

Unclassified

DAF/COMP/LACF(2015)23

Organisation de Coopération et de Développement Économiques
Organisation for Economic Co-operation and Development

15-Sep-2015

Spanish - Or. English

**DIRECTORATE FOR FINANCIAL AND ENTERPRISE AFFAIRS
COMPETITION COMMITTEE**

**LATIN AMERICAN COMPETITION FORUM (Spanish Version)
FORO LATINOAMERICANO DE COMPETENCIA**

Sesión II - Midiendo el impacto de la Abogacía de la competencia en América Latina y el Caribe

-- Contribución de El Salvador --

23-24 de septiembre 2015, Montego Bay, Jamaica

Se hace circular el documento adjunto elaborado por El Salvador PARA SU DEBATE en la Sesión II del Foro Latinoamericano de Competencia que se llevará a cabo los días 23 y 24 de septiembre de 2015 en Jamaica.

Contacto: Mario UMAÑA, Especialista en comercio y competencia, Banco Interamericano de Desarrollo (BID) Tel: +1 (202) 623-3256, Correo electrónico: mariou@iadb.org.

JT03381655

Complete document available on OLIS in its original format

This document and any map included herein are without prejudice to the status of or sovereignty over any territory, to the delimitation of international frontiers and boundaries and to the name of any territory, city or area.

DAF/COMP/LACF(2015)23
Unclassified

Spanish - Or. English

FORO LATINOAMERICANO DE COMPETENCIA



23-24 de septiembre de 2015 • Montego Bay • Jamaica

Sesión II - Midiendo el impacto de la Abogacía de la competencia en América Latina y el Caribe

-- CONTRIBUCIÓN DE EL SALVADOR --

1. En 2016 se cumplen los 10 años de la entrada en vigencia de la Ley de Competencia (en adelante LC) y de la creación de la Superintendencia de Competencia (en adelante SC), cuyas actividades iniciaron con un fuerte programa de abogacía de la competencia, a fin de divulgar el contenido de la nueva ley y concientizar a los agentes económicos sobre cómo esta podría cambiar su forma de hacer negocios, tomando en cuenta que previo a la LC existían figuras anticompetitivas consideradas legales, como ciertos acuerdos entre empresas y repartos de mercado.
2. El impacto de las actividades de abogacía de la competencia en El Salvador no ha sido aún objeto de medición propiamente dicha, pero sí puede atestigüarse el incremento de conocimiento colectivo sobre la materia – *crecimiento modesto, pero crecimiento al fin* – en las distintas interacciones y participaciones que tienen los ciudadanos en el actuar de la SC: el nivel de complejidad de los argumentos de defensa presentados por los defensores de los agentes económicos, el tipo de preguntas que realizan los que participan en los eventos de divulgación tales como las presentaciones públicas de los resultados de los estudios de condiciones de competencia en los mercados, la conciencia en ciertos sectores regulados de la importancia en la armonía entre la regulación sectorial y de competencia, entre otros.
3. La SC tiene dentro de sus actividades estratégicas de 2016, la formulación metodológica de cómo medir el impacto de sus actuaciones dentro de los mercados, tanto en materia de aplicación de ley como de abogacía de la competencia. Ambas mediciones se tiene proyectadas iniciarlas en el 2017.
4. Para ello, se elaborarán sendas guías metodológicas de medición de impacto: una para las opiniones y recomendaciones de política pública emitidas (las recomendaciones de acuerdo a la legislación salvadoreña pueden ser resultado de los estudios de condiciones de competencia de un sector en específico, así como de opiniones emitidas, casos resueltos, o concentraciones económicas revisadas), y otra para las resoluciones de prácticas anticompetitivas (que pueden ordenar a hacer o no hacer algo, establecer una sanción y mandar al cese de la conducta).

