piercechi

*Presidente del Consejo Directivo del
Instituto Nacional de Defensa de la Competencia
y de la Protección de la Propiedad Intelectual*

Tema N° 1

EXPERIENCIA DE CONDUCTAS ANTICOMPETITIVAS EN ASOCIACIONES GREMIALES



FELIPE IRARRÁZABAL PHILIPPI

Fiscal Nacional Económico de la Fiscalía Nacional Económica de Chile

Abogado por la Universidad de Chile y Master en Derecho de la Universidad de Yale, Estados Unidos. Desde el año 2000 es profesor de Derecho Económico en la Facultad de Derecho de la Universidad de Chile e imparte clases de posgrados en otras escuelas y universidades.

¡Hola! buenos días y muchas gracias a Ivo y a Jesús, y a todos los funcionarios, por la invitación. Siempre, y no está de más decirlo, es un agrado venir al Perú, y yo creo que, la primera reflexión que quiero hacer es ¡qué difícil es este trabajo!

Con Ivo y con Jesús estábamos quejándonos en el desayuno las dificultades que día a día experimentamos en nuestros trabajos. Y quizás hay una diferencia con Estados Unidos de América. Aquí, nosotros tenemos que explicar la economía de mercado y la economía de mercado en estos países no es tan profunda, no es tan nueva y me atrevo a decir, no es tan popular. ¡Qué difícil el trabajo!

Así que, me imagino que aquí habrá también funcionarios que tienen que decirle eso a sus maridos, o a sus mujeres: que hacen un trabajo muy difícil y que es muy delicado y confidencial.

Yo quiero contar acá un cuento que está basado en hechos reales, pero que es un cuento que a mi juicio es bastante exitoso y que no lo quiero contar como si fuera necesariamente algo que habría que copiar, sino que quizás lo más interesante no es el cuento en sí, sino que el proceso y los resultados de ese cuento.

Pero yo creo que esto que hicimos nosotros, esta guía de asociaciones gremiales, causó y ha causado un impacto muy relevante y voy a tratar de explicar por qué. Yo creo que es el matrimonio perfecto entre la advocacy o promoción más el enforcement o aplicación del derecho a casos concretos – sumado a modificaciones legales como consecuencia de ese matrimonio. Y ese es en resumen el cuento que quiero contar.

Les voy a mostrar un poco también, hablando de las dificultades propias de este cargo, de los malos ratos, las tensiones, no sé si insultos, pero a veces también, digamos, a propósito del trabajo que uno hace.

Hay otro tema que es muy interesante y es el de las similitudes entre los países. Y en conversaciones que tenemos comúnmente con Ivo y con Jesús, donde los mercados son bastante parecidos y las situaciones son parecidas y muchas veces incluso son las mismas empresas. Entonces hay una comunidad de intereses, una comunidad internacional que se está consolidando poco a poco y, en particular, las relaciones de la agencia peruana y chilena son excelentes. Yo me atrevería a decir, Ivo y Jesús tendrán que confirmarlo, de mucha confianza.

Y, obviamente, bajo mucha confidencialidad, que es un concepto que también es difícil de explicar. Y lo mismo ocurre con los otros países como Colombia, Argentina, México y Brasil. Entonces, se está produciendo una comunidad de las agencias de temas de competencia que yo creo que es muy relevante, porque normalmente los mercados que analizamos son mercados globales o al menos regionales.

Bueno, primero, nunca fue nuestra idea (y yo creo de nadie) "demonizar" a las asociaciones gremiales.

Es que las asociaciones gremiales producen y crean muchos beneficios para el país, no sólo para sus asociados sino que también para el país. Hacen importantes contribuciones a sus asociados y a la economía en general. Incluso tienen una normativa que las protege. La normativa de asociaciones gremiales que es muy interesante.

Y esto es probablemente un tema muy complejo, que es la posible colisión entre

una normativa sectorial y la normativa de libre competencia. Y esta discusión jurídica sobre la supremacía de las normas legales y hasta qué punto la normativa de libre competencia tiene una aplicación general pero que es un estatuto superior respecto a normativas sectoriales.

Entonces efectivamente aquí hay una normativa sectorial y, bueno, la idea es que las asociaciones gremiales representen la voz de los asociados en la defensa colectiva de sus intereses comunes, y eso es legítimo. Tienen intereses comunes. Y permiten también acceder más eficientemente a información relevante para todos sus asociados.

Si uno empieza a escarbar los estándares – por lo menos en Chile – muchos están basados en normas que no son obligatorias, sino que son normas que han adoptado las asociaciones a propósito de cuestiones muy diversas y en muchas industrias muy distintas, y que también son normas internacionales.

Pero efectivamente la jurisprudencia o en casos concretos en donde se reconoce ciertos riesgos - y voy a analizar algunos, digamos – que son casos que nosotros analizamos antes de lanzar la guía.

Por ejemplo (y esto es típico), los panaderos dicen que, porque la harina subió tanto, el precio del pan va a subir. Va a subir en un 6 o en un 8%. Y entonces, el dirigente no haya nada mejor que declararlo a viva voz por medios de comunicación y esto genera un problema, porque podría ser considerado como una incitación a subir los precios y a subirlos de manera "uniforme".

A pesar de que las panaderías o los panaderos pueden no tener posiciones dominantes sino ser un mercado muy atomizado. Pero no es sano, porque estas conductas no sintonizan con la economía de mercado. Eso es un corporativismo y esas declaraciones le hacen daño a la economía de mercado y le hacen daño también a la agencia encargada de la libre competencia.

Y entonces hubo un caso donde la Fiscalía demandó a este líder de los panaderos. Y el caso se perdió. Se encontraron buenas razones de por qué el panadero había hecho efectivamente esas declaraciones. Es un caso antiguo del año 1986 (Comisión Resolutiva N° 219).

Y hubo otro caso (y quizás ustedes también tienen un caso parecido) en el que el colegio de kinesiólogos en contra de un instituto profesional respecto de una carrera que, según el colegio, debía impartirse en una universidad y se estaba impartiendo en un instituto profesional. Entonces el colegio demandaba o exigía que ello ocurriera y presionaba a través del colegio de kinesiólogos. Y ahí también empieza un incipiente reconocimiento y se habla de que, ojo, puede la aplicación de esta normativa, que autoriza a las asociaciones gremiales a velar por los intereses de sus asociados, puede de alguna forma contradecir o pugnar con la libre competencia. Y ahí hay una advertencia y hay una sanción nominativa de US\$ 1400 dólares bajo la sentencia 35/2005 del Tribunal de Defensa de la Competencia.

El sistema de libre competencia con esas sanciones es una broma. Y es una mala broma. Porque con ese monto no justificamos las horas invertidas por los funcionarios que trabajaron en ese caso. Y es mala porque el precio de la ley por infracción a la ley es implícito y moldea las conductas de las personas. Entonces si infringir la ley de competencia vale US\$ 1400 dólares, entonces sale barato infringir la ley, en especial teniendo en consideración los beneficios obtenidos por los infractores. Entonces, ¿cómo hacerlo?

Después hay otro caso en el 2009, de buses bajo la sentencia 82/2009 del Tribunal de Competencia. Esto es típico y yo estoy seguro que ustedes tienen varios casos de estos. Asociaciones donde a veces puede incluso estar involucrada la autoridad porque las autoridades, por algunas razones tales como la contaminación y el tráfico, pueden estar tentadas a participar en el ilícito anticompetitivo.

Pero entonces una asociación impone medidas a sus asociados. En este caso eran de la frecuencia con que cada uno tenía que transitar. Y el caso siguiente es de cartel de precios. Y aquí se ganó y se habla de un cartel, pero estamos hablando de una sanción de US\$ 21 000 dólares. Eso es menos que el precio de un bus.

Algo parecido ocurrió después en otro caso ya más reciente del año 2010. Y en este caso sí, las palabras son más duras del órgano decisorio y dice, por ejemplo: "sin perjuicio de la libertad que asiste a los miembros de una asociación para efectuar actividades lícitas en su interés común, debe tenerse presente que situaciones como la descrita en la que una asociación gremial o una asociación empresarial pueden ser el instrumento de coordinación anti-competitiva de sus miembros."

Está reconociendo el fenómeno, pero seguimos con multas bajas, en este caso alrededor de US\$ 43.000 dólares. Estamos mejorando, pero no es suficiente. A juicio nuestro, un caso de competencia, debería ser al menos de un millón de dólares y de ahí hacia arriba. Y eso demuestra de alguna forma el impacto que puede tener para las empresas infringir la libre competencia. Tiene que ser algo importante en sus consecuencias jurídicas.

Había un artículo (y esto es interesante por la discusión de la posible colisión entre dos normas distintas como ya fue explicado anteriormente), pero en este posible caso de colisión había algo bueno. Y era que la norma de asociaciones gremiales contenía una referencia explícita a la normativa de libre competencia e incluso establecía que, si ocurriesen infracciones a ese texto, iba a ser considerado un agravante, específicamente en el artículo 26 del DL 2757 de 1979.

Ahora, esta norma y su revisión estaba mal hecha, porque esa norma se había modificado. Entonces tenía más bien un valor simbólico, no un valor legal, porque a partir del 2004, en Chile no había sanción penal por los casos de carteles. Entonces era una referencia a la normativa anterior cuyo origen está en una ley de 1959.

Entonces dijimos: ¿Qué está pasando? ¿Por qué tenemos tantos casos donde hay asociaciones gremiales involucradas? Y, ¿por qué no nos va tan bien en los tribunales? Hay una cierta simpatía, incluso cooperación con las asociaciones gremiales, pero creemos que esto es algo importante para los cimientos de la economía de mercado. Las empresas competidores se reúnen bajo el alero de las asociaciones gremiales que los reúnen, y eso es riesgoso y todos los actores tienen que tener conciencia de ese riesgo.

Y ¿qué podemos hacer?

Y entonces vimos primero cuántas asociaciones gremiales había en Chile: al 2015 había 7000 asociaciones gremiales. O sea, prácticamente la empresa que no forma parte de una asociación gremial no existe. Vimos el número de asociaciones gremiales por industrias, y en todas ellas había varias, a veces cientos, de asociaciones gremiales. Incluso vimos – y esto es muy interesante – las asociaciones gremiales habían sido parte de procesos en el sistema de libre competencia, tanto como demandantes o como demandados, a partir de 1973.

Esto es interesante - de nuevo – por la discusión de los límites de uno y otro, porque ellos no pueden alegar que no se les aplica la ley de competencia, cuando han sido demandantes en el sistema de libre competencia (un argumento de acto propio).

Entonces, vimos que había poca consciencia, que había alto riesgo y que la ley era barata de incumplir. Y entonces, ¿qué hicimos? Dijimos, bueno, hagamos una guía. Esto lo voy a contar más rápido, pero ¿cuál fue la estrategia respecto de la guía? Aquí quizás lo interesante es la experiencia.

Lo primero es que revisamos todos los casos anteriores en Chile en donde las asociaciones gremiales habían participado en procesos. Y eso no lo hicimos nosotros; se lo encargamos a la Universidad de Chile –un informe- una universidad prestigiosa, que nos hiciera un informe y fichas por cada uno de los casos analizados.

Después hicimos el análisis del derecho comparado. También es interesante como para decir: no estamos haciendo algo realmente original porque se nos ocurrió a nosotros, sino que a esos países también se les ha ocurrido. Y revisamos toda esa guía e incorporamos parte del lenguaje e ideas en nuestro borrador y esto lo expresamos públicamente.

Después – y esto es muy importante – lanzamos el ‘Día de la Competencia’ (un día como este, pero en Chile) la “idea” de la Guía, a pesar de que yo tenía el borrador en mis manos. Pero no quería lanzar en ese momento el borrador porque nos iban a criticar mucho el texto. Entonces quería que las críticas fueran de a poco (¡en una actitud algo masoquista, pero más estratégica!).

Entonces adoptamos una estrategia amortiguada o en etapas para que no supieran muy bien cuál era el texto. La estrategia fue sólo la “idea” de la guía, no el borrador – pero yo para lanzar la idea quería tener el borrador en mis manos. Meses después, lanzamos el texto del borrador y de ahí nos dispusimos a recibir comentarios – algo parecido a lo que hicieron ustedes en relación con la guía de Clemencia. Después contestamos los comentarios sin revelar el origen del comentario, para que la gente que hizo comentarios, se sienta, digamos, que fue tomada en serio por la autoridad – y obtenga una respuesta de su inquietud. Y ahí lanzamos la Guía.

Esta es la Guía de Asociaciones Gremiales de agosto de 2011, como ustedes podrán encontrarla en el www.fne.cl y ahí podrán ver con más detalles los temas que voy a tratar a continuación, a propósito de los riesgos detectados y sus posibles medidas a adoptar para aminorarlos. Me gustaría ahora mostrarles, rápidamente, el contenido básico de la guía. Lo interesante es que la Guía pretendía mostrar los potenciales problemas de competencia que podían surgir alrededor de las asociaciones gremiales.

Pero un poco más que eso: pretendía además establecer ciertos “puertos seguros” o ciertas recomendaciones para que, sabiendo que puede haber intereses legítimos en esas acciones, aminorar o mitigar los posibles riesgos de la libre competencia. Entonces, la Guía tenía esto de que no era inflexible y que la libre competencia debía armonizar el legítimo interés de las AG, pero también decirles a esas AG qué pueden hacer para disminuir los riesgos de libre competencia.

Les voy a dar ciertos ejemplos, tanto de riesgos como de posibles remedios; esta es la lista de los riesgos: primero, colaboración entre competidores. Entonces, de nuevo, es el mismo discurso porque esto hay que repetirlo así (y dice): “las asociaciones gremiales buscan promover el desarrollo y protección de los intereses de sus miembros”.

Pero eso no significa que puedan articular o facilitar carteles. Y es cómo, aunque parezca bien evidente, pero hay que decirlo, y hay que decirlo directamente: "si los competidores acuerdan algún mecanismo de colaboración, la fiscalía analizará las circunstancias que originan y dan contexto al acuerdo y los efectos que pueda tener en el mercado. Y la medida a analizar es considerar el propósito de la colaboración y sus actuales o potenciales efectos, dejar documentadas las mejoras buscadas y evitar las actividades conjuntas a lo estrictamente necesario".

Después, viene el riesgo de intercambio de información entre los asociados, que es lo más frecuente. Dice: "es relevante proporcionar información de la industria y los asociados al público en general. Pero los intercambios de información pueden reducir la incertidumbre acerca de las respuestas competitivas de los rivales, en especial en mercados con pocos agentes concentrados y en los que no es expedito el ingreso de nuevos actores".

Medida a analizar: "levantar sólo información histórica". Esto es súper evidente, para alguien experto en competencia: sólo histórica y no presente ni futura reducir la frecuencia de intercambio. Difundir información agregada y sobre materias generales. Aclarar que la solicitud es siempre voluntaria. Y, externalizar, si se puede, la reconexión y procesamiento de la información en un ente tercero que no sea la misma asociación gremial.

Otro riesgo: Recomendaciones a los asociados, esto es, dar recomendaciones a sus asociados sobre distintos ámbitos de la actividad comercial incluso precios de venta sugeridos para orientar a los asociados y a los consumidores sobre valores de mercado. Sin embargo, puede ser un elemento facilitador por un acuerdo entre competidores.

Medidas: no hacer referencia a precios, cantidades, políticas comerciales, ser voluntaria, no imponer acciones disciplinarias de ningún tipo a quienes no la adopten.

Otro riesgo: participación en las reuniones. Se pueden reunir, pero tengan cuidado porque se están reuniendo los competidores. Entonces, hay un antes de la reunión, un durante la reunión y un después de la reunión que tienen que ser extremadamente cuidadosos. De hecho, nosotros hemos detectado carteles antes de las reuniones, durante las reuniones y después de las reuniones. O sea, es un lugar, un momento muy apropiado para administrar los carteles y ponerse de acuerdo, porque se están juntando entre competidores.

Ahora, se van a seguir juntando. No es que estemos en contra de eso, pero es que tienen que tener mucha consciencia de lo peligroso que eso es.

Y entonces, adoptar la política de registro y conservación de documentos. Sólo lo que está en la tabla es lo que se discute. No se pueden discutir otras cosas. Grabar o levantar actas completas de los temas tratados. Revisión de la asesoría legal especializada.

Condiciones de afiliación. También esto es relevante y puede ser de competencia porque puede ser un bloqueo a posibles actores del mercado. Entonces tienen que tener cuidado y tienen su medida a analizar. Prestación de servicios a no afiliados, también puede ocurrir. Auto-regulación y código de conducta.

