

# Ley de Competencia

ILUSTRADA

ANTONIO

LCDA.  
MORALES

DOÑA  
LIBERTAD





# Ley de Competencia

**ILUSTRADA**



Superintendencia de Competencia  
Todos los derechos reservados  
Prohibida la reproducción parcial o total de esta obra,  
sin autorización escrita de  
la Superintendencia de Competencia

Depósito de Ley en el Registro de Propiedad Intelectual del  
CNR 412-2016 de 18 de agosto de 2016



Educando sobre competencia

## Ley de Competencia Ilustrada

Primera edición:  
2016

Superintendencia de Competencia

Sitio Web: [www.sc.gob.sv](http://www.sc.gob.sv)  
Correo electrónico: [contacto@sc.gob.sv](mailto:contacto@sc.gob.sv)  
Teléfono: (503) 2523-6600

Diseño, ilustración y redacción:  
Otto Meza

Se permite la reproducción total o parcial de este documento siempre y cuando se cite la fuente. No se permite la reproducción para fines comerciales.

# INTRODUCCIÓN

La competencia es buena para todos. Un mercado en el que quienes nos venden sus productos y servicios tienen que ganarse a los consumidores a través de mejores ofertas en precios y calidad, es un mercado más justo.

En cambio, cuando no hay opciones entre las cuales elegir, hay un solo proveedor, o hay solo uno que puede controlar los precios y las condiciones en las que los demás venden, se generan distorsiones que al final significan pérdidas para los consumidores, para las demás empresas y para la economía en su conjunto.

Una sociedad más justa, equitativa y con enfoque en el desarrollo inclusivo necesita mercados que funcionen bien, sin distorsiones y sin abusos. Para ello es importante contar con una Ley de Competencia que establezca las condiciones que aseguren que el mercado funcione de la mejor manera, enumere y defina las prácticas anticompetitivas y las herramientas de la Superintendencia de Competencia como encargada de su cumplimiento.

Para que el correcto funcionamiento de la competencia se convierta en parte de la cultura del país es indispensable que los ciudadanos comprendan los beneficios que ésta trae, y es necesaria la divulgación de la Ley en términos que faciliten su comprensión.

Con este objetivo se ha elaborado la presente versión ilustrada de la Ley de Competencia, expresada en la forma de una historia que desarrolla los principios de la competencia, su aplicación en la vida diaria y su explicación a través de ejemplos basados en casos reales.

Es nuestro objetivo que este documento abone a la formación de una cultura de competencia que nos conduzca hacia mercados más equilibrados, justos, participativos e incluyentes, en los que las empresas puedan desarrollarse de la mejor manera y ofrecer a los consumidores mejores precios, calidad, servicio y atención.

# 1. La Competencia es buena

En un pueblo de El Salvador vive una señora llamada Libertad de Mercado. Doña Libertad es muy curiosa y le gusta leer, estudiar y aprender cosas nuevas para aplicarlas en su vida. Cuando encuentra información útil la comparte con su familia, sus vecinos y sus amistades.

Hace unos años tuvo problemas con la compra de harina para su tienda, porque de pronto todos los proveedores le habían subido el precio. Más adelante se dio cuenta de que la Superintendencia de Competencia había intervenido y que, con la aplicación de la Ley de Competencia, había podido frenar estos aumentos de precios que no estaban justificados. Desde entonces se propuso conocer más sobre esa ley. Asistió a algunas capacitaciones en la Superintendencia y leyó el material que le compartieron. Quedó tan encantada que ahora cree que todos debemos conocer cómo funcionan los mercados y estar pendientes ante lo que atente contra la competencia. Doña Libertad está siempre dispuesta a compartir lo que sabe sobre la Ley de Competencia, y está convencida de los beneficios que la competencia trae a los consumidores, a los negocios y a la economía.

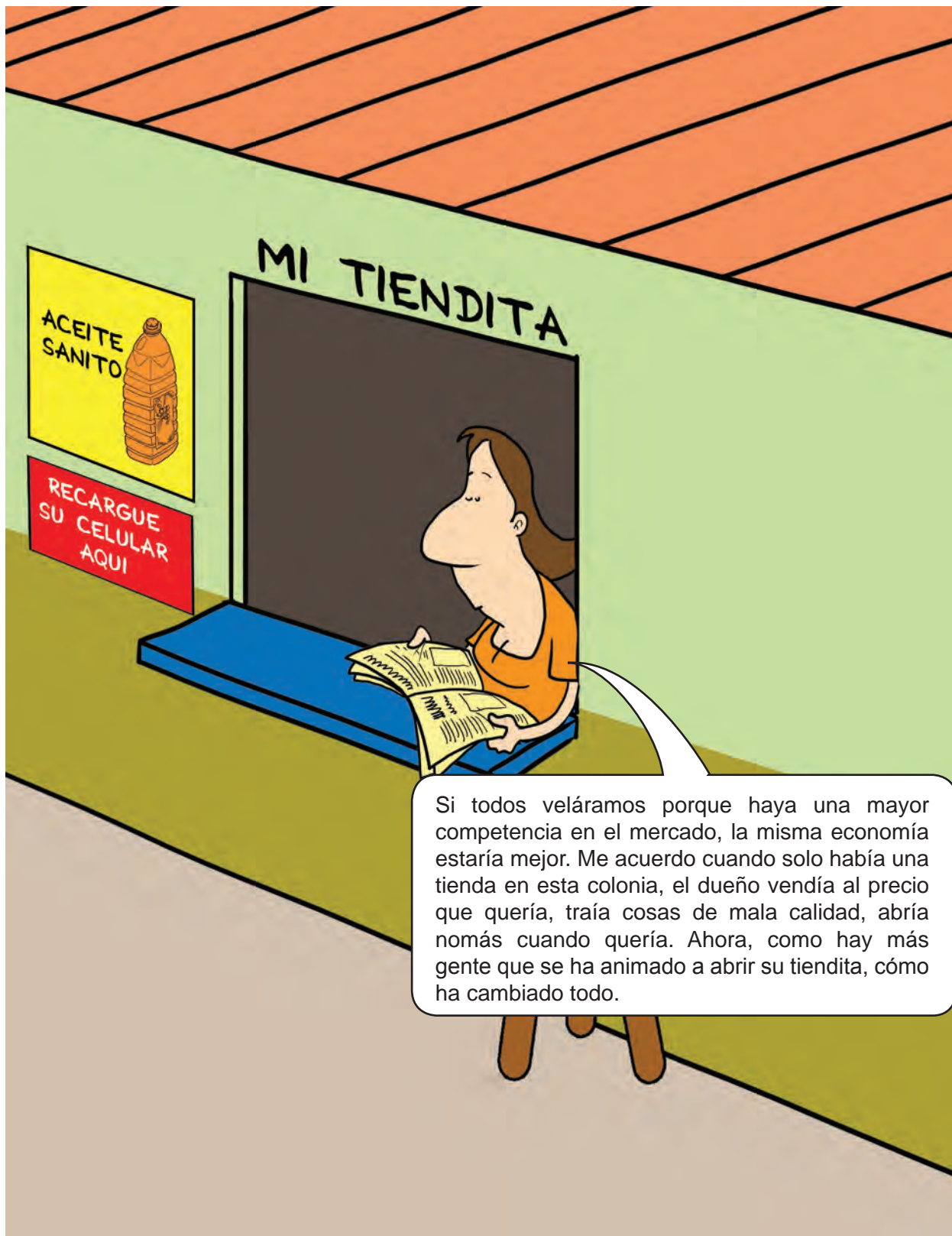


Tenemos una Ley de Competencia, que busca que en el país se promueva, proteja y garantice que todos participemos en la economía en iguales condiciones, sin que nadie tome ventaja de otro o haya acuerdos entre algunos para beneficiarse. La Ley no busca proteger a las empresas, ni tampoco resolver problemas entre ellas. Lo que busca es que hayan condiciones favorables para que ofrezcan sus productos.





