



**UNIVERSIDAD DE CARABOBO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES**  
**ESCUELA DE ECONOMÍA**  
**CAMPUS BÁRBULA**



**ANÁLISIS ECONÓMICO DEL DECRETO CON RANGO, VALOR Y  
FUERZA DE LEY ANTIMONOPOLIO PUBLICADO EN GACETA OFICIAL  
EXTRAORDINARIA N° 6.151 DE LA REPUBLICA BOLIVARIANA DE  
VENEZUELA EL 18 DE NOVIEMBRE DE 2014.**

Autor:

Franco Contreras, María Gabriela

C.I: 20.179.056

Bárbula, marzo de 2016.



**UNIVERSIDAD DE CARABOBO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES**  
**ESCUELA DE ECONOMÍA**  
**CAMPUS BÁRBULA**



**ANÁLISIS ECONÓMICO DEL DECRETO CON RANGO, VALOR Y  
FUERZA DE LEY ANTIMONOPOLIO PUBLICADO EN GACETA OFICIAL  
EXTRAORDINARIA N° 6.151 DE LA REPUBLICA BOLIVARIANA DE  
VENEZUELA EL 18 DE NOVIEMBRE DE 2014.**

Autor:

Franco Contreras, María Gabriela

C.I: 20.179.056

Trabajo de Grado presentado para optar al título de Economista

Bárbula, marzo de 2016.



**UNIVERSIDAD DE CARABOBO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES**  
**ESCUELA DE ECONOMÍA**  
**CAMPUS BÁRBULA**



**APROBACIÓN DEL TUTOR (A)**

Yo, Rafael Palacios Requena, Titular de la C.I.: V- 1.336.804 en mi condición de tutor, hago constar que Trabajo de Grado titulado **“ANÁLISIS ECONÓMICO DEL DECRETO CON RANGO, VALOR Y FUERZA DE LEY ANTIMONOPOLIO PUBLICADO EN GACETA OFICIAL EXTRAORDINARIA N° 6.151 DE LA REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA EL 18 DE NOVIEMBRE DE 2014”** presentado por la bachiller Franco Contreras, María Gabriela, titular de la C.I.: 20.179.056, reúne todos los requisitos necesarios y suficientes para ser entregado.

Prof.: \_\_\_\_\_

Rafael Palacios Requena

C.I: 1.336.804

Tutor

Bárbula, marzo de 2016

## **AGRADECIMIENTOS**

*A Dios y a mis padres, por siempre contar con su apoyo incondicional en todo momento, por su paciencia, comprensión y ayuda durante esta y todas las etapas de mi vida. Gracias a ellos por todo.*

*A mi tutor, por su apoyo y orientación durante la realización de este trabajo de grado y la Universidad de Carabobo y mis profesores por la formación recibida.*

**Franco Contreras, María Gabriela**

## INDICE GENERAL

	Pág.
Aprobación del Tutor	iii
Acta de veredicto del jurado	iv
Agradecimiento	v
Índice General	vi
Índice de Graficas	ix
Resumen	x
Introducción	xi

### **CAPITULO I:**

#### **EL PROBLEMA**

1.1 Planteamiento del Problema	13
1.2 Objetivo general	18
1.3 Objetivos específicos	18
1.4 Justificación	19

### **CAPITULO II:**

#### **MARCO TEORICO**

2.1 Antecedentes de la investigación	18
2.2 Bases teóricas	20
2.2.1 Concepto de libre competencia	22

2.2.2	La competencia imperfecta	23
2.2.2.1	Oligopolio	23
2.2.2.2	Competencia Monopolística	25
2.2.2.3	Monopolio	25
2.2.3	concepto de posición de dominio	30
2.2.3.1	Prácticas monopólicas	31
2.2.3.2	Prácticas horizontales	31
2.2.3.3	Prácticas verticales	33
2.2.3.4	Definición de algunos tipos de prácticas	33
2.2.3.4.1	Fijación de precios	33
2.2.3.4.2	Precios predatorios	34
2.2.3.4.3	Operaciones de exclusividad	35
2.2.3.4.4	Asignación o reparto de mercados	35
2.2.3.4.5	Discriminación de precios	36
2.2.3.4.6	Restricción de la oferta	37
2.2.3.4.7	Ventas atadas	37
2.2.3.4.8	Colusión en licitaciones públicas	38
2.2.4	La competencia desleal	38
2.2.5	Diferencias entre las prácticas restrictivas de la competencia y competencia desleal	41
2.2.6	Antimonopolio	44
2.2.6.1	Derecho de la competencia	44
2.2.6.2	Evaluación de las conductas prohibidas	48

2.2.6.2.1 La regla de la razón	49	
2.2.6.2.2 La regla per sé	50	
2.2.6.3 Objetivo de las leyes de competencia	52	
2.3 Bases legales	55	
2.4 Definición de términos básicos		63

**CAPÍTULO III:  
MARCO METODOLÓGICO**

3.1 Tipo de Investigación		68
3.2 Diseño de la investigación		69
3.3 Técnicas e Instrumento de Recolección de datos		70

**CAPÍTULO IV:  
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS**

4.1 Análisis económico del Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Antimonopolio publicado en Gaceta Oficial Extraordinaria Nro. 6.151		72
---	--	----

<b>CONCLUSIONES</b>	96	
<b>RECOMENDACIONES</b>		98
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>		99

## INDICE DE GRÁFICOS

<b>Grafico</b>	<b>Pág.</b>
1. Beneficio del monopolista	26
2. Pérdida irrecuperable de eficiencia originada por el monopolio.	28



**UNIVERSIDAD DE CARABOBO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES**  
**ESCUELA DE ECONOMÍA**  
**CAMPUS BÁRBULA**



**ANÁLISIS ECONÓMICO DEL DECRETO CON RANGO, VALOR Y FUERZA DE LEY ANTIMONOPOLIO PUBLICADO EN GACETA OFICIAL EXTRAORDINARIA N° 6.151 DE LA REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA EL 18 DE NOVIEMBRE DE 2014.**

Autor: María Gabriela Franco Contreras

CI: 20.179.056

[mgabrielafrancoc@gmail.com](mailto:mgabrielafrancoc@gmail.com)

Tutor: Rafael Palacios Requena

CI: 1.336.804

Fecha: Febrero 2016

### **Resumen**

En el presente trabajo se realizó un análisis económico del Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Antimonopolio publicado en Gaceta Oficial Extraordinaria N° 6.151 del 24 de noviembre de 2014, dicho análisis se realizó bajo la perspectiva del análisis económico del Derecho. La investigación es de tipo descriptivo y se apoyó en el análisis documental para el alcance de sus resultados. La conclusión principal de la investigación es que dicha ley podría resultar ineficiente pues no crea los incentivos necesarios para cumplir con su objetivo de proteger y promover la libre competencia en Venezuela, además de verse limitada por otras leyes como la Ley Orgánica de Precios Justos.

**Palabras Claves:** Antimonopolio, libre competencia, antitrust

## INTRODUCCIÓN

La competencia es un principio fundamental de la economía de mercado, siendo, en el plano de las libertades individuales, la forma más importante en que se manifiesta el ejercicio de la libertad de empresa, contribuye a mejorar la productividad y eficiencia de las empresas y en consecuencia el crecimiento económico. La relación positiva entre libre competencia y crecimiento económico lleva a concluir la necesidad de fomentarla.

Las normas jurídicas constituyen incentivos o desincentivos a los efectos de que sus sujetos de aplicación realicen o no determinadas actividades. La gente, en términos agregados, reacciona de manera distinta según sea el contenido y la naturaleza de las leyes que regulan su comportamiento. Las normas jurídicas influyen así sobre la conducta humana de una manera muy parecida a como lo hacen los precios.

Ronald Coase sostenía en “El problema del costo social” (1960) que los economistas buscaban la intervención del estado cuando el mercado se apartaba de una situación competitiva sin tener en cuenta que éste no podía ser considerado como una fuerza correctiva libre de costos, por lo cual recomendaba evaluar los costos y beneficios de toda política, siempre teniendo en cuenta que sea una solución de mercado o no tendrá costos ya sean económicos o sociales, por lo que los legisladores y las Cortes deben ser cuidadosos al momento de legislar o fallar, y considerar en dichas actividades los costos y beneficios para evitar pérdidas irrecuperables de eficiencia

El presente trabajo tiene como finalidad el análisis económico del Decreto con Rango Valor y fuerza de Ley Antimonopolio publicado en Gaceta oficial N°6.151 el 18 de noviembre de 2014 para comprender, explicar y predecir los costos y beneficios sociales de la implementación de dicha ley, y si maximiza la realización de los principios constitucionales que involucra.

