

GLOSARIO



 **PROCOMPETENCIA**
Por un Comercio Justo!

A

Abogacía de la Competencia

Actividades de las autoridades de competencia relacionadas con la promoción de un entorno competitivo para las actividades económicas por medio de mecanismos distintos de los de la aplicación de las normas de competencia, principalmente a través de sus relaciones con otras entidades estatales y sensibilizando a la opinión pública de los beneficios de la competencia.

Abuso de Posición de Dominio

Práctica anticompetitiva efectuada por un agente económico dominante para restringir, limitar o impedir la competencia.

Actuaciones Previas

Conjunto de actividades por parte de funcionarios de PROCOMPETENCIA encaminadas a recopilar información para determinar la concurrencia de posibles problemas de competencia o violaciones a la Ley. Como resultado de las mismas, puede, entre otras cosas, ordenarse oficiosamente el inicio de un procedimiento sancionador o derivar en importantes recomendaciones que coadyuven a fomentar o incrementar la competencia en el mercado objeto de las mismas.

Acuerdo Colusorio

Todo concierto de voluntades (pactoo convenio) mediante el cual agentes económicos independientes se comprometen en una conducta que tiene por finalidad o efecto restringir, impedir o limitar la competencia. (Ver acuerdos horizontales y cartel).

Acuerdos Horizontales

Arreglos o convenios que llevan a cabo agentes económicos competidores entre sí, que se unen para, entre otros, acordar precios, cantidades, división de zonas geográficas y licitaciones o concursos, limitando, restringiendo o impidiendo la competencia. También son llamados conductas horizontales o absolutas. (Ver acuerdo colusorio y cartel).



AAcuerdos Verticales

Situaciones en las cuales un agente económico con posición dominante en un mercado utiliza la misma con agentes económicos ubicados en diferentes eslabones de la misma cadena de producción, distribución o comercialización, con el fin de limitar, restringir o impedir la competencia; tales como, los convenios de exclusividad, la imposición de condiciones. Son también conocidos como conductas verticales o relativas.

Acuerdos para limitar la Oferta

Son los acuerdos para disminuir la cantidad del bien o servicio que se ofrece con el fin de aumentar los precios permitiéndoles a los infractores obtener mayores beneficios, en contra de los consumidores.

Acceso al expediente

De conformidad con lo dispuesto en la Ley de promoción de la competencia solo pueden tener acceso al expediente las partes y sus representantes.

Acceso a la información

Los funcionarios del Instituto Nacional de Promoción de la Competencia designados para la tramitación e investigación del caso por mandato de ley no pueden dar ningún tipo de información sobre el fondo de los procedimientos que están en trámite, o de la información solicitada por las partes como confidencial bajo el apercibimiento de que si lo hicieren en este último caso podrían incurrir en delito de revelación de secretos industriales. La información que se puede dar a los solicitantes es la relativa a todo aquello que conste en las actas del Instituto, las cuales son de carácter público y por consiguiente cualquier interesado puede tener acceso a ellas, siempre y cuando se encuentren firmes.

Agente Económico

Toda persona natural o jurídica, sea esta última pública, privada o mixta, o cualquier forma de organización, tenga o no fines de lucro, que realice actividades económicas.

B

Barreras a la Entrada

Son aquellos factores que impiden o dificultan la entrada de nuevas empresas a competir en un sector o mercado, proporcionando ventajas competitivas a las empresas ya instaladas en él. Principalmente se clasifican en tres tipos: naturales, estratégicas y estatales.

Barreras a la Entrada naturales

Se originan en las características básicas de la industria, como la tecnología, los costos y la demanda, variables que no son controladas por las firmas líderes en un mercado y que por consiguiente no pueden ser alterados, dado que corresponden a la misma estructura del mercado y limitan o impiden la libre movilidad.

Barreras a la Entrada de tipo estratégico

Son aquellas voluntarias e intencionalmente exigidas por el propio comportamiento de las empresas para reducir o impedir que se produzca la entrada de un competidor.

Barreras a la Entrada de tipo estatal

Se manifiesta en los distintos canales de intervención y regulación del Estado en la economía, tales como patentes, permisos, autorizaciones, concesiones, reglamentaciones fiscales, disposiciones arancelarias, otros.

Bienestar del Consumidor

Beneficio que se deriva del Consumo de bienes y servicios.

Bid Rigging

Término del idioma inglés que se da a una forma de colusión cuando agentes coordinan sus ofertas en licitaciones y concursos públicos. determinado.

Boycot Vertical

Son los acuerdos o la concertación entre agentes económicos para ejercer presión contra algún cliente o proveedor, con el propósito de disuadirlo de una determinada conducta





BCartel

Se define como el convenio entre varias empresas similares para evitar la mutua competencia y regular la producción, venta y precios en determinado campo industrial o el Acuerdo entre agentes económicos que participan en el mismo mercado, con el objeto de fijar políticas conjuntas en cuanto a precios, cantidades de producción y división del mercado. (Ver acuerdo colusorio y acuerdos horizontales).

Calidad de los servicios

Es igual al grado de satisfacción de los ciudadanos. La satisfacción o insatisfacción de los ciudadanos viene dada por la comparación que este hace entre percepción "no olvidemos que el ciudadano es el juez último de la calidad" y sus expectativas es juicio subjetivo, es el resultado de la valoración de una serie de elementos de características de un servicio, los cuales son objeto de análisis.

