



Módulo V: Ley de Competencia de El Salvador

Daniel Olmedo
San Salvador, 26 de noviembre de 2010

"Los criterios expuestos en el desarrollo de esta presentación son el punto de vista del autor y no representan necesariamente los puntos de vista del Gobierno de El Salvador, la Superintendencia de Competencia o de otra institución"

La competencia beneficia a los consumidores

1



Índice

1. Antecedentes históricos del Derecho de Competencia en El Salvador
2. Base constitucional
3. Ley de Competencia
4. Prácticas anticompetitivas tipificadas
5. Prácticas anticompetitivas no tipificadas
6. Régimen sancionatorio
7. Autoridad competente
8. Procedimiento administrativo sancionatorio

La competencia beneficia a los consumidores

2



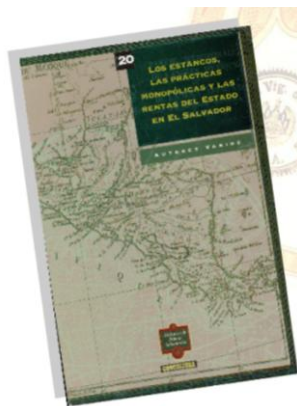
Antecedentes históricos del Derecho de Competencia en El Salvador

La competencia beneficia a los consumidores

3



Antecedentes históricos del Derecho de Competencia en El Salvador



La competencia beneficia a los consumidores

4



Antecedentes históricos del Derecho de Competencia en El Salvador

Estancos reales que se pusieron a funcionar en la Real Audiencia de Guatemala

1559	Estanco del azogue
1609	Estanco de la sal
1632	Estanco de sal y naipes
1632	Estanco de la pimienta
1640	Estanco del papel sellado
1650	Estanco de la brea para alumbrado público y privado (no se aplicó)
1754	Estanco de la nieve
1758	Estanco del aguardiente
1764	Estanco del tabaco (aunque instrumentalizado hasta 1766)
1765	Estanco de la pólvora y naipes
1766	Estanco de la pólvora, agua regia y naipes
1797	Estanco de la chicha, aguardiente y bebidas fermentadas
1797	Estanco de peleas de gallo
1797	Estanco de cigarros de tusa
1803	Estanco de la brea para alumbrado público y privado

5

La competencia beneficia a los consumidores



Antecedentes históricos del Derecho de Competencia en El Salvador

Ingresos del estanco de aguardiente: montos y proporción del ingreso total (en pesos)

Año	Ingresos fiscales totales	Ingresos del aguardiente	% de ingresos totales
1846-47	172,661	65,231	37.78
1847-48	64,615	30,014	46.45
1849	387,372	185,426	47.87
1850	325,610	147,380	45.26
1851	327,177	115,692	35.36
1852	410,351	110,592	26.95
1853	404,415	176,194	43.57
1854	498,192	227,500	45.66
1855	446,824	193,471	43.30
1856	527,594	189,570	35.93
1866	628,252	114,000	18.15
1867	719,607	172,443	23.96
1868	701,346	140,414	20.02
1869	830,370	157,179	18.92

6

La competencia beneficia a los consumidores



Antecedentes históricos del Derecho de Competencia en El Salvador

1886

Art. 34 Cn:

Toda industria es libre, y sólo podrán estancarse en provecho de la Nación, y para administrarse por el Ejecutivo, el aguardiente, el salitre y la pólvora.

No habrá monopolio de ninguna clase, ni prohibiciones a título de protección a la industria. Exceptúanse únicamente los relativos a la acuñación de moneda y a los privilegios que, por tiempo limitado, conceda la ley a los inventores o perfeccionadores de alguna industria.

La competencia beneficia a los consumidores

7



Antecedentes históricos del Derecho de Competencia en El Salvador

1939

Art. 55 Cn:

El ejercicio del comercio y la de la industria es libre; pero el Estado podrá estancar, por medio de la ley, en provecho de la Nación para administrarlos por el Poder Ejecutivo, el salitre, los explosivos, las armas y cartuchos; el alcohol y bebidas alcohólicas; el tabaco elaborado, los fósforos y toda clase de carburantes; así como deberá fomentar el ejercicio del pequeño comercio y de las pequeñas industrias en favor de los salvadoreños.

No habrá monopolios de ninguna clase, ni prohibiciones a título de protección a la industria; pero la ley podrá conceder privilegios por tiempo limitado a los inventores o a los perfeccionadores de inventos y a los que establecieren alguna industria nueva en el país.

Los privilegios a que se refiere la parte final del inciso anterior no podrán concederse por más de diez años, ni tendrán carácter prohibitivo para las industrias análogas o similares.

La competencia beneficia a los consumidores

8



Antecedentes históricos del Derecho de Competencia en El Salvador

1983

Art. 110 Cn:

No podrá autorizarse ningún monopolio sino a favor del Estado o de los Municipios, cuando el interés social lo haga imprescindible. Se podrán establecer estancos a favor del Estado.

A fin de garantizar la libertad empresarial y proteger al consumidor, se prohíben las prácticas monopolísticas.

Se podrá otorgar privilegios por tiempo limitado a los descubridores e inventores y a los perfeccionadores de los procesos productivos (...).

La competencia beneficia a los consumidores

9



Antecedentes históricos del Derecho de Competencia en El Salvador

1992

Acuerdos de Paz

Capítulo V: Tema económico y social

“si bien la filosofía u orientación general de la política económica del Gobierno, que el Frente no necesariamente comparte, no son objeto de este Acuerdo, ambas partes coinciden en la necesidad de ofrecer algunas orientaciones básicas que permitan generar la estabilidad social necesaria en el período de transición, consolidar la paz y avanzar hacia la reunificación de la sociedad salvadoreña (...) [el Gobierno de El Salvador se compromete a que] evitará prácticas monopolísticas, al tiempo que garantiza la libertad empresarial y la protección del consumidor, en concordancia con lo establecido en el Artículo 110 de la Constitución”.

La competencia beneficia a los consumidores

10



Antecedentes históricos del Derecho de Competencia en El Salvador

1998

Art. 98 C Pn.:

“Art. 232.- Será sancionado con prisión de cuatro a ocho años y multa de ciento ochenta a trescientos días multa el que abusando de una posición de dominio total o parcial del mercado o mediante acuerdos con otras personas o empresas, impidiere, dificultare o falseare las reglas de competencia, conforme a alguna de las modalidades siguientes: 1) La imposición, directa o indirecta, de los precios de compra o venta; 2) La imposición de condiciones especiales para las transacciones o mediante la subordinación de la conclusión de los contratos a la aceptación de prestaciones o de operaciones comerciales suplementarias, que por su naturaleza y según las prácticas usuales, no guarden relación con el objeto de los contratos; 3) La imposición de condiciones contractuales desiguales, para prestaciones similares; 4) La imposición de limitaciones a la producción, desarrollo técnico o las inversiones de otras personas; 5) El reparto de los mercados, o de las áreas de suministro o de aprovisionamiento; 6) La imposición de condiciones discriminatorias para el transporte de cosas, valores o bienes; 7) El abandono de cosechas, cultivos, plantaciones, productos agrícolas o ganaderos; y, 8) La detención u obstaculización del funcionamiento de establecimientos industriales o la exploración o de explotación de yacimientos mineros”.