En el primer capítulo del presente trabajo se describe la problemática y las interrogantes que motivaron la realización de la investigación, en el segundo capítulo se explican conceptos los relativos a la libre competencia, los monopolios y las prácticas que estos realizan para limitar la libre competencia, la competencia desleal, las leyes antimonopolio y su objetivos, además de las formas de evaluar las diferentes prácticas, conceptos fundamentales para comprensión de la problemática.

En el tercer capítulo se indica de qué forma se procederá a lograr los objetivos planteados y finalmente en el cuarto capítulo se expondrá la estructura del Decreto Ley y se realizará su evaluación.

## **CAPÍTULO I:** **EL PROBLEMA**

En el presente capítulo se realizará una descripción de la problemática que motiva el desarrollo de esta investigación que da lugar a la interrogante que se busca responder mediante el cumplimiento de los objetivos que luego se mencionan, seguidamente se presentan los argumentos que justifican la realización del presente trabajo.

- **Planteamiento del problema:**

Las leyes Antimonopolio surgen a finales del siglo XIX como instrumento para frenar a aquellas empresas que se concentraban para aprovechar avances tecnológicos y de ésta manera aumentar tanto su tamaño como sus beneficios.

La primera ley de éste tipo fue promulgada en los Estados Unidos en el 2 de junio del año 1890, y llamada “Sherman Act” su objetivo era evitar los monopolios o puntos de enfoque de la fuerza económica que pudiesen resultar perjudiciales para la economía o los consumidores, por lo cual la misma declaró ilegales los monopolios o “trust”.

Posteriormente en 1914 fue publicada la ley de Clayton que prohibió la fijación de precios, la manipulación de licitaciones y los contratos de compra

exclusivos para todas las compañías que competían en el mismo mercado, así como también las adquisiciones y fusiones entre empresas que pudieran disminuir la competencia.

El concepto de “antimonopolio” en los países latinoamericanos, no es algo nuevo, pues Argentina promulgó la primera ley orientada a regular los monopolios en el año 1919, luego el resto de los países de la región empezó a crear su propia legislación al respecto. Igualmente en Venezuela la legislación en materia de libre competencia data de 1914 cuando la Constitución por primera vez señaló expresamente la prohibición de la concesión de monopolios y posteriormente en el año 1961, el artículo 97 de la Constitución se modifica para ahora señalar que se no se permitirá la existencia de monopolios.

Para Giraud, A. (1998; p.375) en Venezuela desde entonces existe una “concepción tradicional de la prohibición de monopolios”; sin embargo no es sino hasta el año 1992 cuando este tipo legislación realmente adquiere relevancia con la puesta en vigencia de la Ley para Proteger y Promover el Ejercicio de la Libre Competencia (“LPPLC”) publicada en la Gaceta N°34.888 del 13 de enero de 1992, cuyo propósito era:

Promover y proteger el ejercicio de la libre competencia y la eficiencia en beneficio de los productores y consumidores y prohibir las conductas y prácticas monopólicas y oligopólicas y demás medios que puedan impedir, restringir, falsear o limitar el goce de la libertad económica.(Art. 1)

Esta ley constituyó la primera normativa de protección de la competencia en el país. Dicha ley tuvo grandes similitudes con las leyes europeas de competencia.

Con la promulgación de la “Ley para Promover y Proteger el Ejercicio de la Libre Competencia” se crea como órgano desconcentrado, adscrito al Ministerio de la Producción y el Comercio, la Superintendencia, la cual cuenta con autonomía funcional, aunque no con independencia, ni autonomía presupuestaria y financiera, lo que representa una de sus debilidades institucionales.

Actualmente, luego de la reforma constitucional del 2007 el artículo 113 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela que hace referencia a los monopolios señala claramente que se prohíbe el funcionamiento de los mismos por considerarlos contrarios a los principios fundamentales de la Constitución, así como también los actos que tengan por objeto o por efecto el establecimiento de un monopolio, también declara contraria a los principios fundamentales el abuso de la posición de dominio, independientemente de la causa que haya generado tal posición de dominio. Para estos casos el Estado adoptará las medidas que considere necesarias para evitar los efectos nocivos de tales situaciones y garantizar la libre competencia económica.

El objetivo de la nueva ley es:

Promover, proteger y regular el ejercicio de la competencia económica justa, con el fin de garantizar la democratización de la actividad económica productiva con igualdad social, que fortalezca la soberanía nacional y propicie el desarrollo endógeno, sostenible y sustentable, orientado a la satisfacción de las necesidades sociales y a la construcción de una sociedad justa, libre, solidaria y corresponsable, mediante la prohibición y sanción de conductas y prácticas monopólicas, oligopólicas, abuso de posición de dominio, demandas concertadas, concentraciones económicas y cualquier otra práctica económica anticompetitiva o fraudulenta (Art.1)

Para Rey (2015: p 1) esta Ley Antimonopolio aprobada vía habilitante por el Presidente de la República, es una legislación cuyos costos a imponer sobre la sociedad venezolana son de mayor relevancia que los beneficios percibidos por limitados agentes y considera que la ley en cuestión, contradice su propia finalidad y deroga a la “LPPLC”, la cual a su juicio se perfilaba con una mayor eficiencia debido a que a lo largo de éste se presentan consideraciones que resultan preocupantes y llevan a dudar de la efectividad con la cual se pretende atacar esta falla de mercado.

La existencia de competencia es vital para el funcionamiento de los mecanismos autorreguladores del mercado.

El libre funcionamiento de los mercados es la mejor manera de asegurar que un bien o servicio sea producido eficientemente y al menor costo. Los mercados competitivos, incentivan la innovación de las empresas tanto en sus técnicas y procesos de producción como en la creación de nuevos productos y por tanto, aumentan las opciones de los consumidores. El resultado es que se aumenta el bienestar social.

Actualmente Venezuela cuenta con un gobierno que se caracteriza por ser altamente intervencionista, que ha implementado controles de precios mediante la Ley Orgánica de Costos y Precios Justos en 2014, que posteriormente fue reformada a Ley Orgánica de Precios Justos en 2015 con la finalidad de controlar totalmente las condiciones de la oferta de bienes y servicios, además de participar como agente económico en algunos mercados mediante las empresas estatales.

Por lo que se plantean las siguientes interrogantes; ¿Cuál es la estructura de la nueva ley?, ¿Puede existir contradicción teleológica entre el referido Decreto Ley y la Ley Orgánica de Precios Justos publicada en Gaceta Oficial Extraordinaria N° 6.202 del 10 de noviembre de 2015? Y finalmente si, ¿Está el Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Antimonopolio publicado en Gaceta Oficial Extraordinaria N° 6.151 el 18 de noviembre de 2014 en capacidad de cumplir los objetivos para los cuales fue creado?

Para dar respuesta a las preguntas de investigación antes planteadas se desea realizar un análisis económico el Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Antimonopolio publicado en la Gaceta Oficial Número Nro. 6.151 26 de noviembre de 2014 para así determinar puede resultar eficiente en el cumplimiento de sus objetivos previstos.

## **1.2 Objetivo general**

Analizar económicamente el Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Antimonopolio publicado en Gaceta Oficial extraordinaria número Nro. 6.151 del 18 de noviembre de 2014 y reimpresso en Gaceta Oficial Nro. 40.549 del 26 de noviembre de 2014.

## **1.3 Objetivos específicos**

- Exponer la estructura del Decreto Ley
- Identificar las eventuales contradicciones teleológicas entre el Decreto Ley Antimonopolio y la Ley Orgánica de Precios Justos publicada en Gaceta Oficial Extraordinaria N° 6.202 del 10 de noviembre de 2015.
- Señalar si el Decreto Ley Antimonopolio está en capacidad de cumplir con los objetivos para los cuales fue creado.

## **1.4 Justificación**

El artículo 299 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela vigente que hace referencia al sistema socio económico de Venezuela indica que éste “se fundamenta en los principios de justicia social, democracia, eficiencia, libre competencia, protección del ambiente, productividad y solidaridad, a los fines de asegurar el desarrollo humano integral y una existencia digna y provechosa para la colectividad.” (p.107) Por lo que es deber del Estado garantizar la existencia de libre competencia en el funcionamiento del mercado.