Cadena de Valor

Una serie de procesos o actividades que permite a un agente económico manejar sus productos desde su concepción hasta su comercialización, de tal forma que en cada una de las etapas añade valor al producto y ese valor agregado sea mayor que la suma del valor de cada una de las actividades.

Capacidad Económica

Uno de los criterios utilizados para el cálculo de una sanción pecuniaria, mediante el cual se determina si una persona o agente económico se encuentra apto para soportar dicha carga económica; el cual se establece en función de su nivel económico particular.

Clemencia

Beneficio otorgado al agente económico que reconoce ante el PROCOMPETENCIA que ha incurrido o está incurriendo en una práctica anticompetitiva, el cual consiste en no aplicar las agravantes que le corresponderían de comprobarse el cometimiento de dicha práctica.

Competencia

Situación del mercado en la que los agentes económicos luchan, de forma independiente, por una clientela de compradores para alcanzar un objetivo empresarial concreto, por ejemplo utilidades, ventas o una mayor participación de mercado. La competencia entre agentes económicos puede referirse a los precios, a la calidad, al servicio o a una combinación de éstos y otros factores que puedan valorar los consumidores. Da origen al bienestar para el consumidor y mayor eficiencia. El término competencia puede ser entendido como un proceso de rivalidad entre empresas y estructuras de mercado. En general, los economistas la definen como un proceso en el cual las empresas se vuelven más eficientes y capaces de ofrecer mayor diversidad de productos y servicios a precios más bajos, lo que aumenta el bienestar del consumidor y determina una mejor asignación de los recursos.

Competencia desleal

Considera como competencia desleal a los actos de competencia entre agentes económicos, contrarios a las normas de corrección y buenos usos mercantiles, generalmente aceptados en el sistema de mercado, que causen un daño efectivo o amenaza de daño comprobados.

Competencia perfecta

Situación de mercado que presenta una gran cantidad de vendedores y compradores. Este modelo de "competencia perfecta" se basa en una serie de supuestos como producto homogéneo, libre entrada y salida del mercado, transparencia del mercado, entre otros.

La competencia en un mercado es de gran importancia, en ese sentido, una empresa que no tiene competidores puede imponer condiciones de venta, calidad, precios y servicios que le sean más favorables, sin que los consumidores tengan posibilidades de elección. Al haber competencia en un mercado, las posibilidades de elección se amplían notablemente, de manera que el consumidor puede optar por la alternativa que más se ajuste a sus necesidades, ingresos y gustos.

En un mercado competitivo las empresas, en su afán de ampliar su cuota de mercado, lanzan nuevos productos, compiten en precios y en mejorar la calidad, aspectos que finalmente favorecen al consumidor. Además de los beneficios para el consumidor, la economía en general se ve beneficiada en el tanto, la competencia incentiva la inversión y el crecimiento.



Competencia efectiva

Se da una competencia efectiva, cuando las empresas no limitan de forma excesiva o artificial la venta o la producción o cuando aquellas responden satisfactoriamente a la demanda y cuando hacer participar equitativamente a los consumidores en los beneficios que se deriven del progreso técnico y económico

Competencia Imperfecta

Por oposición al concepto de competencia perfecta, es imperfecta cualquier situación de mercado diferente de la que define aquel modelo ideal y, por extensión coloquial, es imperfecta la situación de un mercado cuando hay en el mismo malformaciones que lo alejan de la situación ideal de competencia perfecta.

Competencia Intermarcas

Es la competencia que, en calidades o precios, tiene lugar entre dos o más marcas de un mismo tipo.

Competencia Monopolística

Se trata de un modelo teórico correspondiente a una estructura de mercado que combina elementos del monopolio y elementos de la competencia perfecta. Como en el modelo de competencia perfecta, los vendedores son muy numerosos y es fácil entrar y salir del mercado. Pero contrariamente a lo que sucede en el modelo de competencia perfecta (que alberga el supuesto de indiferenciación de la mercancía) los productos están relativamente diferenciados. En consecuencia, cada empresa tiene una curva de demanda decreciente, lo que le deja cierta influencia en los precios a que puede ofrecer sus productos, pero con poca discrecionalidad, porque sus productos, aunque sean diferenciados de otros, tienen sustitutos claros entre los de la competencia. En este modelo, la curva de la demanda de la empresa es función del propio precio y de los precios practicados por los competidores que ofrecen productos similares.

Este modelo de competencia monopolística representa una estructura de mercado muy común en las economías modernas, tanto en la industria (particularmente en la de bienes de consumo) como en los servicios. Los mercados con una estructura en la que se aproximan a representar este modelo no suelen plantear problemas en materia de política de competencia.

Competencia efectiva

Se da una competencia efectiva, cuando las empresas no limitan de forma excesiva o artificial la venta o la producción o cuando aquellas responden satisfactoriamente a la demanda y cuando hacer participar equitativamente a los consumidores en los beneficios que se deriven del progreso técnico y económico

Competencia Imperfecta

Por oposición al concepto de competencia perfecta, es imperfecta cualquier situación de mercado diferente de la que define aquel modelo ideal y, por extensión coloquial, es imperfecta la situación de un mercado cuando hay en el mismo mal malformaciones que lo alejan de la situación ideal de competencia perfecta.