11

La competencia beneficia a los consumidores



Antecedentes históricos del Derecho de Competencia en El Salvador

1998

Art. 98 C Pn.:

“Art. 232.- Será sancionado con prisión de cuatro a ocho años y multa de ciento ochenta a trescientos días multa el que abusando de una posición de dominio total o parcial del mercado o mediante acuerdos con otras personas o empresas, impidiere, dificultare o falseare las reglas de competencia, conforme a alguna de las modalidades siguientes: 1) La imposición, directa o indirecta, de los precios de compra o venta; 2) La imposición de condiciones especiales para las transacciones o mediante la subordinación de la conclusión de los contratos a la aceptación de prestaciones o de operaciones comerciales suplementarias, que por su naturaleza y según las prácticas usuales, no guarden relación con el objeto de los contratos; 3) La imposición de condiciones contractuales desiguales, para prestaciones similares; 4) La imposición de limitaciones a la producción, desarrollo técnico o las inversiones de otras personas; 5) El reparto de los mercados, o de las áreas de suministro o de aprovisionamiento; 6) La imposición de condiciones discriminatorias para el transporte de cosas, valores o bienes; 7) El abandono de cosechas, cultivos, plantaciones, productos agrícolas o ganaderos; y, 8) La detención u obstaculización del funcionamiento de establecimientos industriales o la exploración o de explotación de yacimientos mineros”.

Ley de Competencia
2006

12

La competencia beneficia a los consumidores



Antecedentes históricos del Derecho de Competencia en El Salvador

2004

CAFTA-RD (ratificación)
Art. 1.2 lit c):

“Los objetivos de este Tratado, desarrollados de manera más específica a través de sus principios y reglas, incluidos los de trato nacional, trato de nación más favorecida, y transparencia, son: (...) c) promover condiciones de competencia leal en la zona de libre comercio”

La competencia beneficia a los consumidores

13



Antecedentes históricos del Derecho de Competencia en El Salvador

2004

Ley de Competencia: decreto y sanción

2006

Ley de Competencia: entrada en vigencia

La competencia beneficia a los consumidores

14



Base constitucional

La competencia beneficia a los consumidores

15



Base constitucional

Art.101

- El orden económico debe responder esencialmente a principios de justicia social, que tiendan a asegurar a todos los habitantes del país una existencia digna del ser humano.
- El Estado promoverá el desarrollo económico y social mediante el incremento de la producción, la productividad y la racional utilización de los recursos. Con igual finalidad, fomentará los diversos sectores de la producción y defenderá el interés de los consumidores.

La competencia beneficia a los consumidores

16



Base constitucional

Art.101

- El orden económico debe responder esencialmente a principios de justicia social, que tiendan a asegurar a todos los habitantes del país una existencia digna del ser humano.
- El Estado promoverá el desarrollo económico y social mediante **el incremento de la producción, la productividad y la racional utilización de los recursos**. Con igual finalidad, fomentará los diversos sectores de la producción y **defenderá el interés de los consumidores**.

Eficiencia

Bienestar de
los
consumidores

17

La competencia beneficia a los consumidores



Base constitucional

Art.102

- Se garantiza la libertad económica, en lo que no se oponga al interés social.
- El Estado fomentará y protegerá la iniciativa privada dentro de las condiciones necesarias para acrecentar la riqueza nacional y para asegurar los beneficios de ésta al mayor número de habitantes del país.

18

La competencia beneficia a los consumidores



Base constitucional

Art.102

- Se garantiza la **libertad económica**, en lo que no se oponga al interés social.
- El Estado fomentará y protegerá la iniciativa privada dentro de las condiciones necesarias para acrecentar la riqueza nacional y para asegurar los beneficios de ésta al mayor número de habitantes del país.

Libertad
económica

La competencia beneficia a los consumidores

19



Base constitucional

Libertad económica

SSC Incn15-99/17-99 (13/VIII/2002)

(...) la libertad económica se manifiesta en tres etapas: la primera, referida a la iniciativa de producción de bienes y creación de servicios destinados a satisfacer necesidades humanas; la segunda, la distribución de esos bienes y el ofrecimiento de los servicios, ambos –los bienes y servicios– puestos al alcance de los consumidores en la cantidad y en el tiempo que son requeridos; y la tercera, el consumo, uso, disposición, utilización y aprovechamiento de los mismos.- Cuando todo este proceso **opera sin estorbos, sin más regulaciones que las necesarias para garantizar la libre elección de la iniciativa privada y lograr así los fines y metas del Estado**, se dice que existe 'libertad económica'

La competencia beneficia a los consumidores

20

Superintendencia de
Competencia

Base constitucional

Art.110

- No podrá autorizarse ningún monopolio sino a favor del Estado o de los Municipios, cuando el interés social lo haga imprescindible. Se podrán establecer estancos a favor del Estado.
- A fin de garantizar la libertad empresarial y proteger al consumidor, se prohíben las prácticas monopolísticas.
- Se podrán otorgar privilegios por tiempo limitado a los descubridores e inventores y a los perfeccionadores de los procesos productivos (...)

La competencia beneficia a los consumidores

21

Superintendencia de
Competencia

Base constitucional

Art.110

- No podrá autorizarse ningún monopolio sino a favor del Estado o de los Municipios, cuando el interés social lo haga imprescindible. Se podrán establecer estancos a favor del Estado.
- A fin de garantizar la **libertad empresarial** y proteger al consumidor, se **prohíben las prácticas monopolísticas**.
- Se podrán otorgar privilegios por tiempo limitado a los descubridores e inventores y a los perfeccionadores de los procesos productivos (...)

Libertad
empresarial

Prohibición de
prácticas
"monopolísticas"

La competencia beneficia a los consumidores

22

Superintendencia de
Competencia



Base constitucional

Libertad empresarial

BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A., Apuntes
de Derecho Mercantil

“[la libertad económica] implica la libertad de los ciudadanos para constituirse en empresarios, esto es, **para participar** en el mercado ofreciendo bienes o servicios; pero no sólo garantiza la posibilidad de participar como empresario en el mercado, sino también la **libertad de dirigir** con arreglo a los propios criterios la organización y actividad de la empresa, y, por supuesto, también la **libertad de extinguirla**”

SSC Amp 432-2005 (12/IX/2006)

“[la libertad empresarial] se puede analizar desde una doble vertiente: la primera de naturaleza subjetiva, mediante la cual se pueden **emprender actividades económicas lícitas** –esto es, permitidas por el ordenamiento jurídico– y, además, **posibilita el ejercicio libre o antimonopólico de actividades empresariales**; y, la segunda vertiente de tipo institucional, que implica el **no sometimiento a limitaciones** que la vuelvan impracticable o que la dificulten más allá de lo razonable, o bien que la despojen de su necesaria protección”.