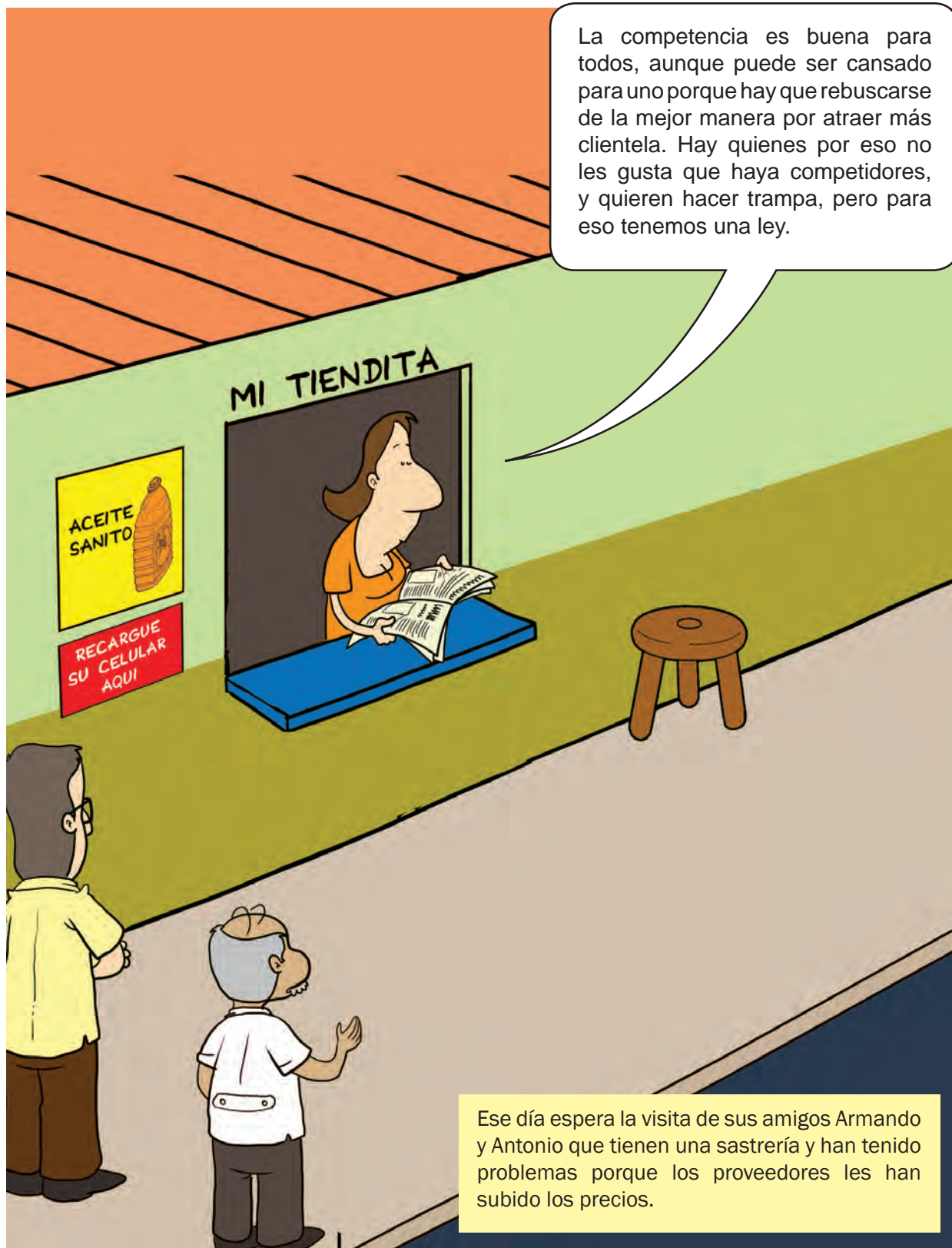


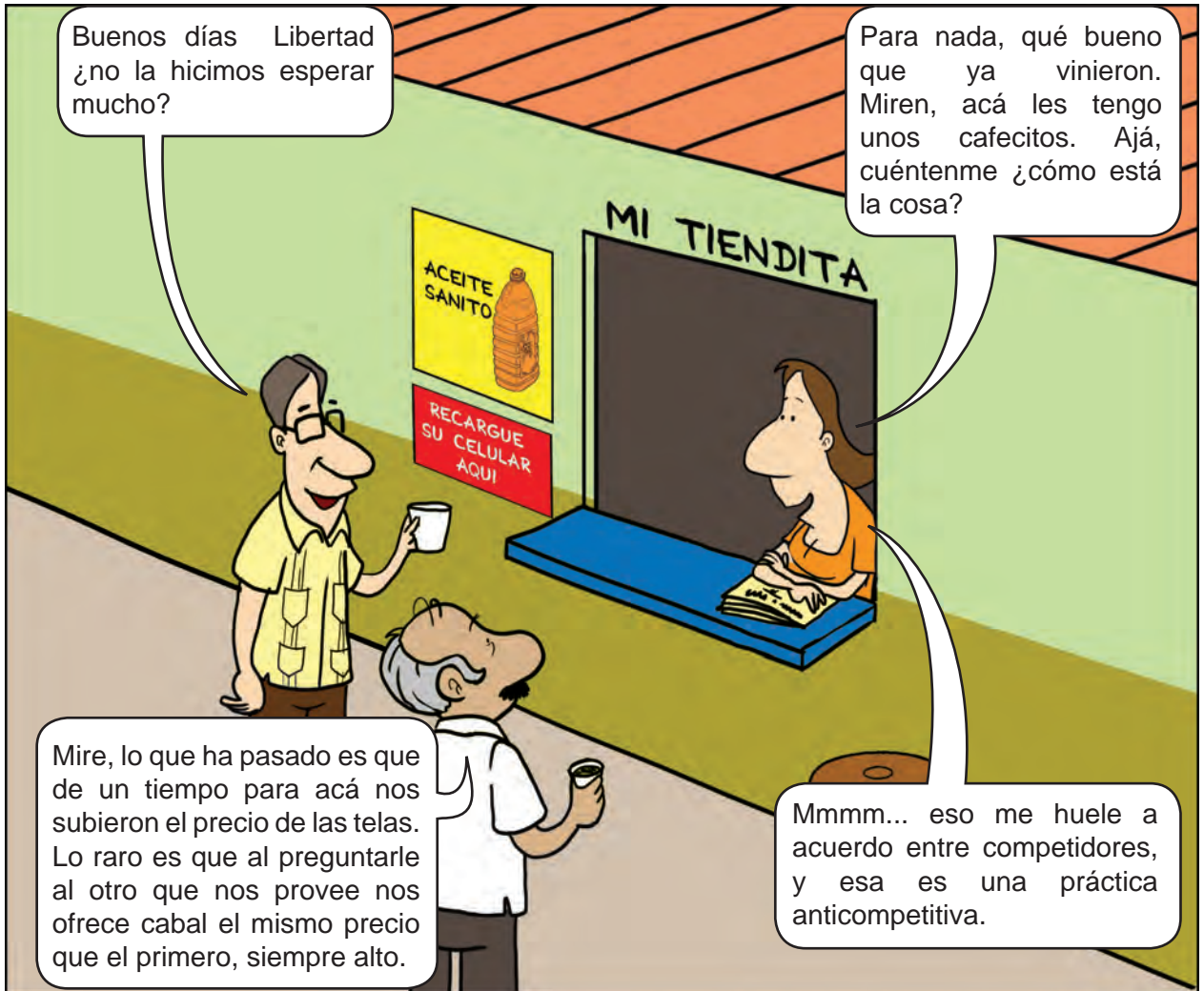


A la hora que uno necesita encuentra una tienda abierta, todos nos esforzamos por tratar bien a la clientela, traer cositas buenas, y ya nadie puede abusar con los precios. Pero eso es gracias a que hay condiciones para que uno abra la tienda, no hay nada que evite que haya competencia.

