

Alejandro Falla: El Ejecutivo no debe manejar la ley de mercado

País. El abogado Alejandro Falla comenta sobre la Ley de Control del Poder de Mercado, que discute en Ecuador.



Redacción Quito

El abogado peruano Alejandro Falla estuvo en Ecuador la semana pasada para dar sus comentarios sobre la Ley de Control del Poder de Mercado.

¿Cuál debiera ser el espíritu de una Ley de Competencia?

El fin único es promover y proteger la competencia; tratar de generar incentivos para que no ocurran conductas dañinas, pero de una forma que no mate el incentivo para la competencia. No debe proteger la competencia eliminándola.

En el país se habla de que la ley que se tramita es punitiva y que no fomenta la competencia.

Todas las leyes de competencia tienen como característica basarse en incentivos de tipo punitivo, combatir la competencia desleal a través de sanciones. En países como EE.UU. o Canadá hay sanciones penales. El punto no es cuál es la medida que se aplica, sino determinar las condiciones que buscan ser inhibidas. Hay conductas muy nocivas como los acuerdos de precios, los acuerdos en licitaciones o la división de mercados. Esto debe combatirse de manera rígida, con sanciones severas y un análisis técnico.

¿Una multa puede quebrar a una empresa?

La multa tiene que ser acorde al perjuicio que la empresa genera al consumidor. Se estila fijar topes en función de los ingresos de la firma. En Perú, el tope es una multa del 12% de sus ventas anuales, nunca se ha aplicado. Lo que se busca es generar una amenaza, no es propósito de la ley aplicar sanciones a diario.

¿Quién debe estar al frente de una Superintendencia de Competencia?

Esta ley es un instrumento muy poderoso. Por eso es conveniente que sus facultades no estén en manos que dependan del Poder Ejecutivo; mientras más independiente del Ejecutivo es mejor, porque el instrumento no será utilizado para perseguir objetivos distintos a la protección de la competencia y del consumidor.

¿Cuánto poder tiene una Superintendencia de Competencia?

Sus facultades son bastante poderosas. No solo pueden aplicar multas, también tiene facultades para pedir

información o hacer inspecciones inopinadas.

¿Puede ser una herramienta de chantaje, de extorsión?

Podría, si está en manos equivocadas y tiene un diseño institucional equivocado. Este problema se evita con condiciones muy estrictas para admitir una denuncia.

¿Dónde queda el consumidor?

La defensa del consumidor es la esencia de una ley de control del mercado. Permite que los precios bajen y que los consumidores tengan posibilidad de elegir.