Competencia Intermarcas

Es la competencia que, en calidades o precios, tiene lugar entre dos o más marcas de un mismo tipo.

Competencia Monopolística

Se trata de un modelo teórico correspondiente a una estructura de mercado que combina elementos del monopolio y elementos de la competencia perfecta. Como en el modelo de competencia perfecta, los vendedores son muy numerosos y es fácil entrar y salir del mercado. Pero contrariamente a lo que sucede en el modelo de competencia perfecta (que alberga el supuesto de indiferenciación de la mercancía) los productos están relativamente diferenciados. En consecuencia, cada empresa tiene una curva de demanda decreciente, lo que le deja cierta influencia en los precios a que puede ofrecer sus productos, pero con poca discrecionalidad, porque sus productos, aunque sean diferenciados de otros, tienen sustitutos claros entre los de la competencia. En este modelo, la curva de la demanda de la empresa es función del propio precio y de los precios practicados por los competidores que ofrecen productos similares.

Este modelo de competencia monopolística representa una estructura de mercado muy común en las economías modernas, tanto en la industria (particularmente en la de bienes de consumo) como en los servicios. Los mercados con una estructura en la que se aproximan a representar este modelo no suelen plantear problemas en materia de política de competencia.



Competitividad

Es la capacidad de diseñar, producir y comercializar bienes y servicios, mejores y/o más baratos que los de la contraparte; es decir la competitividad no se hereda, no depende de la coyuntura económica, es la capacidad para usar con eficiencia e innovar permanente la mano de obra, los recursos naturales y el capital con la finalidad de competir en el mercado.

Compulsa

Confrontación de dos o más documentos, comparándolos entre sí. También, la copia de un documento o de unos autos sacada administrativamente y confrontada con su original.

Concentración o fusión

Se entiende por concentración la fusión, la adquisición del control o cualquier otro acto en virtud del cual se concentren las sociedades, las asociaciones, las acciones, el capital social, los fideicomisos o los activos en general, que se realicen entre competidores, proveedores, clientes u otros agentes económicos, con el objeto o efecto de disminuir, dañar o impedir la competencia o la libre concurrencia, respecto de bienes o servicios iguales, similares o sustancialmente relacionados, también es definido como aquella situación en la que un reducido número de empresas representan una elevada proporción de la actividad económica, entérminos de ventas, activos o empleo. Estas se encuentran reguladas en el capítulo VII de la Ley 601.

Concentración

Coordinación entre agentes económicos para limitar, impedir o restringir la competencia o el acceso al mercado a cualquier otro agente económico.

Consumidores

Toda persona natural o jurídica que adquiera, utilice o disfrute como destinatario final bienes, productos o servicios de cualquier naturaleza.

Contestabilidad

La cualidad de un mercado que presenta bajas barreras a la entrada y salida. Como consecuencia, el mercado se comportará de manera similar a un mercado en competencia perfecta.

Control

La capacidad de un agente económico de influenciar a otro a través del ejercicio de los derechos de propiedad o el derecho de uso, de la totalidad o parte de los activos del agente económico o mediante los acuerdos que confieren influencia sustancial en la composición, votación o decisiones de los organismos directivos, administrativos o representantes legales del agente económico.

Contingente de importación o exportación

Es la autorización que emite la Administración Pública a favor del interesado, para importar o exportar determinados bienes, por situaciones de desabastecimiento.

Contrato de Exclusividad

Son los contratos o convenios de exclusividad en la distribución de bienes o servicios por razón del sujeto, la situación geográfica o por períodos de tiempo determinados. Tiene el objeto de obstaculizar la entrada de otros agentes, disminuyendo las posibilidades de consumo.

Confidencialidad

Puede ser de gran trascendencia para las empresas implicadas la cuestión de la confidencialidad de ciertos documentos e información que se manejan por los instructores y funcionarios de PROCOMPETENCIA, en los expedientes que se incoan por supuesta violación de las leyes de competencia.



D

Denuncia

Acto por medio del cual se da conocimiento a PROCOMPETENCIA, por escrito y cumpliendo con los requisitos establecidos por la ley, del posible cometimiento de una práctica anticompetitiva, con el objeto que ella proceda a su investigación y sanción.

Derecho de vista de las actuaciones

Facultad del presunto infractor y demás intervinientes de revisar el expediente iniciado por PROCOMPETENCIA, con excepción de la información y documentación declarada confidencial.

Depredación de Precios

Es el acto de establecer precios por debajo del costo normal para un bien o servicio con el fin de sacar competidores del mercado, para luego, una vez que no exista competencia, establecer precios monopólicos. En el corto plazo los consumidores obtienen un beneficio ya que en el momento el precio baja, sin embargo, a largo plazo, se causa un perjuicio a la competencia ya que esa disminución de precio va a desplazar a otros agentes del mercado, con lo cual se limitan las posibilidades de escogencia para los consumidores.

Derecho de Competencia

Es el conjunto de normas que regula la actividad concurrencia, para que prevalezca en el mercado el principio de competencia y la lucha entre competidores se desenvuelve con lealtad y corrección.

Desregulación

Es la eliminación parcial o total de prácticas normativas con el objeto de fomentar la actividad económica de los particulares del sector privado y de la sociedad en general. La desregulación se asimila a la promoción de la competencia y abrir el libre juego de las fuerzas del mercado en las diversas facetas de la actividad económica. Es en resumen la supresión de las normas y regulaciones gubernamentales y jurídicas que permite el libre funcionamiento de las fuerzas de la oferta y la demanda.