Sobre la importancia de una adecuada regulación antimonopolio Rassi y Burbano (s.f: p.1) sostienen que las economías que carecen de legislación sobre libre competencia, suelen padecer problemas crónicos de concentración de las industrias, generando de esa manera un ambiente fértil para el nacimiento de precios supra competitivos, y señalan además que una legislación inadecuada puede tener peores consecuencias que la falta de ella.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO REFERENCIAL**

#### **2.1 Antecedentes de la investigación**

Para la realización del presente trabajo de investigación se recurrió a diversos documentos como; tesis de grado, leyes y artículos. Entre las investigaciones consultadas que guardan relación con ésta se encuentran:

Marín, H (2008) en su investigación titulada “Limitaciones a las libertades de comercio en la República Bolivariana de Venezuela” de la Universidad Rafael Urdaneta. Tesis de grado para optar por el título de abogado. Analizó la incidencia del monopolio en las libertades de comercio en Venezuela.

Concluyó en que la aplicación de prácticas antimonopolio en Venezuela ha sido muy débil y que no existen políticas de Estado en materia económica que fomenten la competencia entre productores, y a su juicio la libertad de empresa e industria está sometida al control y tutela del Estado. Dicha investigación aportó al presente trabajo conocimiento sobre las fortalezas y debilidades de la legislación antimonopolio en Venezuela.

Por su parte, Rivero, L. (2007) en un artículo del instituto de investigaciones económicas y sociales de la Universidad de los Andes, para la revista Economía, titulado “Las leyes antimonopolio desde la perspectiva

de los economistas” da a conocer la impresión de los economistas sobre el problema del monopolio y los intentos de limitarlo mediante procedimientos legales, utilizando lo articulado en la Ley para Promover y Proteger el Ejercicio de la Libre Competencia de Venezuela.

Rivero Concluye que la experiencia de otros países puede ser una guía fundamental para buscar un equilibrio en la regulación de las prácticas monopólicas negativas y que se debe permitir el crecimiento de las que se basan en el desarrollo de la eficiencia y el funcionamiento transparente del mercado.

El artículo antes mencionado guarda relación con la presente investigación porque realiza un análisis de la Ley para Promover y Proteger el Ejercicio de la Libre Competencia de 1992 evaluando la eficiencia de la misma.

Guevara (2009) realizó un trabajo titulado “*Análisis económico de la regulación de la competencia en Venezuela durante el período 1992-2006*”, en el cual realiza un análisis crítico de las resoluciones de la autoridad venezolana de la competencia. En dicho trabajo realizó una investigación sobre los tipos de comportamientos restrictivos de la competencia para posteriormente realizar una crítica a la forma en la que Pro-competencia los casos en los cuales se presentó cada tipo de conducta. Además de una revisión a los proyectos de la Ley Antimonopolio que en ese entonces eran discutidos.

Guevara en su trabajo de investigación concluyó que el derecho de la competencia venezolano tiene similitudes con el derecho de la competencia europeo, que la inclusión de las prácticas de competencia desleal dentro de la Ley de competencia representa un problema para la clasificación de las prácticas ilegales, entre otras conclusiones importantes. Al referirse al Proyecto de Ley Antimonopolio consideró que presentaba una serie de desventajas, entre ellas la inclusión de categorías que no deberían ser mezcladas con la defensa de la libre competencia.

El Artículo escrito por Gonzalez (2006) titulado "*Análisis del Proyecto de Ley Antimonopolio, Antioligopolio y contra la Competencia Desleal Venezolano*" realiza un análisis al proyecto de ley Antimonopolio que en ese momento aun discutido en la Asamblea Nacional, González consideró que el proyecto de ley parecía estar influenciado por una confusión entre regulación económica y regulación de competencia. Esto resulta impropio si se desea promulgar una ley consistente y robusta, carente de conflictos de naturalezas regulatorias distintas dentro de la ley.

## **2.2 Bases teóricas**

### **2.2.1 ¿Qué es la libre competencia?**

La competencia es un concepto normativo, cuyo dominio es condición necesaria para determinar correctamente cuando existe un ilícito competitivo, por lo tanto es necesario definirlo. El termino competencia o libre competencia es utilizado tanto en el campo del derecho como en la economía, partiendo de supuestos diferentes y teniendo consecuencias

también distintas. Entre ambas ciencias existe una vinculación dado que el derecho regula también conductas que tienen su sustrato en un modelo económico.

Según Flint (2002;) concepto jurídico de competencia económica señala los problemas que la competencia genera, como la competencia desleal, abuso de una posición dominante, las prácticas restrictivas de la competencia, entre otras. Por lo que el derecho tratara de normar la estructura del mercado más conveniente a la libre competencia y sancionará a aquellos agentes económicos que actúen de manera anticompetitiva.

Desde el aspecto económico la competencia puede ser perfecta e imperfecta, la primera da como resultado un mercado en equilibrio mientras que la segunda puede generar una pérdida de eficiencia y por lo tanto tener una repercusión negativa en el bienestar de los consumidores. En condiciones de competencia perfecta hay muchas pequeñas empresas cada una de las cuales oferta un producto idéntico y no está en capacidad de afectar el precio de mercado. Cada productor se enfrenta a una curva de demanda totalmente horizontal; el ingreso adicional o marginal derivado de cada unidad vendida es el precio de mercado, por lo que son precio-aceptantes, es decir, que no pueden influir individualmente en el precio de mercado porque éste se considera dado. La competencia imperfecta se explica en el siguiente punto.

### **2.2.2 La competencia imperfecta**

Contraria a la competencia perfecta, en competencia imperfecta los vendedores pueden controlar en alguna medida el precio del bien que producen. Existen tres casos de competencia imperfecta; el monopolio, el oligopolio y la competencia monopolística. En una industria hay competencia imperfecta cuando aunque ninguna de las empresas sea un monopolio, los productores saben que pueden influir sobre los precios del mercado. (Krugman, Olney, & Wells, 2008; p.272)

#### *2.2.2.1 Oligopolio.*

Un mercado es oligopólico cuando existen pocos oferentes de un bien o servicio, por lo que las acciones individuales de cada oferente afecta al resto de las empresas que participan en el mercado del bien que producen, ya que satisfacen la misma necesidad, es decir, que son productos sustitutos perfectos. En este tipo de mercado existen barreras a la entrada, como por ejemplo la necesidad de realizar grandes inversiones de capital para tener la posibilidad de participar en él.

Ya que en esta estructura de mercado existe un alto grado de interdependencia entre las empresas, éstas se ven obligadas a decidir entre competir entre ellas o no. Cuando las empresas compiten entre ellas pueden optar por estrategias como las políticas comerciales de anticipación, guerras de precios o tratar de alcanzar el liderazgo en precios. En el caso en que las empresas deciden cooperar entre ellas, realizan asociaciones para reducir o eliminar la competencia, lo que origina la conformación de un cártel, donde mediante la colusión entre empresas se logra controlar la producción y los

precios en el mercado. Los cárteles suelen adoptar formas de competencia sin precios o repartos del mercado, entre muchas otras.

#### *2.2.2.2 Competencia monopolística*

El término *competencia monopolística* fue acuñado en los años 30 por el economista Edward Chamberlain de la Universidad de Harvard. Para Samuelson y Nordhaus (2002; p.181), la competencia monopolística es la "estructura del mercado en la que hay muchos vendedores que ofrecen bienes que son sustitutivos cercanos, pero no perfectos. En este tipo de mercado, cada empresa puede influir en cierta medida en el precio de su producto".

