Unclassified **DAF/COMP/LACF(2011)26**

Organisation de Coopération et de Développement Économiques
Organisation for Economic Co-operation and Development **08-Sep-2011**

Spanish - Or. English

DIRECTORATE FOR FINANCIAL AND ENTERPRISE AFFAIRS
COMPETITION COMMITTEE

DAF/COMP/LACF(2011)26
Unclassified

LATIN AMERICAN COMPETITION FORUM (Spanish Version)

FORO LATINO AMERICANO DE COMPETENCIA

Sesión I: Asuntos de Competencia en Asociaciones Comerciales

Contribución de Paraguay

13 y 14 de septiembre 2011, Bogotá (Colombia)

El documento adjunto de Paraguay se circula PARA SU DEBATE durante la Sesión I del Foro Latinoamericano de Competencia que se realizará el 13 y 14 de septiembre de 2011 en Bogotá (Colombia).

Contacto: Sra. Hélène Chadzynska, administradora, directora del programa del LACF
Tel.: +33 (01) 45 24 91 05; Fax: +33 (0)1 45 24 96 95;
Correo electrónico: helene.chadzynska@oecd.org

JT03306641

Document complet disponible sur OLIS dans son format d'origine
Complete document available on OLIS in its original format

Spanish - Or. English

FORO LATINOAMERICANO DE COMPETENCIA

13 y 14 de septiembre 2011, Bogotá (Colombia)

Sesión I: Asuntos de Competencia en Asociaciones Comerciales

-- CONTRIBUCIÓN DE PARAGUAY[*] --

1. Introducción

1. El comercio es sinónimo de desarrollo económico, asimismo las asociaciones comerciales como tal representan un rol fundamental en las economías de los países produciendo un bienestar social, siempre y cuando los fines que persigan estén enmarcados dentro de las actividades permitidas por las normas vigentes.

2. Adam Smith en su investigación sobre la "Riqueza de las Naciones" hacía mención a la libre competencia sin la intervención del Estado, criticando toda regulación económica gubernamental o mercantilista, afirmaba que toda desviación sería corregida por la "mano invisible" del sistema, llámese a ésta la capacidad autorreguladora del libre mercado.

3. Hoy en día sabemos que esta teoría no es aplicable, prueba de ello es la vasta jurisprudencia existente en cuanto a casuísticas sobre asociaciones comerciales, que en algunas situaciones se alían en pos de realizar infracciones al orden económico.

4. Las empresas también ingresan a organismos comerciales para mejorar la tecnología al compartir información, para alentar la estandarización, así como para disfrutar de las ventajas comparativas de una organización a gran escala y no siempre para fijar precios, boicotear y realizar actos de colusión. Las asociaciones comerciales en sí son uniones legalmente creadas con un fin determinado[1].

---

[*] Este documento fue preparado por Cynthia Andino, Directora de Normas y Negociaciones Comerciales del Ministerio de Industria y Comercio y David Sperber, quienes asistió en la producción del documento. Los comentarios no reflejan la posición del gobierno y son de exclusiva responsabilidad del autor.

[1] "Derecho y Economía de la Competencia". Gellhorn, Kovacic, Calkins.

5. Relataremos un caso ocurrido en Paraguay sobre como las conductas de las asociaciones comerciales pueden lesionar el bienestar de un mercado, el ejemplo no ha tenido dictamen alguno de ninguna autoridad, tampoco ha sido resuelto a través de la mano invisible del sistema, es a modo de demostrar la imperante necesidad de contar con legislaciones que velen por la libre competencia, en aras de la defensa del consumidor.

6. Mencionaremos además el actual estado de Paraguay referente a la aprobación de una legislación nacional en la materia.

2. Situación reciente de la ley

7. Actualmente la República del Paraguay se encuentra en un proceso de promulgación de una Ley de Defensa de la Competencia, habiéndose presentado al Congreso de la Nación en fecha 6 de setiembre un proyecto consensuado con el sector privado[2].