23

La competencia beneficia a los consumidores

Superintendencia de
Competencia



Ley de Competencia

24

La competencia beneficia a los consumidores



Ley de Competencia

Ley de Competencia

D.L. 528: 26/XI/2004

Sanción: 22/XII/2004

Vigencia: 1/I/2006

Reformas

D.L. 436: 18/X/2007

Vigencia: 9/XI/2007

La competencia beneficia a los consumidores

25



Ley de Competencia

Objeto

- Art. 1: "El objeto de la presente ley es el de promover, proteger y garantizar la competencia, mediante la prevención y eliminación de prácticas anticompetitivas que, manifestadas bajo cualquier forma limiten o restrinjan la competencia o impidan el acceso al mercado a cualquier agente económico, a efecto de incrementar la eficiencia económica y el bienestar de los consumidores".

La competencia beneficia a los consumidores

26



Ley de Competencia

Objeto

- Art. 1: “El objeto de la presente ley es el de promover, proteger y garantizar la **competencia**, mediante la prevención y eliminación de prácticas anticompetitivas que, manifestadas bajo cualquier forma limiten o restrinjan la competencia o impidan el acceso al mercado a cualquier agente económico, a efecto de incrementar **la eficiencia económica** y **el bienestar de los consumidores**”.

Competencia

Eficiencia económica

Bienestar de los consumidores

La competencia beneficia a los consumidores

27



Ley de Competencia

Objeto

- Art. 1: “El objeto de la presente ley es el de promover, proteger y garantizar la **competencia**, mediante la prevención y eliminación de prácticas anticompetitivas que, manifestadas bajo cualquier forma limiten o restrinjan la competencia o impidan el acceso al mercado a cualquier agente económico, a efecto de incrementar **la eficiencia económica** y **el bienestar de los consumidores**”.

Competencia

Eficiencia económica

Bienestar de los consumidores

Protección industria nacional

Protección de la pequeña industria y comercio

Resolver conflictos comerciales inter partes

La competencia beneficia a los consumidores

28



Ley de Competencia

Objeto

- Art. 1: "El objeto de la presente ley es el de promover, proteger y garantizar la **competencia**, mediante la prevención y eliminación de prácticas anticompetitivas que, manifestadas bajo cualquier forma limiten o restrinjan la competencia o impidan el acceso al mercado a cualquier agente económico, a efecto de incrementar **la eficiencia económica** y **el bienestar de los consumidores**".

Competencia

Eficiencia económica

Bienestar de los consumidores

~~Protección
industria
nacional~~

~~Protección de la
pesca
industria y
comercio~~

~~Resolver
conflictos
comerciales inter
partes~~

La competencia beneficia a los consumidores

29



Ley de Competencia

Sujeto

- Art. 2: "Quedan sujetos a las disposiciones de esta ley todos los agentes económicos, sean personas naturales, jurídicas, entidades estatales, municipales, empresas de participación estatal, asociaciones cooperativas, o cualquier otro organismo que tenga participación en las actividades económicas."

La competencia beneficia a los consumidores

30



Ley de Competencia

Sujeto

- Art. 2: "Quedan sujetos a las disposiciones de esta ley todos los agentes económicos, sean personas naturales, jurídicas, entidades estatales, municipales, empresas de participación estatal, asociaciones cooperativas, o cualquier otro organismo que tenga participación en las actividades económicas".

Excepción

- Art. 2 inc. 2o: "no aplicará a las actividades económicas que la Constitución y las leyes reserven exclusivamente al Estado y los Municipios. En lo que no concierne a tales actividades, las instituciones y dependencias del Estado y los Municipios están obligados a acatar las disposiciones contenidas en la presente Ley".

31

La competencia beneficia a los consumidores



Ley de Competencia

Disposiciones
generales
(arts. 1 y 2)

Marco institucional
(arts. 3 al 24)

Prácticas
anticompetitivas
(arts. 25 al 30)

Concentraciones
económicas: material
y procedimiento
(arts. 31 al 36)

Infracciones y
sanciones
(art. 37 y 38)

Procedimiento
sancionador
(art. 39 al 49)

Disposiciones finales
(art. 50 al 58)

32

La competencia beneficia a los consumidores



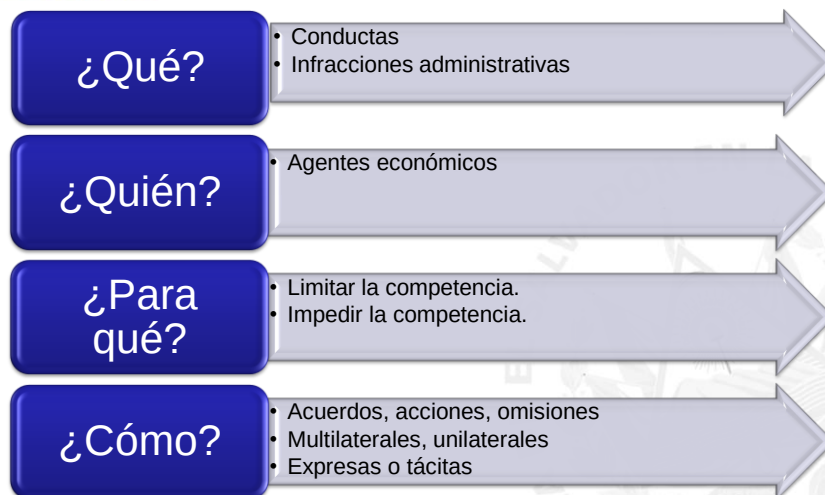
Prácticas anticompetitiva tipificadas

33

La competencia beneficia a los consumidores



Prácticas anticompetitivas tipificadas



34

La competencia beneficia a los consumidores



Prácticas anticompetitivas tipificadas

Acuerdos entre competidores

Prácticas anticompetitivas entre no competidores

Abusos de la posición dominante

La competencia beneficia a los consumidores

35



Prácticas anticompetitivas tipificadas

Acuerdos entre competidores
Forma de analizarlos

No es necesaria la posición dominante

Regla *per se*

La competencia beneficia a los consumidores

36



¿Cuáles son las prácticas anticompetitivas?

Prácticas anticompetitivas entre no competidores
y abusos de la posición dominante
Forma de analizarlos

Definir el mercado
relevante

Es necesario tener
posición dominante

Regla de la razón

La competencia beneficia a los consumidores

37



Prácticas anticompetitivas tipificadas

Acuerdos entre competidores
Elemento subjetivo

Productor



Distribuidor



Consumidor

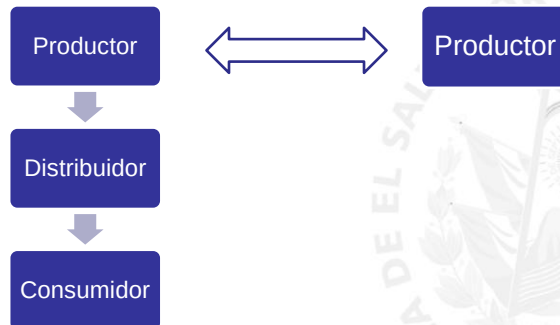
La competencia beneficia a los consumidores

38



Prácticas anticompetitivas tipificadas

Acuerdos entre competidores Elemento subjetivo



La competencia beneficia a los consumidores

39



Prácticas anticompetitivas tipificadas

Acuerdos entre competidores (Art. 25 LC)

Acuerdos para fijar precios u otras condiciones de compra o venta

Fijación o limitación de cantidades de producción

“Licitaciones colusorias”

División del mercado

La competencia beneficia a los consumidores

40



Prácticas anticompetitivas tipificadas

Acuerdos entre competidores (Art. 25 LC)

Acuerdos para fijar precios u otras condiciones de compra o venta

Fijación o limitación de cantidades de producción

“Licitaciones colusorias”

División del mercado

La competencia beneficia a los consumidores

41



Prácticas anticompetitivas tipificadas

Acuerdos para fijar precios u otras condiciones de compra o venta

¿Sugerencia de precios?