Fijación de estándares técnicos – lo que les decía y esto es muy importante para las asociaciones y también medidas: hay que ser transparentes y objetivos. La fundamentación tiene que ser técnica y abierta a nuevas tecnologías. Tiene que ser con una cierta neutralidad.

Y los programas de certificación de cumplimiento de normas técnicas, dice la guía, tiene que ser voluntario y no-discriminatorio entre los asociados y no-asociados.

Publicidad, también puede ser un tema al interior de la AG, y por otro lado, un tema de libre competencia porque la publicidad es la forma que tienen los entrantes de poder quitarles participación de mercado a los incumbentes.

Contratos tipo: puede ser que sea bueno tener contratos tipo, pero hay que tener cuidado de que no sean totalmente obligatorios, impuestos, inflexibles.

Y eso es.

La guía tuvo una reacción inicial entre fría y dura, y de alguna forma eso se refleja en una caricatura que apareció en un diario importante de circulación nacional: "El Mercurio" similar a "El Comercio" del Perú, y me dejó amargo al menos un sábado y un domingo. Porque aparezco yo al final - perdón que sea auto-referente, pero es sólo para efectos de hacer el punto – como un rey. Entonces, Felipe I, dice, bienvenido. Traigan los antecedentes, bienvenido al país. Pero yo consideré que era muy injusto porque esto es lo que yo no quería. Nosotros no queríamos estar visando papeles y revisando papeles, y aumentando los costos de transacción. Nosotros lo que queríamos es darles un consejo de buena calidad, una guía, a quienes estaban en una evidente zona de peligro, desde la óptica de la libre competencia.

Ahora, si ustedes ven que, en los maletines de la gente que está haciendo una fila para entregarles los papeles a Felipe I, aparece, por ejemplo, el sindicato de payasos de Chile, el sindicato de empleadas de casas particulares, digamos, que se entiende la crítica ácida de la tira cómica.

Entonces, esta son las cosas con que uno pierde el humor cuando efectivamente se está haciendo algo con buena intención y con conocimiento. Pero fue dura la reacción inicial.

Además, aparecieron editoriales en diarios de circulación nacional criticando las facultades de la FNE para redactar guías. Esto también fue muy delicado, y aparece en el mismo diario, de nuevo, y es una crítica a un uso inadecuado o a una falta de atribuciones por parte de la Fiscalía para poder dictar. Es muy jurídico. Es un comentario muy duro y que básicamente dice que nosotros no tenemos atribuciones para hacer eso.

Por cierto, las Guías son un invento – lo que se llama en el mundo anglosajón the soft law – y que no es tan fácil colocarla dentro de la pirámide formalista tipo Kelsen – por ponerlo de una manera figurativa, dentro del cual se desenvuelve el derecho de influencia continental de nuestros países. Pero que es un organismo, en una agencia de competencia, un instrumento valiosísimo al cual no se puede renunciar y el mundo privado debería también apreciarlo, porque justamente precisa la normativa de competencia, que una de las gracias que tiene es que es muy general.

Por eso, en materia de libre competencia no hay elusión, como si ocurre en Derecho Tributario y en Derecho Laboral. Y no la hay porque la normativa es muy amplia. De ahí precisamente la utilidad de las guías.

Así que hasta ahí, críticas arreciaban en contra nuestra y de nuestra guía. Y después, esto salió inmediatamente desde que lanzamos la idea – si hubiéramos lanzado el documento, ahí sí que hubiéramos estado mal porque les hubiéramos dado carne

a los críticos para poder malinterpretar un par de frases. O sea, esa es la gracia de la estrategia de no haber lanzado el documento en sí, sino la idea de la guía. Y entonces, aquí, un abogado importante de nuestro país, que ejerció importantes posiciones en AGs conocidas, dijo que no sabíamos lo que estábamos haciendo con la dictación de una guía de esta naturaleza.

Y este otro señor... decía algo parecido. "Es un tremendo error generalizar un problema de castas. Sería bueno que el Fiscal aclare a qué se refiere". Y el otro que dice (esto es muy importante, es de la AG de los supermercados): "no nos sentimos aludidos con la acusación realizada por el Fiscal y nosotros tenemos otros fines". Después, siguen las críticas al día siguiente, y tenemos, dice: "no hay peor arbitraje que aquel en donde el protagonista principal es el árbitro".

Después, este mismo señor, dice: "por lo menos nos deberían haber avisado antes". Esto es típico en Latinoamérica: avisen antes, pero ¿por qué? ¿Acaso la autoridad tiene que avisar antes si quiere ejercer sus atribuciones de promocionar la libre competencia? Después: "la Fiscalía tiene una desviación sobre lo que son los gremios" ¿Desviación? ¡Casi con connotaciones extrañas! Después dice: "esto se ha llevado al extremo: el sólo hecho de solicitar reuniones parecería que uno está coludido". El otro extremo – pues les cuento el extremo, ¿no? Y este es interesante, que también dice: "[A] la Guía no le encuentro mucho sentido, ni siquiera la existencia de la acción inmediata".

Y después hasta aquí llegó este capítulo de advocacy (o sea, de abogacía). Y este es mi punto principal en esta presentación: el advocacy es muy importante como parte de cortesía. Y hay que pasar un chaparrón, digamos – que este pasó acá – pero lo relevante del advocacy es cuando se ven infracciones concretas con la aplicación de la Ley, y es ahí donde adquiere importancia el advocacy; ahí es cuando se toman en serio la Guía. Y esto se los puedo demostrar en este caso en concreto.

Aquí viene el caso 'pollo' – hablando de las similitudes de los mercados, muy parecido al caso 'pollo' de ustedes. De hecho, yo tuve contactos con la agencia peruana cuando iniciamos la investigación, y me hicieron llegar los documentos del caso de ustedes y básicamente los acusamos por limitar la producción y asignarse cuotas de mercado.

La Corte Suprema – aquí estamos hablando de cifras de verdad – confirmó el fallo del Tribunal de Competencia y les impuso una multa de cerca de 50 millones de dólares. Y nosotros pedimos que esa asociación muriera, que dejara de existir. Pedimos la disolución de la asociación. La muerte de la asociación, pero antes de que muriera, que pagara una multa adicional de dos millones de dólares. Esa última parte la perdimos ante el tribunal, pero la ganamos ante la Corte Suprema. La Corte Suprema entendió que la APA, la asociación tenía que pagar dos millones de dólares y además tenía que disolverse.

Después tenemos otro caso. El de los ginecólogos, en donde los ginecólogos se pusieron de acuerdo para subir el precio por sus servicios médicos en una ciudad. Aquí hay un tema interesante en la discusión de la geografía. Logramos ganar el caso y también era un acuerdo de todos los ginecólogos de esta ciudad y ahí también la asociación de los ginecólogos jugó un papel de facilitador o coordinador del cartel. Entonces se le impuso US\$ 81.000 dólares – una cifra baja, pero es que estamos hablando de personas naturales, ya que ellos fueron los demandados – y matamos a la asociación gremial, murió. Y esto lo logramos, de nuevo, no frente al Tribunal, sino que frente a la Corte Suprema.

Y aquí viene el cambio donde yo puse. Aquí es donde yo puedo hablar más relajado cuando las asociaciones empiezan a valorar la guía. Esto viene después de estos casos y después de la Guía de asociaciones gremiales y dice: "Peligro anti-competitivo latente de las múltiples actividades de reuniones que realizan los gremios, y entonces darle vigencia a la Guía de buenas prácticas que emitió la Fiscalía en el 2011". Entonces, como que tuvo un segundo verdor la Guía. Y positivo. Y eso es lo interesante: cuando se dieron estos casos concretos, se valoró la guía y se dieron cuenta que era un aporte.

Y aquí, tenemos gente que dice "desde que nos formamos tomamos absolutamente en cuenta la Guía..." La otra persona dice "cuando tomamos conocimiento de esta Guía se hizo una revisión de esta y la dimos a conocer a nuestros consejeros". Puede ser, pero no lo dijo. "Las asociaciones gremiales tienen que preocuparse". O sea, ya está el mensaje, a propósito de la aplicación. Los cambios en la empresa y el gremio tras rayado de cancha de la Fiscalía y del Tribunal. Aquí está el matrimonio perfecto: la Fiscalía con la Guía y el Tribunal con el caso concreto. Y ahí está el rayado de cancha.

Las grandes compañías se encuentran instaurando programas de cumplimiento de competencia, y abajo dice, se movió el piso al mundo empresarial. Y ya está tomando acciones para modificar sus prácticas. Y esto es lo que uno quiere, como cabeza de una agencia de competencia. Uno no conduce un organismo de naturaleza tributaria que quiere juntarle plata al país. Lo que uno quiere es que funcionen mejor los mercados ¡lo que uno quiere es que funcionen mejor los mercados hacia el futuro!

Y, ¿cómo funcionan mejor los mercados? A través de la disuasión de que, si uno incumple o infringe la ley, le va a salir tan caro ese caso, que no quiere efectivamente caer en ese incumplimiento y ¿qué es lo que hace eso? La tentación a formar un cartel ya no existe, porque a la vista de un proceso tan grande que no se quiere ver expuesto a eso. Incluso nos dieron un premio del Banco Mundial, por algo que era bastante poco original, digamos, como la Guía, pero que tenía la gracia de la implementación.

Y yo me imagino que eso sensibilizó al Banco Mundial. Aquí voy rápido. Estas son cosas recientes. De nuevo, la Guía pasó a ser popular en el mercado. Dicen, un convenio a transformarse en la primera entidad gremial en implementar las recomendaciones de la Fiscalía en materia económica. Las asociaciones gremiales.

Después, otro, la asociación de supermercados, el que decía que no entendía lo que estábamos haciendo. Aquí ahora dice: la asociación gremial da estricto cumplimiento donde están comprendidos parámetros de conducta establecidos por la jurisprudencia. "Así es bien importante que todos los resguardos de nuestra ley de libre competencia, y en ese contexto se valora las recomendaciones prácticas que ha entregado a la Fiscalía Nacional Económica y a las asociaciones gremiales que deberíamos implementar cada vez con mayor rigurosidad".

Este es de la semana pasada, y también dice (incluso esto que, de hecho, explica que la entidad modificó hace un tiempo sus estatutos para consagrar en ellos las recomendaciones de la Guía) o sea, ya logramos teñir los estatutos de las asociaciones gremiales a propósito de un caso como este.

Y aquí estoy terminando. Nosotros lo hacemos cada dos años (lo recomiendo bastante) un estudio de percepción, en donde le pedimos a Deloitte que interroge a los abogados que trabajan en libre competencia, uno a uno, en sus oficinas,

los abogados que están listados en Chambers (una publicación inglesa que lista abogados especialistas), en nuestro país y les pregunten sobre la aplicación de la ley, cómo se está haciendo la aplicación de la ley y Deloitte obtiene esa información y nos la entrega en forma agregada. Y la gracia que tiene es que podemos incluso ir comparando cómo hemos ido cambiando - hay preguntas sobre la independencia del organismo, de la rigurosidad de las aplicaciones técnicas en donde nuestras contrapartes nos ponen nota. Nuestra nota ha sido muy buena y ha ido incluso mejorando, en especial en rigurosidad técnica y en independencia.

Y uno de los temas que preguntamos a Deloitte fue justamente qué opinan los abogados que trabajan en libre competencia – que son como 30. ¿Qué opinan de la Guía?

La pregunta concreta es: '¿Conoce casos de clientes que hayan modificado, el tipo de información que intercambiaban dada su participación en una asociación gremial a objeto de no contravenir la normativa de competencia?' El 33% dice que sí, el 2012. Si usted hace la misma pregunta el 2014, aumenta a un ochenta y tantos por ciento. Incluso si hace una pregunta adicional, que es '¿Considera que la Guía de asociaciones gremiales emitida por la Fiscalía cumplió con el objetivo de poner sobre la mesa la necesidad de resguardar los riesgos a la competencia asociados a los intercambios de información en el seno de las mismas?' Un 95% dice que sí. De nuevo, estos son los abogados que litigan en contra de nosotros.

Esto es de diciembre de 2016: '¿Ha utilizado la Guía de Asociaciones Gremiales emitida por la Fiscalía para asesorar a sus clientes en la materia?' Entonces, la Guía sigue vigente. El 2016, sólo el 95% dijo que seguía usando la Guía. Es instrumento que ha sobrevivido ya sus años, porque sigue siendo efectivamente útil.

Pero no sólo eso. No solamente se hizo un cambio sorpresivo, un cambio en la actitud de las asociaciones gremiales respecto a la Guía o respecto a los riesgos que implicaba su actividad, sino que, gracias a esta Guía y a la aplicación de casos concretos, logramos cambiar la ley en la medida de mejorar nuestra posición como agencia en los casos futuros que se den a propósito de las asociaciones gremiales. Lo que es muy interesante y era algo no solicitado ni pedido por nosotros pero que se dio como algo natural.

Entonces, miren: este es el tipo infraccional 4. Dice: Los acuerdos expresos o tácitos entre competidores. Entonces, aquí hay un desafío legal en el sentido de que una asociación gremial no es técnicamente un competidor porque no provee bienes ni servicios. Entonces ¿cómo lo incluíamos en la infracción? Y hasta el momento la jurisprudencia nos había dado una razón de que, a pesar de no proveer bienes o servicios, de no ser un agente económico, si podía ser objeto de una sanción de competencia, en la medida que hubiese participado en las conductas reprochables.

Y eso se cambió, y lo cambiamos a "acuerdo o práctica concertada, que involucre a competidores entre sí". Entonces, podría haber incluso alguien aguas arriba o aguas abajo, que no sea de ese mismo mercado que podría estar de alguna forma involucrado y estaría siendo sancionado, lo que antes del cambio legal ocurría igualmente por un desarrollo jurisprudencial, pero que ahora es más robusto por el cambio legal.

No sólo eso, sino que, además, en las sanciones (y con esto termino, ya se me acabó el tiempo), en las sanciones subimos, desde un techo de 30 millones de dólares por infractor, que era en lo que se impuso en el Caso del Pollo, en donde se llegó al

máximo, a un porcentaje, a un 30% de las ventas o el doble del beneficio. Incluso en el Congreso se entendió que nos tenían que dar alguna norma para las asociaciones gremiales, porque las asociaciones gremiales no tienen ni ventas ni beneficios. Y se dio una norma expresa, en donde se establece 60 millones de dólares en contra de las asociaciones gremiales.

Y, por último, y quizás esto es lo más importante, se le dieron atribuciones específicas a la agencia para dictar instrucciones a lo que habrá que sujetarse en ejercicio de sus atribuciones. ¿Se acuerdan la editorial que nos enredada en relación con las atribuciones de la Fiscalía para dictar una guía de esta naturaleza?

Y ahora sí que termino. Las conclusiones entonces son que la Guía expone los riesgos, a los que esas entidades están expuestas en materia de libre competencia y sugiere medidas junto con la promoción – y este es el mensaje principal –, es fundamental la existencia de casos concretos que vayan de alguna forma aplicando la guía.

Y la Guía, como pueden ustedes saber, fue resistida en un principio, pero una vez que se empieza a aplicar, es valorada por los distintos actores, y ha contribuido a perfeccionar el funcionamiento de los mercados, e incluso a la reciente reforma de nuestro sistema de defensa de la libre competencia.

Muchas gracias.





ROXANA ARELLANO GARCÍA

Secretaria Técnica de la Sala Especializada en Defensa de la Competencia del Tribunal del Indecopi.

Magíster en Regulación de Servicios Públicos por la Universidad del Pacífico.
Ha sido profesora de Derecho de la Competencia en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas y actualmente en la Escuela Nacional del Indecopi.

Muchas gracias a Felipe por la excelente exposición. En lo personal, para mí es un placer compartir este espacio con dos amigos de la casa, dos amigos del Indecopi, como son Felipe Irrázabal y Tanja Goodwin.

Sólo tengo algunos comentarios de la exposición de Felipe y de la revisión de la Guía "Asociaciones Gremiales y Libre Competencia" (en adelante, la Guía) que he podido efectuar.

La Guía nos brinda una visión amplia y completa sobre cuál ha sido el tratamiento de esta materia (asociaciones gremiales y libre competencia) por parte de la agencia de competencia chilena. Una primera idea que quiero destacar es cómo esta Guía se ha convertido en la actualidad en un instrumento de promoción de la cultura de la competencia.

Efectivamente, advertimos que, pese a la resistencia inicial de un sector del empresariado, finalmente terminó constituyéndose en una herramienta muy valiosa, al punto que el cumplimiento de sus directrices representa una ventaja competitiva para los agentes del mercado.