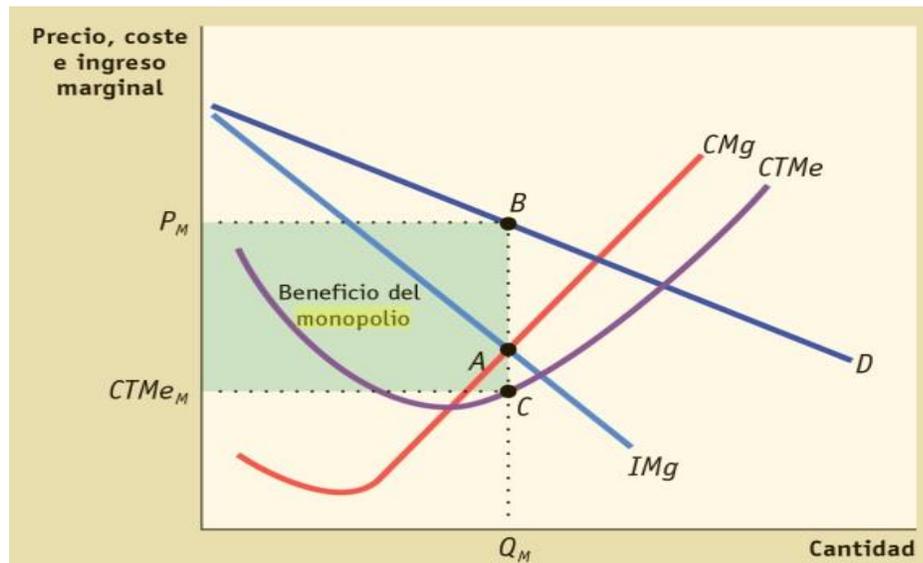
#### *2.2.2.3 Monopolio*

El caso extremo de competencia imperfecta es el monopolio, que se define como una estructura en la cual existe un único vendedor que posee el control absoluto de una industria o mercado, en el cual no existen bienes sustitutos. En un mercado donde existe una situación de monopolio, el monopolista puede reducir su producción, por lo tanto, la oferta total del bien, ya que es el único productor del mismo y de ésta manera elevar el precio, así como también reducir la calidad del producto y generar beneficios extraordinarios.

La siguiente gráfica ilustra la manera general en la que actúan los monopolios, donde  $D$  es la curva de demanda del mercado,  $IMg$  la curva de ingreso marginal,  $CMg$  es la curva del costo marginal y  $CMte$  es la curva del coste medio total.

Grafica 1

*Beneficio del monopolista.*



Fuente: Krugman, Olney y Wells (2008; p.283) Principios de economía.

El nivel de producción óptima se encuentra en el punto A donde se iguala el coste marginal con el ingreso marginal, el punto C muestra el costo total medio de producir dicha cantidad, el precio de monopolio se encuentra en el punto de la curva de demanda situado encima de A, es decir, el punto B por lo que el precio es  $P_M$ , el área rectangular formada por estos puntos representa el beneficio del monopolista.

En la teoría el monopolio produce una cantidad inferior a aquella en que el coste marginal es igual al precio del mercado por lo que perjudica a los consumidores mientras aumenta sus beneficios, la sociedad puede obtener una pérdida o un beneficio neto, y esto se puede visualizar comparando la

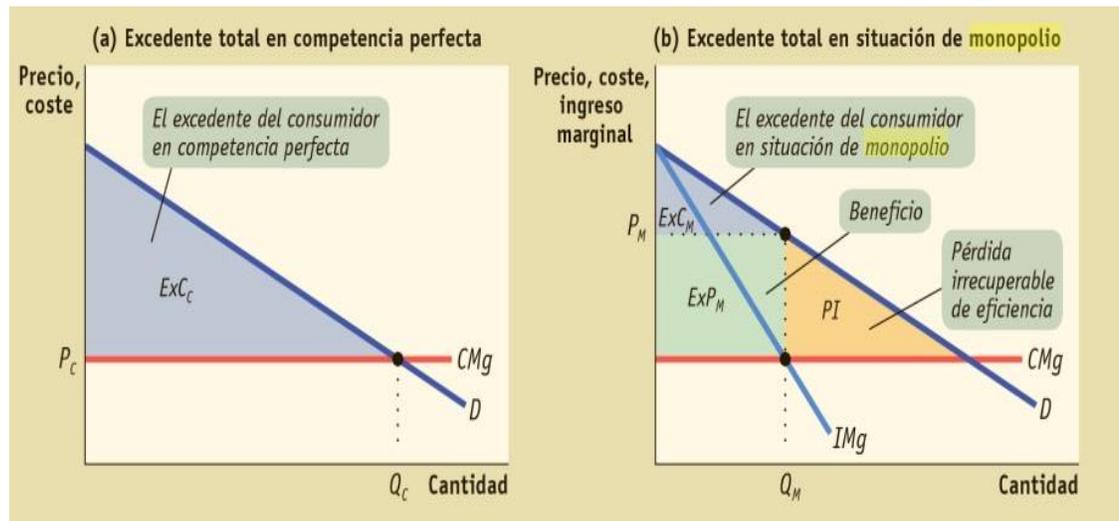
ganancia del monopolista con la pérdida del consumidor, lo que da como resultado que el monopolio provoca una pérdida neta en la economía en su conjunto. Pero en algunos casos, el monopolio no afecta negativamente a los consumidores, cuando es el resultado de la eficiencia. En este caso la empresa es la única que puede producir el producto al menor coste y mayor calidad generando que sea la única capaz de abastecer el mercado eficientemente.

Para Bullard (2003; p.762) el problema con el monopolio no radica tanto en el precio superior que tienen que pagar los consumidores, sino en la restricción de la producción porque satisface a menos consumidores haciéndole perder bienestar a la sociedad. Mientras que considera que la elevación del precio en sí mismo no es un problema de eficiencia sino de justicia social, debido a un efecto redistributivo, en el que los proveedores son más ricos y los consumidores más pobres.

Las gráficas siguientes señalan los excedentes del consumidor en el caso de competencia perfecta (a) y en situación de monopolio (b), en el primer caso el precio es  $P_c$  y viene dado por la intersección entre el costo marginal y la demanda del bien, el excedente es el área triangular que se encuentra por encima del costo marginal. En El primer caso (a) el excedente del productor es cero, porque el precio es igual al coste unitario de cada uno de los productores.

## Gráfico 2

### *Perdida irrecuperable de eficiencia originada por el monopolio*



Fuente: Krugman, Olney y Wells (2008;p.286) Principios de economía.

En el segundo caso, el monopolista disminuye la cantidad producida hasta  $Q_m$  cobrando el precio  $P_m$ , por lo que su beneficio es el área cuadrada formada por estos puntos, el triángulo en la parte superior representa el excedente del consumidor que ahora se hace más pequeño, debido a que paga un precio superior por el bien, por lo que el monopolista se apropia de una parte de su excedente, el área triangular a la izquierda del beneficio del monopolista representa la pérdida irrecuperable de eficiencia que genera el monopolio. Para Krugman, Olney y Wells (2008; p.286) ésta pérdida irrecuperable representa el valor de las transacciones que dejan de realizarse por la acción del monopolista.

Algunos de los factores que pueden contribuir a la formación de un monopolio son;

- El acceso exclusivo a un recurso, si una única empresa tiene el control sobre un factor de producción imprescindible para obtener un bien o servicio evidentemente será la única capaz de ofertarlo.
- La naturaleza del bien o servicio que ofrece, ya que las características de algunos servicios desaconsejan la presencia de varias empresas en un mismo mercado, por lo que la existencia de una única empresa reduce los costes del suministro. En éste caso se denominan monopolios naturales.
- Ventajas en costes. Si una empresa tiene la capacidad de producir a menores costos que sus competidoras ésta tendrá el dominio del mercado pues podrá desplazar al resto ofreciendo precios más bajos.
- La existencia de derechos legales, de origen público o privado como patentes o concesiones administrativas. Para Flint (2002) estos monopolios concedidos por el Estado resultan ineficientes. Ya que cuando se crea un monopolio de este tipo los mecanismos del mercado no pueden actuar provocando que la empresa al actuar sola en un mercado protegido ponga en riesgo su eficiencia, porque la misma está relacionada con la presencia de competidores en el mercado.

### **2.2.3. Definición de posición de dominio.**

Bolaño Behr, citado por Obando (2013; p.102) en términos económicos, define a la posición dominante como: “La posibilidad que posee una empresa de obtener beneficios extra normales, a través de la reducción de la oferta y/o el incremento del precio del producto por encima de su nivel competitivo”.

Se considera que existe abuso de posición de dominio cuando un agente económico que ostenta posición dominante en el mercado relevante utiliza esta posición para restringir de manera indebida la competencia, obteniendo beneficios y perjudicando a competidores reales o potenciales, directos o indirectos, lo que no hubiese sido posible de no ostentar dicha posición.

Para Samayoa (2008; p.48) una empresa goza de posición de dominio cuando representa una parte importante del mercado al que pertenece y le corresponde una cuota de mercado considerablemente superior a la de su mayor competidor. Una empresa con 40% de cuota de mercado puede considerarse dominante, porque al fijar independientemente precios o abusar de su poder de mercado puede dañar la competencia.