¿Gremiales pueden ser infractores?

¿Acuerdos para reducir precios?

¿Acuerdos de promociones, plazo de crédito, etc.?

La competencia beneficia a los consumidores

42



Prácticas anticompetitivas tipificadas

Acuerdos para fijar precios u
otras condiciones de compra o
venta

Caso contra LAFISE, NEAGRO, LATIN
TRADE, INTER-PRODUCTOS,
GRACONSA y SBS

43

La competencia beneficia a los consumidores



Prácticas anticompetitivas tipificadas

LA ASOCIACION DE PUESTOS DE BOLSA DE EL SALVADOR (PDBESA)

HACE DEL CONOCIMIENTO PÚBLICO LO SIGUIENTE:

TABLA DE COMISIONES MÍNIMAS A COBRAR

OPERACIONES ABIERTAS

Operaciones Privadas y de Gobierno: 1.50 % más IVA

REGISTRO DE CONTINGENTES

Arroz Granza y Maíz Amarillo: \$ 0.01 más IVA sobre el quintal Registrado

Carne de Cerdo y Queso Cheddar: 1.0 % más IVA sobre monto Contratado

Maíz Blanco: \$ 0.02 más IVA sobre el quintal Registrado

CONVENIOS SORGO, ARROZ GRANZA y MAÍZ BLANCO

Comisiones a Industria: \$ 0.17 más IVA sobre el quintal Contratado

Comisión a Agricultores: \$ 0.15 más IVA sobre el quintal Contratado

VIGENCIA DE TABLA DE COMISIONES MÍNIMAS

Para el Convenio de Sorgo y Operaciones Abiertas será a partir del 01 de Octubre de 2006 y para los convenios de Arroz Granza, Maíz Blanco y Registro de Contingentes será a partir del 01 de Enero del 2007.

GRACONSA, S.A.

LATIN TRADE, S.A.

LAFISE AGROBOLSA DE EL SALVADOR, S.A.

NEAGRO, S.A.

SERVICIOS BURSÁTILES SALVADOREÑOS, S.A.

INTERPRODUCTOS, S.A.

La responsabilidad relacionada con la prestación de estos servicios es única y exclusiva de los integrantes de La Asociación de Puestos de Bolsa de El Salvador (PDBESA).

44

La competencia beneficia a los consumidores



Prácticas anticompetitivas tipificadas

Acuerdos entre competidores (Art. 25 LC)

Acuerdos para fijar precios u otras condiciones de compra o venta

Fijación o limitación de cantidades de producción

“Licitaciones colusorias”

División del mercado

La competencia beneficia a los consumidores

45



Prácticas anticompetitivas tipificadas

Acuerdos entre competidores (Art. 25 LC)

Acuerdos para fijar precios u otras condiciones de compra o venta

Fijación o limitación de cantidades de producción

“Licitaciones colusorias”

División del mercado

La competencia beneficia a los consumidores

46



Prácticas anticompetitivas tipificadas

Licitaciones colusorias

Tipo sancionador especial

Excepción: Unión de ofertantes

La competencia beneficia a los consumidores

47



Prácticas anticompetitivas tipificadas

“Licitaciones colusorias”

Caso contra AMATE TRAEI, U-TRAVEL, AGENCIA DE VIAJES ESCAMILLA e INTER-TOURS

La competencia beneficia a los consumidores

48



Prácticas anticompetitivas tipificadas

	AMATE TRAVEL	AGENCIA DE VIAJES ESCAMILLA	U TRAVEL	INTER TOURS
Costo por emisión de boletos de ida y vuelta	\$39.55	\$39.55	\$39.55	\$39.55
Reconfirmación de vuelo/boleto y constancia de reservación	Gratis	Gratis	Sin Costo	NA
Trámite de Boleto premio	Gratis	Gratis	Sin Costo	NA
Anulación de Boleto	Gratis	\$39.55	Gratis (el mismo día)	NA
Re-emisión de Boleto	\$39.55	\$39.55	\$39.55	\$39.55
Emisión de boleto contra orden de canje (MCO)	\$39.55	Gratis	\$39.55	\$39.55
Trámite de reembolso de boleto no utilizado	Gratis	Gratis	Sin Costo	NA
Trámite de reembolso de boleto extraviado	Gratis	Gratis	Sin Costo	NA
Reservación de tren	Gratis	Gratis	Gratis	NA
Servicio a domicilio dentro del área metropolitana	Gratis	Gratis	Gratis	NA
Total	\$118.65	\$118.65	\$118.65	\$118.65

49

La competencia beneficia a los consumidores



Prácticas anticompetitivas tipificadas

Servicios de Suministro de Boleto Aéreos	U TRAVEL	AMATE TRAVEL	INTER TOURS
Emisión de Boleto Aéreos en General (Costo \$US tarifa fija IVA incluido).	\$56.50	\$56.50	\$56.50
Reconfirmación de vuelo	Gratis	Gratis	Gratis
Servicio a Domicilio: dentro del área metropolitana	Gratis	Gratis	Gratis
Trámite de boleto extraviado	Gratis	Gratis	Gratis
Anulación de Boleto aéreo (dentro del mismo día).	Gratis	Gratis	Gratis
Reembolso de boleto no utilizado, en efectivo o en MCO emitido por la aerolínea, a favor de CORSATUR.	Gratis	Gratis	Gratis
Envío de información vía internet, fax o teléfono	Gratis	Gratis	Gratis
Emisión de boletos fuera de horas laborales de la Agencia.	Gratis	Gratis	Gratis
Emisión de boletos de emergencia	Gratis	Gratis	Gratis
Emisión de boletos contra orden de canje (MCO).	Gratis	Gratis	Gratis
Asesoría pre-cheques	Gratis	Gratis	Gratis
Cobros de boletos prepagados + IVA	Gratis	Gratis	Gratis
Reservación de Auto/hotel	Gratis	Gratis	Gratis
Otros	Gratis	Gratis	Gratis

50

La competencia beneficia a los consumidores



Prácticas anticompetitivas tipificadas

Acuerdos entre competidores (Art. 25 LC)