De otro lado, tal como mencionaba Felipe, se trata de un tema delicado. Los casos que involucran a las asociaciones gremiales son sensibles porque definitivamente puede existir una delgada línea entre el comportamiento legítimo de los gremios y una conducta ilegal.

Por una parte, es innegable el aporte y la importancia de las asociaciones gremiales en el mercado, y en particular, lo que pueden lograr en defensa de sus miembros. Pero, como se reconoce y se describe bien en la Guía, existen riesgos. Y esos riesgos se buscan mitigar de alguna manera con las recomendaciones que se plasman en este documento.

De este modo, la Guía nos brinda la perspectiva sobre la materia desde el punto de vista de la Fiscalía Nacional Económica de Chile con la finalidad de vigilar y cautelar la libre competencia.

Es fundamental cómo gracias a estas recomendaciones, los agentes del mercado pueden evitar incurrir en prácticas anticompetitivas. Cuando Felipe describía los supuestos que se pueden presentar, en particular, aquellos vinculados a la existencia de reuniones entre los miembros de los gremios y al intercambio de información, me sentía muy identificada porque estos supuestos también los hemos tenido de manera recurrente en la práctica jurisprudencial del Indecopi.

Como dato, quisiera comentarles que, en los últimos diez años, aproximadamente entre el 85% a 90% de los procedimientos que cuentan con decisiones confirmadas por la Sala Especializada en Defensa de la Competencia en materia de carteles, principalmente, conductas vinculadas a precios, involucran a asociaciones gremiales. Por tanto, en el caso particular del mercado peruano, un instrumento como la Guía sería muy valioso.

Tenemos abundante casuística a nivel de diferentes regiones del Perú tales como Huaraz o Puno, donde apreciamos que efectivamente existe poco conocimiento de las normas de competencia, y menos conocimiento aún de la actuación o la participación que podrían tener las asociaciones gremiales en la configuración de prácticas anticompetitivas. Entonces, advertimos que una herramienta como la Guía resulta idónea para promover la cultura de competencia en nuestro país y en el corto

plazo la podríamos tomar como modelo.

Otro aspecto que quería resaltar, es que la Guía no sólo recoge de manera completa los supuestos que se podrían presentar en la interacción entre los miembros de las asociaciones gremiales, sino que también lo hace de una manera muy clara. Y eso definitivamente facilita y orienta la actuación de los operadores económicos (empresas, estudios de abogados, etc.).

Por último, me parece importante llamar la atención nuevamente sobre la resistencia inicial del mercado ante la emisión de la Guía, lo que llevó incluso al cuestionamiento de las facultades de la agencia de competencia chilena.

Sin embargo, advertimos que, pese a que pueda existir una primera reacción de ese tipo, lo importante es que exista una adecuada comunicación al mercado sobre las bondades de su implementación, así como que los resultados y ventajas se vean reflejados en los procedimientos que resuelve la autoridad.

En conclusión, hemos verificado con la experiencia chilena que armonizar el desempeño de las asociaciones gremiales con las normas de competencia no era algo imposible.

Por el contrario, se ha obtenido un resultado bastante positivo, por lo cual felicito a la Fiscalía, en particular, porque representa un esfuerzo adicional de implementar una cultura de promoción de la competencia.

Felicitaciones nuevamente.

Muchas gracias.





TANJA GOODWIN

Economista del Equipo de Mercados y Competencias. Práctica Global de Comercio y Competitividad del Banco Mundial

Con Maestría en Economía y Especialista en Competencia, trabaja en análisis y asistencia técnica en temas del marco legal de competencia, regulación sectorial y análisis de impacto de reformas regulatorias.

Buenos días. En primer lugar, quisiera agradecer a Roxana, Ivo, Jesús, y enfatizar que es un placer estar aquí de vuelta. Felicitaciones también por siempre llenar el auditorio en todos los eventos del Día de la Competencia.

Ello es una muestra del buen trabajo de INDECOPI, no solamente técnicamente sino también de difusión.

También me gustaría felicitarles , en nombre de todo el equipo de Mercados y Políticas de Competencia del Grupo Banco Mundial, liderado por Martha Martínez Licetti, por haber lanzado la Guía de Clemencia. El Banco Mundial apoyó y acompañó este trabajo desde el inicio, con asistencia técnica y apoyo a la implementación Es un placer ver que hoy día, el programa de clemencia en Perú es activo, efectivo y realmente está derrumbando carteles.

Es efectivo y trae precisamente los frutos que se previnieron desde el principio.

Quisiera también felicitar a la Fiscalía por todo el buen trabajo que ha hecho en el ámbito de asociaciones gremiales.

Este trabajo fue premiado por el Banco Mundial, junto con el ICN (el International Competition Network). Es particularmente importante esta experiencia, porque se hizo primero este análisis específico sobre el problema. Es importante en la política de competencia que cada iniciativa empiece por el problema en el mercado.

A raíz de este premio, otros países nos han solicitado al Grupo Banco Mundial apoyo para trabajar en el ámbito de asociaciones – elaborar guías y hacer las abogacías. En un país de Centroamérica hicimos precisamente un análisis primero y nos dimos cuenta de que hay un conocimiento tan precario de la ley de competencia, que hablar de contratos tipo, es muy importante al igual que otras zonas ‘un poco más grises’, , pero lo que faltaba era sobre todo explicar que fijar precios entre competidores era algo ilegal.

Hay que adecuar estas guías a la realidad que vemos en el mercado y si se adoptan, primero partir de un análisis sobre qué es el status quo del conocimiento de las asociaciones y erradicar siempre por supuesto las prácticas más dañinas que son los carteles llamados hard-core.

Quisiera ahora complementar la exposición anterior con un par de cifras, en dos aspectos principales: ¿por qué miramos las prácticas anti-competitivas en asociaciones? ¿cuál es el sentido de priorizarlo? Creo que Felipe lo dejó muy claro: la frecuencia con la que la encontramos. Pero quisiera agregar un par de datos sobre efectos económicos y los sectores que creemos que son afectados.

Y segundo: ¿cuál es el rol del gobierno en prevenir estas prácticas anti-competitivas? Aquí se trata también del rol de abogacía. Porque lo que nosotros vemos en la práctica es que muchas veces el gobierno incluso facilita que las asociaciones puedan llevar a cabo estas prácticas anti-competitivas. Entonces, déjenme compartir algunas reflexiones al respecto.

Quisiera empezar con un nuevo marco lógico que utilizamos en el Banco Mundial, llamado Markets and Competition Policy Assessment Tool. Fue desarrollado por el equipo de Mercados y Políticas de Competencia para su asistencia técnica en alrededor de 60 países en los temas de política de competencia, y en particular para sistematizar el análisis de la política de competencia con todos sus instrumentos y qué efectos tienen sobre el mercado al final.

Empezamos por el eslabón de abajo: lo que nosotros observamos y lo que nos interesa es el resultado en el mercado. Precio, calidad, etcétera. Y esto se da en función de la interacción entre los competidores. Y ahí vemos conductas anti-competitivas, concertaciones, etcétera, cuando no hay una política de competencia efectiva.

Ahora, estos resultados del mercado y el comportamiento de competidores se dan en función de dos cosas: (en los eslabones arriba) las intervenciones del gobierno en el mercado y las características del mercado. Empezando por el primero, nosotros conocemos que hay diferentes características del mercado, como economías de escala, el tamaño del mercado, que puede influir en cómo los diferentes competidores interactúan entre sí. También hay efectos en red, en algunos casos tenemos antecedentes de empresas estatales, o tenemos otros más de controles de precios como un legado histórico.

Pero además de esas características, las diferentes condiciones naturales o inherentes del mercado, hay intervenciones del gobierno, y estas pueden acentuar o mitigar estas características del mercado. Se pueden mitigar cuando por ejemplo hay efectos de escala, efectos de red; por eso tenemos una política de regulación de los sectores, que puede mitigar estos efectos y simular resultados competitivos. Hay que regular por ejemplo el acceso a facilidades esenciales. Las intervenciones del gobierno también pueden agravar, acentuar esas características y forzar o facilitar que se den prácticas anti-competitivas.

Nosotros clasificamos estas intervenciones del gobierno en el mercado en tres: regulaciones que pueden reforzar la posición de dominio, limitar la entrada; las regulaciones que pueden facilitar actos colusorios o reducir la posibilidad para que empresas decidan sobre sus variables de negocios; y la tercera, son las reglas que discriminan o distorsionan lo que se llama en inglés playing field, es decir 'piso parejo' o 'igualdad de condiciones en el mercado'.—.

Entonces estas tres intervenciones del gobierno pueden acentuar o mitigar las características del mercado para que se den los resultados en el mercado.

Ahora: ¿dónde entran las asociaciones? Las asociaciones son una realidad del mercado en muchas de las economías, no sólo de América Latina, también en otros. Y muchas veces, tienen un rol relevante en el mercado. Pueden generar información que reduce el nivel de riesgo que enfrentan empresas individuales. Pueden proveer bienes públicos, pueden proveer información relevante. Tienen un rol. Pero el gobierno puede poner reglas que faciliten a esas asociaciones llevar a cabo prácticas anti-competitivas.

Y esto lo quisiera resaltar. Sí, las asociaciones existen, pero las asociaciones existen en mercados que de por sí – y sin las asociaciones no necesariamente serían propicios a la colusión. O sea, ¿cómo es posible coludirse con 150 transportistas sin la asociación? Son mercados atomizados muchas veces. Entonces, la característica, la verdad, es un mercado atomizado. Y de ahí la relevancia de las asociaciones.

Ello lo refleja información nueva que tenemos gracias a la base de carteles (Anti-Cartel Enforcement Database), del Banco Mundial que hemos elaborado en conjunto con el Centro Regional de Competencia para América Latina, actualmente liderado por la Secretaria Técnica de Perú y la presidencia de República Dominicana. Es una iniciativa para sistematizar toda la información que se tiene que es pública sobre los actos colusorios, sobre los carteles identificados a lo largo de toda América Latina.

Entonces aquí a la izquierda, lo que nosotros hemos hecho es simplemente mirar cuántos participantes hay por cartel identificado. Y la línea roja es la distribución de todos los carteles donde hubo una asociación involucrada. Y la línea azul refleja el número de participantes, la distribución de los números de participantes para todos aquellos carteles donde no hubo involucramiento de la asociación.

Lo que vemos no sorprende: Cuando hay una asociación, el cartel se sostiene entre muchos más competidores que sin la asociación. Ello tiene sentido porque efectivamente a través de la asociación puedo coordinar e implementar acuerdos. Entonces medidas otras como aquellas que faciliten la entrada al mercado, no necesariamente atienden al objetivo de prevenir carteles en mercados con muchos actores si es que tengo a la asociación involucrada. Y efectivamente estas cifras muestran también que con la asociación se sostiene el cartel durante más tiempo.

¿Dónde ocurren carteles con asociaciones involucradas? Aquí vemos todos los carteles donde una asociación fue sancionada no solamente como facilitador sino como participante activo de este cartel. Veámoslo: transporte es un sector muy comúnmente afectado por colusión con participación de asociaciones. También se han detectado carteles con asociaciones en combustibles – ahí están los carteles de gasolina. Vemos ganadería, pesca y agricultura (estas son las clasificaciones oficiales de las industrial pero básicamente aquí se recogen todos los carteles de pollo de América Latina). En insumos de construcción, vemos también carteles dentro de asociaciones de algunas pequeñas cementeras y areneras. Finalmente resalta el sector de clínicas y farmacias en la estadística, y también los profesionales de la salud y algunos otros profesionales.

Entonces, para estos sectores, ¿cuáles precisamente son estas intervenciones del gobierno que facilitan que estas asociaciones puedan llevar a cabo prácticas anti-competitivas?

Empecemos por los profesionales. Aquí vemos datos recolectados entre OCDE y Banco Mundial. Y una de las preguntas que nosotros ahí completamos en esta base de datos es: ¿En su caso, el gobierno regula o las asociaciones auto-regulan los precios, las tasas que cobran los prestadores de servicios profesionales para sus servicios?

Para estos cuatro tipos de profesiones hemos hecho una comparación entre las respuestas Si o No, países OCDE y países fuera de OCDE. En los países que no forman parte de la OCDE aún es más común que haya una regulación de las tarifas, precios, etcétera, pero es interesante también ver que en los países de la OCDE todavía hay algunos que regulan precios. En el caso de Perú, no se identifica ninguna regulación restrictiva a la competencia en este ámbito.

En el caso de abogados, dentro de los países que no forman parte de la OECD y en los cuales donde sí hay algún tipo de regulación de precios, la mitad es del tipo 'mínimo-obligatorio', es decir lo más restrictivo a la competencia. Esta regulación típicamente se implementa a través de la asociación o el gremio o el colegio de profesionales.

Si bien este tipo de regulación de precios no se da en Perú, lo que sí vemos aquí es que las licencias profesionales se dan a través de los colegios profesionales. La

racionalidad de ello es para asegurar la calidad, etcétera, pero en la época moderna, donde tenemos información, buenas instituciones de educación, tenemos exámenes, etcétera, habría la posibilidad para reconsiderar esta disposición porque efectivamente podría apoyar ciertas prácticas anti-competitivas, cuando los gremios, los competidores entre sí, pueden decidir quién entra y quién no.

Y efectivamente esto se agrava al tener muchas actividades, servicios, donde estas profesiones tienen servicio exclusivo. En Estados Unidos, por ejemplo, se dio la discusión si para el servicio de blanqueo de dientes (tooth whitening) se debería necesitar una licencia profesional, ... si cada consumidor puede comprar el producto en la farmacia y aplicarlo por sí mismo?

Pero es precisamente el análisis de cuántas tareas específicas, cuántos tipos de servicios, requieren ser reguladas y ejercidos por una sola profesión, y cuántos se pueden hacer por otros profesionales en vez de ser de exclusividad para el gremio. De estos en Perú hay más que en el resto de América Latina y en el resto de OCDE. En este contexto, vale la pena destacar nuevamente al Indecopi su buena abogacía en el caso de notarios.

El sector de transporte presenta similares intervenciones que limitan la entrada, sobre todo en México, donde el Grupo Banco Mundial ha prestado asistencia técnica en promover reformas pro-competitivas a nivel sub-nacional, o sea, el nivel de los municipios y entidades federativas. En algunos casos, son las uniones que reciben la concesión de llevar a cabo el transporte de carga. Una unión ahí puede operar como una sola empresa, y opera como el monopolio de transporte en esa localidad. En Argentina también existen tarifas para el 'flete' para el transporte de granos, y una fuerte influencia de sindicatos en la formación de salarios y posiblemente, precios finales.

En Colombia, hasta hace unos años habían tablas de fletes para todo el servicio de transporte de carga a lo largo del país. Esta tabla de fletes fue reemplazado por un sistema de información que permite medir o calcular los costos de operación de transporte de acuerdo con las características propias de cada viaje, tipo de vehículo, tipo de carga, origen y destino. Ello puede funcionar como un precio de referencia y reducir la intensidad de la competencia, y efectivamente hubo incidentes en los que las asociaciones protestaron que otros competidores no estaban cumpliendo con las tarifas sugeridos en el nuevo sistema de información de costos.

Estos son algunos ejemplos de cómo la intervención del gobierno que puede estar facilitando de manera bastante explícita prácticas anti-competitivas.

En el caso de agricultura, muchas veces las asociaciones cumplen un rol que forma parte de la regulación propia del sector.

En un caso reciente en México, por ejemplo, la asociación de los productores de aguacate era el único agente certificado para exportar, es decir para hacer todo el registro fito-sanitario para exportar a Estados Unidos.

Esta asociación entonces no sólo vendió la certificación sino que lo ató con el empaquetamiento. La COFECE multó esta práctica ya que excluía a otros competidores en el servicio de empaquetamiento. Esta práctica anti-competitiva se dio en el contexto de que solamente una asociación tuvo este rol de política pública de certificar los bienes de exportación a Estados Unidos.

Otro caso en Colombia tuvo importancia ya que su ley de competencia tiene

una excepción y precisamente limita las facultades para actuar al respecto de ciertas políticas públicas de intervención del Estado. Una de estas es el Fondo de Estabilización del Azúcar.

El Fondo de Estabilización del Azúcar, los gremios y su comité directivo, lo encontraron (esto en palabras de la Superintendencia) un instrumento idóneo para la repartición de cuotas de producción y suministro de azúcar en el mercado colombiano.