Ésta posición por sí sola no constituye ningún ilícito administrativo para Senisse (s.f;p.8) pero sí el uso de esta cualidad para conseguir ventajas a costa de restringir el acceso de la competencia a otros injustificadamente.

En el artículo 13 de la Ley para Promover y Proteger el Ejercicio de la Libre Competencia (1992) se define la posición de dominio como una situación en la cual una determinada actividad económica “ es realizada por una sola persona o grupo de personas vinculadas entre sí, tanto en condición de comprador como de vendedor y tanto en su condición de prestador de servicios como en su calidad de usuario de los mismos” además en el siguiente punto del mismo artículo indica que también existe posición de dominio cuando “existiendo más de una persona para la realización de determinado tipo de actividad, no haya entre ellas competencia efectiva”. (Art.13)

#### ***2.2.3.1 Prácticas monopólicas.***

Las prácticas monopólicas son aquellas conductas que realizan los agentes económicos (individuos, empresas, asociaciones, etc.) para obtener beneficios indebidos, a costa de dañar o impedir el proceso de competencia y libre concurrencia en la producción, procesamiento, distribución y comercialización de bienes o servicios. (Comisión Federal de Competencia Económica 2015; p. 18)

#### ***2.2.3.2 Prácticas horizontales.***

Según Witker (s.f; p.145) las prácticas monopólicas horizontales son aquellas que monopolizan cadenas de producción completas, evitando cualquier tipo de competencia. Este tipo de prácticas son también denominadas como prácticas absolutas. Éstas toman la forma de acuerdos colusorios o cárteles económicos, que son convenios entre agentes

económicos competidores entre sí, a fin de manipular precios o cantidades, repartirse segmentos de mercado o coordinar posturas en licitaciones.

Resultan dañinas, pues tienen efectos negativos sobre el bienestar de los consumidores ya que existirían precios mayores que los resultantes de una situación de competencia y similares a los de un monopolio, así como también la disminución de la cantidad de bienes o servicios producidos, afectando el crecimiento de la economía.

Además, cuando existe colusión en un mercado, se limita la competencia entre los agentes económicos participantes, así como los incentivos para innovar en productos y servicios, ocasionando que los consumidores vean disminuida su calidad de consumo. Esto quiere decir que pueden impedir que la sociedad obtenga los beneficios de la competencia económica. Algunas de estas prácticas son la fijación de precios, limitar la oferta y dividir los mercados.

Las prácticas colusorias horizontales son infracciones cometidas por agentes económicos que si bien no ostentan una posición de dominio individualmente, en grupo sí lo hacen de tal forma que pueden afectar la libre competencia. Se consideran restrictivas *per se* y son sancionadas por la mayoría de las legislaciones mundiales.

En el caso de Venezuela, este tipo de prácticas están prohibidas *per se* por el artículo 8 de la legislación antimonopolio vigente, el cual indica que se

prohíben los acuerdos o convenios que restrinjan o impidan la competencia económica entre sus miembros, además de considerarlos nulos.

### ***2.2.3.3 Prácticas verticales.***

Se entiende por prácticas verticales los acuerdos, decisiones, recomendaciones o prácticas concertadas realizados por agentes económicos que operan en planos distintos de la cadena de producción, distribución o comercialización, que tengan por objeto o efecto restringir, impedir o falsear la libre competencia. Estas son realizadas por agentes que tienen poder de mercado, tomando la forma de restricciones en cadenas de distribución, fijación de precios o condiciones de reventa, ventas atadas, denegación de trato, boicot comercial y exclusividad en operaciones de compra o venta.

Los efectos negativos que las restricciones verticales pueden tener en el mercado y que las normas de competencia tienen por objeto impedir son: la exclusión de los otros proveedores o compradores mediante la instauración de barreras a la entrada, la reducción de la competencia intermarca entre las empresas presentes en un mercado y la reducción de la competencia intramarca entre los distribuidores. Estas prácticas se prohíben en el artículo 9 de la ley antimonopolio venezolana.

### ***2.2.3.4 Definición de algunos tipos de prácticas.***

#### ***2.2.3.4.1 Fijación de precios.***

Para maximizar su utilidad el monopolista fijara un precio que estará por encima de su costo marginal, este precio está relacionado de manera inversa con la elasticidad de la demanda del producto, es decir, que mientras menos elástica sea la demanda del producto mayor capacidad tiene el monopolista de fijar los precios. (Cruz y Landázuri, 1999; p. 14)

Si un bien, es muy necesario para los consumidores y existen pocos o ningún bien sustituto para éste, el consumidor estará dispuesto a pagar un precio alto por adquirir dicho bien, lo que le da al monopolista el poder de fijar precios, que serán siempre mayores a los que habrían en competencia perfecta, y le permitirán obtener beneficios extraordinarios.

#### 2.2.3.4.2 *Precios predatorios.*

El concepto de precios predatorios para Valera (2009; p.1) hace referencia a un precio anormalmente bajo, en general por debajo de alguna medida del coste del producto, generalmente fijado con el objetivo de expulsar a empresas rivales del mercado, aunque también puede buscar evitar comportamientos “gravosos” de las firmas competidoras o disuadir la entrada de nuevos rivales en el mercado. Dada su naturaleza, los precios predatorios se vinculan a estrategias competitivas muy agresivas.

Con esta estrategia las empresas más débiles pueden verse obligadas a bajar los precios por debajo de sus costos para hacer frente a la competencia, lo que ocasionaría pérdidas y eventualmente su salida del mercado. De este modo la empresa “predadora” se convierte en un

monopolio al quedar sola en el mercado, para luego fijar altos precios que le permitan recuperarse de las pérdidas. Que una empresa venda a pérdida lógicamente se aparta del objetivo de cualquier empresa capitalista que es la maximización de beneficios, pero económicamente ésta conducta se justifica con la obtención de beneficios a largo plazo.

La labor de la autoridad que investiga esta práctica consiste en distinguir un precio competitivo de un precio predatorio. Para Samayoa (2008; p.50) un precio bajo pero que da ganancias o utilidades razonables, no puede ser considerado incorrecto, pues es el resultado del crecimiento interno de la empresa, sustentado en una mayor eficiencia competitiva y posiblemente debidos a una economía de escala.

#### *2.2.3.4.3 Operaciones de exclusividad.*

Funcionan como barreras a la entrada y se realizan mediante contratos entre las empresas y sus clientes, en los cuales se les obliga a no utilizar servicios de otras empresas (Samayoa, 2008; p.58). Un ejemplo de esto es una empresa que firma contratos de exclusividad con sus proveedores para que los mismos no realicen negocios con la competencia.

#### *2.2.3.4.4 Asignación o reparto de mercados.*

Según Cruz y Landázuri (1999; p. 23) esto ocurre cuando dos empresas o más coluden para repartirse mercados que pueden estar delimitados por nivel socioeconómico o su situación geográfica, tales acuerdos se realizan con el fin de consolidar o mantener una estructura dada mediante la renuncia

a la competencia. Pueden ser restrictivos para una línea de productos concreta o para un tipo de clientes en particular. Estos repartos de mercados se dan tanto en el comercio internacional como en el interno, en el caso del comercio internacional generalmente las empresas acuerdan no competir en el mercado interno de la otra.

#### *2.2.3.4.5 Discriminación de precios*

La discriminación de precios es la práctica que consiste en diferenciar los precios cobrados a los clientes por el mismo producto. Esta diferencia en precios no obedece a cambios en los costos, sino que se realiza con la finalidad de lograr capturar el máximo excedente del consumidor. Según Cruz y Landázuri (1999; p.18) existe la discriminación en primero, segundo y tercer grado.

En el primer caso, la empresa monopolista se apropia íntegramente del excedente del consumidor, es decir, cobra el máximo precio posible a cada consumidor individualmente, por lo que se denomina discriminación perfecta.

La discriminación en segundo grado extrae parte del excedente del consumidor en base a vender por “bloques” bienes en cantidad y/o calidad distinta, de forma tal que los precios asociados a las distintas unidades que pueda comprar el consumidor difieran.

Por último, en la discriminación en tercer grado el monopolista vende a precios diferentes a consumidores diferenciados por alguna característica observable, permitiéndose así segmentar de forma efectiva el mercado. Los consumidores con iguales características se agrupan para cobrar precios diferentes a cada grupo.