Acuerdos para fijar precios u otras condiciones de compra o venta

Fijación o limitación de cantidades de producción

“Licitaciones colusorias”

División del mercado

La competencia beneficia a los consumidores

51



Prácticas anticompetitivas tipificadas

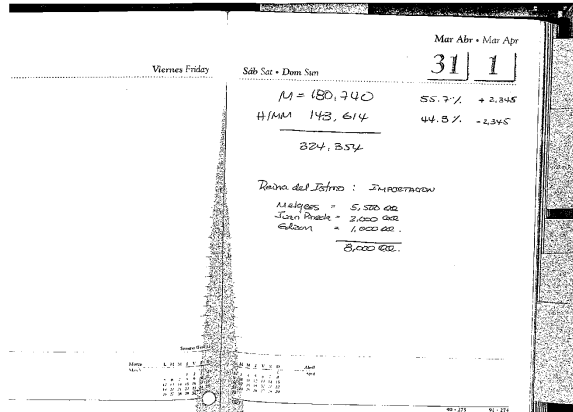
División del mercado

Caso contra MOLSA y HARISA

La competencia beneficia a los consumidores

52

Prácticas anticompetitivas tipificadas



Mar Abr • Mar Apr

31 1

Viernes Friday Sab. Sáb • Dom Sun

$M = 180,740$ 55.7% + 2,345

H/M 143,614 44.3% - 2,345

224,354

Resumen del Istmo : 24-ROBINOVA

Materiales = 5,500.00

Trabajo Mano de obra = 2,000.00

Electricidad = 1,000.00

8,500.00

La competencia beneficia a los consumidores

53

Prácticas anticompetitivas tipificadas

	Participaciones estimadas		Diferencias	
	45% Harisa	55% Moisa	Harisa	Moisa
9	126,995	155,217	1,063	(1,063)
9	122,948	150,269	7,966	(7,966)
5	157,295	192,249	11,480	(11,480)
5	129,571	158,364	7,277	(7,277)

La competencia beneficia a los consumidores

54



Prácticas anticompetitivas tipificadas

	Harisa	Molsa	Total	Harisa		
				Esperado	Diferencia	
Jan-05	130,626	154,284	284,910	128,210	2,417	300,327
Feb-05	127,959	145,284	273,243	122,959	5,000	300,327
Mar-05	140,529	155,963	296,492	133,421	7,108	300,327
Apr-05	137,753	180,740	318,493	130,441	1,946	302,679
May-05	126,773	154,174	280,947	126,426	347	302,679
Jun-05	143,614	180,740	324,354	145,959	-2,345	302,679
Jul-05	123,043	153,342	276,385	124,373	-1,330	302,679
Aug-05	136,150	170,659	306,809	138,064	-1,914	302,679
Sep-05	124,491	177,856	302,347	136,056	-11,565	302,679
Oct-05	136,079	179,298	315,377	141,920	-5,841	302,679
Nov-05	132,091	165,400	297,491	133,871	-1,780	302,679
Dec-05	125,861	166,700	292,561	131,652	-5,791	302,679
Jan-06	127,968	190,716	318,684	143,408	-15,440	302,679
Feb-06	128,085	144,653	272,738	122,732	5,353	302,679
Mar-06	153,412	187,843	341,255	153,565	-153	302,679
153412						
Saldo a favor de		Harisa		-42,406		qq's
				\$ 212,027.50		

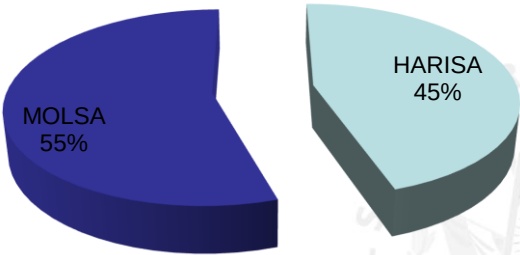
La competencia beneficia a los consumidores

55



Prácticas anticompetitivas tipificadas

Participaciones de ventas



La competencia beneficia a los consumidores

56



Prácticas anticompetitivas tipificadas

FAVOR MOLSA
AJUSTE X QQ
AJUSTE TOTAL

AJUSTE ACUMULADO:	
ENE-NOV 2006	
(30,608) QQ	
\$ (500) X QQ	
\$ (153,041.25)	

57

La competencia beneficia a los consumidores



Prácticas anticompetitivas tipificadas

Harisa			Harisa		
Harisa	Molsa	Total	Esperado	Diferencia	
Jan-05	130,626	154,284	284,910	128,210	2,417
Feb-05	127,959	145,284	273,243	122,959	5,000
Mar-05	140,529	155,963	296,492	133,421	7,108
Apr-05	127,773	154,174	280,947	130,441	-1,996
May-05	126,773	154,174	280,947	126,426	347
Jun-05	143,614	180,740	324,354	145,959	-2,345
Jul-05	123,043	153,342	276,385	124,373	-1,330
Aug-05	136,150	170,659	306,809	138,064	-1,914
Sep-05	124,491	177,856	302,347	136,056	-11,565
Oct-05	136,079	179,298	315,377	141,920	-5,841
Nov-05	132,091	165,400	297,491	133,871	-1,780
Dec-05	125,861	166,700	292,561	131,652	-5,791
Jan-06	127,968	190,716	318,684	143,408	-15,440
Feb-06	128,085	144,653	272,738	122,732	5,353
Mar-06	153,412	187,843	341,255	153,565	-153
153412					
Saldo a favor de		Harisa		-42,406	qq's
				\$ 212,027.50	

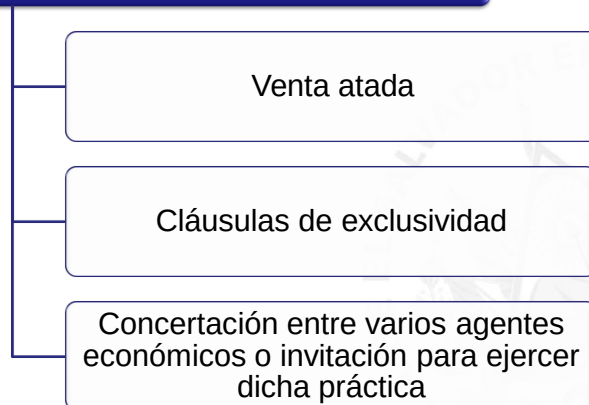
58

La competencia beneficia a los consumidores



Prácticas anticompetitivas tipificadas

Prácticas anticompetitivas entre no competidores (Art. 26 LC)



La competencia beneficia a los consumidores

59



Prácticas anticompetitivas tipificadas

**Presupuesto:
Mercado relevante y
Posición dominante**

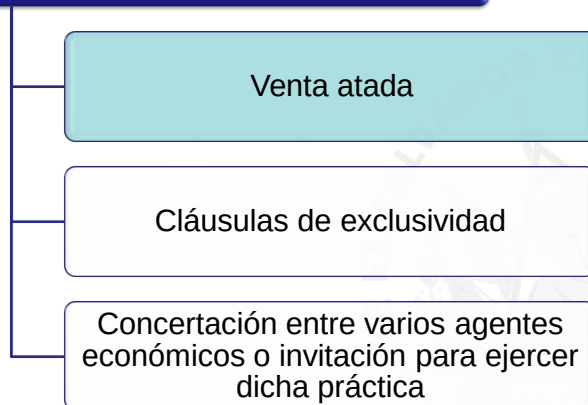
La competencia beneficia a los consumidores