A través de este Fondo de Estabilización, se repartieron el mercado del azúcar en Colombia. La instrucción de la Superintendencia fue al gobierno colombiano "revisen esta herramienta porque si bien nosotros no tenemos facultades para intervenir, a raíz de esta extensión en el marco legal, sí hemos recurrido a comprobar que fue una práctica anti-competitiva en el marco de esta política pública".

Entonces, déjenme concluir nuevamente con el esquema inicialmente explicado: Si bien es muy importante la promoción del compliance, promover buenas prácticas dentro de las asociaciones, también es necesario una abogacía hacia el gobierno para hacer una revisión exhaustiva de todas aquellas reglas, sistemas de políticas públicas que le pueden facilitar, en primer lugar, a la asociación llevar a cabo la práctica anti-competitiva, y el Banco Mundial está a la disposición de los gobiernos para apoyar esta tarea importante

Muchas gracias.





Tema N° 2

NUEVOS DESAFIOS EN EL ANÁLISIS DE CASOS DE COMPETENCIA



WILLIAM KOVACIC

Catedrático en la Universidad George Washington.

El profesor Kovacic ha sido miembro de la Comisión Federal de Comercio y presidió la Agencia de Protección al Consumidor de los Estados Unidos de América en el 2008-2009. Ex Director de la Autoridad de Competencia y Mercados del Reino Unido, ex Vicepresidente de Outreach for the International Competition Network, ha asesorado a países y organizaciones internacionales en materia de defensa de la competencia, protección del consumidor, contratos gubernamentales y diseño de instituciones reguladoras.

En 2011 recibió el premio W. W. Kirkpatrick de la FTC, Premio por "Logro de toda una vida".

I am very grateful to Ivo and your colleagues at Indecopi for the wonderful opportunity to be here. And I'm very thrilled on behalf of my university in George Washington to be in the presence of Mario, Luis, our very proud students and Luis Diez-Canseco also, who made us so proud as well. Another reason I'm delighted to be here in Lima.

Before talking about new challenges in the analysis of competition cases, I wanted to reflect why competition in Peru is a matter of great interest not simply to Peruvians but to those of us in the larger global community.

If we think back 25 years - it will be in November of this year, jít'll be 25 years! – since Decree Number 25868 was adopted, which created Indecopi. So, 25 years ago, this institution came into being. It's one of 100 systems created since 1990. In 1990 there were about 30 competition systems in the world, there are over 130 today. Peru is one of the cohort, of the 100, adopted in the past 30 years. It's provided a vital foundation for the development of competition policy in this hemisphere.

Not simply in Latin America but throughout the hemisphere and, I would argue, globally. It's been Latin America, in my mind, one the most vibrant areas of competition policy development. Indeed I would say, it is the Latin agencies that are providing the greatest source of vitality, innovation and progress in this field. It's Chile, with [the] Fiscalía, headed by Felipe. It's Colombia, an older law, that in many ways, is reintegrated today. It's Mexico, COFECE. It's Brazil, with CADE. Indeed, it's the renewal of the system in Argentina with Esteban and his team providing an enormously promising beginning, for the renovation of an agency that was part of the early co-work with Indecopi, with CADE, that created an enormous degree of excitement about competition law in Latin America in the 1990s.

This process of development has added tremendous impact. Indecopi was of the first of the significant multi-function agencies. It was one of the first agencies to combine different competences within its single roof. That model is widely adopted today. Of the 130 systems, over half of them do something other than just fair competition.

In a way it is not corrected to talk about competition agencies, because the majority of systems around the world are not only competition agencies. They

Traducción libre al español, (sin editar).

Estoy muy agradecido con Ivo y los colegas del Indecopi, por la maravillosa oportunidad de estar aquí. Estoy encantando a nombre de mi universidad George Washington de estar junto a Mario, Luis, nuestros grandiosos estudiantes y también Luis Diez-Canseco que nos llenan de orgullo. Estoy realmente encantando de estar una vez más en Lima.

Antes de empezar a hablar acerca de los nuevos retos en el análisis de casos de competencia, quería mencionar por qué el tema de la competencia en el Perú resulta de gran interés, no sólo para los propios peruanos, sino también para quienes formamos parte de la comunidad global en materia de libre competencia.

Si nos remontamos a unos veinticinco años atrás, este año se cumplen veinticinco años del Decreto Ley 25868 que creó el Indecopi. Así que se van a celebrar los veinticinco años de esta institución, que conforma uno de los cien sistemas de competencia creados a partir de 1990.

En dicho año, había escasamente unos treinta sistemas de competencia en el mundo, y hoy son alrededor de ciento treinta. Perú forma parte del grupo relativamente más reciente de los cien credos de los últimos treinta años. El sistema peruano es parte de los cimientos vitales del desarrollo de las políticas de competencia en el hemisferio occidental, y no sólo en América Latina, sino en todo el hemisferio e incluso, diría yo, a nivel global.

Desde mi punto de vista, América Latina ha sido una de las áreas de más vibrante desarrollo en materia de políticas de competencia. Por cierto, yo diría que las agencias de esta región son la fuente de mayor vitalidad, innovación y progreso en este campo. Chile, con la Fiscalía liderada por Felipe. Colombia, si bien con una legislación anterior que de varias maneras se viene revitalizando hoy en día. En México tenemos a COFECE. En Brasil tenemos a CADE. Y por cierto, la renovación del sistema en Argentina, con Esteban y su equipo, con un promisorio nuevo comienzo gracias a la renovación de una agencia que tomó parte en los inicios del Indecopi, junto con CADE, lo cual ha generado gran expectativa acerca de la práctica del Derecho de la Competencia en esta parte del mundo desde los años 90.

Este proceso de desarrollo ha tenido un gran impacto. Indecopi fue una de las primeras agencias multifuncionales. Fue una de las primeras en combinar distintas competencias bajo un mismo techo. Se trata

do something else. Indecopi, in many ways, was the prototype for thinking about policy-making that way.

And when people look at the variety of functions that have been combined within Indecopi, whether it's market-access, unfair competition, intellectual property, fair competition, the entire combination of functions, Indecopi has had a tremendous powerful influence on the development of competition law internationally.

So that, when you take the Latin experience and you look at its development from the nineties to then present, represented in the superb examples of Peru and indeed Chile, with that fabulous case-study that Felipe gave us before, it's an example of how systems build and develop gradually over time.

They don't do it overnight; this is a long, hard journey, and it's a journey that's never over in an established market economy. When Felipe was talking about his encounters with the Congress, with reluctant officials, it brought back to me bad memories of my own experience appearing before legislators. I can recall one occasion where a senator was asking me "what can you do to make the price of petrol go down?" And I said, "you can do one of two things: you can produce more or use less. Those two things would move the price". And he said: "please, stop giving me these tired supply and demand arguments!" I wanted to say, "it's time to go back to school, Senator! Start thinking again and again about the market economy and what it means".

But I think the job of building support for market-oriented processes and understanding their benefit is never over. That is a daily process. And the minute that you think it's accomplished, you're in tremendous surprise wherever you are. What is so exciting about being here for me is to watch, as I have over decades, this remarkable transformation over time. That's a good reason to celebrate the Competition Day in Peru and throughout the entire region.

I want to talk about three new challenges that in many ways are old challenges. They are new variations on old themes. They all affect the competition systems; in many ways we feel they aren't truly new ideas, they are old ideas that have been refined, developed, they are new context, but it's striking when we go back to the earliest experiences in Canada and the United States, in the late 19th century, how many

de un modelo ampliamente adoptado el día de hoy, pues de los cerca de ciento treinta sistemas existentes en el mundo, más de la mitad tienen entre sus competencias otras tareas además de la protección de la libre competencia.

En cierta forma, no resulta totalmente correcto hablar de agencias de competencia, pues la mayoría de ellas no se dedican exclusivamente a dicha materia, sino que tratan además otros temas. En cierto sentido, Indecopi fue el prototipo de esta clase de trabajo.

Si nos fijamos en la variedad de funciones que coexisten en el Indecopi (acceso al Mercado, libre competencia, propiedad intelectual, etc.), Indecopi ha adquirido gran influencia en el desarrollo del Derecho de la Competencia a nivel internacional.

De esta manera, la experiencia latinoamericana es ejemplo de sistemas que se han ido desarrollando gradualmente desde los años 90 hasta el presente, con los excelentes ejemplos de Perú y Chile, con el extraordinario caso de estudio que Felipe nos ha presentado aquí.

Esto no se logra de la noche a la mañana, sino que se trata de un largo recorrido que además no termina nunca en beneficio de la economía de mercado.

Cuando Felipe nos contaba acerca de sus reuniones con funcionarios del Congreso de su país, trajo a mi memoria los malos momentos que me tocó pasar con los legisladores del mío. Recuerdo una vez en que un senador me preguntó qué podía hacer yo para lograr que bajara el precio de los combustibles. Y yo le contesté que se podía hacer una de dos cosas: producir más o usar menos. Cualquiera de ambas movería el precio. Y el senador replicó: "Por favor, déjese de ese manido argumento sobre la oferta y la demanda." Me dieron ganas de decirle "¡Senador, creo que es hora de volver a la escuela y revisar los fundamentos de la economía de mercado!".

Por eso creo que la tarea de construir el soporte para los procesos de libre mercado y de hacer entender sus beneficios es una tarea que nunca termina, sino que es un trabajo de todos los días. Y si uno cree que dicha tarea ya se logró, al minuto siguiente se llevará una gran sorpresa.

Por eso, una de las cosas que me emocionan de estar aquí, es constatar, a lo largo de las últimas décadas, la notable transformación que se puede observar por estos lares. Creo que esa es una excelente razón para celebrar en Día de la Competencia en el Perú y toda Latinoamérica.

of the same things we can find today? We simply see them in a somewhat different context that is arguably more complex and more demanding. I want to talk about the policy implications of these developments, for competition analysis and individual cases. In doing this I'll give you my views, not the views of the competition market's authority in the United Kingdom or any member of the board though I do drop on what I've seen there as well. And thinking about how agencies develop cases today and analyze competitive phenomenon.

The three new but old challenges I want to talk about involve first, what's the point in the competition law and what benefits it develops and provides to those with lesser incomes, to those who are impoverished, to those with lesser means.

Second, to talk about the competition law problems today involve a variety of other policy domains that are not strictly competition law, but confront the competition agency with issues that involve in fact competition that may not traditionally be seen as competition issues. And the third, is how agencies deal with dynamism, that is the fact of rapid technological change, or change in organizations that puts great pressure on existing methods of providing goods and services and confronts agencies with very difficult analytical challenges.

Let me start by setting out what these challenges are and talk about first the question on values. It's a basic question: what should competition law try to do?

It's an increasing debate globally, about whether competition law should do more to treat the problem of income disparities, where you have rich and poor. Perhaps a large and growing middle class but you have a significant part of the society that is not enjoying the full benefits of the economic process. Should competition law take the fact of inequality into account directly in looking at mergers, abuse of dominance, issues involving illegal agreements? Should it make a conscious part of this program the assistance of the disposed? And to make it a deliberate factor in considering what cases to bring and what not into a litigation program over time.

One suggestion I would make is that if you look carefully at what agencies do already, that's their agenda. That is: if you look that all of the agencies, if you look at each of the cases that Ivo was talking about, if you look at the full agenda in the Fiscalía,

Quiero referirme a tres nuevos retos que, en cierto sentido, no son tan nuevos. En realidad se trata de variaciones de temas anteriores. Todos ellos afectan a los sistemas de competencia. De alguna manera, sentimos que son ideas no tan nuevas, son antiguas que han sido refinadas, desarrolladas en un nuevo contexto. Impresiona recordar las primeras experiencias en Canadá y los Estados Unidos a finales del siglo XIX y cómo los mismos temas se reactualizan hoy en día. Sencillamente vemos los mismos problemas en un contexto actual que es más complejo y exigente.

Quiero hablar de las implicaciones de estos desarrollos en las políticas de competencia, en el análisis de casos individuales. Al hacer esto les daré mis opiniones, no las de la autoridad de competencia del Reunión Unido o de algún miembro de la junta, aunque tocaré aspectos que he visto por allá y veremos cómo las agencias desarrollan los casos y analizan los fenómenos de la competencia hoy en día.

Los tres novedosos pero viejos retos de los quiero hablar son, en primer lugar, el punto central en el Derecho de la Competencia y qué beneficios desarrolla y les puede otorgar a quienes tienen menores ingresos, a quienes viven en la pobreza y con menores recursos. En segundo lugar, que los problemas que enfrenta hoy en día el Derecho de la Competencia tienen que ver con temas de dominio público, que no pertenecen estrictamente al Derecho de la Competencia, pero que confrontan a las agencias de competencia con asuntos que nos considerados tradicionalmente como temas de competencia. Y, en tercer lugar, cómo las agencias enfrentan la dinámica del rápido cambio tecnológico o en las organizaciones y que las colocan bajo gran presión sobre los métodos de suministro de bienes y servicios existentes y que confrontan a las agencias con grandes retos de análisis.

Permítanme primeramente establecer los ámbitos de dichos retos y tratar las cuestiones de los valores que se ven involucrados en esta discusión. La pregunta básica aquí es. ¿qué debe hacer el Derecho de la Competencia al respecto?

A nivel global, crece el debate sobre si el Derecho de la Competencia puede hacer más acerca de la disparidad de los ingresos entre ricos y pobres. Puede ser que sea la época de una amplia y creciente clase media, pero también es innegable que existen grandes sectores de la sociedad que no disfrutan de los beneficios del proceso económico. ¿Debería el Derecho de la Competencia tener en cuenta de manera directa el hecho de la inequidad al tratar temas de fusiones,

I would suggest that almost everything on that list has strong benefits for people with lesser incomes – the second half of the national demographics. And perhaps one response of competition agencies to this concern about inequality is to say: we are on the case, we were now long time ago. When we're dealing with regulations that restrict entry in final service sectors, go back to Tanja slide on professional services, on transport...

What happens if there are undo restrictions on competition involving lawyers, for example? It means that a poor person cannot get simple legal advice about how to write a will, for example. - the simple instrument by which you transfer wealth - can't get advice about a simple contract if you're a small business and you can't afford expensive lawyers. Look what happens to the economic system if transport costs increase – the example in Colombia, where every product that travels on a truck throughout the country faces an elevated price, because this vital service is overpriced in so many instances.

I think that the answer that the agencies have in many instances is we've been doing that kind of work and perhaps we should make it more vivid to those who oversee us. Why is this an important issue? Because all of us have to appear before public officials. To ask for money, to ask for authority. Yes, in some sense we are independent. But if you have to go every year to a Congress and say, "get me money", you are not completely independent. That is an annual ritual of begging I did every year at my agency. And if you have to ask for more authority, to take a fully base example, we need more powerful sanctions.

If we are issuing fines that amount for coins in the pocket, we're never going to be effective in applying our mandate. If you have some connection to the political process, you cannot be effective in receiving these needed improvements in your statute. But if they ask "what are you doing for your public?" I think we have good examples.

I think we have powerful examples that show that much of the agenda that our agencies pursue is seeking to address exactly these kinds of concerns. Not for the fortunate few but for the larger society. The responsible in developing a program, to look, in particular for cases that give you an opportunity to show that it responsive to these concerns. But I think maybe, what we need to do more often is

abuso de dominio o acuerdos ilegales? ¿Debería formar parte consciente de su programa la asistencia a los desposeídos? ¿O considerar deliberadamente este asunto como un factor a considerar cuando se decide cuáles casos y cuáles no incluir en un programa de litigios a lo largo del tiempo? Una sugerencia que haría es que, si nos fijamos bien en lo que las agencias vienen haciendo, ahí encontraremos el contenido de su agenda actual.

Es decir: si observamos todas las agencias, todos los casos (como los que Ivo mencionó) y la agenda completa de la Fiscalía de Chile, sugeriría que casi todo en esas listas posee fuertes beneficios para la gente de menores ingresos – que es la mitad de la población. Y tal vez una de las respuestas de las agencias de competencia al problema de la inequidad es "estamos en eso y lo hemos estado por mucho tiempo".

Cuando encaramos normas legales que restringen el acceso en sectores de servicios finales, y traemos a colación las diapositivas de Tanja sobre servicios profesionales o transporte, sucede que hay restricciones indebidas en materia de competencia que involucran, por ejemplo, a los abogados. Ello significa que una persona pobre no está en condiciones de obtener una simple asesoría legal para redactar un contrato, por ejemplo, para una sencilla transferencia de bienes o servicios. Los negocios pequeños no están en condiciones de afrontar costosas asesorías legales.

Fijense en lo que sucede en la economía aumentan los costos de transporte – como en Colombia, donde cada producto que es transportado en camiones sube de precio por los sobrecostos de transporte.