Desregulación económica

Consiste en un proceso conducente a la racionalización de trámites y requisitos de acceso al mercado con el fin de disminuir, simplificar y eliminar las regulaciones que sean necesarias o excesivas que limitan la competencia y la competencia en el mercado, con el fin de permitir un mayor acceso a bienes y servicios por parte de los consumidores

División de mercados

Acuerdo para dividirse el mercado en el tiempo, el espacio (zona geográfica), o la clientela lo que permite otorgar ventajas a cada participante en su respectivo territorio, controlar la oferta y facilitar la manipulación de los precios perjudicando a los consumidores.

Discriminación de precios

Cobro diferenciado de precios a distintos consumidores en diversos segmentos del mercado, por los mismos bienes o servicios, por razones que nada tienen que ver con los costos, si no con los atributos valorados por los consumidores. La discriminación de precios es efectiva únicamente si los consumidores no pueden revender los bienes o servicios a otros consumidores produciéndoles cierta rentabilidad.





Economía Abierta

Es aquella que posee relaciones con el resto del mundo, lo cual implica la existencia de una demanda por exportaciones (compradores de los productos nacionales para el extranjero) y una demanda por importaciones (compradores nacionales de productos extranjeros). Es decir la economía se abre y comercia sus productos y servicios con otros países del mundo.

Economía de Mercado Cerrada

Esto significa que el precio es fijado por las cantidades dispuestas a comprar y las cantidades de productos dispuestas a la venta, se dice cerrada porque se proyecta el crecimiento económico del país partiendo de un esquema de desarrollo hacia adentro, la existencia de un mercado interno relativamente amplio y diversificado. Este tipo de esquema es una economía protegida con políticas de apoyo mediante la intervención y control estatal a través de regulaciones de orden jurídico (leyes y normas) de restricciones al intercambio comercial con impuestos fiscales, aranceles, cuotas a las importaciones de entrada y salida de bienes y servicios, subsidios y otros mecanismos proteccionistas a las empresas y la sociedad.

Economía de escala

La economía de escala se refiere al poder que tiene una empresa cuando alcanza un nivel óptimo de producción para ir generando más a menor costo, es decir, a medida que la producción en una empresa crece, sus costos por unidad se reducen. Cuanto más se produce, menos cuesta producir cada unidad.

Eficiencia

En economía de la competencia, se entiende por eficiencia el modo de utilización óptima de los recursos escasos. Se distinguen dos tipos de eficiencia: eficiencia técnica y eficiencia económica. Una empresa será técnicamente más eficiente que otra, si fabrica una cantidad de productos utilizando menos cantidad de factores de producción. Desde el punto de vista económico, una empresa será más eficiente que otra, cuando utilizando el mismo proceso productivo, la primera alcanza un volumen de producción que, por comparación con la segunda, le permite conseguir economías de escala.

Eficiencia Dinámica

La capacidad típicamente humana para crear y descubrir continuamente nuevos fines y medios.

Estudios sectoriales de condiciones de competencia

Informes cuyo contenido se centra en el análisis de un sector de la economía en particular, siendo su objetivo principal describir y analizar el desempeño de los diversos sectores de la economía, a efecto de conocer y evaluar su composición, tamaño, participantes, regulaciones y otros aspectos relevantes, a fin de establecer su incidencia en el nivel de competencia, que permita diagnosticar y proponer las medidas necesarias para fortalecer y mejorar las condiciones de competencia en los mismos.

Excusas

Razón o causa para eximirse del conocimiento de un caso seguido por PROCOMPETENCIA, cuando concurra alguna de las circunstancias legales que hacen dudosa la imparcialidad del funcionario o empleado.

F

Fase de resolución

Parte del procedimiento administrativo sancionador que incluye desde el momento en que el Presidente de PROCOMPETENCIA recibe el expediente, hasta el momento en que emite la resolución final o, en su caso, el acto que resuelve el recurso de revisión.

Fase Investigativa

Parte del procedimiento administrativo sancionador que incluye los actos de inicio del mismo, así como la etapa probatoria, hasta el momento en que el expediente es remitido al Presidente de PROCOMPETENCIA.

Fusión

(Ver concentración)



Fijación o Colusión de Precios

Son actos o acuerdos que tienen como objeto o efecto la manipulación de precios de venta o de compra de bienes o servicios. Este tipo de prácticas eliminan la competencia en precios en los mercados en que interactúan los distintos agentes económicos, los precios de los bienes o servicios se sitúan por encima de los niveles que prevalecerían bajo una estructura de mercado competitiva y eficiente.

Es una de las prácticas más graves por el daño que puede ocasionar a los consumidores ya que si los productores o proveedores de un determinado bien o servicio acuerdan fijar el precio, éste tiende a ser más alto, lo que se traduce en un incremento de las ganancias de las empresas en perjuicio de los consumidores. En cuanto a esta práctica específica se considera sancionable el propio hecho de intercambiar información con el objeto o efecto de fijar o manipular los precios.

G

Grado de concentración del mercado

Se refiere a la forma como la producción o comercialización está distribuida o concentrada en las diferentes empresas de un sector o rama de la economía de un país.