60



Prácticas anticompetitivas tipificadas

Prácticas anticompetitivas entre no competidores (Art. 26 LC)



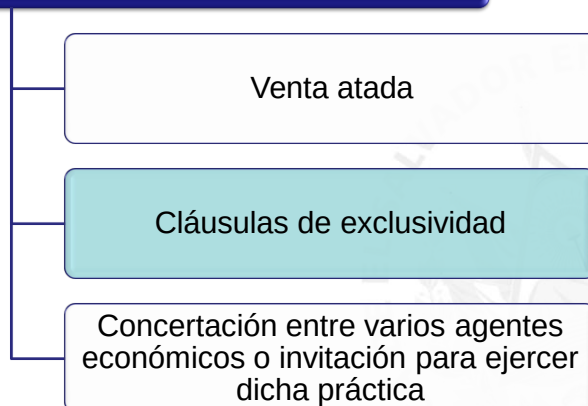
La competencia beneficia a los consumidores

61



Prácticas anticompetitivas tipificadas

Prácticas anticompetitivas entre no competidores (Art. 26 LC)



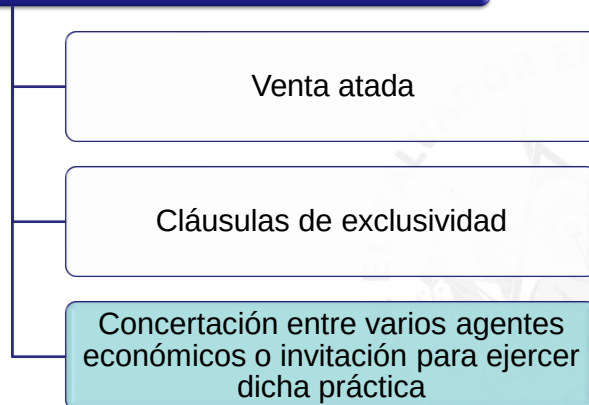
La competencia beneficia a los consumidores

62



Prácticas anticompetitivas tipificadas

Prácticas anticompetitivas entre no competidores (Art. 26 LC)



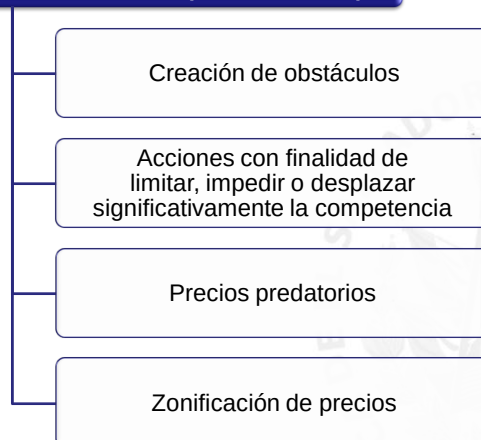
La competencia beneficia a los consumidores

63



Prácticas anticompetitivas tipificadas

Abusos de la posición dominante (Art. 30 LC)



La competencia beneficia a los consumidores

64



Prácticas anticompetitivas tipificadas

Presupuesto: Mercado relevante y Posición dominante

La competencia beneficia a los consumidores

65



Prácticas anticompetitivas tipificadas

Abusos de la posición dominante (Art. 30 LC)

Creación de obstáculos

Acciones con finalidad de limitar, impedir o desplazar significativamente la competencia

Precios predatorios

Zonificación de precios

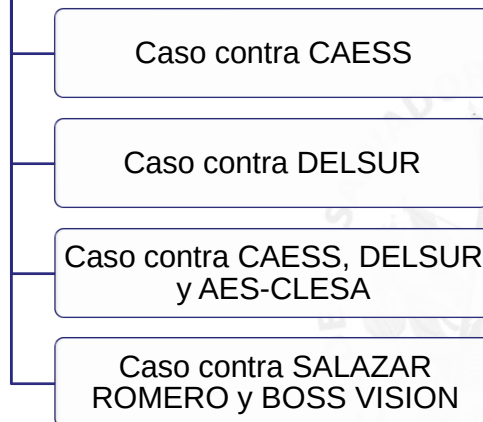
La competencia beneficia a los consumidores

66



Prácticas anticompetitivas tipificadas

Creación de obstáculos



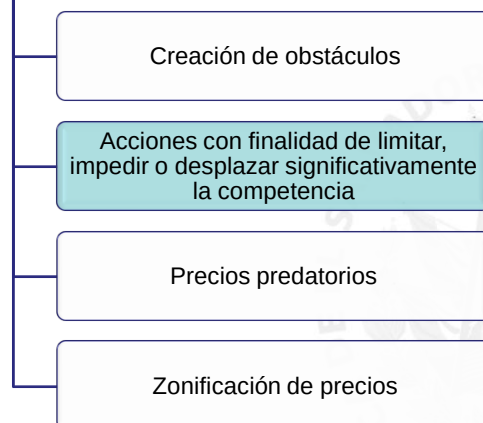
La competencia beneficia a los consumidores

67



Prácticas anticompetitivas tipificadas

Abusos de la posición dominante (Art. 30 LC)



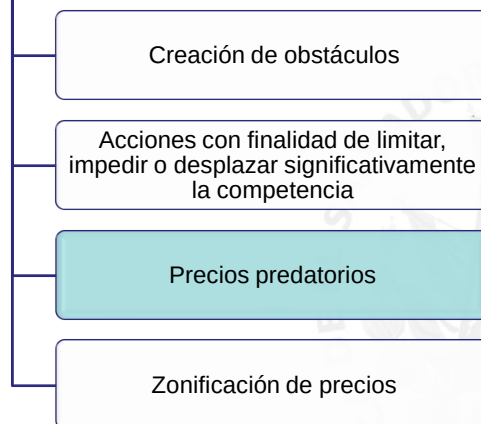
La competencia beneficia a los consumidores

68



Prácticas anticompetitiva tipificadas

Abusos de la posición dominante (Art. 30 LC)



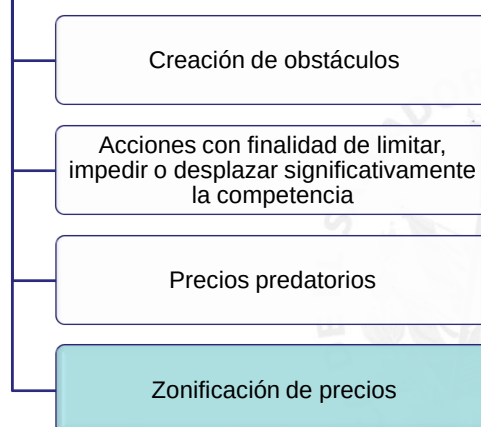
La competencia beneficia a los consumidores