#### *2.2.3.4.6 Restricción de la oferta.*

Ésta práctica es común en los oligopolios y los cárteles, consistiendo en un acuerdo de reducir la oferta del producto para empujar el precio del producto hacia arriba. Un ejemplo clásico son las acciones restrictivas de la OPEP entre los años 1973 y 1981 que incrementaron los precios internacionales del petróleo (Cruz & Landázuri, 1999; p.23). Esta política solo puede tener éxito si se tiene un alto poder en el mercado, o una alta concentración, pues de no contar ello, una empresa que reduzca su producción solo se perjudicará a si misma porque terminaría disminuyendo su cuota de mercado.

#### *2.2.3.4.7 Ventas atadas.*

Éste tipo de práctica se da cuando la empresa elabora varios productos pero tiene poder de monopolio solo en uno de ellos. El monopolista puede vender en un “único paquete” un conjunto de bienes independientes e incluso sustitutos a un precio único, sin que sea posible su adquisición por separado. Esto se denomina ventas atadas o ligadas. (Cruz & Landázuri, 1999; p.21)

Esta práctica por sí sola no constituye una violación de las prácticas de competencia, pero podría constituirlo si el vendedor tiene un poder de mercado considerable y si utiliza la atadura para sacar a los demás competidores del mercado del producto o servicio, lo que pone en desventaja a los productores más pequeños. Cuando las ventas vinculadas no se justifican objetivamente por la naturaleza de los productos o por el uso comercial, pueden constituir un abuso de posición dominante. Desde el punto de vista de la competencia, este tipo de acuerdo, destinado a supeditar la venta de un producto a la compra de otro producto distinto, puede violar las normas de la competencia.

#### *2.2.3.4.8 Colusión en licitaciones públicas.*

Las colusiones en licitaciones públicas son intrínsecamente anticompetitivas, pues se oponen a la finalidad misma de la licitación, que es la adquisición de bienes o servicios en las condiciones más favorables (Samayoa, 2008; p.55). Este tipo de práctica monopólica puede tomar diferentes formas, puede haber acuerdos para presentar ofertas idénticas, o acordar quien presentará la oferta más baja, presentar ofertas infladas, fijación de normas comunes para el cálculo de precios o las condiciones de la oferta o dejar fuera a licitantes independientes. En el caso de que las empresas acuerden cuál de ellas va a ser la que presente la oferta más baja, las otras empresas tendrán algún porcentaje de los beneficios del ganador de la licitación.

### **2.2.3 La competencia desleal**

La competencia desleal es definida por Flint (2002; p.103) como “toda conducta que resulte contraria a la buena fe comercial, al normal desenvolvimiento de las actividades económicas y en general a las normas de corrección que deben regir las actividades económicas”. La competencia desleal no está generalmente incluida dentro de las legislaciones de competencia, como es el caso de la ley europea (a excepción de la española) en la cual no se incluye y estas prácticas son tratadas separadamente del derecho antimonopolio, esto debido a que genera dificultad a la hora de determinar el tipo de práctica.

Sin embargo, en Venezuela se encuentra incluida dentro de la ley de competencia actual, al igual que en la derogada Ley para Proteger y Promover el Ejercicio de la libre competencia de 1992.

Guevara (2014; p 226) expone una clasificación realizada por Yves Serra (1993; 38-50) por considerar que abarca la mayoría de las posibles prácticas desleales. Estas prácticas son: 1) la confusión, 2) denigración, 3) la desorganización y 4) el parasitismo económico.

La Antimonopolio venezolana establece en su artículo 17 cuatro actos de competencia desleal, los cuales se describen a continuación.

Publicidad Engañosa: Todo acto que tenga por objeto, real o potencial, inducir a error al consumidor o usuario de un bien o servicio, sobre las características fundamentales de los mismos, su origen, composición y los

efectos de su uso o consumo. Igualmente, la publicidad que tenga como fin la difusión de aseveraciones sobre bienes o servicios que no fueren veraces y exactas, que coloque a los agentes económicos que los producen o comercializan en desventaja ante sus competidores. (art.17)

Simulación o imitación: Es aquella situación que genera confusión acerca de la procedencia empresarial de un producto, en beneficio propio o de agentes económicos vinculados entre sí, como medio a través del cual se pretende que el público asocie la empresa del imitador con otra u otras que gozan de un prestigio o de una notoriedad de la que el competidor desleal carece. En tal sentido, se considerará desleal el empleo no autorizado de signos distintivos ajenos o denominaciones de origen falsas o engañosas, imitación de empaques o envoltorios.(Art.17)

El soborno comercial: Se considera soborno comercial cuando un agente económico induce a una persona que trabaja en una empresa competidora para que realice actividades o tome decisiones contrarias a los intereses de la empresa en la que labora, o bien no cumpla sus deberes contractuales, a cambio de una contra prestación; con la finalidad de obtener beneficios para su empresa, que en ausencia de dicha práctica no lograría.(Art.17)

La violación de normas: Se considera desleal, el prevalecer en el mercado mediante una ventaja adquirida como resultado del incumplimiento de una norma jurídica o reglamentaciones técnicas, tales como ambientales, publicitarias, tributarias, de seguridad social o de consumidores u otras; sin

perjuicio de las disposiciones y sanciones que fuesen aplicables conforme a la norma infringida. (Art.17)

Esta clasificación contenida en la en el Decreto Ley Antimonopolio, no coincide con la descrita por Guevara (2014; p.226) pero el indica que a excepción del parasitismo económico, las otras tres categorías de Ives Serra sí podrían estar incluidas dentro de las definiciones de la clasificación de la ley venezolana. (Guevara; 2014; p.233)

### **2.2.3 Diferencias entre las prácticas restrictivas de la competencia y competencia desleal.**

Se consideran prácticas restrictivas de la competencia todas las que tengan como finalidad crear barreras a la entrada de nuevos competidores al mercado aun cuando las empresas ya instaladas en dicho mercado estén obteniendo beneficios extraordinarios. Para Otamendi (1998; p.5) los actos restrictivos tienen como finalidad no competir, o competir menos anulando el reaccionar del competidor. Las prácticas individuales de las empresas que restringen o distorsionan la competencia, denominadas como abuso de posición dominante, están vinculadas a un cierto grado de poder de una de ellas ante el mercado. Ejemplo de esto lo son la utilización de precios predatorios, las ventas vinculadas o el mantenimiento de precios detallistas. (Mier, 2013; p.188)

La competencia en un mercado es la lucha por la clientela, se está compitiendo cuando se ofrece un mismo producto o un algún otro con el cual

se pueda sustituir. Esta lucha debe llevarse a cabo siguiendo ciertas reglas para que pueda considerarse leal. No se considera competencia desleal captar un cliente de un competidor, sino los medios que se utilizan para dicho fin. Existen medios leales como ofrecer un producto de la mejor calidad posible al menor precio, hacer uso de la publicidad, promociones, entre otras muchas formas. Para Otamendi (1998; p.5) los medios leales son los que se basan en el propio esfuerzo de la empresa, mientras que los medios desleales se basan en el aprovechamiento indebido del esfuerzo ajeno para dañar o destruir al competidor.

De lo anterior, se entienden como competencia desleal al conjunto de acciones deshonestas que puede llevar a cabo una empresa para aumentar su cuota de mercado tales como el *dumping* que consiste en la fijación de precios por debajo del costo para eliminar a los competidores y así mantener o consolidar una posición de dominio.

Gomez (2015; p.1) señala algunas diferencias en el trato de la restricción de la competencia y la competencia desleal entre las cuales se encuentran:

El objeto jurídicamente tutelado, pues el régimen de prácticas restrictivas de la competencia busca proteger la libertad de acceso y permanencia en el mercado, por lo que se protege un bien, mientras que las normas de competencia desleal garantizan la transparencia en la que se debe desarrollar el mercado.

El procedimiento, ya que el procedimiento que opera para las prácticas restrictivas es administrativo, mientras que las conductas de competencia desleal pueden ser analizadas en sede judicial y administrativa.

Y por último los móviles o motivos del infractor, estos son diferentes en cada caso. Si se trata de competencia desleal, el objetivo perseguido por el infractor, es la captación de clientela actuando al margen reglas que rigen en el comercio. Por su parte, el sujeto activo de una práctica comercial restrictiva, tiene como finalidad limitar, restringir o eliminar la competencia, imponer sus condiciones en el mercado sin las limitaciones concurrenciales de otros competidores. Es decir, el sujeto ataca la competencia misma.