Los índices de concentración son indicadores de la concentración industrial, es decir, de hasta qué punto está controlada la producción de una rama o sector por unas empresas.

I

Improcedencia

Denuncia improcedente es aquella que no puede ser conocida por PROCOMPETENCIA por tener defectos procedimentales insubsanables, como por ejemplo, esta institución o porque el hecho aconteció antes de haber entrado en vigencia la Ley de Competencia. La misma lógica aplica para una solicitud de autorización de concentración económica, en cuanto a que puede resultar improcedente por no tratarse de una operación revisable por PROCOMPETENCIA. También es aplicable a aquellos casos en que exista reincidencia de la conducta o práctica anticompetitiva por parte del Agente Económico o a aquellos casos se presenten denuncias de Agentes Económicos que no posean interés legítimo en el mercado denunciado.

Imposición de Precios de Reventa

Es cuando el productor o distribuidor fija un precio mínimo o máximo u otras condiciones que deben seguirse al ser revendido el producto. Para que constituya una práctica sancionable, debe existir algún tipo de presión sobre los revendedores para que sigan las condiciones establecidas. Tiende a eliminar las opciones de los consumidores, ya que los precios tienden a igualarse, afectando la calidad.

Instructor

Funcionario de PROCOMPETENCIA quien actúa por delegación para tramitar el procedimiento de investigación y tramite sancionador.

J

Juicio Contencioso Administrativo

Aquél en el que se conoce de las controversias que surjan con relación a la legalidad de los actos de la Administración Pública, de los cuales conoce la Sala IV Administrativa de la Corte Suprema de Justicia.

L

Licitación Colusoria

Acuerdo mediante el cual se realiza una manipulación fraudulenta de las ofertas entre los competidores al participar en una licitación o concurso público. Esta manipulación puede ser de los precios, asignación de mercados o clientes. Es la coordinación de las ofertas para obtener contratos de suministro o proyectos. Los acuerdos pueden consistir en concertaciones de precios o cantidades entre licitantes o la abstención concertada a participar en las licitaciones, concursos, remates o subastas públicas. Estas conductas obstaculizan los objetivos de competencia y libre concurrencia, eficiencia, transparencia y mejores condiciones

en las transacciones que realiza es decir, normalmente obstaculizan la posibilidad de que la Administración reciba la mejor oferta.



M

Medidas cautelares

Acto emitido por el Superintendente de Competencia mediante resolución motivada, en cualquier etapa del procedimiento sancionador, cuya función es asegurar la eficacia de la resolución final, cuando exista un riesgo inminente para el mercado, que pudiera tener como consecuencia la limitación de la competencia, el acceso de un agente económico al mercado de que se trate o el desplazamiento de un agente económico o que, la conducta detectada pudiera producir daños a terceros o daños a intereses públicos o colectivos.

Mercado

Popularmente se denomina mercado al lugar en el que compradores y vendedores, voluntariamente, intercambian bienes o servicios. Pero el mercado, aunque pueda desarrollarse en un lugar, no es esencialmente un lugar ni necesariamente requiere espacio físico para desenvolverse. El mercado no es un lugar sino un proceso, que se pone en marcha para el intercambio, en el que los participantes intervienen mediante sus voluntades solventes y se interaccionan a través de relaciones competitivas. Se puede interpretar al mercado como cualquier demanda real o potencial de bienes o servicios que se vea satisfecha por la oferta de dichos bienes y sus sustitutos. En términos generales se entiende como el ámbito donde los compradores y vendedores negocian para el intercambio de bienes y servicios. El intercambio lleva a que los precios de los bienes y servicios tiendan a equilibrarse. Los mercados pueden ser locales, regionales, nacionales o internacionales en cuanto a su alcance y no necesariamente exigen que compradores y vendedores tengan que comunicarse o conocerse unos con otros. También pueden realizarse transacciones mediante el uso de intermediarios.

Mercado atomizado

Un mercado se encuentra atomizado cuando existen oferentes y demandantes en gran número, sin que ninguno de ellos pueda ejercer una influencia sensible.

Mercado relevante

Es la línea del comercio en una determinada zona geográfica, abarcando todos los productos o servicios razonablemente sustituibles entre sí, así como todos los competidores inmediatos, a los que un mayorista, intermediario o consumidor pudiese acudir a corto plazo. También es llamado mercado de referencia y mercado pertinente. El punto de partida para todo análisis de la competencia es la definición del mercado relevante, cuyos dos elementos son el mercado de productos que deben ser considerados como integrados en él; y el mercado geográfico, o zonas que deben ser consideradas partes del mismo. La definición del mercado relevante debe hacerse tanto desde el punto de vista de la demanda como desde la perspectiva de la oferta. En lo que concierne a la demanda, los productos integrantes en el mismo deben ser sustituibles desde la perspectiva del consumidor. De lado de la oferta, se tendrán que considerar las empresas que produzcan o puedan fácilmente producir el producto considerado o sus sustitutos.

Mercado relevante de productos

Comprende todos los productos o servicios que el consumidor considera como intercambiables o sustituibles. Partiendo de esta definición, la delimitación del mercado requiere de un análisis complejo basado en criterios intrínsecos y extrínsecos. Los primeros aluden a las características físicas del producto, el precio y el uso. Los segundos aluden a las condiciones de competencia desde el punto de vista de la demanda y de la oferta. Se considera dos dimensiones para su delimitación a) el mercado del producto, o sea que productos deben agruparse y b) el mercado geográfico, o sea, que áreas geográficas deben agruparse. La determinación de este mercado es importante porque es donde tuvo efectos la práctica.