No siempre se ha tenido esa práctica de competir en nuestro país. Mi sobrina, Zoila Ciudadanía, me ha explicado que estamos en algo que se llama "economía de mercado", y que la competencia es uno de los valores que permiten que funcione bien. Lástima que eso no siempre es así, y allí luego hay abusos que nos perjudican a todos, a las empresas, a los consumidores, y a toda la economía.









Si en el mercado todos podemos competir en iguales condiciones, podemos ofrecer mejores precios y mayor calidad, para buscar clientes de forma correcta y honesta. Nosotros como empresarios podemos operar de mejor forma, y el consumidor sale beneficiado porque puede escoger quién le ofrece mejores productos o servicios.

Cuando se busca atraer más clientes o retenerlos de forma incorrecta o indebida, por ejemplo: ponerse de acuerdo para dar los mismos precios, o evitar que otra empresa participe en ese mercado, se llama "prácticas anticompetitivas".



¡Pero eso es solo para las grandes empresas!



No, esta ley se aplica a todo "agente económico"; es decir, toda persona o empresa que ofrece servicios o vende productos, ya sean del sector privado o en los que también hay participación del Estado.



Todas las instituciones del Gobierno y las municipalidades también deben obedecer esta ley. Incluso las tienditas como la mía están sujetas a ella.



¿Y quién ve que se cumpla esta ley?



Se llama Superintendencia de Competencia. Allí hay gente que sabe de competencia y de cómo debe funcionar el mercado.



Esa institución, aunque no es un regulador, debe supervisar el mercado para garantizar que haya una sana y correcta competencia: que no se den acuerdos entre empresas para fijar precios, o para repartirse el mercado; lo que hablábamos de las prácticas anticompetitivas.



Allí en la Superintendencia hay un Consejo Directivo, en el que están el Superintendente, dos Directores propietarios y tres suplentes. Esa es la máxima autoridad en la institución y toma todas las decisiones finales e importantes sobre los casos que le llegan.



¿quiénes son ellos?



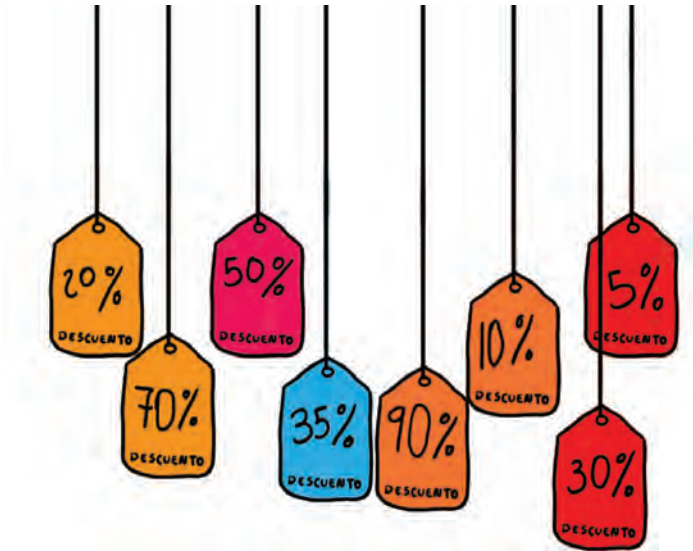
Son profesionales elegidos para 5 años por el Presidente de la Republica, según su capacidad y sus conocimientos. El Superintendente es el Presidente del consejo, dirige la institución y está pendiente de todo.



Hay requisitos que tienen que cumplir las personas elegidas para Superintendente y para Directores, como tener honorabilidad notoria, no ser familiares entre si y no tener problemas legales.







- Ellos lo que hacen es ver el funcionamiento del mercado, en el que debe haber competencia, algo que al final es de beneficio para los consumidores.
- No es una oficina de protección de derechos del consumidor. Esas funciones de defensa directa ya las tiene la Defensoría del Consumidor y no le tocan a la Superintendencia de Competencia sc.
- La SC tampoco se encarga de regular lo que se llama "publicidad engañosa", eso le toca a la Defensoría del Consumidor.
- Tampoco le toca a la Superintendencia ver casos de competencia desleal, porque eso es algo que ven los Juzgados ya que está regulado en otras leyes y no en la Ley de Competencia.
- La Superintendencia no ve conflictos entre empresas, no es un árbitro en casos de problemas entre las empresas, ni está para proteger empresas, ni grandes ni pequeñas.



- La Superintendencia de Competencia tampoco ve casos de "dumping", o sea el comercio desleal en el mercado internacional, cuando alguien exporta y vende fuera del país un producto por menos de su precio normal, o hasta por debajo de su costo, para ir eliminando a las empresas competidoras y quedarse con ese mercado. No le toca a la SC porque es una práctica que afecta a otros mercados, en el país al que se exporta. Los casos de dumping los ve la Dirección de Administración de Tratados Comerciales, que está en el Ministerio de Economía.

- La Superintendencia sí ve casos en los que se bajan precios para quebrar al competidor cuando se dan en el mercado nacional, a esto le llaman "precios predatorios", que no es lo mismo que el dumping



Armando y Antonio se despiden y prometen volver al día siguiente.

## 2. LA SUPERINTENDENCIA VIGILA QUE HAYA UNA COMPETENCIA ADECUADA

Doña Libertad entra al negocio mientras Zoila Ciudadanía, su sobrina, sale del fondo de la tienda con un par de carteles. Zoila está estudiando bachillerato y quiere ser abogada. En el instituto están viendo el tema de la competencia. A doña Libertad le gusta mucho porque ha aprendido bastante hablando con su sobrina, y a Zoila le gusta tratar de hacer los temas sobre mercado más comprensibles para todas las personas.



Es sobre las atribuciones que tienen el Superintendente y los Directores. Esto es lo que el Superintendente puede y debe hacer:

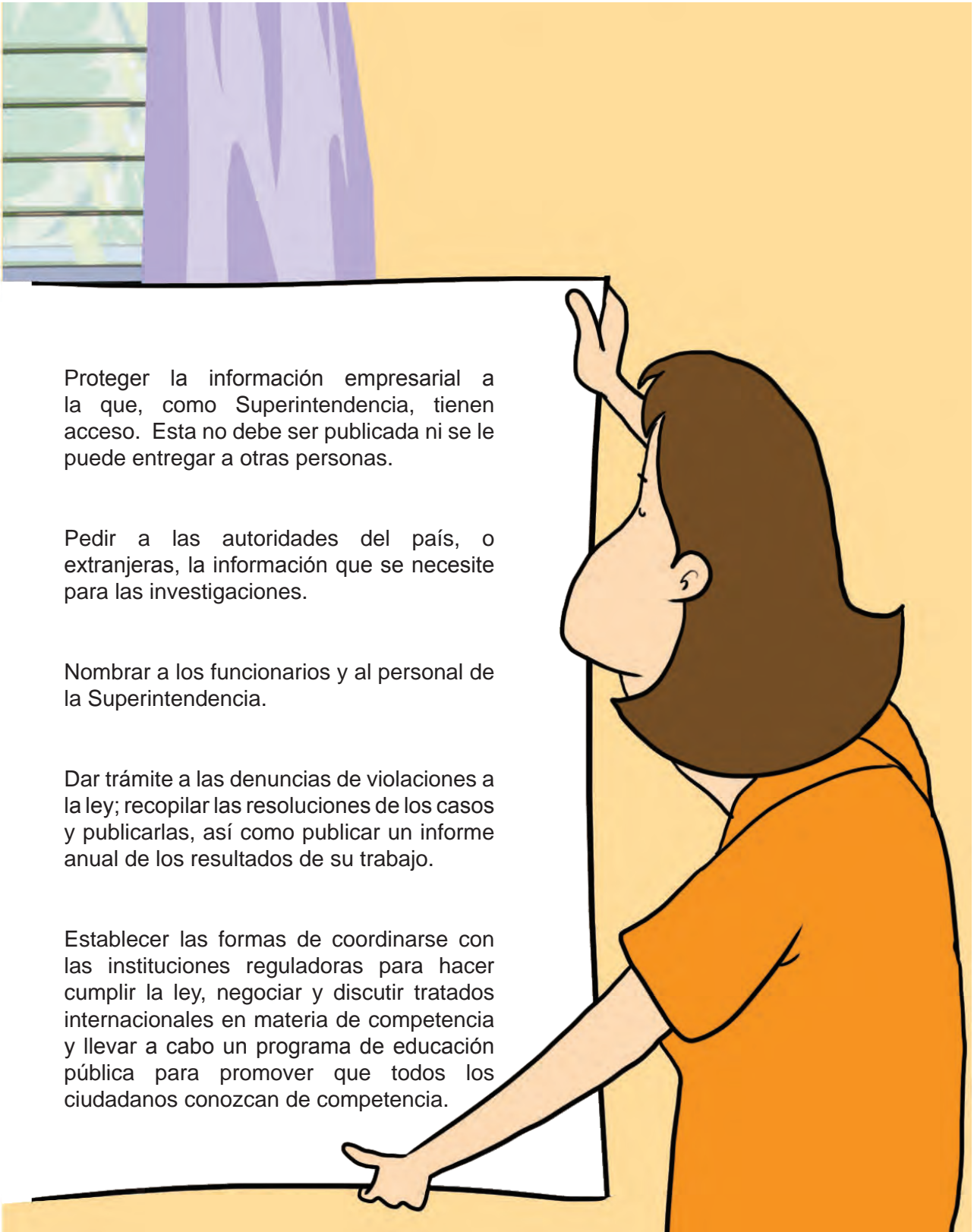
## El Superintendente puede:

Investigar los casos de posibles violaciones a la Ley, ya sea porque recibe denuncia o porque él se entera de que se están dando situaciones que pueden afectar la competencia en el mercado.

Revisar y decidir cuáles de las denuncias recibidas son válidas, cuáles no, a cuáles les faltan elementos o cuales simplemente no proceden.

Ordenar que se realicen cada cierto tiempo estudios sobre cómo está funcionando el mercado en sus diferentes sectores.

Coordinar el trabajo de la Superintendencia y debe tener un archivo de todos los documentos de la Superintendencia.



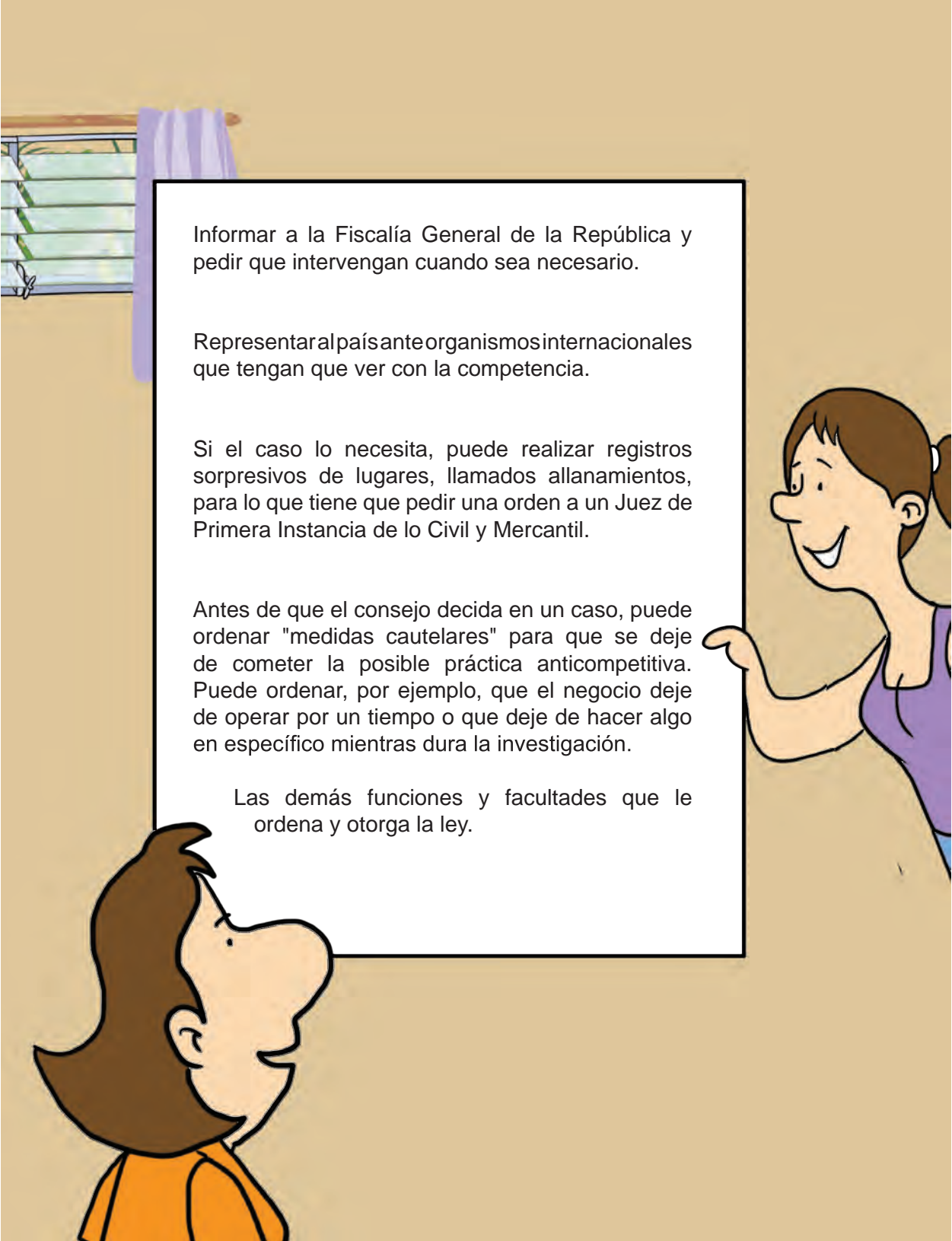
Proteger la información empresarial a la que, como Superintendencia, tienen acceso. Esta no debe ser publicada ni se le puede entregar a otras personas.

Pedir a las autoridades del país, o extranjeras, la información que se necesite para las investigaciones.

Nombrar a los funcionarios y al personal de la Superintendencia.

Dar trámite a las denuncias de violaciones a la ley; recopilar las resoluciones de los casos y publicarlas, así como publicar un informe anual de los resultados de su trabajo.

Establecer las formas de coordinarse con las instituciones reguladoras para hacer cumplir la ley, negociar y discutir tratados internacionales en materia de competencia y llevar a cabo un programa de educación pública para promover que todos los ciudadanos conozcan de competencia.