69



Prácticas anticompetitivas tipificadas

Abusos de la posición dominante (Art. 30 LC)



La competencia beneficia a los consumidores

70



Prácticas anticompetitivas tipificadas

Zonificación de precios

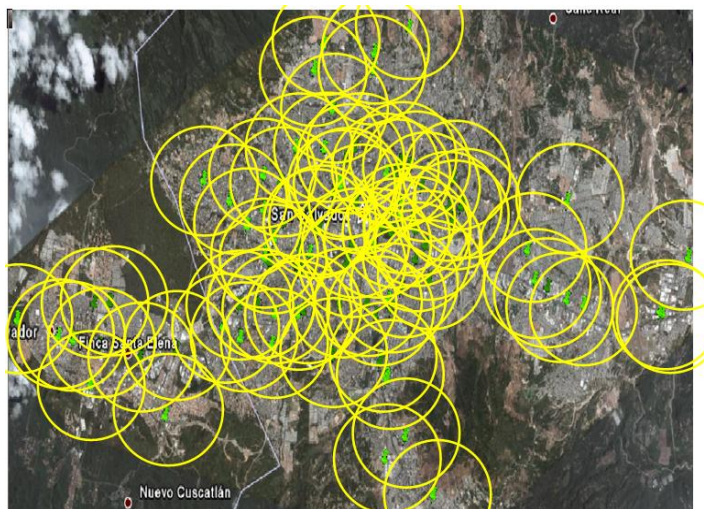
Caso contra ESSO y SHELL

La competencia beneficia a los consumidores

71



Prácticas anticompetitivas tipificadas



La competencia beneficia a los consumidores

72



Prácticas anticompetitiva no tipificadas

La competencia beneficia a los consumidores

73



Prácticas anticompetitivas no tipificadas

¿Existen otras prácticas anticompetitivas?

Art.46 inc. 2º LC

La competencia beneficia a los consumidores

74



Prácticas anticompetitivas no tipificadas

Fijación
vertical de
precios

Acuerdos
para no
innovar

Sugerencia
de precios

La competencia beneficia a los consumidores

75



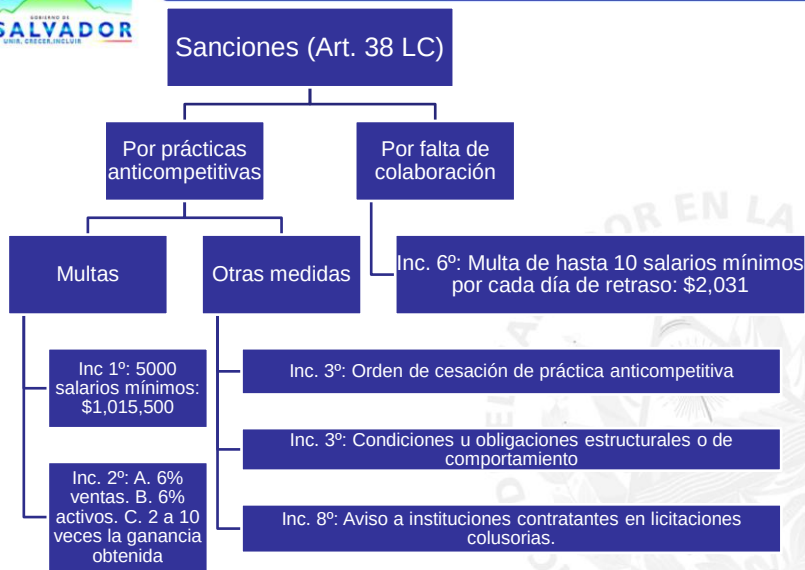
Régimen sancionatorio

La competencia beneficia a los consumidores

76



Régimen sancionatorio

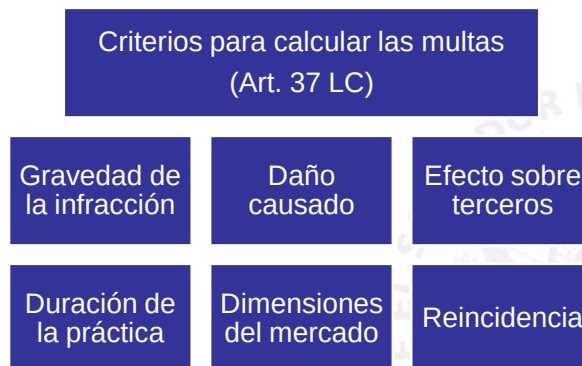


77

La competencia beneficia a los consumidores



Régimen sancionatorio



78

La competencia beneficia a los consumidores



Autoridad competente

La competencia beneficia a los consumidores

79



Autoridad competente

Administración
Pública

Institución
Autónoma

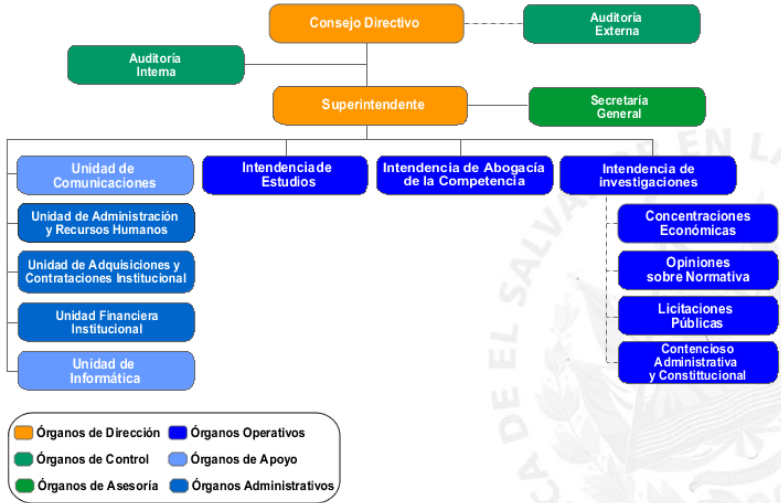
Superintendencia
de Competencia

La competencia beneficia a los consumidores

80



Autoridad competente



81

La competencia beneficia a los consumidores



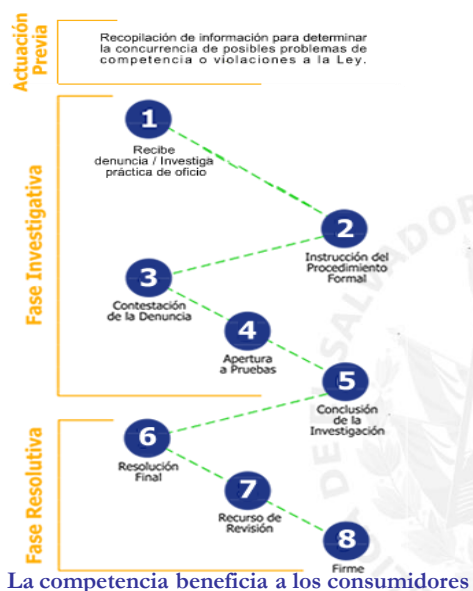
Procedimiento administrativo sancionatorio

82

La competencia beneficia a los consumidores



Procedimiento administrativo sancionatorio



83



Procedimiento administrativo sancionatorio

Herramientas de investigación / Medios probatorios



La competencia beneficia a los consumidores

84



“Programa de clemencia”

Programa de clemencia

- Opera en acuerdos entre competidores
- Confesar comisión de la práctica
- Presentar elementos probatorios
- Beneficio: No aplicación de criterio de imposición de multa del art. 38 inc. 2º LC

La competencia beneficia a los consumidores

85



“Programa de clemencia”

¿Quién lo solicita?