Mercado relevante geográfico

El área geográfica dentro de la cual los consumidores tienen la capacidad y voluntad de cambiar sus compras, en cantidades significativas, de una ubicación a otra, en respuesta a un cambio en los precios relativos.

Monitoreos sectoriales

Actividades e informes relacionados con el seguimiento de variables y otra información relevante que describan el comportamiento de un sector de particular interés para PROCOMPETENCIA.



Mejora Regulatoria

Es una política pública que abarca el conjunto de acciones que realiza el gobierno para mejorar la manera en que regula o norma las actividades del sector privado, y en general, en que interviene en la sociedad, a fin que las regulaciones sean claras, sencillas y eficientes. El actual concepto de mejora de la regulación comprende tanto el proceso de elaboración de las normas como la desregulación, tanto estrategias regulatorias específicas como el proceso de elaborar regulaciones.

Monopolio

Situación de un mercado en la que hay solo vendedor. Originariamente este término se utilizó para indicar la existencia de un derecho exclusivo concedido por el soberano sobre ciertas operaciones mineras. Es la organización del mercado en la cual sólo hay una empresa que vende un bien o servicio para el cual no existe ningún sustituto próximo.

El monopolista posee un alto poder en el mercado para fijar los precios, por lo que su principal crítica es que tiende a aumentar los precios y a disminuir la cantidad ofrecida. Este último punto debe entenderse no sólo como una disminución física de unidades sino que incluye aspectos como la limitación en las posibilidades de opciones de productos para los consumidores.

Monopolio natural

Hay un monopolio natural en un mercado cuando las condiciones existentes en el mismo son tales que una sola empresa produce a más bajos costes que si hubiera una pluralidad de ellas, por obtener economías de escalas.

Existe un monopolio natural en un determinado mercado, si una sola empresa puede atender ese mercado a un costo inferior que cualquier combinación de dos o más empresas. Dicho monopolio surge del hecho de que solamente una empresa puede abastecer un mercado de manera eficiente, explotando los beneficios existentes, que le brinda el hecho de que entre mayor es la cantidad producida del bien, más bajo tiende a ser el costo del total de unidades producidas, favoreciendo de esta manera a los consumidores.

Generalmente los monopolios naturales se dan en actividades como los servicios públicos por lo que la forma de proteger al consumidor de abusos es regulando su precio por parte del Estado.

Monopsonio

Situación en el mercado en la que existe un solo comprador. (Monopolio de demanda).

Multa

Sanción de tipo económico emitido por el Tribunal Administrativo (PROCOMPETENCIA).

O

Oligopolio

Situación u organización del mercado que se caracteriza por la existencia de un número muy limitado de vendedores que tienen conciencia de ser interdependientes en sus decisiones de precios y de producción. El reducido número de empresas existentes en un mercado oligopolístico hace que cada una de ellas ejerza un cierto poder de mercado.

Oligopsonio

Se trata de una situación u organización de mercado en la que existe un número muy limitado de compradores de un bien o servicio, que también se califica como de oferta.

P

Participación de mercado

Medida del tamaño relativo de un agente económico en una industria o mercado en términos de la proporción de producción o ventas totales o capacidad total que posee.



Posición dominante

Condición bajo la cual un agente económico tiene la capacidad para actuar con independencia de sus competidores, clientes, proveedores y, en definitiva, del consumidor final, sin que agentes competidores reales o potenciales puedan contrarrestar dicho poder es decir que le permite controlar el mercado relevante de un determinado bien o servicio, sin que los demás agentes económicos puedan contrarrestar esa posición. La idea de la posición dominante, subyace en que lo determinante es que la empresa que disponga de tal posición pueda actuar sin tener en cuenta las reacciones que su comportamiento suscite en el mercado.

Para determinar esta condición se debe de considerar no sólo la participación en el mercado, sino que se analizan otros aspectos tales como barreras de entrada, poder de otros competidores, comportamiento reciente de la empresa, entre otros. Existe un término muy relacionado con este tema que es el "abuso de poder", si bien nuestra legislación no hace referencia a ello, otras legislaciones sí lo contemplan. La doctrina ha desarrollado este concepto y el abuso de poder se entiende como la utilización, por parte de una empresa o grupo de empresas, de la condición de contar con un poder de dominio sobre el mercado relevante, para distorsionar las condiciones de libre competencia y libre concurrencia en los mercados. Dicha distorsión se presenta por la utilización de prácticas comerciales que se consideran anticompetitivas.

El carácter de anticompetitivo se encuentra en el hecho de que la práctica tenga como objeto o efecto el desplazamiento indebido de otros agentes del mercado, el impedimento a su acceso o el establecimiento de ventajas exclusivas en favor de una o varias personas.

Se debe destacar que lo el hecho de contar con un poder sobre el mercado relevante no es sancionable en sí mismo, lo sancionable es que se utilice ese poder para distorsionar las condiciones de libre competencia y concurrencia en el mercado.