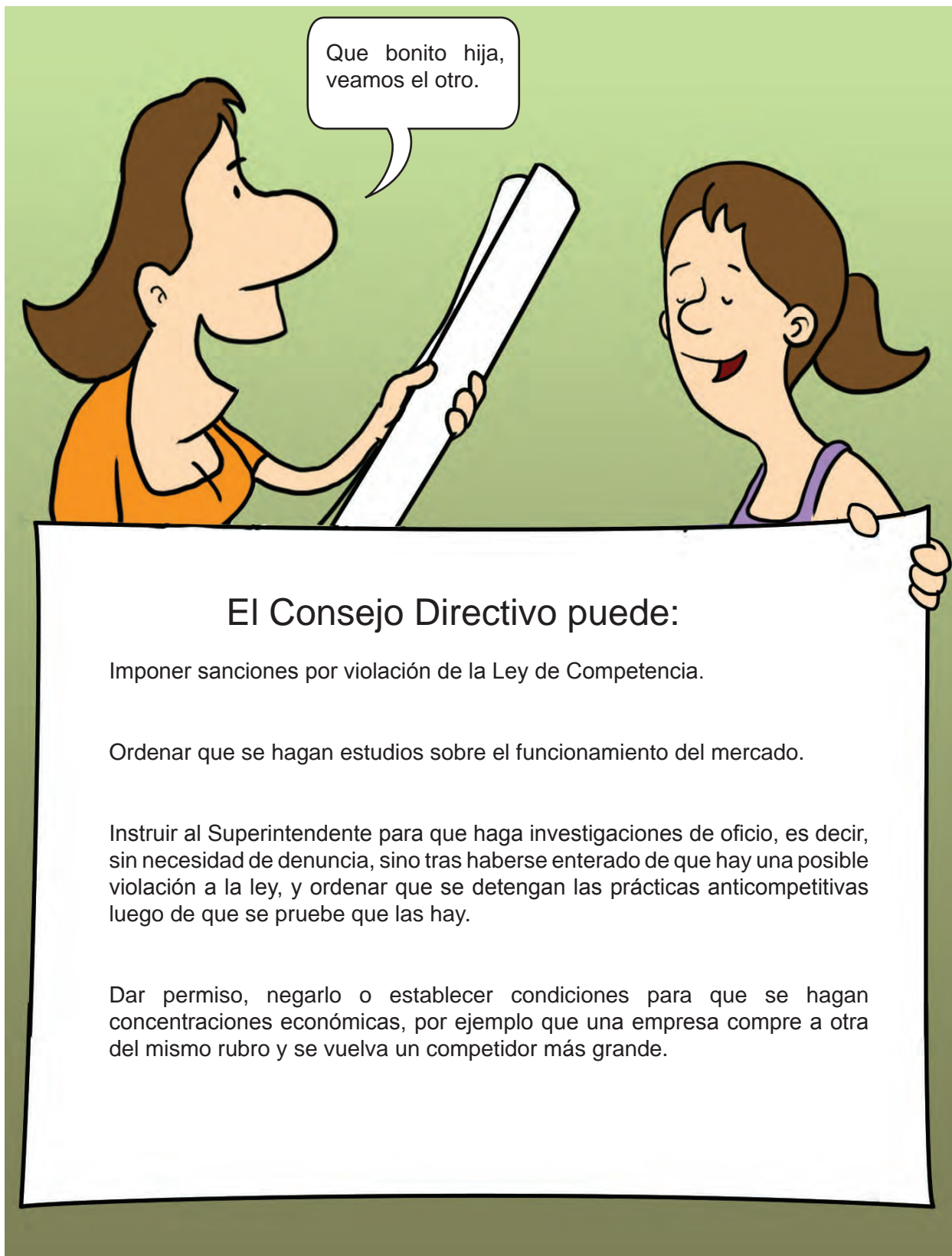
Informar a la Fiscalía General de la República y pedir que intervengan cuando sea necesario.

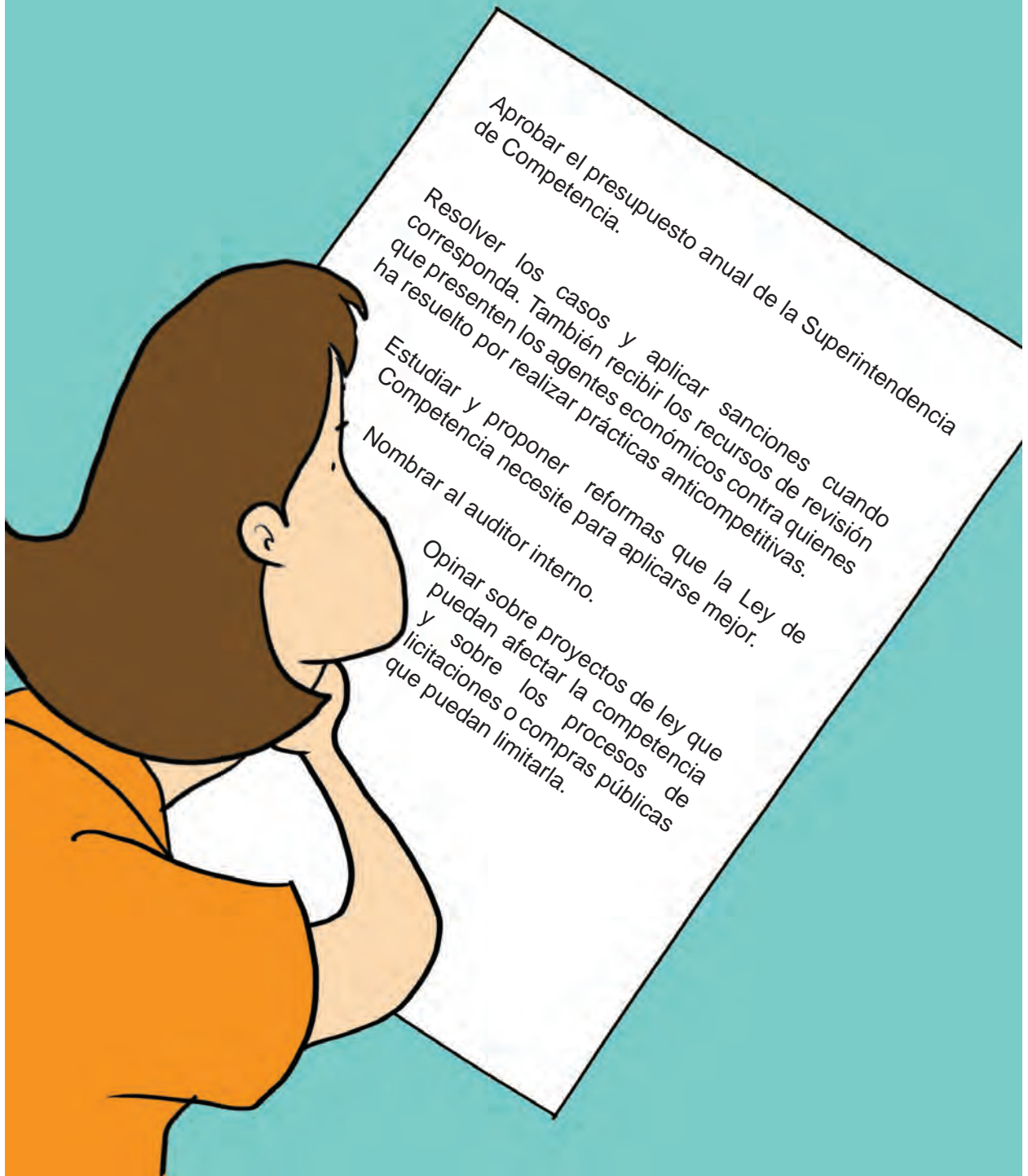
Representar al país ante organismos internacionales que tengan que ver con la competencia.

Si el caso lo necesita, puede realizar registros sorpresivos de lugares, llamados allanamientos, para lo que tiene que pedir una orden a un Juez de Primera Instancia de lo Civil y Mercantil.


Antes de que el consejo decida en un caso, puede ordenar "medidas cautelares" para que se deje de cometer la posible práctica anticompetitiva. Puede ordenar, por ejemplo, que el negocio deje de operar por un tiempo o que deje de hacer algo en específico mientras dura la investigación.

Las demás funciones y facultades que le ordena y otorga la ley.









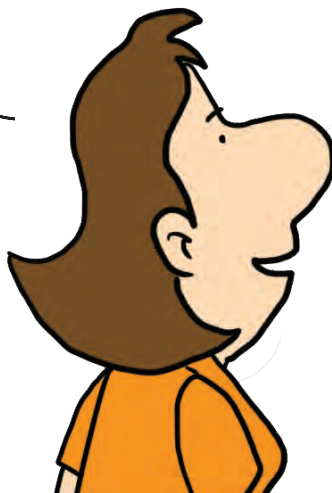
Están bonitos hija y se entienden bien, ¿de qué más vas a hablar?

De las normas que aplican a los empleados de la Superintendencia de Competencia. Fijáte que no pueden recibir dinero ni regalos, menos cuando se los quieran dar empresas o personas que pueden intervenir en casos o investigaciones sobre el mercado y la competencia. Y si revelan información hasta presos pueden ir.