Creo que la respuesta de las agencias en muchos de estos casos es "hemos estado haciendo esta clase de trabajo pero tal vez deberíamos hacerlo más visible frente a quienes nos observan". ¿Por qué es importante este tema? Porque todos nosotros aparecemos frente a funcionarios públicos, en búsqueda de presupuesto o de mayores facultades.

Es verdad que en cierto sentido somos entes independientes. Pero si todos los años nos vemos en la necesidad de acudir al Congreso a pedir plata, en realidad no somos completamente independientes. Es un ritual anual de súplica por el que tuve que pasar a nombre de mi agencia. Y si tenemos que solicitar mayores facultades, necesitaremos sanciones más contundentes, si solo obtenemos poco dinero por multas impuestas, no podremos ser efectivos en la ejecución de nuestro mandato.

simply to emphasize that this has been an important consequence of competition policy enforcement. And that this is one of the things competition law delivers on a regular basis.

The second challenge involves the intersection of competition law and other policy domains. This is come up in many countries in the famous hi-tech cases involving Google, Facebook, debates about Amazon, debates about Apple, the familiar high technology and information systems companies. One of the objections involving Google involves the placement of information involving advertising and search results. Is that a competition problem or Google has abused its market power by improperly discriminating about the presentation of these results? Or is that a consumer protection problem?

That is: is what Google needs to do is the same more clearly by which results do we favor our own interest? Of course. We created that platform, that's what we do! But, don't come to think that if we're getting some neutral objective presentation of results of course we are featuring our own interest. It's part of the problem, in other words, a consumer protection problem whenever is that any more complete disclosure of what goes on when those results are presented. Or is it both?

To take the famous case, that the Germans are using to look at Facebook. Facebook is alleged to have unilaterally changed these privacy and data policies. In effect, to have decided that unless you agree to certain terms, new terms, unilaterally imposed, you will no longer be a participant in the Facebook network. Normally, in contract law, unilateral changes are disfavored. If I agree to buy a product from you – an automobile – for one price, and then you turn around and say "it's now 20% more", that's a fundamental violation of contract law. You can't impose a unilateral change in terms that way.

Well, is the Facebook infringement a competition infringement? An improper exclusionary act by a dominant firm? Is it a consumer protection infringement that is an effort to change contract terms where consumers can't protect themselves? Is it a data-protection or privacy problem that's related to an infringement of privacy commands? Or is it all of the above? The challenge I think for competition agencies is how you go about analyzing these kinds of matters where you don't have a clean simply defined competition law problem, but

Sin las adecuadas conexiones políticas, no estaremos en condiciones de obtener mejoras en nuestras funciones. Y si ellos preguntan "¿Qué están ustedes haciendo por sus ciudadanos?" podremos dar buenos ejemplos. Creo que tenemos ejemplos muy poderosos que muestran que gran parte de la agenda de nuestras agencias está orientada precisamente a atender este tipo de inquietudes. Y no sólo para los pocos afortunados sino para los grandes sectores de la sociedad.

Los responsables de desarrollar los programas de casos deben darles a las agencias la oportunidad de mostrar que responden efectivamente a estas preocupaciones. Pero tal vez creo que lo que deberíamos hacer más seguido es sencillamente enfatizar que todo esto es consecuencia del cumplimiento de las políticas de competencia. Y que esta es una de esas cosas con las que el Derecho de la Competencia cumple de manera regular.

El segundo reto tiene que ver con la conjunción del Derecho de la Competencia con otros temas de política pública. Esto se aprecia en varios países en casos famosos de alta tecnología como Google o Facebook, en los debates sobre Amazon, sobre Apple y otras empresas de sistemas de información.

Una de las objeciones sobre Google tiene que ver con el despliegue de información y su relación con la publicidad y los resultados de búsqueda. ¿Se trata de un problema de competencia o es que Google ha abusado de su poder en el mercado discriminando los resultados presentados en los resultados de las búsquedas? ¿O se trata más bien de un problema de protección del consumidor?

Es decir, lo que Google debe hacer es ver si los resultados mostrados favorecen o no sus propios intereses? "Por supuesto", dirá Google, "es nuestra plataforma, jeso es lo que hacemos! Y por supuesto la presentación de resultados no es algo neutral sino que mostramos lo que nos interesa". Es parte del problema; en otras palabras, es un problema de protección al consumidor en cuanto no se sabe totalmente los criterios de presentación de resultados. ¿O es que se trata de ambos?

En el famoso caso de Facebook en Alemania, se acusa a la red social de haber cambiado unilateralmente sus políticas de privacidad de datos. En efecto, la decisión de que a menos que el cliente esté de acuerdo con sus nuevos términos impuestos de forma unilateral ya no podrá participar en Facebook. Normalmente la ley contractual desincentiva los cambios unilaterales. Si una persona acuerda adquirir un producto – digamos, un

you have a collection of issues that arise within competition law but outside of it as well.

That by the way is what makes the design of Indecopi very interesting. All those functions that I've been talking about, most of them are under one roof. It is an opportunity to develop a coherent comprehensive solution to the problem. To shrink the institution to step back and say: "I'm not just going to try to fit this into a specific framework that I build, and pound it until it fits. I'm going to step back and ask the first question, which is: "What's the cause of the problem? I want to find if it is a competition problem, what is the phenomenon? And what tools are best suited to respond to the phenomenon".

And if you're an institution with a multifunction mandate, and you have the power to look at a wider range of considerations, it creates an opportunity to come up with more comprehensive solutions to the problem using the more diverse mandate that the institution has in place.

Now, that requires clarity in what you're doing – that is, to make clear what the foundations for the case are. But it is a way of avoiding the tendency that sometimes arises if you are a competition agency, which is to try to use your law to solve other problems. And indeed, in the political environment, that's what politicians ask. They say "What are you doing to fix the problem? Why are the prices going up? Fix it! There must be a competition infringement there, somewhere. You find it!"

And if your answer to the Congress is "the law does capture that specific type of behavior". They will look at you and say "You're either a coward, because you lack courage to deal with tis serious problem, you lack imagination that if you were creative in applying your law you'd be able to fix it!" So, instead of trying to force everything artificially into a competition framework, if you do have the circumstance of this more diverse mandate, there is an opportunity to come up with more comprehensive solutions.

An interesting experiment that you see in both the United Kingdom and in Mexico, it is a market's studies regime that allows the agency to identify a problem and impose remedies without linking the remedies to a specific competition law infringement. It liberates the agency from having to show that this is a competition infringement and allows the agency again to step back and say "what's the problem if

auto—por un precio dado, y luego el vendedor aumenta en un 20% a medio camino, se estaría violando las normas contractuales. No se puede imponer un cambio unilateral en los términos de un contrato de manera abrupta. En este caso, ¿se trataría de una infracción a las normas de competencia por parte de Facebook? ¿Es un acto excluyente indebido por parte de una empresa dominante? ¿O es más bien una violación de las normas de protección del consumidor alterando los términos contractuales sin que el consumidor pueda defenderse a sí mismo? ¿Se trata de un asunto de protección de datos o más bien un caso de privacidad relacionado con violación de las normas sobre el derecho de privacidad? ¿O es todas las anteriores?

Me parece que el reto para las agencias de competencia es cómo analizar estos casos en los que no hay un único extremo de competencia, sino varios problemas relacionados con competencia pero que van más allá de la ley de competencia.

Este tipo de situaciones son las que hacen que el diseño institucional del Indecopi resulte interesante. Casi todos los aspectos que hemos mencionado, son cubiertos por una sola institución. Se trata de una oportunidad para desarrollar una solución coherente e incluyente a esta clase de problemas, haciendo que la institución retroceda un paso y se diga "no vamos únicamente a tratar de hacer encajar el caso en un marco legal disponible, sino que nos enfocaremos en la raíz del problema. Si se trata de un problema de competencia queremos realmente conocer de qué se trata y qué herramientas son las más adecuadas para responder al problema." Y en el caso de las instituciones con un mandato multifuncional con facultades para indagar en un amplio abanico de consideraciones, esta situación es una oportunidad de hallar soluciones más incluyentes empleando para ello el mandato flexible que posee la institución.

Ahora bien: ello requiere mucha claridad en cuanto a lo que se va a hacer, es decir, en cuanto a los fundamentos del caso. Es una manera de evitar la tendencia existente en algunas agencias de competencia, de tratar de usar las normas de competencia para resolver problemas ajenos a esta. Y por cierto, en el contexto político, ese es lo que piden los políticos. Ellos preguntan "¿Qué acciones tomas para resolver el problema? ¿Por qué suben los precios? ¡Pues arréglenlo! Debe haber alguna infracción del Derecho de la Competencia en alguna parte ¡Encuéntrenla!"

Y si la respuesta de la agencia al Congreso es "la norma sí contiene un supuesto para este caso específico", te

there's a solution to it".

Now, this could be politically explosive. The business community would say: "You're telling me I didn't find it in the competition law, but you're still ready to do something that hurts me". And the answer is "Yes!" With exact intuition over side using a good methodology so, places a burden on the agency to reveal what it is done clearly and to do good work – which is of course what agencies try to do all the time.

But there is another tool to avoid the need to push everything into a competition framework to solve it. Whether it is a property licensing problem, or it is a problem involving some feature consumer protection or privacy law. A multifunction agency has the opportunity to apply a larger collection of tools as a coherent whole.

Another issue and challenge dynamism: 75 years ago, Joseph Schumpeter publishes his famous text Capitalism, Socialism and Democracy. It's a long work. It is not an exciting read! There are no jokes and no pictures! The chapter really interesting to us though is short (it's 8pages): it's called The process of creative destruction. Schumpeter describes what happens when imagination comes to the market.

And he poses the question – he says "What's the competition as most important? What gives the economy its vitality? Where does growth come from? Why does productivity go up, why do costs go down?" he says "the competition from the new commodity, the new technology, the new source of supply, the new type of organization". That's the competition that comes.

One of the consequences of this process is destructive. He called this chapter The process of creative destruction. And he uses military imaginary to describe that. In this little chapter, he says "innovation is like a bombardment that crushes a building. He uses these vivid, military terms. The chapter I not called 'The process of creative adjustment', or 'change'. It's destructive. It means that existing businesses are displaced, they're pushed aside... He means that they are turned upside down, because traditional employers disappear.

He puts this basic question 'why do our citizens really like competition?' You like competition? Depends on what capacity. As purchasers of

dirán "O bien actúas con cobardía, porque no tienes la valentía de enfrentar un problema serio, o careces de imaginación o creatividad en aplicación de tus propias normas" De manera que, en lugar de tratar de hacer encajar el caso forzada y artificialmente en un marco legal, si la institución posee un mandato diversificado, esta es una oportunidad de encontrar soluciones más comprensivas e incluyentes.

En el Reino Unido y en México se ha llevado a cabo un interesante experimento consistente en un régimen de casos de estudio que permite a la agencia identificar un problema, e imponer remedios para una infracción específica del Derecho de la Competencia. Este esquema libera a la agencia de tener que demostrar que se trata de una infracción de competencia y le permite dar un paso atrás y decir "¿Cuál es el problema si existe una solución para este?"

Ahora bien: esto puede resultar políticamente explosivo. El sector empresarial diría: "Me dices que no hallaste el supuesto en la ley de competencia, pero aun estás dispuesto a hacerme daño." Y la respuesta es sí. Pues ello pone una gran carga sobre la agencia a fin de que esta revele con claridad lo que hace al respecto y hacer un buen trabajo – lo que por supuesto intentan hacer todo el tiempo las buenas agencias. Pero existe otra herramienta para evitar encajar todo problema en un supuesto legal dado, ya sea un asunto de propiedad intelectual, o de protección al consumidor o de Derecho privado. Una agencia multifuncional tiene la oportunidad de aplicar una mayor variedad de herramientas como un todo coherente..

Otro reto es enfrentar el dinamismo. Hace 75 años, Joseph Schumpeter publicó su famoso texto Capitalismo, Socialismo y Democracia. Es un libro voluminoso y no se trata de una lectura emocionante. ¡No contiene bromas ni imágenes! El capítulo que nos interesa, aunque breve (solo 8 páginas) se titula El proceso de creación destructiva. En él, Schumpeter describe lo que sucede cuando la imaginación llega al mercado. Y hace las siguientes preguntas: "¿Qué es lo más importante de la competencia? ¿Qué le da su vitalidad a la economía? ¿De dónde viene el crecimiento? ¿Por qué si la productividad sube los costos bajan?" Y responde: "La competencia por los nuevos recursos, las nuevas tecnologías, las nuevas fuentes de suministros, los nuevos tipos de organización". Esa es la competencia que se viene.

Una de las consecuencias de este proceso es de tipo destructivo – por eso el título de El proceso de creación destructiva. Schumpeter emplea imaginaria militar en

goods and services... yes! As people who go to the store looking for a better mobile phone, a better smartphone, a better automobile... we love competition! Why? Lower prices, better selection, better product quality.

So, as consumers, yes, we love it. What about as workers? Not so sure. Who do you like to work for? I like to work for a company with a lot of market power. A huge market power. I would work for a stable monopolist; they can promise me a job for ever, high wages, great benefits, a care center, luxury buses, I want the free food in the cafeteria, the basketball courts, the tennis courts, the swimming pools... I want all of that. Am I glad of all that market power? I'm delighted! Do I like competition that can take that all way? Not so much.

This is a dinosaur mobile device. This is called a Blackberry. Ten years ago, this is what my students would call 'cool stuff'. This was really cool. Indeed, if we go back ten, maybe twelve years ago and asked "who was the leader in mobile telephony in 2005? Who is the leading company?" That would be Nokia. How are they doing today? Not so good. Who was right behind them? That was Motorola. How are they doing in the phone business? Not so well. This is of course not primitive, though it is. This not just a telephone, this is a camera. 40 years ago, who is the leading producer of cameras and photographic film? That was Eastman Kodak. How do you like to work for Eastman Kodak today? Oh, you can't. They're gone. I believe all that's left of Eastman Kodak are the letters on an office building in Manchester, New York. They used to employ tens of thousands of people. They had a decision to make about this stuff called 'digital imaging' Some of you are old enough to remember that a camera was a sort of a black object and you had to open the back and put in thing called photographic film, wind it, close it, take up to 36 images... no! should I delete some? No, I don't know! You treated each of those as such precious moments. You took it to a separate firm to develop the pictures and you got prints and negatives. All gone, right here!

Innovation did that. If you live in Rochester and you work for Kodak, you don't have a job any more. It's all gone! What do you think about competition? I'm not so sure. What it does in many instances it creates political turmoil. Because the businesses that are dispossessed, the communities that are turned upside down, go their legislators and say "Stop it! Don't let that continue!" And it's no help to tell the

este corto capítulo para describir la innovación como un "...bombardeo que destruye una edificación". Utiliza términos militares. El capítulo no se llama 'El proceso creativo de ajuste' o 'cambio'. No. Es destructivo. Ello significa que los negocios existentes son desplazados y puestos a un lado. Son puestos patas arriba, porque los empleadores tradicionales desaparecen.

Schumpeter plantea la siguiente pregunta básica '¿Por qué a nuestros ciudadanos les gusta tanto la competencia?' ¿A ustedes les gusta la competencia? Depende de qué sector se trate. Como adquirentes de bienes y de servicios, ¡sí! Como consumidores de celulares, smartphones, autos, etc, nos encanta la competencia. ¿Por qué? Precios más bajos, mejor selección, mejor calidad de productos... Es decir, como consumidores, nos encanta. ¿Y cómo trabajadores? No estoy tan seguro. ¿Para quién nos gustaría trabajar? A mí me gustaría trabajar para una empresa con un gran poder de mercado. Un enorme poder de mercado. Me gustaría trabajar para un gran y estable monopolio, porque me pueden ofrecer un puesto para toda la vida, salarios más altos, grandes beneficios, cuidados de la salud, buses de lujo, buena comida en la cafetería, canchas de básquet, de tenis, piscinas... ¡quiero todo eso! ¿Me gusta todo ese poder económico y de mercado? ¡Me encanta! ¿Me gusta la competencia que eventualmente podría llevarse todo eso? Pues no tanto.