Política de competencia

Es un conjunto de reglas y acciones emanadas y reguladas por el estado, ya que en el mundo real, es difícil encontrar estructuras de mercado que garanticen la transparencia plena tanto para consumidores como para competidores. Abarca la totalidad de objetivos e instrumentos, medidas que buscan mantener y fomentar la estructura del mercado así como el comportamiento del mercado con cualidades de competencia y cuyo dinamismo se transfieren para su aplicación en un conjunto de leyes y disposiciones dirigidas a asegurar el correcto funcionamiento de los mercados nacionales.

Políticas Públicas

Son las estrategias y lineamientos creadas e implementadas por el estado con el fin de orientar las políticas económicas y sociales del mismo. Son la disciplina de la Ciencia Política que tiene por estudio la acción de las autoridades públicas en el seno de la sociedad. Aunque en su diseño e implementación técnica confluyen otras disciplinas como la economía, la sociología, e incluso la ingeniería y psicología.

Prácticas abusivas

Se refiere a la situación en la que los operadores económicos explotan en beneficio propio una posición de dominio en el mercado.

Prácticas anticompetitivas

Cualquier práctica realizada por un agente económico que, manifestada bajo cualquier forma limite o restrinja la competencia o impida el acceso al mercado a cualquier agente económico.

Prácticas Predatorias

Es el comportamiento desarrollado por agentes económicos, que puede consistir en vender bienes o servicios por debajo de los costos marginales o cualquier acción anticompetitiva tendiente a encarecer los costos de los competidores, siempre que se lleve a cabo con el propósito de restringir la libre competencia.

Prácticas restrictivas

Se refiere a cualquier comportamiento contrario a la libre competencia de carácter cartelístico, es decir, que consista en alguna suerte de convenio entre varias empresas para evitar la competencia.

Son decisiones, acuerdos o recomendaciones colectivas, prácticas concertadas o conscientemente paralelas, que tengan por objeto, produzcan o puedan producir el efecto de impedir, restringir o falsear la competencia en todo o en parte del mercado nacional. Prácticas monopolísticas o prácticas anticompetitivas.

Se refieren a una serie de prácticas comerciales en las que un agente económico o un grupo de agentes pueden incurrir con el fin de restringir la competencia en el mercado. Con ello procuran mantener o mejorar su posición relativa o sus utilidades, sin ofrecer necesariamente bienes y servicios a más bajo costo ni de mejor calidad. Estas conductas, por sus efectos, se asemejan situaciones monopólicas u oligopólicas que eliminan opciones en perjuicio del consumidor.



Prácticas Monopolísticas Horizontales o Absolutas

Son los actos, los contratos, los convenios, los arreglos o las combinaciones entre agentes económicos competidores entre sí, con el fin de fijar, elevar, concertar o manipular los precios de los bienes o servicios; establecerla obligación de producir, procesar, distribuir o comercializar sólo una cantidad restringida de bienes o servicios; dividir, distribuir, asignar o imponer porciones del mercado; y establecer o coordinar las ofertas o la abstención en las licitaciones, los concursos, los remates o las subastas públicas.

En el análisis de estas prácticas deben determinarse dos cosas: primero que la conducta se dé entre agentes competidores entre sí. Es decir, entre agentes económicos que operan a un mismo nivel del mercado, por esta razón es que se denominan también "prácticas horizontales". En segundo lugar, se debe probar que la conducta corresponde a la conducta descrita por la norma (hecho objetivo), no requiere comprobar el tamaño del mercado afectado, ni la intención de los agentes económicos que tomaron el acuerdo. Por lo anterior es que se dice que son nulas de pleno derecho e ilegales per se.

El hecho de que sean ilegales "per se" quiere decir que son prohibidas bajo cualquier circunstancia y se consideran ilícitas por sí mismas, independientemente de sus resultados. En ese sentido, el incurrir en una de esas conductas previstas en la ley como prohibidas implica que se ha cometido "per se" una infracción administrativa y por ello procede la imposición de una sanción.

Las prácticas monopolísticas absolutas son consideradas como las más perjudiciales al proceso de competencia y libre concurrencia ya que sus efectos negativos en la eficiencia económica y en el bienestar de los consumidores han sido probados. Lo anterior, precisamente porque los agentes económicos que incurren en estas prácticas se comportan como un verdadero monopolio y en ese sentido, se ve limitada la oferta de bienes y servicios ya que en una situación de monopolio una empresa que no tiene competidores puede imponer condiciones de venta, calidad, precios y servicios que le sean más favorables a ésta, sin que los consumidores tengan posibilidades de elección, así por ejemplo, ante un precio monopólico el consumidor se ve forzado a pagar el precio por el producto o simplemente no comprarlo.

Prácticas monopolísticas verticales o relativas

Se definen como los actos, los contratos, los convenios, los arreglos o las combinaciones cuyo objeto o efecto sea o pueda ser el desplazamiento indebido de otros agentes del mercado, el impedimento sustancial de su acceso o el establecimiento de ventajas exclusivas a favor de una o varias personas. Estas prácticas se realizan entre empresas que operan en diferentes niveles del mercado o fases del proceso productivo por lo que son también denominadas de carácter vertical, tiene el objeto o efecto de desplazar indebidamente a otros agentes del mercado, impedir su acceso o establecer ventajas exclusivas a favor de una o varias personas.