¿Presos? ¡Sí que protegen la información ahí!

A ver si cuando desocupés tus cartelitos me los prestás, están bien claritos. Sabés, hay unos amigos acá que están teniendo un problema, parece que los que les venden las telas se están poniendo de acuerdo para subirles los precios.

Huummm... eso ya parece acuerdo entre competidores, dígales que eso se puede denunciar.

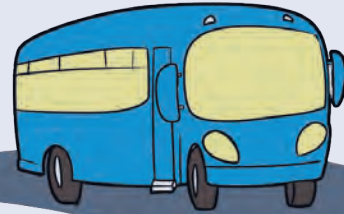


Sí, les diré. Ya empecé a contarles de la Ley para que vean cómo está regulada en el país la competencia y cómo nos beneficia a todos, ya sea que tengamos negocio propio o que seamos consumidores.

Bien tía. Si necesita ayuda me avisa.



Zoila se despide y se va a su clase con sus carteles. El maestro quiere repasar ese día lo que vieron en la clase anterior, sobre el presupuesto de la Superintendencia de Competencia.



Veamos si se acuerdan: ¿De dónde sale el presupuesto de la Superintendencia de Competencia?





¡Yo me acuerdo! El Estado se los asigna e incluye los bienes que compre para poder funcionar, lo que les aporten instituciones locales o extranjeras con el permiso del Estado, lo que les ingrese por la venta de publicaciones, por ejemplo. Las multas que imponen no forman parte del presupuesto, van al Fondo General de la Nación.

Bien, bien, ¿y cómo se le asigna ese presupuesto?



Lo pide para un año, que se cuenta del 1 de enero al 31 de diciembre, al Ministro de Hacienda a través del Ministerio de Economía para que lo presente a la Asamblea Legislativa y ellos lo aprueben. El Consejo Directivo nombra a un auditor que vigila las cuentas pero también les pueden enviar un auditor externo o de la Corte de Cuentas. Todo en favor de la transparencia.

Muy bien, los felicito. Sí pusieron atención.



### 3. LOS COMPETIDORES NO DEBEN HACER TRAMPA

Al día siguiente, Doña Libertad de Mercado se vuelve a reunir con sus amigos Armando y Antonio. Llegan tristes porque no han logrado conseguir otro proveedor que les venda la tela más barata, y de forma extraña, los cuatro que han consultado les cobran los mismos precios.



Miren: La ley prohíbe que los competidores se pongan de acuerdo para fijar precios o poner ciertas condiciones de venta. Al ponerse de acuerdo pueden subir precios o bajar calidad y así se aseguran de que ningún competidor les quite la clientela. Uno que es cliente no tiene de otra y los “competidores” que se han puesto de acuerdo ganan, a costillas de los consumidores. A uno le toca seguir comprando más caro, pero la gente que no tiene suficiente dinero ya ni podrá seguir comprando el producto.

Y miren, la ley también prohíbe ponerse de acuerdo sobre cuánto se va a producir, o cuánto producto pondrán en el mercado. Esto es bien importante porque si de pronto los productores deciden tirar menos producto al mercado, los precios tienden a subir. Es la ley de oferta y demanda, que le dicen: a menos producto disponible, más altos los precios.

Otra práctica anticompetitiva es que los competidores se repartan el mercado, los clientes o los territorios de venta.



### Haciendo trampa en compras públicas

- La Ley de Competencia prohíbe que los proveedores se pongan de acuerdo a la hora de ofrecer precios en subastas o licitaciones.
- En el Estado se hacen las compras por licitación porque se busca sacarle mejor provecho a los fondos públicos, al dinero de la gente que paga impuestos, optando por quien dé mejores precios o condiciones.
- El Estado licita cosas como la compra de medicamentos que luego se entrega en las unidades de salud y hospitales, o la construcción de un puente.
- Si se hace trampa en estos procesos, los proveedores nos están robando nuestros impuestos al cobrar más caro por las obras y recibir productos de menor calidad.



Estos son los casos que investiga la Superintendencia de Competencia. Si confirma que esto se está dando, manda a que se deje de hacer la práctica anticompetitiva y multa a quienes la están haciendo.



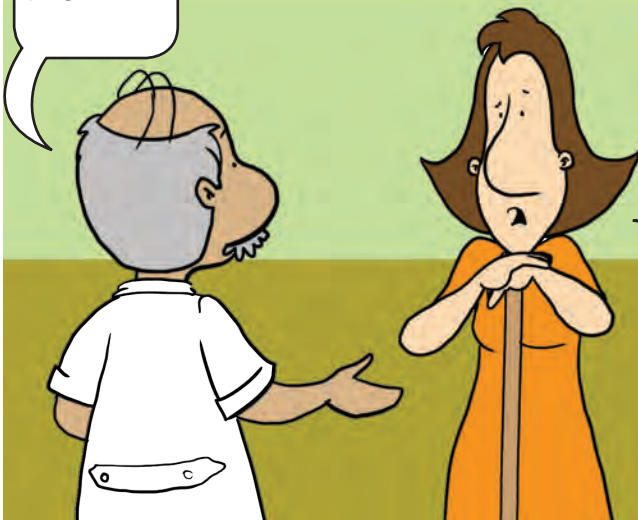
Yo me acuerdo de un caso que se dio hace unos años. Con Justo, mi marido, teníamos una panadería y de pronto vimos que le subieron a la harina. Quisimos comprar al otro molino y no nos vendían. De pronto vimos en los periódicos que la Superintendencia de Competencia había investigado el caso y había descubierto que los dos molinos se ponían de acuerdo.

Resulta que hasta allanaron los molinos, o sea que los fueron a registrar con una orden judicial. Encontraron que esta gente se ponía de acuerdo para repartirse el mercado. La Superintendencia llegó a poner orden y los multó.



¿Y pagaron?

A veces no pagan las multas. Lo que hacen es irse ante la Corte Suprema para que les quite la multa y la Corte, mientras resuelve, puede detener el cobro de las multas.



Pero también hay otras cosas que son prácticas anticompetitivas, aunque no se den entre competidores. Por ejemplo, las ventas condicionadas, que es cuando tu proveedor te vende algo, pero con la condición de que también le compres otras cosas, o que te vendan pero con la condición de que no le compres a otro proveedor. En estas situaciones, la Superintendencia analiza cada caso para ver si es anticompetitivo o no.



¿Y cómo comprueba eso?



Hay condiciones para saber si hay una práctica entre no competidores y si viola la Ley. Al investigar una denuncia de éstas, la Superintendencia de Competencia debe ver cual es el mercado relevante, y si lo que están haciendo puede afectar la competencia, o evitar que otros entren en ese mismo mercado.



¿Qué es eso de mercado relevante?



¡Hum! Mire, es algo complicado, pero óigame: El mercado relevante es el mercado cabalito con el que se va a trabajar, y tiene que ver con el producto de que se trata y con el lugar, o mejor dicho, región donde se transa ese producto.





El mercado relevante de producto abarca todos los productos que pueden sustituirse entre ellos, como las gaseosas en general, por ejemplo; mientras que el mercado relevante geográfico o de lugar, abarca todos los rumbos hasta donde uno está dispuesto a ir a buscar ese producto a mejor precio.

Con la gasolina se ve más claro. Ante la necesidad, la gasolina regular puede sustituir a la especial, pero el diésel no; en ese caso el mercado relevante de gasolinas sería solo la regular y la especial.

Les pongo otro ejemplo: la sal y la pimienta son condimentos, pero uno no puede usar la sal en lugar de pimienta ni pimienta en lugar de sal, no se pueden sustituir entre ellos.



Y si las gasolineras que venden unos centavos más barato están como a 20 kilómetros, no vamos a ir hasta allá porque sale igual por lo que hay que gastar en trasladarse. Entonces, el mercado relevante geográfico serían las gasolineras que estén a menos de 20 kilómetros de la que queda más cerca. Luego de definido el mercado relevante se ve qué tanto influye el proveedor en los precios, es decir si es alguien con posición dominante como le llaman ellos.