Este que ven ustedes aquí es un teléfono móvil de la época de los dinosaurios. Se llama BlackBerry. Hace diez años, mis estudiantes lo hubieran llamado 'cool'. Y lo era, realmente. Por cierto, si regresáramos a diez o doce años atrás y preguntásemos cuál era la empresa líder en fabricación de teléfonos móviles, en 2005, la respuesta hubiera sido Nokia. ¿Cómo va Nokia hoy en día? No tan bien... Y ¿qué marca estaba justo detrás de Nokia? Motorola. ¿Y qué tal Motorola hoy? No muy bien. Este que tengo aquí no es realmente algo tan primitivo, aunque para hoy sí lo es. No es sólo un teléfono. Es también una cámara. Hace 40 años, ¿quién era el líder en la producción de cámaras fotográficas y películas para fotos? Eastman Kodak. ¿Les gustaría hoy poder trabajar para Eastman Kodak? Oh, qué pena, ¡ya no se puede! ¡Ya no existe! Lo único que queda de Kodak son las letras en un edificio de oficinas en Manchester, New York. Tenían decenas de miles de empleados.

En algún momento debieron tomar ciertas decisiones sobre la llamada 'imagen digital'. Algunos de nosotros tenemos edad suficiente para recordar consistía en una caja negra que se abría para colocar un carrete de película para fotos que se enrollaba dentro. ¡Y se podía tomar hasta 36 imágenes! ¿Borras algunas imágenes?

legislator "Yes, these jobs are at risk, but this new development will create thousands more".

I heard a conversation with one member of our Senate, who is defending a very protectionist measure that preserved about 500 jobs in his state. And the protectionist measure prevented imports that would permit greater competition for a crucial employed needed for the production of solar panels and roll out our solar technology. And I told him, that new industry could create thousands of jobs. Thousands! You can guess what his answer was.

He says: "Those thousands of people I can't see. I don't know them. The 500, I know them. I know their community." They sit a room like this, and they say "Senator! What are you going to do about our jobs?" "I know the 500 and they vote!" The imaginary 5000? I've never met them. And they aren't voting for me". What are we going to do about that?"

And the very difficult element of the job of an agency in developing cases for the crucial role of the advocacy – that Ivo and Felipe talked about – is to make that case for the 5000 jobs you cannot see right now, and for the benefits of an economic process that generates the new enterprises and brings them into being throughout the destruction that takes plac.

But perhaps the correct response to the society is "We will find a way to provide some measure transition in assistance for those whose lives are being turned upside down. In the US there was arguably a bad spot. Why did Bernard Standards and the Donald Trump have so much support in states like Pennsylvania, Ohio, Michigan, Indiana, Wisconsin... traditional industrial capitals. Why? Because the basic answer given to those workers was: "You'll adjust. In the long run, it's good for you". Their answer was: "The long run? What about now? It ten years it will be great. What about now, for my children, my family, my own career... What about now?"

Those of us who like markets and trade have no good answer for them. And arguably, some form of social assistance to those communities to aid them in the adjustment was important.

So, as much as we prize innovation and transformation, as supposed we always remember that it has a tremendous impact on the economy that has political shockwaves. And part of our job

No, se puede. Por eso se trata cada una de ellas como momentos preciosos. Se lleva el rollo a una empresa que se encarga de revelar las fotos y te entregan los negativos. Todo eso se acabó

La innovación lo hizo. Si vivías en Rochester y trabajabas para Kodak, te quedaste sin trabajo. ¡Se acabó! Entonces, ¿qué opinas de la competencia? No estaría tan seguro. Lo que genera la competencia es en muchos casos caos político, porque los sectores económicos que caen, las comunidades que quedan en vilo acuden a sus representantes políticos y les piden que detengan dicha caída. Y no ayuda en nada decir que, si bien los puestos de trabajo pueden estar en riesgo, los nuevos en desarrollo crearán en el futuro miles más.

Una vez participé en una conversación con un senador quien defendía medidas proteccionistas para preservar unos 500 puestos de trabajo en el Estado. Dicha medida consistía en evitar la importación de ciertos productos, lo que hubiera generado mayor competencia en la producción de paneles solares y afectado nuestra tecnología en este campo. Yo le dije que esa nueva industria podría crear miles de puestos de trabajo.

Y su respuesta fue: "No conozco a esos miles de personas de los que usted habla, pero sí conozco a los 500 que podrían perder su trabajo. Conozco a esa comunidad. Y ellos me preguntaron qué iba a hacer yo por defender sus trabajos. Esa gente son mis votantes. En cambio, los 5,000 de los que usted habla, ni los conozco. Y seguramente no son mis votantes.

El elemento de mayor dificultad que enfrentaría una agencia al desarrollar casos en su rol de abogacía – algo de lo que ya hablaron Ivo y Felipe – sería encarar el asunto de los 5,000 nuevos puestos de trabajo que aún no se ven, así como los beneficios que generarán las nuevas empresas incluso mediante la destrucción que su presencia causará. Tal vez, la mejor respuesta frente a la sociedad sería: "Hallaremos maneras de actuar durante la transición para ayudar a quienes verán afectadas sus vidas". Mucho del apoyo que obtuvieron gente como Donald Trump y otros en estados como Pennsylvania, Ohio, Michigan, Indiana, Wisconsin... centros tradicionales de la industria se debió a que básicamente su respuesta a los trabajadores fue "A largo plazo, ustedes podrán adaptarse y eso será bueno para ustedes". Y la respuesta de ellos fue: "¿Largo plazo? ¿Y qué hay de ahora? Ustedes dicen que todo estará bien en diez años. ¿Y hoy qué hay de mis hijos, de mi familia, mi carrera?"

Quienes estamos a favor del mercado y el libre comercio no tenemos una Buena respuesta para ellos. Y parece

is to make the case as the destruction ultimately is worth it for society. Because by the way a competition law case that brought this about. When I was a child a telephone was a heavy black object that sat on a table attached to the wall by a cord. And it was still made in the US by a single enterprise, by a regulatory command that said that enterprise alone can make telephone equipment.

The users sometimes asked "would it be possible to put it on the wall?" The producer said "Oh no, the phone on the table". "Could you make it blue?" as long as it's black. "When the day comes that it is a good idea to put a blue phone on the wall, we will tell you. But for now it's not good for you".

The restructuring of the US phone company in the 1980s by reason of a competition case, reduced the price of long distance telephony, but it increased innovation because its birth competition in the production of the equipment. All these little devices we have somedays a blessing, often occurs, every one of them is the result of a competition case. That's why that happened. Do you have tremendous benefits? Absolutely. But it was destructive. And it continuous to change a lot hurts individual businesses that are wiped in different ways to the operation of the new information technology economy. Whether it's Uber, whether it's Mb&B, whether it's Amazon, any number of other firms, it is destructive.

Part of the advocacy mandate that we have is to suggest that's worthwhile, but governments ought to pay attention to the adjustment less destructive, less damaging of those affected.

So, some other thoughts about policy implementation to deal with these three challenges, accounting for inequality dealing with the multiplicity of issues that come before agencies. Sometimes it's simple, but often they're very complex, especially when they involve matters of abuse of dominance and how we deal with dynamism. I think the stunning point is to recognize that a foundation for doing this kind of work is something that a previous speaker's mentioned.

And that's dealing with a regular basis for improving the knowledge of the agency. It's a process of investment that involves the agency's own resources but partnerships with academic hubs located inside the country or in the region. Recall in Felipe's slide about associations there's one step in

razonable pensar en alguna forma de asistencia social para dichas comunidades durante el ajuste.

Por mucho que apreciemos la innovación y la transformación, siempre debemos recordar que ellas tienen un gran impacto en la economía que a su vez genera ondas de choque en la política. Y parte de nuestro trabajo es hacer ver que en última instancia los cambios valen la pena para la sociedad. Porque a la larga, incluso los casos de competencia tienen relación con esta problemática.

Cuando yo era un niño, un teléfono consistía en una pesada cajita negra colocada sobre una mesa y conectada a la pared mediante un cordón. Y en los Estados Unidos solo había una empresa que los fabricaba en virtud de una norma al respecto. Había usuarios que pedían un modelo para la pared o si en lugar de negro, podía ser azul. La respuesta del fabricante era que no, que el aparato debía estar sobre una mesa y que, si algún día se consideraba una buena idea hacer un teléfono azul de pared, se los harán saber a los usuarios.

La reestructuración de la compañía de teléfonos en los años 80 por la competencia, redujo los precios de la telefonía de larga distancia, pero incrementó la innovación y mejoró la producción de los equipos. Estos pequeños dispositivos móviles que ahora tenemos todos que son una bendición para nosotros, son el resultado de la competencia. Así ocurrió. ¿Son grandes los beneficios que nos han dado? Sin duda. Pero su aparición resultó destructiva. Y el cambio continuo daña pequeños negocios, por ejemplo, con la nueva economía de la tecnología de la información. Los casos de Uber, Mb&B, Amazon, y otras empresas de este tipo muestran este aspecto destructivo de la innovación.

Una parte de nuestro mandato de abogacía consiste en sugerir que estos cambios tienen valor pero los gobiernos tienen la obligación de tomar acción para que los cambios sean lo menos destructivo y dañinos para quienes se vean afectados.

Quiero compartir aquí algunos pensamientos acerca de la implementación de políticas para enfrentar estos tres retos, que tienen que ver con la inequidad inherente a la gran cantidad de asuntos que son sometidos a consideración de las agencias.

A veces es algo sencillo, pero otras son temas muy complejos, en particular cuando se trata de asuntos de abuso de dominio, y de la manera en que encaramos el tema del dinamismo. Creo que el punto de inflexión es reconocer que el fundamento de este tipo de trabajo

the process with a study by the university in Chile of the existing landscape of trade associations and how they function, in a comparative study. Look at the wonderful resources that exist in this country: whether it's the University of Lima, it's Católica, it's Pacifico, you have an extraordinary cluster of intellectual hubs that are a source of tremendous additional knowledge in support for the agency.

So, one way that an agency puts itself in a place to anticipate challenges and adapt to them, is when it forms explicitly partnerships with these academic hubs and in many ways works to build a relationship that engages them in providing the intellectual R&D that makes a system effective. An agency working by itself, I don't think has the resources to do it.

That is, to be smart enough to know above what's happening in the economy. So, the solution is to find what Alan Phells, the former chair of Australia's Competition and Consumer Commission called 'co-producers', partners outside who can maximize your own impact. That kind of investment provides a basis for effective enforcement and by the way the investment comes not just for doing research but for the consultations you've been referring to.

The process by which you invite the business community, business operators, academics and others to attend seminars and workshops and tell us what's going on, what do you see be happening in the economy. And that's a foundation for good enforcement and for good advocacy and the idea is to seize the rules of that in developing customer doing in this region.

Another important consideration is the exploitation of the multifunction design. The variety of approaches that have been developed Tanja talked about, the analytical tool that the World Bank Group has developed, the OECD's copy for regulatory reforms is another superb effort to the still analytical concepts that can be looked at – you used to look at – the existing configuration of regulatory policy that feeds competition.

Here again, an agency such as Indecopi has the design and framework to look at the larger context. Now, I realize that achieving true synergies inside the house is a real challenge. In fact, to put different functions under one roof does not mean that we work together. I saw that at the Federal Trade Commission which was a 3-function agency (competition, trade protection and consumer protection) don't really talk to each other. It was a real challenge to achieve integration.

es algo que un expositor anterior ya mencionó. Se trata de hallar un fundamento regular para mejorar las capacidades de la agencia. Es un proceso de inversión que implica el uso de los recursos propios de la agencia, pero también la asociación con centros académicos en el propio país o en la región.

Si recordamos la exposición de Felipe sobre las asociaciones gremiales, uno de los pasos en el proceso es un estudio comparativo efectuado por la Universidad de Chile acerca del panorama de estas asociaciones y su funcionamiento. Por otro lado, basta fijarse en los fantásticos recursos que existen en el Perú (la Universidad de Lima, la Universidad Católica, la Universidad Pacífico). Aquí hay un extraordinario ambiente que son una fuente de conocimientos útiles para la agencia. Una de las maneras que tienen las agencias de anticiparse a los retos y adaptarse a ellos es formar explícitamente sociedades con la academia y trabajar con esta para construir una relación de compromiso intelectual para llevar a cabo tareas de investigación y desarrollo que haga más efectivo el sistema. No creo que una agencia por sí sola pueda contar con los recursos suficientes.

Es decir, se trata de ser lo suficientemente lúcido para detectar qué es lo que viene sucediendo en la economía. La solución consiste en lo que Alan Phells, antiguo jefe de la Comisión de Defensa de Competencia y de Consumidores de Australia llamaba 'co-productores' – es decir, socios externos que pueden ayudar a la agencia a maximizar su impacto en la sociedad. Ese tipo de inversión proporciona una base para una efectiva aplicación de las normas y de paso la inversión no sólo es para investigación sino las consultorías a las que ya se ha hecho referencia aquí, o sea, un proceso de atraer empresarios, operadores, académicos y otros sectores, a seminarios y talleres a que nos digan qué cosas vienen sucediendo en la economía.

Y esa es la base de una buena aplicación en cumplimiento el Derecho y de una buena abogacía. La idea es tomar las líneas de dichos conocimientos en beneficio de las tareas de nuestras agencias en la región.

Otra consideración importante es cómo explotar el diseño multifuncional. La variedad de enfoques de los que nos habló Tanja, las herramientas de análisis desarrolladas por el Banco Mundial, las iniciativas de la ECD en pro de las reformas regulatorias son otro gran esfuerzo en los conceptos analíticos que son de nuestro interés en la configuración de las políticas regulatorias en materia de competencia. Nuevamente, una agencia como el Indecopi posee el diseño y la estructura para enfrentar un contexto más amplio.

But when integration was achieved, the policy results were a bit stronger than they had been otherwise. Part of it involves the reliance on processes as we said today to dismantle artificial entry barriers. That's where Indecopi's Market Access Commission is such a refreshing and fascinating element in the competition policy landscape.

Peru is distinctive in the extent to which it has a specific mandate to look at those barriers and their extension that impede growth over time. That's a nice model for other jurisdictions to consider as another tool to adjust in my view the root problem of the phenomenon of mergers in a competition case. Either defining a relevant market, measuring market power or explaining why entry has been so relatively weak.

And the last thought that I would emphasize is the benefit in addressing these challenges of cooperation across agencies. A work that takes places already. Look at the awareness and discussion between our two agencies that are here today, about common cases. That discussion reflects "I'm confident over time to share knowledge about those cases, to share knowledge about what's taking place" and to think about ways of pulling knowledge in order to handle each jurisdiction's cases better. It's a promising basis for additional cooperation, deeper integration that would involve, perhaps, more joint work involving market studies, more joint work involving training and the enhancement of the human talent of each agency.

But not simply the two agencies on the West coast or going North, to Ecuador to Colombia. Think about the possibilities that exist of joining up these vibrant institutions in Peru, Chile, Brazil, the newly emerging revitalized institution in Argentina. To go North, to Mexico. And to imagine what can take place if their collective efforts and knowledge are pulled in common research and common development of human talent.

Let's see what's happening in Indonesia with Pierre Horna. Pierre is one of the principal research groups in UNCTAD, in its competition group. UNCTAD's been deeply involved in trying to create regional academic hubs. Hubs that take the basic universities and encourage them to do work that is relevant to competition policy. In the ASEAN and the Pacific, and in other parts of the world, they're developing academic hubs that are merging with the cooperation and the assistance of the competition authorities.

Ahora bien: me doy cuenta de que lograr las sinergias correctas al interior de una misma institución es un verdadero reto. De hecho, el tener funciones tan diversas bajo el mismo techo no significa necesariamente que todos van a trabajar estrechamente juntos.

He sido testigo de ello en la Comisión Federal de Comercio [de los Estados Unidos] que era una institución con tres funciones distintas (competencia, protección del libre comercio y protección del consumidor) en la que no necesariamente esas tres funciones dialogaban entre sí.

La integración de estas fue un verdadero reto. Pero una vez lograda, las políticas obtenidas resultaban más fuertes de lo que hubieran sido de otra forma. En gran parte, ello descansaba en los procesos que hemos mencionado para desmontar las barreras artificiales de acceso. Es por ello que la Comisión de Acceso al Mercado de Indecopi resulta un elemento novedoso y fascinante en el panorama de las políticas de competencia.

El Perú resulta especial en la medida en que conjuga un mandato específico en el análisis de dichas barreras que impiden el crecimiento a lo largo del tiempo. Es un modelo a tener en cuenta en otros países como herramienta, desde mi punto de vista, para enfrentar la raíz del fenómeno de las fusiones en los casos de competencia, ya sea en la definición de un mercado relevante, determinación del tamaño del poder de mercado o la explicación de por qué el acceso al mercado resulta relativamente débil.