De igual forma refiriéndose a las diferencias que existen entre la competencia desleal y las prácticas restrictivas, López (2015; p.2) explica que las normas que sancionan las restricciones de la competencia persiguen el orden del mercado para lograr el máximo de eficiencia dentro del mayor grado de libertad económica, por lo que las normas sobre defensa de la competencia persiguen la protección de un interés general (el orden económico).

En este sentido el mismo autor señala que se ha manifestado en la jurisprudencia norteamericana lo siguiente “*the antitrust laws were enacted for the protection of competition, not competitors*”. Lo que quiere decir que las leyes antimonopolio fueron creadas para proteger a la competencia y no a los competidores.

Por otra parte las normas sobre competencia desleal persiguen, fundamentalmente, la ordenación de la profesión. De ahí que las normas sobre competencia desleal persiguen la defensa de los intereses privados de los comerciantes en conflicto

El bien jurídico protegido sería, en el primer caso, la libertad de empresa, entendida como derecho al libre ejercicio de cualquier actividad económica, mientras que en el caso de las prácticas desleales lo sería la deontología profesional.

### **2.2.3 Antimonopolio**

#### ***2.2.6.1 Derecho de la competencia.***

Se conoce como antimonopolio a la legislación destinada a asegurar el comercio justo y la protección a los consumidores mediante el bloqueo de las prácticas monopolísticas y de las restricciones comerciales ilegales. Es decir, que se opone al desarrollo, establecimiento o mantenimiento de un monopolio la fabricación o venta de un producto, servicio o práctica de una profesión.

Como fue antes mencionado, la libre competencia es el bien jurídico que se busca proteger mediante la creación de una legislación antimonopolio, la defensa de la competencia es definida por Coloma (2009; p.12) como una clase de regulación indirecta cuyo objetivo es controlar el ejercicio del poder

de mercado en situaciones en las que dicho control depende de la existencia de varias empresas que compiten entre sí.

Según Coloma (2009; p.15) muchos autores señalan dos posturas clásicas respecto a la legislación antimonopolio una a favor del intervencionismo estatal y una liberal. Los partidarios del intervencionismo estatal señalan la existencia de fallas de mercado que dan como resultado estructuras monopólicas que pueden ocasionar la sumisión en los consumidores ante el poder de mercado del monopolista y consideran que los únicos monopolios existentes deben estar en manos del Estado. Esta postura es característica de gobiernos socialistas y comunistas.

Las posturas liberales y neoliberales señalan que los monopolios naturales son los únicos que deben permanecer en el tiempo debido a que cumplen con el principio de eficiencia de Pareto, mejoran el mercado porque disminuyen los costos debido a su eficiencia y por lo tanto también disminuyen los precios de los productos y/o servicios. Adicionalmente señalan la ineficiencia de los monopolios artificiales creados gracias al intervencionismo estatal, mediante la concesión de permisos únicos de producción o las patentes. Esta es la postura que generalmente toman los gobiernos de países que con sistemas económicos capitalistas.

Krugman, Olney, y Wells (2008;p.287) consideran que la política antimonopolio debe diferenciar entre sí el monopolio en cuestión es un monopolio natural o no. Además señalan dos tipos de políticas que

generalmente se aplican a los monopolios naturales, como son la propiedad pública y la regulación.

En el caso de la propiedad pública, el Estado crea una empresa pública que suministra el bien, con el fin de no dejar dicho monopolio en manos privadas que puedan utilizar su poder para llevar a cabo prácticas que puedan afectar negativamente a los consumidores. Krugman, Olney, y Wells (2008;p.288) señalan en este caso que la experiencia indica que la esta solución no es una solución eficiente al problema del monopolio debido a que frecuentemente las empresas públicas no intentan reducir los costos ni aumentar la calidad de los productos que ofrecen como lo haría una empresa privada y además éstas terminan estando al servicio de intereses políticos, lo que genera una pérdida de eficiencia.

La segunda política señalada por Krugman, Olney, y Wells (2008;p.288) es la regulación del monopolio fijando precios máximos a los productores. Esto no necesariamente crearía insuficiencias de oferta, siempre y cuando el precio máximo esté por encima del costo marginal del monopolista. Si el precio se fija demasiado bajo sí ocasionaría una insuficiencia en la oferta, y por lo tanto el surgimiento de mercados negros y otras consecuencias indeseables.

Para Pinkas Flint (2002; p.245) el derecho *antitrust* o antimonopolio debe proteger la eficiencia del mercado y evitar ganancias injustificadas a costa de los consumidores. Lo que debe penalizarse es la práctica monopólica y no el monopolio en sí mismo. Con respecto a esto Bullard (1996; p.251) expresa

que “toda legislación dirigida a combatir el monopolio debe orientarse a desde el lado de los beneficios que el consumidor pierde al ver restringida su libertad de elección”. Bullard al igual que Flint considera que el monopolio no debe ser prohibido mientras la posición de dominio en el mercado se consiga de una forma legal, mediante una legítima competencia, lo que debe prohibirse en el abuso de la posición de dominio y las practicas limitativas de la libre competencia.

Alfredo Bullard considera que la prohibición del monopolio es una respuesta no solamente inadecuada, sino en la práctica, imposible de implementar. Tanto por la inconveniencia de la norma como por la inevitable consecuencia de que la prohibición sea continuamente incumplida, el modelo de prohibir el monopolio *per se* está condenado a fracasar. De hecho Bullard se refiere a esta prohibición establecida en la constitución como “La prohibición imposible” (Bullard, 2003; p.759-760)

Bullard (2003; p.760) considera que debe mantenerse la prohibición de los monopolios legales. Ello porque son dichos monopolios los que realmente resultan perjudiciales para los consumidores y para la economía en general. Su prohibición implica referirse directamente a lo que sí es una conducta desarrollada por el Estado: la creación, en uso de sus facultades legislativas y administrativas, de monopolios o restricciones a la competencia que expropien el derecho de los consumidores a elegir y decidir.

Lo dicho por los autores antes mencionados coincide en que la legislación no debe perseguir a los monopolistas y oligopolistas, porque en

algunos casos ésta posición es el resultado de la libre competencia y donde el consumidor resulta beneficiado por ser la empresa que ofrece el producto al menor precio y con mayor calidad. En un mercado competitivo en ocasiones una empresa conquista gran porción de un mercado, por lo que el ganador del juego competitivo puede terminar obteniendo un poder monopólico. Al respecto Flint (2002) señala que resulta una contradicción que el ganador del juego competitivo sea condenado, debido a la prohibición del monopolio *per se*.

Valdés (2006; p.14) considera que para la credibilidad y funcionamiento adecuado de una legislación antimonopolio, ésta debe contar con diversos elementos entre los cuales se encuentran los siguientes:

- Toda la justicia de un sistema antimonopolio debe descansar sobre la existencia y posibilidad de dar contenido real y preciso al bien jurídico tutelado que es la libre competencia.
- El bien jurídico, al determinar las competencias de los organismos antimonopolios plantea un límite *ius puniendi* que las autoridades públicas pueden pretender ejercitar con motivo de la tutela de la libre competencia, siendo la importancia de dar con la esencia de ésta, el hecho de demarcar en forma preventiva cuál es el límite de las autoridades públicas al momento de sancionar un supuesto atentado a dicho bien jurídico tutelado y conferir certeza a las personas en cuanto a qué es lícito y qué no en el orden antimonopolio.

#### **2.2.6.2 Evaluación de las conductas prohibidas**

El desarrollo doctrinal y jurisprudencial del derecho antimonopolio en los diversos países que han adoptado legislación para proteger la libre competencia, suele experimentar una evolución que presenta paralelismos interesantes. Uno de los paralelismos más interesantes se relaciona con los estándares de evaluación (Rassi & Burbano, s.f). Dichos estándares de evaluación son la llamada regla de la razón o de la restricción razonable y la llamada regla *per se* o de ilegalidad *per se*.

#### 2.2.6.2.1 La regla de la razón

Este criterio es conocido como *the rule of reason* en la jurisprudencia y la doctrina norteamericana. La regla de la razón evalúa todos los efectos económicos de una determinada práctica económica antes de concluir si la misma es ilegal o no. Dicho criterio analiza cada caso individualmente para evaluar si existe o no una práctica que limita, falsea o restringe la libre competencia en un mercado determinado.