La competencia beneficia a los consumidores

86



“Programa de clemencia”

¿Quién lo solicita?

- Agente económico involucrado en el acuerdo

La competencia beneficia a los consumidores

87



Allanamiento

Art. 20

- La morada es inviolable y sólo podrá ingresarse a ella por consentimiento de la persona que la habita, por mandato judicial, por flagrante delito o peligro inminente de su perpetración, o por grave riesgo de las personas.
- La violación de este derecho dará lugar a reclamar indemnización por los daños y perjuicios.

La competencia beneficia a los consumidores

88



Allanamiento

Art. 20

- La morada es inviolable y sólo podrá ingresarse a ella por consentimiento de la persona que la habita, por mandato judicial, por flagrante delito o peligro inminente de su perpetración, o por grave riesgo de las personas.
- La violación de este derecho dará lugar a reclamar indemnización por los daños y perjuicios.

Consentimiento de la persona que la habita

Mandato judicial

Flagrante delito

Peligro inminente de flagrante delito

Grave riesgo de las personas

89

La competencia beneficia a los consumidores



Allanamiento

Art. 20

- La morada es inviolable y sólo podrá ingresarse a ella por consentimiento de la persona que la habita, por mandato judicial, por flagrante delito o peligro inminente de su perpetración, o por grave riesgo de las personas.
- La violación de este derecho dará lugar a reclamar indemnización por los daños y perjuicios.

Consentimiento de la persona que la habita

Mandato judicial

Flagrante delito

Peligro inminente de flagrante delito

Grave riesgo de las personas

90

La competencia beneficia a los consumidores



Allanamiento

SSCA HC 249-2002, 24-II-2003

- *“La entrada en el domicilio sin el permiso de quien la ocupa, ni estado de necesidad o existencia de delito flagrante o peligro inminente de su perpetración, sólo puede hacerse si lo autoriza el Juez competente, ya que precisamente en esta autorización radica la legitimidad del registro domiciliario, siendo este requisito necesario y suficiente por sí mismo para dotar de base constitucional la invasión del domicilio. En este punto, resulta necesario acotar, que al establecerse como garantía la existencia de una orden judicial, se le está dotando a la misma de un carácter preventivo, cuyo fin es proteger la inviolabilidad del domicilio y no repararla; surgiendo a partir de ello, la necesidad de motivación de la orden judicial de allanamiento, pues será a través de la motivación que se expresen las circunstancias concurrentes, los intereses en conflicto –público y privado-, y la necesidad de limitación de tal garantía constitucional”.*

91

La competencia beneficia a los consumidores



Allanamiento

Presupuestos de la
constitucionalidad de un registro
con prevención de allanamiento

Orden judicial

Motivación

92

La competencia beneficia a los consumidores



Allanamiento

**Autoridad
judicial
competente
(Art. 14 lit r
LC)**

- “Juez de 1ª instancia con competencia civil o mercantil de la localidad en donde se encuentre el inmueble o inmuebles que se pretenden registrar o allanar”.

La competencia beneficia a los consumidores

93



Allanamiento

Requisitos de la solicitud (Art. 44 inc. 3º LC)

Objeto del procedimiento en el que se desarrollará la diligencia	Indicación de las personas que participarán en el registro	Dirección del inmueble o inmuebles en donde se realizará la diligencia	Fecha y hora en que se realizará la diligencia
Elementos probatorios que pretenden recabarse a través de la diligencia	Relación de los elementos probatorios con el objeto del procedimiento	Razones que justifiquen que el registro es el medio idóneo y necesario para recabar los elementos probatorios	

La competencia beneficia a los consumidores

94



Allanamiento

Requisitos de la solicitud (Art. 44 inc. 3º LC)



95

La competencia beneficia a los consumidores



Allanamiento

Plazo para resolver

- 24 horas a partir de la presentación de la solicitud

96

La competencia beneficia a los consumidores



Procedimiento administrativo sancionatorio

Limite de actividad probatoria Art. 41 inc. 2º LC

La competencia beneficia a los consumidores

97



Procedimiento administrativo sancionatorio

Examen y valoración de prueba

Superintendente

CD

Examen sobre la prueba

Valoración
de la
prueba:
Sana crítica

Pertinencia

Utilidad o
idoneidad

La competencia beneficia a los consumidores

98



Procedimiento administrativo sancionatorio

Medidas cautelares (Art. 14 lit s)	
Autoridad competente	• Superintendente
Momento	• Instrucción
Objeto	• Suspensión de actividades • Establecer condiciones. • Etc.
Presupuestos	• Apariencia de buen derecho • Peligro en la demora • Que la medida no afecte al interés público

99

La competencia beneficia a los consumidores



Procedimiento administrativo sancionatorio

Incidente de confidencialidad
• Información confidencial: Art. 49 RLC. • Audiencia previa de 5 días a los intervinientes: Art. 52 RLC.

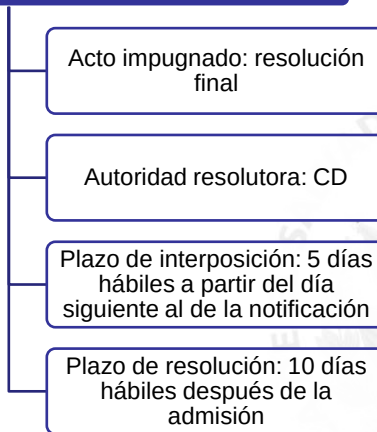
100

La competencia beneficia a los consumidores



Procedimiento administrativo sancionatorio

Revisión (Art. 48 LC)



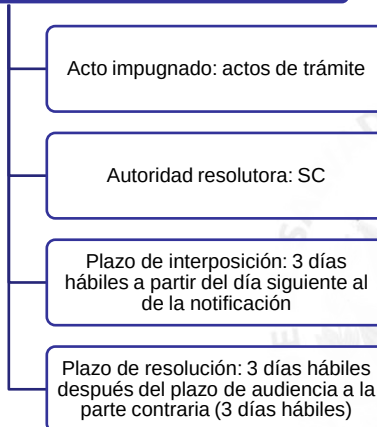
La competencia beneficia a los consumidores

101



Procedimiento administrativo sancionatorio

Revocatoria (Art. 503 y ss CPCM)



La competencia beneficia a los consumidores

102



Muchas gracias

Daniel Olmedo
Tel.: 2523-6600
dolmedo@sc.gob.sv

La competencia beneficia a los consumidores

103