Y la última idea que quiero traer a colación son los beneficios de encarar estos retos mediante la cooperación entre las distintas agencias, que es una tarea que ya se viene llevando a cabo. Cabe mencionar la lucidez y la capacidad de diálogo entre las dos agencias aquí presente, acerca de casos en común. Dicho diálogo refleja la mutua confianza en cuanto al intercambio de casos y de conocimientos acerca del quehacer cotidiano, así como en el intercambio de conocimientos con miras a atender mejor los casos en cada jurisdicción.

Se trata de una base promisorio para It's a promising basis for una cooperación adicional que, ojalá, significará más trabajos conjuntos en casos similares, entrenamiento y la mejora del talento humano en cada de ambas agencias.

Pero no se trata solamente de las dos agencias en el Pacífico occidental, sino también, más al norte, Ecuador y Colombia. Pensemos en unir los esfuerzos estas dos

The competition authorities are realizing these hubs are sources of knowledge about commercial phenomena, knowledge about specific industry practices, knowledge about transit extent throughout the region. The logical there is that you can have any of the agencies trying to progress on the learning curve individually but that progression would be much more shallow than if you pulled all of them together and they collectively seek to advance.

A medical doctor talked to me a lot about advances in state of the art medical science. What David's mean is that medical care got a lot better when individual hospitals started talking more to each other. If you are a cardiology department, of course you have all the observations that come from all of your own cardio surgeries, post-op in their diagnosis.

What happens if you talked to another cardiology department and another one? How about a hundred, how about a thousand? How about ten thousand? If it's up ten thousand regular observations about pre-operative diagnosis, operating room care, and post-operative care. Now, you know a lot more about what's working and about what doesn't work.

Think about doing that at the competition agencies. So, you'll have that kind of collective progress on the learning curve rather than operating in isolation. Happily, those kinds of "synapsis" are already developing - have developed - in this region. Imagine what might happen if they were stand further.

In short, a virtuous cycle in this field really has three steps when you look at the agencies that have succeeded: scholars' recent recipients and fellow researchers looking at the 130 agencies, what we noticed is a key element in success as agencies' systems have followed three steps started by experimenting different techniques. And don't be ashamed about making mistakes – everybody does – the shame comes in repeating the same mistake again and again.

That everyone will stumble at different stages. The second step is to look at what you have done and ask "How is it going?" And the third step is improvements. What you want, to go back to one of Felipe's slides, to see that staircase... step, step, step... That's the path to success. It's not a straight virtue climb. Agencies that go straight up then go straight down! That's not sustainable. The path to success is a gradual incremental improvement

vibrantes instituciones en el Perú y en Chile, con Brasil, la novedosamente revitalizada y emergente institución en la Argentina, y por el Norte, México, e imaginemos lo que se podría lograr si sus esfuerzos y conocimientos colectivos fueran compartidos en investigaciones y estudios en común y el desarrollo del talento humano.

Miremos lo que viene ocurriendo en Indonesia con Pierre Horna. Pierre es líder de uno de los grupos de investigación más importantes liderados por Unctad y su grupo de competencia. La Unctad ha estado muy involucrado en la creación de centros de difusión académica en esta región. Estos centros convocan las universidades y las impulsan a efectuar trabajo de investigación con relevancia en las políticas de competencia. En la región del Asia y del Pacífico y en otras partes del mundo, vienen ayudando en el desarrollo de estos centros de difusión académica que se unen, en materia de cooperación y la asistencia en materia de Derecho de la Competencia.

Las autoridades de competencia son cada vez más conscientes de que estos centros son fuentes de conocimientos acerca de fenómenos comerciales, prácticas industriales específicas e información sobre tránsito en toda la región. La lógica es que cualquiera de las agencias puede intentar efectuar avances por su cuenta en la curva de aprendizaje, pero dicho aprendizaje se mostrará mucho más lento que si lo hacen todas de forma colectiva y buscan un avance conjunto

En conversaciones con expertos en medicina pública me enteré acerca de los avances de punta en la ciencia médica. Una de las conclusiones fue que la calidad de los cuidados médicos mejoraron cuando los hospitales se comunicaban más entre sí. Por ejemplo, un departamento de cardiología puede recolectar todas las observaciones de su propio interior. Pero, ¿qué pasaría si se intercambiase datos con otro departamento de cardiología, y otro y otro...? ¿Y qué pasaría si fuera con cien, o mil? ¿Y diez mil? Si fueran diez mil observaciones regulares sobre diagnósticos pre-operatorios, cuidados en quirófanos y cuidados post-operatorios. En un caso así, se conocería mucho mejor qué cosa funciona y qué no.

Pensemos qué ocurriría si hiciéramos algo así en las agencias de competencia. Tendríamos ese progreso colectivo en la curva de aprendizaje en lugar de cada entidad trabaje de manera aislada. Felizmente, ya se están desarrollando esas "sinapsis" en esta región. Imaginemos si las agencias continúan trabajando así

that evolves the continuing process of testing, evaluating and seeking improvements.

An agency that does that, on a periodic basis, whether it's 5, 15, 25, 55 or even a 155 gets better all the time!

Thank you!

En resumen, un círculo virtuoso en este campo tiene tres pasos en realidad: cuando se observó las agencias exitosas los investigadores académicos han observado que las 130 agencias existentes tienen un elemento clave y han seguido tres pasos experimentando distintas técnicas. Y no hay que sentir vergüenza de cometer errores – todos los cometemos – sino que la vergüenza sería repetir los mismo errores una y otra vez.

El segundo paso es mirar lo que se ha hecho y preguntarse qué se ha venido haciendo.

Y el tercer paso es la mejora. Si volvemos a la diapositiva de Felipe sobre la escalera, se observa escalón tras escalón... Esa es la verdadera ruta al éxito. Las agencias que suben demasiado en línea recta, corren el riesgo de caer derecho hacia abajo. Eso no resulta sostenible.

El camino al éxito es en realidad una mejora incremental que evoluciona en el proceso continuo de prueba, evaluación, y búsqueda de mejoras. La agencia que hace ello de manera periódica (5, 15, 25, 55 o incluso 155) se vuelve mejor cada vez mejor.

¡Muchas gracias!



JESUS ESPINOZA LOZADA

Secretario Técnico de la Comisión de Defensa de la Libre Competencia del Indecopi

Magister en Derecho, Economía y Políticas Públicas por el Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset de la Universidad Complutense de Madrid, con post grado en Derecho de Consumo por la Universidad de Castilla La Mancha. Ha laborado en órganos resolutivos y tribunales administrativos y ha sido catedrático en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Pontificia Universidad Católica del Perú, Universidad Particular San Martín de Porres y Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Expositor en conferencias y seminarios internacionales, actualmente es profesor de la Escuela Nacional del Indecopi.

Buenos días. Mis comentarios serán breves, porque soy algo así como el telonero del concierto del día de hoy. Ustedes han venido a escuchar a la “estrella de rock”: el profesor Kovacic, y yo como telonero debo ser breve en mi presentación.

Hace un año y medio aproximadamente, el profesor Kovacic vino invitado a Lima a un curso de entrenamiento para funcionarios de agencias de competencia organizado por Apec y recuerdo que en aquel entonces algunos abogados del sector privado reclamaron ¿por qué no nos invitaron a este evento? Hoy, el profesor Kovacic ha tenido una presentación para todo el público involucrado con los asuntos de libre competencia, sea del sector público o privado.

Ahora bien, voy a tomarme la licencia de realizar algunas reflexiones sobre algunas importantes cuestiones planteadas por el profesor Kovacic.

Primero, coincido en que las agencias de competencia deben siempre explicar cuál es el impacto o la utilidad pública de sus intervenciones. Los consumidores deben identificar los beneficios que la competencia trae a su vida cotidiana. Por su parte, los tomadores de decisiones de políticas públicas deben reconocer cómo la competencia tiene un impacto favorable en el desarrollo general de la economía, a fin de que ella no sea obviada o relegada en sus decisiones. Y ello porque las reformas – como bien se ha dicho – solo pueden ser impulsadas con apoyo. ¿Cómo apoyar algo que no entiendo ni valoro? Un esfuerzo de este tipo y que debe reconocerse es aquel realizado por Tanja Goodwin y del Banco Mundial por explicar y demostrar la relación entre competencia y crecimiento económico.

Ese apoyo requerido para los cambios puede ser evidenciado a partir de nuestra propia experiencia. En el 2015, el Indecopi impulsó una reforma audaz a las normas de libre competencia, que pasaba por dotar de mayores facultades a la agencia para combatir a los cárteles, circunstancia que coincidió en el tiempo con la revelación de algunos casos de colusión importantes, que generaron una corriente de opinión favorable por parte de los tomadores de decisiones de políticas públicas y de la propia opinión pública para el trabajo del área de libre competencia. Este apoyo facilitó sin lugar a dudas la propuesta de reforma del Indecopi que culminó con la aprobación del Decreto Legislativo 1205.

Desde aquel entonces, podría decir que el trabajo del Indecopi en materia de libre competencia se hizo más visible, lo que aparejo además el uso de un lenguaje ciudadano por parte de los voceros de la institución. Por ejemplo, evitar el uso de términos como prácticas colusorias horizontales y en su lugar referirnos a cárteles o acuerdos secretos de precios. Hoy un sector de la ciudadanía – aunque todavía muy pequeño – ya entiende que son los cárteles de precios y cómo ellos afectan su economía.

Segundo, comparto lo señalado por el profesor Kovacic sobre las sinergias derivadas de albergar en la misma institución áreas afines como la Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas y la Comisión de Defensa de la Libre Competencia. Aunque es muy difícil explicar a nuestros amigos extranjeros el trabajo de la primera Comisión, puede afirmarse que en no pocos casos su preocupación tras la eliminación de las barreras estatales es la promoción de la competencia, de modo que su trabajo puede asimilarse al de una abogacía de competencia exitosa que concluye con la remoción de la barrera estatal.

Las sinergias pueden aprovecharse no solo desde estas áreas, sino también a partir del trabajo conjunto de las áreas de protección al consumidor y libre competencia.

Por ejemplo, la OECD identifica como una buena práctica integrar en los estudios de mercado el enfoque propio del área de protección al consumidor a partir de un trabajo conjunto entre la agencia de competencia y la institución encargada de velar por la protección al consumidor.

En tal sentido, la OECD señala que “los estudios de mercado pueden ser un excelente vehículo para dicha integración ya que ellos pueden acomodar una perspectiva más amplia que una agencia de competencia se permitiría en una investigación sobre cumplimiento de competencia. Desde esta perspectiva más amplia, se podrían hacer recomendaciones de actividades en el área de protección al consumidor. En el Reino Unido, por ejemplo, donde la CMA es también una agencia de protección al consumidor, un estudio de mercado también puede resultar en: campañas al consumidor, guías para la industria, acuerdos/códigos de práctica con la industria o trabajo con otros reguladores” (OECD, Competencia y Estudios de Mercado en América, 2015).

Tercero, los retos de las agencias de la competencia van variando en función del estadio en que se encuentran.

Por ejemplo, Chile, Perú y Colombia están en un momento único en la región, con agencias que han puesto su foco de atención y recursos en la lucha contra los cárteles. Los retos de estas agencias adolescentes que quieren pasar a la adultez son cada vez más complejos en función de su desarrollo. Es decir, consolidar su programa de clemencia para estar en mejor capacidad para detectar y sancionar casos de colusión.

Cuarto, estoy de acuerdo con la idea señalada por el profesor Kovacic en que a la gente le gusta la competencia desde su faceta como consumidor, pero no de igual modo cuando se trata de su faceta como ofertantes en el mercado laboral. Por ejemplo, a algunos trabajadores les disgusta los concursos públicos por méritos y preferirían una designación directa para alcanzar un determinado puesto. De igual modo, en los concursos públicos privilegian como criterio seleccionador la antigüedad antes que el desempeño o los conocimientos.

De otro lado, refiriéndome también al mercado laboral, en algunas ocasiones he escuchado la queja de algún jefe porque otra área institución le ha “quitado” algún trabajador respaldando la idea de que entre instituciones del Estado no deberían “quitarse” trabajadores. Seguramente, ese jefe sería feliz con un acuerdo para restringir la competencia en el mercado laboral público.

Entonces, es cierto, a veces la competencia puede ser popular en determinados aspectos que nos benefician, pero de repente en otros aspectos de nuestra vida cotidiana no somos creyentes de la libre competencia.

Para concluir, en cuanto a la innovación disruptiva, el Indecopi tiene un rol bastante activo que desplegar en los próximos años. Como agencia debemos estar atentos a los problemas que puedan enfrentar entrantes a los mercados que apoyados en nuevas tecnologías o modelos de negocio retan a las empresas establecidas, de manera que les hagamos la vida más sencilla con la finalidad ulterior de que los consumidores podamos beneficiarnos de su presencia en los mercados.

Estas son algunas pequeñas reflexiones que quería presentar a partir de lo señalado por el profesor Kovacic.



MARIO ZUÑIGA PALOMINO

Miembro de la Comisión de Defensa de la Libre Competencia del Indecopi.

Abogado por la Pontificia Universidad Católica del Perú. LLM, The George Washington University Law School. Profesor de Análisis Económico del Derecho en la Universidad de Lima.

Antes que nada, quería agradecer a la Presidencia y a todo el equipo de Indecopi por permitirme participar del Día de la Competencia.

Es un gran privilegio poder estar aquí comentando la presentación de mi exprofesor, y una leyenda viviente del Derecho de la Libre Competencia: William Kovacic. Ya desde que trabajé en la Secretaría Técnica conocía de la importancia del profesor Kovacic para nuestra disciplina, pero tenerlo como profesor en George Washington University me permitió profundizar mucho más mis conocimientos de la materia. Además, William Kovacic no sólo es un gran profesor de libre competencia, sino que es un ejemplo de profesional y persona. Todos en el mundo de la competencia reconocen su humildad, compromiso y generosidad.

Entrando a los puntos de su presentación, quiero comenzar por señalar que los desafíos que el derecho de la libre competencia tiene en el mundo no son necesariamente los que tiene en el Perú. En el Perú, pese a que creo que estamos bastante bien en comparación con otros países en vías de desarrollo, todavía tenemos algunos desafíos más básicos: necesitamos repotenciar nuestras agencias de competencia dotándolas de más recursos, necesitamos difundir más nuestras decisiones e investigaciones para crear una cultura de competencia; entre otros. Dicho esto, siempre es importante para nosotros estar atentos a lo que pasa en los Estados Unidos de América, en Europa y en otros países desarrollados, pues creo que los tipos de casos y desafíos para las agencias de dichos países o regiones van a llegar al Perú tarde o temprano.

Yendo entonces a los puntos tratados por el profesor Kovacic, quisiera tratar en primer término la relación entre libre competencia y desigualdad. Acá estoy plenamente de acuerdo con el profesor Kovacic en señalar que el derecho de la libre competencia no es una buena herramienta para combatir la desigualdad.

En primer lugar, creo que hay margen para discutir la premisa de muchos académicos, según la cual el aumento de la desigualdad¹ estaría relacionado a un *enforcement* laxo de las normas de libre competencia y un crecimiento de la concentración de los mercados. Tal como señala el profesor David Crane, "estamos lejos de saber con certeza si las violaciones al derecho de la libre competencia (incluyendo cárteles, fusiones anticompetitivas o abusos de posición de dominio) transfiera riqueza sistemáticamente de los pobres hacia los ricos"².

Pero incluso si la premisa de que una mayor concentración de los mercados o el surgimiento de actores dominantes genera una mayor desigualdad fuera cierta, considero que el derecho de la libre competencia no sería una buena herramienta de política pública para lidiar con la desigualdad. Podríamos ser más agresivos con las empresas dominantes o ser más estrictos en el control de fusiones, pero eso no nos asegura, por ejemplo, que la protección a ciertas empresas se traduzca en un mayor bienestar para sus consumidores o sus trabajadores. Incluso, como apunta también Crane, muchas intervenciones del derecho de la libre competencia frustran intentos de redistribuir riqueza desde los más pobres hacia los más ricos³. Pensemos, por ejemplo, en los "cárteles defensivos".

En cualquier caso, creo que el derecho o las políticas públicas tienen mejores herramientas para redistribuir la riqueza que el mercado no puede distribuir: impuestos y programas sociales bien focalizados. Incluso, aunque no son de mi agrado, se pueden adoptar políticas industriales para fomentar determinadas industrias.

¹ Un incremento de la desigualdad presentado en países desarrollados. En países en vías de desarrollo, como el Perú, la desigualdad se ha reducido, en gran medida gracias al crecimiento económico. Asimismo, la desigualdad entre países se viene reduciendo.

² CRANE, Daniel A. Antitrust and Wealth Inequality. En: Cornell Law Review. Vol. 101, No. 5. 2016. p. 1174.