Procedimiento

Conjunto de actos que comprenden la iniciación y la tramitación de un expediente, así como la ejecución de las resoluciones emitidas dentro del mismo. Procedimiento administrativo

Es el conjunto de actos, diligencias y resoluciones que comprenden la iniciación, instrucción, desenvolvimiento, fallo y ejecución de un expediente o proceso. El Instituto Nacional de Promoción de la Competencia se rige por el procedimiento previsto en la Ley 601 y su Reglamento.

Procedimiento sancionador

Procedimiento administrativo que tiene lugar luego de haberse encontrado indicios suficientes de la existencia de una práctica anticompetitiva o conductas de competencia desleal que tiene lugar como consecuencia de la admisión a trámite de una denuncia. En este procedimiento se atribuye determinada conducta prohibida por la ley a un presunto infractor, a quien se le concede el derecho de audiencia y defensa, así como el derecho de vista del expediente y el de aportar alegaciones, motivaciones y pruebas que justifiquen lo actuado por él. Todo, respetando el debido proceso o proceso constitucionalmente configurado.





Recomendaciones

Aquellas medidas propuestas por el Presidente o el Consejo Directivo de PROCOMPETENCIA, adoptadas mediante resolución, como resultado de un estudio sectorial de condiciones de competencia, una opinión sobre normativa o sobre bases de licitación pública, una investigación de prácticas anticompetitivas o un procedimiento de autorización de concentraciones económicas, dirigidas a entidades públicas, con el fin de evaluar, crear y/o modificar políticas públicas o normativa que inciden en las condiciones de competencia de un sector de la economía.

Recurso

La reclamación que, concedida por ley, formula quien se siente perjudicado o agraviado por la resolución de una autoridad, ante la misma o el superior inmediato, con el fin que la reforme o revoque.

Recurso de Apelación: Medio de impugnación escrito permitido por la Ley de Competencia, contra la resolución del recurso de revisión resuelto por el Presidente de PROCOMPETENCIA que se presentará ante el Consejo Directivo de PROCOMPETENCIA, cumpliendo los requisitos establecidos por la citada ley.

Recurso de revisión

Medio de impugnación escrito permitido por la Ley de Competencia, que se presentará ante el Presidente de PROCOMPETENCIA, y es resuelto en esta misma instancia, cumpliendo los requisitos establecidos por la citada ley.

Regulación

La regulación es una función básica del Estado, consiste en la imposición a los particulares de reglas dictadas por los poderes públicos para modificar y orientar de determinada manera el comportamiento de los agentes económicos privados. La regulación constituye un requisito indispensable para el desarrollo de la actividad económica es una función fundamental del Estado para promover, procurar y preservar dicho desarrollo. Establece las reglas del juego que regirán a los diferentes actores de la sociedad.

Regla de la razón

Forma de análisis de las prácticas anticompetitivas mediante la cual, para tener por demostrada la comisión de ese tipo de conductas ilícitas, deben examinarse las particularidades concretas de cada caso; de tal forma que, para determinar si se trata de una práctica prohibida, se evalúen tanto las características como sus efectos.

Regla "per se"

Forma de analizar los acuerdos anticompetitivos entre competidores, mediante la cual, para tener por demostrada la comisión de ese tipo de prácticas ilícitas, el aplicador únicamente tiene que comprobar la adopción de uno de los acuerdos tipificados en el artículo 18 de la Ley de Competencia.

Recusación

Acto por el cual se rechaza a un funcionario o empleado de PROCOMPETENCIA para que conozca de un caso seguido por dicha institución, cuando se cree que su imparcialidad ofrece motivadas dudas.

Resolución

Pronunciamiento escrito y razonado de una autoridad administrativa, sobre una cuestión sometida a su conocimiento.



S

Sana crítica

Sistema en virtud del cual la autoridad administrativa valora las pruebas de acuerdo a su criterio.

Sanción

Pena establecida por la Ley de Competencia a una infracción de la misma, que puede ser de tipo económico y/o conductual.

Salario Mínimo

Es el salario mínimo promedio nacional vigente determinado por la Comisión Nacional de Salario Mínimo.

Sustitutos

Bienes o servicios que por tener características o finalidades de uso similares, satisfacen sus necesidades de manera indistinta.

Servicio Público

Es el conjunto de acciones de dar y/o hacer de medidas personales, materiales, financieras y de información para satisfacer necesidades colectivas, con las cualidades y condiciones esperadas por los ciudadanos encada momento, esta definición contiene las características principales del servicio público.

Sustituibilidad

Se refiere a la sustituibilidad que, para los usuarios, existe entre diferentes bienes o servicios, en términos de uso, calidad o precio, es la característica preferentemente utilizada para delimitar el mercado relevante de producto. Así, si existe, en los términos precisados, sustituibilidad para el usuario entre dos productos, el mercado de producto relevante será el correspondiente a ambos productos.

V

Venta Atada

Es un la situación de trato en que un vendedor sujeta la venta de un bien o servicio a no usar, adquirir, vender, ni proporcionar los bienes y servicios disponibles y normalmente ofrecidos a terceros. Esta práctica tiene como efecto el aprovecharse del poder que se tiene respecto a un producto para introducir otro.

Ventas Netas Anuales

Es el resultado de las ventas brutas anuales, menos el importe de las devoluciones sobre ventas, descuentos y bonificaciones.

Venta Condicionada

Es una situación de trato en que un vendedor condiciona la venta de un bien o servicio a comprar, adquirir, vender, o proporcionar otro bien o servicio adicional, con lo cual obstaculiza la competencia.