¿A qué se refiere con posición dominante?



La posición dominante es la capacidad que tiene un proveedor para controlar el mercado. ¿Cómo puede controlar el mercado?, me van a decir. Puede ser a subiendo los precios o mangoneando las cantidades de producto que va a vender, sin que sus competidores puedan evitarlo.



Otra cosa que la Superintendencia evalúa es si puede otro proveedor entrar al mercado o si hay limitaciones legales o económicas.



Es decir que en estas prácticas, si a uno no le queda de otra más que comprarles a ellos, puede ser anticompetitivo.

Así es. Si no queda de otra, o si ellos tienen forma de influir en cómo está el mercado, en las existencias del producto o su precio, puede ser anticompetitivo.

MI TIENDITA

ACEITE  
SANITO

RECARGUE  
SU CELULAR  
AQUI

Mire, ¿y uno puede ir a denunciarlos?

Sí, si uno cree que hay una práctica anticompetitiva la puede denunciar por escrito en las oficinas de la Superintendencia de Competencia.



## REQUISITOS PARA PONER UNA DENUNCIA ANTE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPETENCIA

Cuando se conoce de un caso que puede ser una violación a la Ley de Competencia, hay que denunciarlo por escrito ante la Superintendencia de Competencia, en sus oficinas.

- Información del denunciante:  
Nombre, edad, identificación, dirección y teléfono
- Información del denunciado:  
Persona natural o jurídica y dirección
- Información de la práctica anticompetitiva:  
Señalar la conducta anticompetitiva que se sospecha se está cometiendo
- Explicar de qué manera le afecta y si tiene pruebas.
- Contacto del denunciante:  
Correo, dirección y teléfono



## 4. EL DOMINANTE NO DEBE SER ABUSIVO

A la semana siguiente, Doña Libertad está tomando el café con su esposo, Justo Mercado. Mientras él hojea el periódico.



Híjole, mirá, uno no se imagina que las violaciones a la Ley de Competencia le terminan costando tan caro a uno como consumidor.

Es una cadenita. Funciona mal el mercado, no dejan que otras empresas entren a competir, se manipulan condiciones y precios, y al final uno tiene menos opciones y toca comprar así como ellos quieren que se compre.

Mirá, además dice que la Ley de Competencia prohíbe el abuso de la posición dominante en estos casos:



- 1 Cuando el dominante pone trabas a que lleguen otros competidores al mercado, o a que los que ya están puedan crecer. Me acuerdo de una vez que las empresas de energía no dejaron que una empresa más chiquita metiera su cableado, así que no podía comenzar a operar.



2 Cuando el dominante limita, impide o desplaza la competencia en el mercado. Como aquella empresa de cable que estaba en una residencial, que era propiedad de la misma constructora y no dejaba que entraran otras empresas de cable. Allí la Superintendencia sancionó y ahora ya pueden entrar todas las que quieran.



3 Cuando el dominante baja los precios incluso a menos del costo, para perjudicar a los otros competidores que no pueden sostener esas bajas. Esto es lo que se llama "precios predatorios", y lo pueden hacer empresas grandes que pueden costear vender bien barato. Van quebrando a las chiquitas y así se quedan sin competencia.

4 Cuando da precios distintos en alguna zona del país para perjudicar a otro competidor. Esto me acuerdo que lo hacía aquel vendedor de aceite, ¿te acordás? Vino a dar bien barato por esta zona para que sólo le compráramos a él y la otra señora que tenía su distribuidora aquí tuvo que cerrar.



Si te fijás siempre es uno el que sale perdiendo además de toda la economía, porque si tenés empresas que no pueden crecer o que tienen que cerrar, todo eso es menos empleo y menos oportunidades para la gente.

## 5. "YO QUIERO SER EL ÚNICO... O EL MÁS GRANDE"

Zoila ha salido de clases y pasa a comer un sorbete con los compañeros del instituto. En la plática comienzan a hablar sobre cómo les va con sus respectivos celulares.

Pues buena, lo que se dice buena, no es esta compañía, pero estaban diciendo que se unirá con la otra que es más grande, y allí quizás nos mejora el servicio.

Pero yo escuché que no les dieron el permiso para que se hiciera la unión entre las empresas telefónicas. Parece que eso limitaba la competencia. Es más, yo he pensado agarrar el tema para la exposición de la otra semana.

Sí, es cierto. Es que parece que la Superintendencia de Competencia les había puesto unas condiciones para que la compra no afectara la competencia, y ellos no las quisieron aceptar.



Ajá, era lo que llaman una concentración, o sea una compra, integración o fusión entre empresas. También es concentración cuando una empresa, por ejemplo, que ya controla a otra, viene y quiere comprar una más.

¿Siempre tienen que pedir permiso a la Superintendencia de Competencia?

No, solo cuando son operaciones grandes. En la ley sale a partir de cuánto es que tienen que pedir permiso. A la hora de dar el permiso, la Superintendencia de Competencia debe analizar si la concentración no limitará la competencia.



Sí, porque, de hecho, a veces las concentraciones son buenas cuando ayudan a la eficiencia. Imaginate dos empresas que por separado tienen costos más altos, pero si una compra a la otra o deciden unirse, entonces pueden ser más eficientes y bajar sus costos. Esa baja de costos les permite darle precios más bajos, mejor calidad o mejor servicio a los usuarios, pueden hacer nuevos productos ya que comparten tecnología, o pueden abarcar más territorio y llegar a más clientes.

La Superintendencia no puede negar los permisos si las empresas demuestran que la compra o fusión será buena para el consumidor final porque mejorará la oferta en el mercado.



Pero esto hace poco que se anunció, o sea que la Superintendencia resuelve rápido.



Tiene un plazo máximo, y si no cumple, la autorización se da automáticamente. A veces hay fusiones entre empresas que están bajo la vigilancia de otros. Si son bancos, por ejemplo, la Superintendencia del Sistema Financiero debe también autorizarlas, y así todos los demás reguladores. En estos casos la Superintendencia de Competencia resuelve y los reguladores deben tomar en cuenta si ella la autorizó o no.

¿Y en este caso por qué no les dieron el permiso?



Como te decía, les pusieron unas condiciones y no las quisieron cumplir. Y la Superintendencia de Competencia vio que no habría ganancias para los usuarios si estas empresas se volvían una sola, sino que nomás habría como una gran súper telefónica que iba a ser de mayor tamaño que las demás, e iba a tener posición dominante en el mercado.

A veces hay empresas que dinamizan el mercado, que impulsan a sus competidores a que se muevan con ofertas, descuentos, mejores servicios, como pasó en este caso. No es bueno que éstas sean compradas por otras, porque gracias a ellas se genera lucha por la preferencia de los consumidores.



## 6. LO QUE PASA CUANDO NO SE CUMPLE LA LEY

Antonio y Armando han ido a la Superintendencia de Competencia para averiguar si lo que les está pasando con los vendedores de tela puede ser una infracción a la Ley.



Podemos imponer multas de diferentes cantidades, dependiendo de qué tan grave ha sido la violación a la ley.

Pueden ser de hasta más de un millón de dólares.

Pero, dependiendo de la gravedad, el monto de la multa puede ser hasta un 6 % de las ventas anuales, o un 6 % de sus activos, o sea de lo que posee la compañía, como sus edificios, maquinaria, producto, vehículos, etc.

El monto de la multa también puede llegar a ser entre dos y seis veces la ganancia que la empresa haya obtenido gracias a la práctica anticompetitiva.

Además de la multa, como les decía, ordenamos que se deje de realizar la práctica.

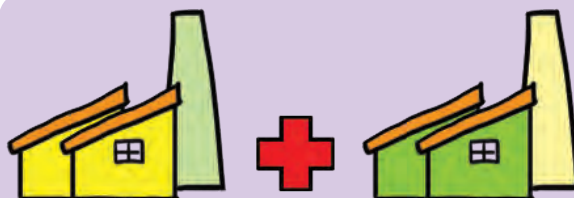


¿En qué casos pueden multar?