5. Como se mencionaba, se ha observado cierto nivel impacto, principalmente de las actividades de abogacía de la competencia que realiza la SC, como los eventos de promoción y difusión de las labores institucionales, los programas de capacitación sobre la materia y las presentaciones de los resultados de los estudios de condiciones de competencia realizados en diversos sectores.
6. A la fecha, la SC ha completado 18 estudios sectoriales y se encuentra elaborando 5 más. La elaboración de los estudios puede ser de forma interna o por un consultor internacional contratado al efecto y con el apoyo del equipo de la SC, y como resultado de las conclusiones obtenidas se emiten recomendaciones de política pública para mejorar la competencia en el sector.
7. Los resultados de los estudios son presentados a la ciudadanía mediante un evento público en donde, además de la convocatoria general, se invita directamente a los que participaron en la elaboración del mismo.
8. El desarrollo de estudios ha sido una herramienta importante en la identificación de barreras a la entrada en los mercados, y aun cuando en los estudios hayan ayudado a la posible eliminación o reducción de un barrera aún no se cuenta la medición de su impacto, ya que este tipo de medición va incluida en el proyecto que se tiene para 2017.
9. Para la realización de los estudios, la SC hace uso de diferentes instrumentos económicos: se han utilizado modelos econométricos sencillos, como en los estudios realizados en el sector de transporte aéreo de pasajeros y en el de seguros, pero ninguno de gran sofisticación. En lo referente al uso de teoría de juegos se han utilizado sus teorías (modelo de Bertrand, o modelo de Cournot) y ciertos conceptos relacionados para el análisis de situaciones relacionados con el sector que se estudia y que conllevan implícita la teoría de juegos, mas no un juego en sí mismo.
10. Además, en los estudios no se asume la competencia perfecta (*single equilibrium*). Por el contrario, se asume que las preocupaciones o indicaciones que motivan la realización de los mismos son porque los mercados no están funcionando en competencia perfecta.
11. Hasta la fecha, la SC no se ha encontrado aún el problema de la inexistencia de datos o información ya que siempre se encuentran datos disponibles, además, el equipo técnico se auxilia de los que poseen los reguladores y de los que poseen los mismos agentes económicos¹. Sí se ha dado el caso que no exista una voluntad manifiesta de colaboración por parte de agentes económicos (que han sido casos excepcionales, ya que normalmente colaboran) y en esos casos se ha hecho uso de la sanción por no colaborar que establece la LC.
12. En relación con la audiencia de la Abogacía de la Competencia y las opciones de difusión, sí se toma en consideración a la economía política, por lo que se trata de adecuar el mensaje en función de la audiencia con el fin de enfatizar los beneficios de la competencia que a ése público en específico le sean más llamativos y permitan que permee mejor el mensaje.
13. Con el fin de poder llegar a públicos más diversos, se realizan versiones simplificadas de los documentos técnicos que emite la SC. Esta labor de abogacía se ha ido realizando gradualmente, iniciando con los resúmenes de los resultados de los estudios de condiciones de competencia, las recomendaciones emitidas, y próximamente con las opiniones vertidas por la SC sobre marcos normativos y sobre procesos de compras públicas. El objetivo es realizar versiones que sin dejar de ser técnicas (debido a los sectores que se abordan) puedan ser didácticas para alguien que no conoce a profundidad los sectores.

¹ Por mandato legal, existe la obligación de proporcionar a la SC la información que esta solicite so pena de multa por atraso en la entrega de la misma o su inexactitud. Art. 50 y 38 inciso 6.º de la LC.

14. Además, se han elaborado guías y manuales explicativos de figuras propias del Derecho de Competencia, como el recientemente lanzado Manual de Clemencia e Inmunidad, que explica en qué consiste la figura, como es abordada internacionalmente, y finaliza con cómo se contempló en la LC. Además, la Guía sobre Denuncia, que aclara cuándo y cómo puede presentarse una denuncia ante la SC y que fue lanzada también en 2015. A la fecha se encuentran más manuales y documentos educativos en elaboración en temas como estudios, concentraciones, etc.

15. Las redes sociales han sido una herramienta novedosa y muy aprovechada por la SC. A manera de ejemplo: se elaboran cápsulas informativas/educativas que se comparten en Twitter, además, se elaboró una aplicación digital denominada “Casos en Línea”, especialmente dedicada a compartir y viralizar los casos de la SC, que permite al ciudadano conocer los datos claves de un caso y poder hacerse la idea general del mismo en 3 minutos, así como comentarlo y compartirlo a voluntad.

16. Esta aplicación fue la que hiciera a El Salvador ganador de la categoría denominada “Promoción del conocimiento sobre los beneficios de la competencia en tiempos de crisis” del Concurso de Abogacía de la Competencia 2014 (*Competition Advocacy Contest 2014*) organizado por el Banco Mundial y la Red Internacional de Competencia (ICN, por sus siglas en inglés).

17. La SC ha encontrado poca resistencia por parte de los medios de comunicación para la difusión de su mensaje o sus actuaciones. Independientemente y a solicitud del regulador de telecomunicaciones, la SC inició un estudio de condiciones de competencia en el sector de televisión abierta; inicio que fue considerado polémico por los medios de comunicación quienes reaccionaron fuertemente cuestionando qué era lo que se analizaría. Dado que el estudio sería realizado por un consultor extranjero, se aprovechó su primera visita para dar entrevistas que permitieran aclarar las dudas que tenían los participantes del sector. A la fecha, el estudio se encuentra en su etapa final y sus resultados preliminares han sido presentados a los participantes del sector con resultados satisfactorios.