8. El mismo ha sido fruto de un arduo trabajo entre los gremios empresariales, los cuales han consentido los preceptos que en él versan. Quedando en manos del Congreso Nacional el estudio, dictamen y procesos internos de ese Poder del Estado, ciclos de exclusiva potestad del Parlamento.

3. Ejemplo de un caso

9. El caso que a continuación exponemos fue producto de una publicación realizada por "Casa Grutter", un comercio mayorista y minorista situado en la capital del país, el cual denunció lo que ellos consideraron una imposición en cuanto a los criterios de los precios sugeridos por parte de los proveedores, caso que no pudo ser atendido directamente por carecer de una legislación nacional, no obstante, se han realizado todas las gestiones de mediación entre la reclamante y los proveedores acusados, para la obtención de una solución mutuamente satisfactoria y por sobre todas las cosas en la defensa primordial de los consumidores paraguayos.

CASA GRUTTER[3]
Mayoristas y Minoristas
Carta abierta

¿Existe el libre mercado? ¿Es la libertad una realidad? ¿La libre competencia es realmente posible? ¿Hay garantías para actuar libremente dentro de la Ley?

Estas son algunas de las preguntas que nos hacemos hoy cuando como empresa estamos buscando **favorecer a nuestros clientes con buenos productos, bueno servicio y precios bajos.**

Casa Grutter S.A., como miembro de la Asociación de Almaceneros [4], una sociedad gremial con más de 60 años en el mercado, en el afán de ofrecer un espacio más cómodo a sus clientes, habilitó a cuadras del Mercado de Abasto- donde continua la Casa Central- una nueva sucursal en la que también aplica la política empresarial de seguir ofreciendo los mismo productos y precios bajos a los que sus clientes están acostumbrados.

---

2 http://www.ppn.com.py/html/noticias/noticia-ver.asp?id=74584&desc=Empresarios-presentan-propuesta-sobre-ley-de-defensa-de-la-competencia

3 http://www.abc.com.py/nota/103139-casa-grutter-denuncia-al-mic-que-oligopolio-le-obliga-a-subir-precios/

4 La Asociación de Almacenes Mayoristas es una sociedad gremial creada por decreto número 4122 del Poder Ejecutivo, en fecha 27 de abril de 1951; cuyo fin principal es propiciar ante los poderes públicos la adopción de medios que favorezcan el desenvolvimiento y progreso del comercio y la supresión de las medidas que lo traben o graven con exceso.

¿Qué ocurre hoy? **Varios de nuestros proveedores se ven forzados a dejar de vendernos a no ser que aumentemos los precios de los productos que ofrecemos a nuestros clientes; caso contrario, otros clientes dejarán de comprarlos a ellos.**

Nos preguntamos, ¿por qué no podemos seguir vendiendo "más barato"?. **Es nuestro slogan, es parte de nuestra filosofía empresarial, es la que deseamos.** Además, cuando vendemos a precios bajos a los que renunciamos es a mayores márgenes de utilidad, sin que exijamos otras negociaciones a nuestros proveedores.

De hecho existen diversas marcas, además de productos sustitutos, pero Casa Grutter, como una empresa que es paraguaya y se siente orgullosa de serlo, que cree en las leyes y busca cumplirlas, que valora el trabajo honesto y respeta a los otros, nos preguntamos nuevamente: ¿Por qué somos castigados al buscar ofrecer precios bajos a los clientes? ¿Por qué algunas empresas proveedoras se ven obligadas a no vendernos si no aumentamos nuestros precios, a lo que es peor: están levantando los precios de los productos para nosotros? ¿Qué fuerzas tan poderosas les obligan?

Aclaramos, nuestra nueva sucursal es un punto de venta más de los tres que ya tiene habilitados Casa Grutter. No somos un supermercado. No tenemos patio de comidas, sectores de juguetería ni ropería u otros. Seguimos ofreciendo la misma gama de productos y precios de siempre. **Seguimos siendo una empresa mayorista y minorista.** Nuestros clientes son desde pequeñas cantinas a empresas gastronómicas de primer nivel, desde pequeños negocios revendedores a consumidores finales, todos atraídos por nuestros precios bajos y otros servicios con los que buscamos cautivarles.