Siempre que se compruebe una práctica anticompetitiva, como acuerdos, o abuso de posición dominante. Podemos multar, además, en diferentes situaciones:

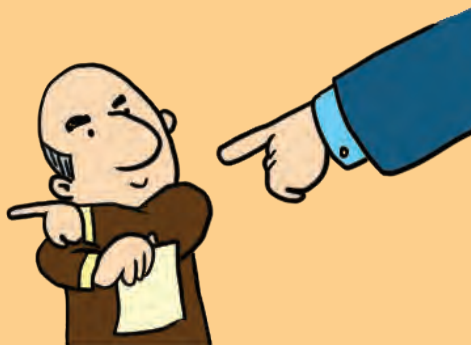


Cuando sea una de las concentraciones que necesitan autorización de la Superintendencia de Competencia pero no la pidió.



Cuando la Superintendencia haya puesto condiciones para autorizar que una empresa compre a otra, o se fusionen, y no cumplan con estas condiciones.

De hecho, si alguien viene a poner una denuncia con documentos o información falsa para afectar la competencia, también se le puede aplicar una multa, de hasta más de un millón de dolares.



Si una persona o empresa se niega a colaborar con la Superintendencia y a dar la información que se le ha pedido, se aplica una multa de alrededor de dos mil dolares, por cada día que se atrasen en entregar lo que se les ha pedido.

Pero la ley también le da chance a quienes han caído en prácticas anticompetitivas, para que lo reconozcan y se comprometan a dejar de hacerlas. Cuando a alguien se le está investigando por acuerdo entre competidores, puede reconocerlo ante el Superintendente, y colaborar en la investigación para que se le otorgue la clemencia y se le reduzca la multa.



## 7. BUSCANDO A LOS INFRACTORES

Personal de la Superintendencia de Competencia comienza a investigar a los vendedores de tela por mayoreo en la zona donde Armando y Antonio tienen su sastrería. Esta investigación puede comenzar por una denuncia, como pasó en este caso, o de oficio, es decir, porque la Superintendencia sospecha que hay un posible caso de violación de la Ley.

La investigación comienza por averiguar a qué precios están vendiendo los distribuidores. Se dan cuenta de que efectivamente no hay razón que justifique que tengan los mismos precios, y que además han subido.

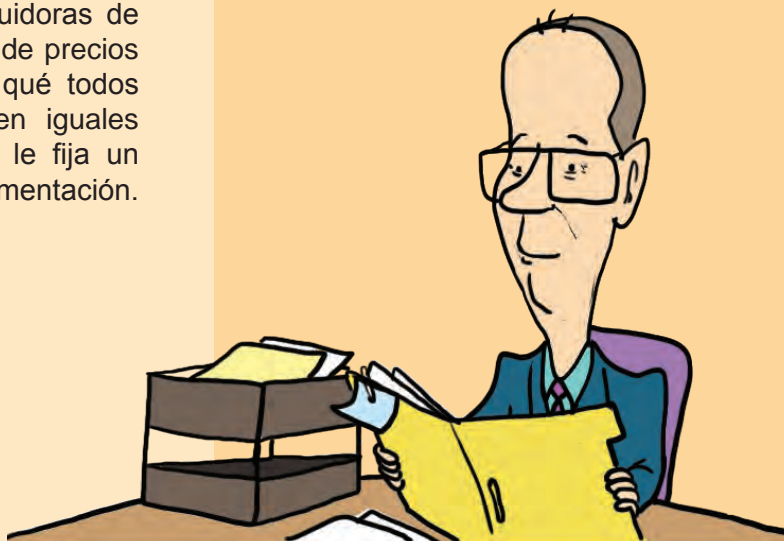




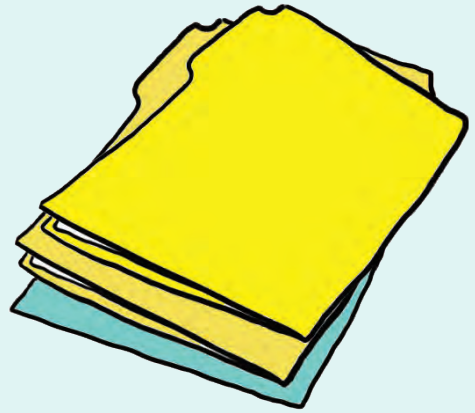
En este caso vemos que es posible que se esté dando una práctica anticompetitiva, y vamos a iniciar el procedimiento sancionatorio. Ahí participa el equipo investigador, donde hay una persona que lidera y otra que lleva el record de lo que se hace, notifica y avisa a las partes los avances del proceso.

Además, le presentamos a los distribuidores de tela el documento en el que se explica por qué se les ha iniciado el proceso, y también que ellos pueden tratar de probar que no están violando la ley.

El Superintendente pide toda la documentación a las distribuidoras de tela, para ver si el aumento de precios fue justificado o no, y por qué todos le subieron y ahora ofrecen iguales precios. El superintendente le fija un plazo para presentar la documentación.




Finalizada la investigación, toda la documentación pasa al Consejo Directivo para resuelva sobre el caso. Esta vez hay pruebas de que se violó la Ley al acordar subir precios y deciden que van a multar a los distribuidores de tela. La sanción la determinan de forma razonada, es decir, toman en cuenta el daño que se causó a la economía, a las otras empresas y a los mismos consumidores, entre otras cosas, para determinar de cuánto será la multa. Todo el proceso puede llegar a durar hasta 12 meses.



La Licenciada Morales se reúne con Antonio y Armando para contarles cómo va el proceso.

Hay casos en los que la denuncia no tiene suficiente fundamento, y se declara "sin lugar", es decir, que ni siquiera se va a comenzar a investigar porque claramente no hay violaciones a la Ley.

En este caso sí había suficientes elementos y se les ha puesto una multa, pero los distribuidores de tela han decidido presentar un recurso de revisión.



¿Cómo es eso?

Cinco días después de que el Consejo Directivo resuelve sobre un caso, la persona o empresa sancionada puede presentar un recurso de revisión. Esta es una oportunidad para que el Consejo Directivo reconsidere la primera resolución que emitió, y la revierta. El Consejo tiene ahora 10 días hábiles para resolver este recurso. Si el recurso no lo hubieran presentado de la forma correcta, o dentro de los cinco días que dice la ley, podría haber sido declarado inadmisibile, o sea, que no procede.



Transcurridos los 10 días, el Consejo Directivo vuelve a decidir que los distribuidores de tela hicieron un acuerdo para subir y fijar precios, así que confirma la multa. También les ordena que dejen de realizar esa práctica anticompetitiva.



De regreso en su taller, Antonio y Armando reciben a Doña Libertad para contarle cómo terminó todo.



Es de agradecerle, doña Libertad, si no fuera por usted no hubiéramos puesto la denuncia y allí nos tuvieron con la tela bien cara, que luego ni le íbamos a ganar nada a la ropa que hacemos.



Es importante conocer las leyes que nos protegen y nos benefician. La Ley de Competencia sirve para eso, para que el mercado funcione bien y para que no haya abusos que nos perjudiquen a los consumidores ni a las empresas que quieren desarrollarse. Al final, gana la economía porque camina mejor, y ganamos todos.

Aquí les traigo una copia de la ley, para que la terminen de estudiar.

Gracias, Doña Libertad, a nosotros nos han dado ganas de comentarles a los compañeros de otras sastrerías lo que hemos aprendido.

Y está bien, es lo que deberíamos hacer todos. Ya ven que el tema parece complicado pero poniéndole atención y un poco de cariño uno termina entendiendo, jajajajaja.



Jajajaja, tiene razón doña Libertad, véngase, que se nos enfría el café.











MATERIAL  
DIDÁCTICO

# Ley de Competencia

ILUSTRADA

[www.sc.gob.sv](http://www.sc.gob.sv)

@scompetencia