³ Ibid. pp. 1174-1175.

En el Perú, felizmente, siempre ha primado el estándar del bienestar del consumidor en la política de libre competencia. El objetivo está bien focalizado.

La sentencia del caso SOAT en el año 2004 abrió posibilidad de que el derecho de la libre competencia lidie con otros objetivos de política pública al señalar que “Excepcionalmente, alguna de esas conductas reprochables [acuerdos restrictivos de la competencia] podría quedar exenta de la sanción en caso se acreditara que los efectos que hubiera producido fueran beneficiosos para el **interés económico general**”.

Esto basándose en el artículo 3 del Decreto Legislativo 701, nuestra primera Ley de libre competencia. Con esta redacción podría tomarse en cuenta, por ejemplo, el mayor ingreso recibido por los trabajadores de las empresas cartelizadas para justificar el acuerdo de fijación pre precios.

Atendiendo a ese razonamiento, podríamos admitir los “cárteles defensivos” a los que hacía referencia. Recuerdo, por ejemplo, un caso en el que se investigó un cártel de las aerolíneas en las que éstas supuestamente concertaron para reducir las comisiones pagadas a las agencias de viajes⁴. ¿Qué pasó en ese caso? La industria de la aviación tradicionalmente tenía como un canal importante de colocación de pasajes aéreos a las agencias de viajes.

Poco a poco fueron creando sus propios canales de venta (hoy compramos nuestros pasajes mayormente *online* y directamente de la aerolínea), por lo que la tendencia era a cada vez pagar menos comisiones. El caso al final fue declarado infundado.

Pero imaginemos, por un momento, que era real. Las aerolíneas decidieron colectivamente reducir la comisión pagada. Más allá de que ello mereciera una sanción ¿Podrían las agencias de viajes –ya reunidas en la Asociación Peruana de Agencias de Viaje– ponerse de acuerdo para cobrar una tarifa más alta? Todas juntas ganarían mayor poder de negociación y, al modo de un sindicato, podrían negociar una mejor comisión para la parte más débil de este mercado: las agencias de viaje.

Esta práctica estaría reduciendo la desigualdad; redistribuyendo riqueza de empresas más ricas a empresas menos ricas. ¿Debería el derecho de la libre competencia permitir estos cárteles? El perjudicado, además de las empresas a las que se le quitan ingresos, serían los consumidores. Una mayor comisión podría tener un impacto negativo en los precios de los pasajes. Llegar a analizar esto haría los casos de cárteles demasiado complicados, lo cual significaría incurrir en altos costos administrativos y quizás poder investigar menos.

Felizmente, el mandato de la actual Ley de libre competencia, el Decreto Legislativo N° 1034, es claro: el objetivo es promover la eficiencia económica en los mercados para el bienestar de los consumidores. El objeto de la Ley es proteger el proceso competitivo. Para combatir la desigualdad, como señalaba, hay otras herramientas de políticas públicas más precisas.

Dicho esto, sin duda, como bien señalaban el profesor Kovacic y Jesús Espinoza, tenemos que ser también políticos. Políticos en el buen sentido de la palabra –no me malentiendan.

Indecopi es una agencia que destaca por su alto nivel técnico y eso debe reflejarse en sus decisiones. Por “política” aquí me refiero a saber comunicar nuestras decisiones;

⁴ Ver la Resolución N° 043-2004-INDECOPI/CLC, del 19 de julio de 2004; emitida en el Expediente N°. 004-200/CLC, abierto a raíz de la denuncia interpuesta por la Asociación Peruana de Agencias de Viaje y Turismo (en adelante, APAVIT) en contra de diversas aerolíneas.

a saber "venderlas", de demostrar cómo en realidad, con menores precios si estamos favoreciendo a los estratos menos favorecidos de la población, cómo estamos reduciendo los precios, ¿no? En el largo plazo, eso legitima y facilita nuestra labor.

El otro desafío al que hizo referencia el profesor Kovacic es el de los mercados cambiantes. Hay una corriente de opinión según la cual se requiere un derecho de la competencia más agresivo o "remozado" para atacar los problemas que trae la "nueva economía": los gigantes de internet, las plataformas tecnológicas, los algoritmos.

Este debate me recuerda un artículo de Frank Easterbrook (sí el mismo de Easterbrook y Fischel, uno de los libros más importantes de Derecho Corporativo), Juez del Séptimo Circuito de Cortes de Apelaciones de los Estados Unidos y Profesor en la Universidad de Chicago, que se llama "el Ciberespacio y el Derecho del Caballo"⁵. El artículo es de 1996, cuando todavía las discusiones sobre la relación entre el ciberespacio y el Derecho era una novedad.

En el artículo, Easterbrook cita a un ex decano de la Facultad de Derecho de la Universidad de Chicago, Gherard Casper, que decía que estaba orgulloso de que en Chicago no se dictaba un curso de "Derecho de los Caballos". ¿Por qué? Porque, según él, la mejor forma de entender cómo la ley se aplica a fenómenos especializados es el estudiar las leyes generales. Así, yo no necesito estudiar un curso de "Derecho de los Caballos" ni necesito una "Ley del caballo" para saber qué reglas aplican cuando compro un caballo, cuando este compete, cuando lo vendo o cuando un tercero que me arrendó el caballo se cae. Lo que necesito es estudiar Derechos Reales, Derecho de Contratos y Derecho de la Responsabilidad Civil.

No necesitamos entonces una nueva ley para cada nuevo fenómeno. Y no necesitamos un nuevo derecho de la libre competencia cada vez que una nueva tecnología revoluciona los mercados.

El derecho de la libre competencia es, creo, lo suficientemente versátil para acomodarse a las nuevas economías⁶. Nadie pidió, por ejemplo, que el derecho de la libre competencia cambie cuando el contenedor revolucionó comercio mundial en los años 60-70 al reducir enormemente los costos de transporte.

Qué ha cambiado en los mercados con la "nueva economía" (esto, por cierto, no es nada nuevo, ya en 2001 el Juez Posner hablaba del Derecho la Competencia y la "nueva economía")? Hay mercados altamente concentrados en el que aparentemente el primero que llega gana el "monopolio" o un dominio en el mercado.

Esto se debe principalmente a las externalidades de red: aquellas plataformas con mayores usuarios se vuelven más valiosas, porque nos permiten interactuar con más personas y a acceder a una mayor cantidad de bienes y servicios. Este es el caso de plataformas como Facebook, Amazon y Google, por ejemplo.

Pero el derecho de la libre competencia tiene herramientas para lidiar con esto. No es que no haya validas preocupaciones, pero, por ejemplo, el efecto de las externalidades de red se puede evaluar en la metodología para determinar la posición de dominio de una empresa.

Así, por ejemplo, debemos considerar especialmente los costos de cambio de los consumidores cuando las empresas líderes tengan una ventaja tecnológica o posean

⁵ EASTERBROOK, Frank H. Cyberspace and the Law of the Horse. 1996 University of Chicago Legal Forum 207 (1996). Disponible en: http://chicagounbound.uchicago.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2147&context=journal_articles

⁶ "I conclude that antitrust doctrine is sufficiently supple, and sufficiently informed by economic theory, to cope effectively with the distinctive-seeming antitrust problems that the new economy presents". POSNER, Richard. Antitrust Law. 2001. p. 256.

bastante información de los consumidores. También claro está, debemos volvernos expertos en estos mercados, estudiarlos de cerca. Pero claro, eso es precisamente lo más interesante del derecho de la libre competencia, que uno se vuelve experto en cada industria en la que maneja un caso.

Ahora bien, estos efectos de red son también acompañados de bajos costos de entrada: la innovación es constante y el líder de hoy puede ser completamente olvidado mañana. Basta recordar el caso de Blackberry, que hace 10 años era el dominante en la industria de *smartphones*. Ahora Blackberry casi no existe— excepto por ejemplar que nos mostró el profesor Kovacic. Recuerdo también el caso de MySpace. ¿Alguien aquí recuerda a MySpace? ¡Era una red social que era la dominante hasta 2007-2008. Me viene a la mente un artículo publicado en el diario The Guardian: “¿Perderá alguna vez MySpace su monopolio?”⁷

Por otro lado, hay que tomar en cuenta que estas grandes plataformas de internet también compiten entre sí. Google nació en el mercado de búsquedas, pero hoy es mucho más que eso. Facebook, aunque no sea un motor de búsqueda, constituye una amenaza competitiva para Google, ya que se está constituyendo en la “puerta” a través de la cual entramos a internet. Ambas empresas compiten por nuestra atención para vender avisos.

Por lo demás, y conectando con el punto antes comentado respecto a los objetivos del derecho de la libre competencia, no veo en el caso de los “gigantes de internet” dónde está la afectación al consumidor. No perdamos de vista que, para el derecho de la libre competencia, no es un problema *per se* que una empresa tenga una posición de dominio o un monopolio, sino cómo lo obtuvo.

Hasta donde yo sé, los gigantes de internet han conseguido su “dominio” en el mercado orgánicamente, prestándonos un mejor servicio. Si bien firmas como Google o Amazon han adquirido una cantidad significativa de empresas (por millones o incluso miles de millones de dólares) como YouTube o WhatsApp; estas adquisiciones no necesariamente han servido para expandir su posición de dominio en otros mercados. Google, por ejemplo, no ha podido vencer a Facebook en el mercado de redes sociales. Su propia red social, GooglePlus, es un cementerio.

La política de competencia es una herramienta de políticas públicas que actúa *ex post* y, por lo tanto, con más y mejor información luego de que los efectos negativos que busca evitar se han producido. Si fuera el caso que una de estas empresas causa en efecto un daño a la competencia, la ley de libre competencia y las metodologías de las agencias le permitirán actuar estrictamente. No hay necesidad de hacer mayores cambios legales ni crear regulaciones específicas. Recuerden, no necesitamos una “Ley del Caballo”.

¿Y qué hacemos por mientras con gigantes con Google, Amazon y Facebook? Me permito sugerir: mientras sigan creciendo en base a una mayor eficiencia ¡disfrutémoslos!

⁷ KEEGAN, Victor. Will MySpace ever lose its monopoly? En: The Guardian, 8 de febrero de 2007. Recuperado de: <https://www.theguardian.com/technology/2007/feb/08/business.comment>



PALABRAS DE
CLAUSURA

Buenos días. Muchas gracias a todos por su presencia, y también a los expositores y los panelistas, este evento ha sido sumamente interesante.

Bueno, tenemos bastante para reflexionar respecto a las exposiciones. Por ejemplo, con respecto al papel de las asociaciones gremiales y también respecto a lo que el profesor Kovacic nos ha dicho respecto a analizar las causas y las razones por las cuales se dan ciertas cosas.

En Indecopi tenemos una larga experiencia con respecto a prácticas colusivas de asociaciones gremiales. Y cuando las evaluamos en el tiempo vemos, por ejemplo, que hay diferentes razones: por ejemplo, tenemos varios gremios de transportistas pequeños en provincias que han realizado prácticas colusivas. Y mucho se debe a una falta de cultura de la competencia.

Inclusive, en audiencias orales, nos dicen abiertamente que sí, que se pusieron de acuerdo y que fijaron los precios, porque era lo correcto. Entonces es necesaria una política de difusión explicando algo tan elemental de por qué no es correcto que las empresas se pongan de acuerdo en precios, entre otras cosas. También hemos tenido prácticas anticompetitivas de asociaciones gremiales del tipo de colegios profesionales, que también sancionamos.

Afortunadamente nuestras multas no son tan pequeñas. La última ha sido una sanción de un poco más de US\$ 1 500 000 dólares. Está en apelación, en segunda instancia. Pero, también hay allí una falta de cultura de competencia. Esta asociación en su página web, a la vista de todos, tenía un código de ética que prohibía que los miembros de la asociación, profesionales, cobraran un precio por debajo del precio que ellos establecían.

Por otro lado, también en el Estado hay una falta de cultura de la competencia.

Muchas veces tenemos diferentes instancias – como hemos visto con transportistas o con los mismos colegios profesionales – que es el Estado el que les está diciendo “restringan, fijen precios, no compitan”. Entonces para nosotros como Comisión y Secretaría Técnica es también una política de difundir la cultura de la competencia, no solamente entre las empresas sino también dentro de las diferentes instituciones del Estado. Porque muchas veces es el mismo Estado el que restringe.

En relación a la agenda futura que estamos viendo con la Comisión y la Secretaría Técnica, dadas todas las restricciones financieras y económicas que tenemos? La semana pasada, emitimos los lineamientos de clemencia y consideramos que es un paso fundamental. No solamente porque pensamos que va a traer más solicitudes de clemencia, sino porque también contar con más solicitudes de clemencia nos permite tener más investigaciones. Como bien lo ha señalado el Presidente de Indecopi, cada vez la Secretaría Técnica está mucho más activa, realiza más investigaciones y esto nos permite detectar más carteles.

En consecuencia, entre nuestra agenda futura está la edición de nuevas guías y lineamientos. En concreto, en el Decreto Legislativo 1205 se habló de la emisión de lineamientos también para los compromisos de cese o procedimientos de terminación anticipada. Entonces, está en nuestro para el próximo año, justamente la emisión de estos lineamientos.

Hay otra serie de lineamientos que también son muy importantes, que es, por ejemplo, el problema de las compras públicas. Vemos también que hay muchos procesos colusorios en compras públicas. Entonces, estamos en el proceso de realizar lineamientos y guías para el desarrollo de compras públicas. También en un futuro pensamos diseñar un sistema de lineamientos que den predictibilidad en el sistema de concentraciones, para el sector eléctrico.

Los programas de difusión. La falta de cultura de competencia en nuestro país y en el Estado en general, hace obligatorio un programa de difusión bastante agresivo y vigoroso, a nivel del país,

a nivel de las empresas y a nivel del Estado. La idea es difundir las normas de libre competencia: cuándo se violan estas normas de libre competencia y en qué casos se sancionan. También, dentro de este programa de difusión, se explicarían los programas de clemencia: cuáles son los requerimientos y cuál es el procedimiento específico que hay que seguir.

También, como parte de nuestra actuación, realizamos un monitoreo continuo y permanente de mercados. ¿Cuál es el objetivo de este monitoreo continuo y permanente de mercados? Justamente detectar – hacer un screening – de que haya algún tipo de conducta que pueda dar indicios o sospechas de un actuar colusivo. Al hacer este monitoreo de mercados, esto nos permite, por ejemplo, hacer visitas inspectivas sorpresivas.

Las abogacías de competencia. Nosotros hemos aprobado en el 2016, una metodología para desarrollar los estudios de mercado, o abogacías de competencia en conjunto con la OCDE. Estamos implementando justamente este año, esa metodología en una abogacía, y la OCDE, como parte de estas abogacías, sugirió al Perú, que exista un mayor compromiso económico y financiero para la agencia de competencia para poder desarrollar una mayor cantidad de abogacías, una mayor cantidad de estudios de mercado y un mejor monitoreo de los mercados.

¿Qué es lo que nos muestra la tendencia internacional? Uno de los temas que están siendo discutidos internacionalmente es que las agencias de competencia promuevan o apoyen las acciones de clase para que las empresas cartelizadas se hagan responsables de los perjuicios causados a los consumidores, y, en consecuencia, tengan que resarcir a los consumidores afectados.

El Decreto Legislativo 1205, nos dio la posibilidad de que el Indecopi inicie o promueva acciones de clase en el caso de cárteles. Entonces consideramos que ese es un tema que sería importante evaluar en un futuro, justamente para resarcir y también es una manera de evitar que haya más cárteles.

Finalmente, un país moderno requiere de una vigorosa política de defensa de la competencia. No puede existir un país moderno donde el Estado es laxo, o negligente o poco diligente con respecto a los cárteles, donde las conductas anti-competitivas no son perseguidas y sancionadas.

Un país en el que las empresas no compiten porque se ponen de acuerdo, porque forman cárteles, no es un país en el que predomine una economía de mercado. Es por estas razones que es necesario el compromiso firme del Estado en todos sus niveles para combatir a los cárteles y promover la competencia.

Y, en ese sentido, el Indecopi está, como siempre lo ha estado, comprometido en la defensa de la libre competencia en nuestro país, en promover la competencia por el bienestar de los consumidores y también por un Estado al servicio de los ciudadanos.

Muchas gracias y con estas palabras, declaro clausurado el evento.

ENA GARLAND HILBCK
*Presidenta de la
Comisión de Defensa de la
Libre Competencia del Indecopi*











*Trabajando para
todos los peruanos*

ISBN: 978-9972-664-71-7



9 789972 664717