¿Quiénes nos protegen? ¿Quiénes protegen a nuestros clientes? ¿Existe la libre competencia? ¿O es que estamos en un ambiente oligopólico que tiende a convertirse en Cártel [5]?

Ojalá esta práctica no prolifere en nuestro país; necesitamos imperiosamente progresar todos asistidos por una misma Constitución que lo ampare y por Instituciones que lo garanticen.

Busquemos un presente justo y un porvenir aún mejor. Nos debemos a nosotros mismos y a nuestros hijos.

Directorio de Casa Grutter S.A.

4. Resolución del caso

10. El caso ha sido solucionado sin la imposición de sanciones y por un arreglo entre las partes, al menos, en los últimos tiempos no se han vuelto a tener denuncias de la misma índole.

11. Nuestra Carga Magna en su Art. 107 "DE LA LIBRE CONCURRENCIA", que transcripto reza cuanto sigue; "Toda persona tiene derecho a dedicarse a la actividad económica lícita de su preferencia, dentro de un régimen de igualdad de oportunidades.

12. Se garantiza la competencia en el mercado. No serán permitidas la creación de monopolios y el alza o la baja artificiales de precios que traben la libre concurrencia. La usura y el comercio no autorizado de artículos nocivos serán sancionados por la Ley Penal".

13. Siendo este el marco legal base que contiene el precepto central de la futura Ley de Competencia del Paraguay.

[5] En economía se denomina cartel o cártel a un acuerdo formal entre empresas del mismo sector, cuyo fin es reducir o eliminar la competencia en un determinado mercado. Los cárteles suelen estar encaminados a desarrollar un control sobre producción y la distribución de tal manera que mediante la colusión de las empresas que lo forman éstas forman una estructura de mercado monopolística, obteniendo un poder sobre el mercado en el cual obtiene los mayores beneficios posibles en perjuicios de los consumidores.

5. Sumario

14. Las actuaciones de las asociaciones comerciales tienen un vinculo con la liberación comercial, si estas permiten una competencia libre y vigorosa llegarán a una competencia perfecta, caso contrario la apertura comercial se verá truncada por prácticas desleales y perjudiciales para el desarrollo de la economía, como menciona Stiglitz en su escrito "Comercio Justo para Todos", logrando la competitividad interna es que es asequible también la competitividad externa y el acceso a los mercados, desde una perspectiva OMC.

15. Un gremio no es anticompetitivo como señalamos en la introducción cuando persigue objetivos de eficiencia económica y operativa, como ser la aglutinación y asociatividad por ejemplo para fines de exportación. En cambio, un gremio puede ser pernicioso cuando su unión obedece a la formación de un "cartel" para la imposición de precios artificiales, repartición de mercado, entre otros, abusando de la posición y condición gremial. El cartel es considerado como una de las conductas anticompetitivas más lesivas al orden económico.

16. Las actividades de abogacía de la competencia resultan fundamentales como herramientas de difusión y concienciación por parte de las Agencias de Competencia hacía las cofradías empresariales, pues muchas veces las mismas actúan por un desconocimiento de las normas aunque nadie puede justificar su proceder aludiendo al desconocimiento de la Ley.

17. Existen también documentos publicados como ser: "Antitrust Guidelines for Collaborations Among Competitors", el mismo explica los criterios utilizados en este caso por la Federal Trade Commission (FTC) y el Departamento de Justicia, para analizar el impacto competitivo de conductas concertadas, las cuales podrían servir como modelo para la educación en los mercados al consumidor y asociaciones comerciales respectivas.

6. Marco teórico

- Constitución Nacional del Paraguay del año 1992.
- Smith, Adam; "La riqueza de las naciones".
- Gellhorn, Kovacic, Calkins; "Derecho y Economía de la Competencia".
- Coloma, German; "Defensa de la Competencia".
- Stiglitz, Joseph; "Comercio Justo para Todos".