En el antiguo artículo 81 del Tratado Constitutivo de la Comunidad Europea (2002) en su apartado número uno se establece una prohibición general de los acuerdos que tengan por objeto o efecto impedir, restringir o falsear el juego de la competencia y a continuación enumera algunas prohibiciones particulares, finalmente en el apartado tres de dicho artículo se establece lo siguiente;

No obstante, las disposiciones del apartado 1 podrán ser declaradas inaplicables a:

- cualquier acuerdo o categoría de acuerdos entre empresas,

- cualquier decisión o categoría de decisiones de asociaciones de empresas,
- cualquier práctica concertada o categoría de prácticas concertadas,

que contribuyan a mejorar la producción o la distribución de los productos o a fomentar el progreso técnico o económico, y reserven al mismo tiempo a los usuarios una participación equitativa en el beneficio resultante, y sin que:

- a. impongan a las empresas interesadas restricciones que no sean indispensables para alcanzar tales objetivos;
- b. ofrezcan a dichas empresas la posibilidad de eliminar la competencia respecto de una parte sustancial de los productos de que se trate. (art.81)

Esto quiere decir que se utiliza el criterio de la regla de la razón para evaluar si el acuerdo era necesario para conseguir mejoras en el mercado. Es decir que, bajo la regla de la razón se pueden permitir ciertas restricciones a la competencia cuando se demuestra que el beneficio excede el impacto negativo de la restricción.

#### 2.2.6.2.1 *La regla per se*

La regla per se condena definitivamente una clase entera de prácticas por considerar que su naturaleza es contraria a los principios básicos de la legislación de competencia. Para Bullard (1994; p.249) el propósito de ésta es evitar incurrir en costos administrativos para determinar la razonabilidad, cuando de ordinario la práctica no contribuye en nada al desarrollo de un mercado competitivo, y mas bien lo común es que dicha práctica esté restringiendo la competencia.

La idea de que ciertas conductas violan la ley antimonopolios por su solo acaecimiento, sin necesidad de mostrar sus efectos en el mercado, es decir, la idea de que son ilegales *per se*, fue creada por las decisiones judiciales de los tribunales de los EE.UU y parte de una interpretación literal de la sección I de la Ley Sherman. Rassi & Burbano (s.f; p.2) indican que la redacción de ese estatuto sugiere una prohibición bastante amplia que dejaría fuera la posibilidad de alegar razones en favor de una conducta condenada en un principio, basándose en que podría tener efectos que ayuden a la competencia. La sección I establece que “todo contrato, combinación en la forma de un *trust* o de otro tipo, o conspiración que restrinja el comercio” (in restraint of trade) es “declarado ilegal”.

El lenguaje empleado, como puede verse, indica en principio una declaración de ilegalidad estricta para todos los contratos y combinaciones que restrinjan el comercio, no solo de aquellos que generen restricciones inaceptables. De hecho, la sección ni siquiera hace referencia a la necesidad de efectos anticompetitivos. Esta interpretación tan severa fue la que acogió la jurisprudencia estadounidense en un primer momento. En *United States v. Trans-Missouri Freight Association*, de 1897, la Corte Suprema de ese país, sostuvo que, a diferencia del Derecho Común (Common Law), la Ley Sherman condenaba todos los contratos que restringiesen el comercio, y no sólo aquellos que lo hicieran razonablemente. (Rassi y Burbano, s.f; p.5) Esta posición tan estricta posteriormente fue abandonándose, hasta considerarse que solo algunas conductas son ilegales *per se* y el resto debe ser evaluada.

De modo que la regla *per se* no ha dejado de utilizarse, pero el principio general bajo el cual se evalúan la mayoría de las actividades sospechosas es la regla de la razón.

#### **2.2.6.2 Objetivo de las leyes de competencia**

Para Rassi y Burbano (s.f; p.11), autores mencionados en el punto anterior, los objetivos de las leyes sobre libre competencia pueden dividirse en tres modelos que tienen distintos criterios, los cuales son: 1) la búsqueda de la eficiencia, 2) la búsqueda de la equidad o igualdad entre competidores procurando la existencia de mercados atomizados y 3) el ataque a los monopolios, oligopolios o grandes empresas. Estos criterios son explicados por ellos de la manera en la que se muestra a continuación.

El objetivo de la eficiencia se guía por criterios económicos por lo que es más compatible con la regla de la razón, mientras que el objetivo de buscar la equidad o la igualdad entre competidores se relaciona con criterios que no son de carácter económico. Finalmente, el tercero está fundamentado, en la teoría del costo social del monopolio pero no tanto la preocupación por los mercados eficientes.

Una interpretación de las leyes que tenga su base en lograr una asignación eficiente de recursos, puede estar de acuerdo con ciertas prácticas comerciales que podrían ser vistas como injustas por otros intérpretes. Esta interpretación se traduce en el desarrollo de ciertos

principios como por ejemplo aquel según el cual la legislación antimonopólica no protege a los competidores sino a la competencia. De modo que el hecho de que un competidor esté en peor situación después de una determinada práctica no es necesariamente determinante para que esa práctica sea considerada ilegal, si el mercado, desde una perspectiva global, está mejor.

La Escuela de Chicago apoya el criterio de la eficiencia económica como criterio ordenador de las leyes Antitrust en los E.U.A. y el desarrollo teórico de esta escuela ha influido notablemente la política y legislaciones sobre libre competencia en otras partes del mundo. Para ellos, la política de competencia, debe orientarse al costo social generado por la ineficiencia. Aunque ha sido criticada, por tener demasiada fe en la capacidad del mercado para autocorregirse, para esta Escuela el monopolio produce un costo social únicamente transitorio pues invita a nuevos competidores a entrar en el mercado atraídos por los precios supracompetitivos, es decir que para ellos es el mercado, y no una intervención gubernamental, el que debe corregir sus deficiencias.

Por otro lado señalan una tendencia contraria, que considera que la eficiencia económica no es el único de los valores perseguidos por las leyes antimonopolios sino que también persiguen importantes valores políticos no directamente económicos. Esta tendencia considera que;

La lucha contra los monopolios busca también evitar el crecimiento excesivo de las firmas, no tanto por la pérdida social que las firmas monopólicas producen sino sobre todo

por el valor intrínseco que supone la descentralización de las decisiones económicas en muchas manos antes que en pocas. En este sentido, la atomización de los mercados hace de ellos espacios más democráticos en donde el crecimiento excesivo de algunas firmas atenta contra la igualdad entre los competidores. (Rassi y Burbano, s.f; p.12)

Siguiendo a Richard Posner, Rassi y Burbano (s.f; p.14) llaman a esta tendencia la escuela o concepción populista del derecho de la competencia. Esta concepción está entre las más criticadas pues una defensa de la existencia de pequeñas y medianas empresas que prescindan de todo análisis económico termina generando efectos más nocivos a los que se pretendía proteger. Evitar el crecimiento de uno de los participantes en un determinado mercado no supone un beneficio inmediato ni a corto o mediano plazo para los consumidores ni para el mercado en general. Antes bien, la medida es sencillamente una protección a favor de las pequeñas y medianas firmas que elimina todo incentivo a la reducción de costos y ofrecer productos a precios competitivos, toda vez que el resultado de una estrategia de ese tipo será objetada por las autoridades en caso de ser exitosa.

La tercera y última tendencia descrita por Rassi y Burbano (s.f; p.14) es la representada por la Escuela Post-Chicago, que se conforma por gran cantidad de economistas que no desplazan el criterio económico como el más importante para analizar las prácticas bajo el régimen de la legislación antimonopolio, pero tienen un sentido crítico que expande las posibilidades de acción de los gobiernos en la aplicación de sus políticas de competencia, teniendo a la eficiencia como criterio central. Crítica de algunas de las

posiciones de la escuela de Chicago, pues considera que para la proteger la eficiencia, no deben solo implementarse políticas cuando las practicas causen claramente daños a la competencia, es decir, que no solo deben considerarse ilegales las practicas que resulten obviamente anticompetitivas, debido a que muchas de las practicas que la Escuela de Chicago consideraba inofensivas en realidad sí tienen efectos adversos a la competencia económica, generan una perdida social importante y atentan contra la eficiencia.

Esta Escuela considera que es demasiado optimista pensar que el mercado por si solo podría ser capaz de corregir cierto tipo de fallas.

### **2.3 Bases legales**

**Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Gaceta Oficial Extraordinaria Nº 5.453 del 24 marzo de 2000.**

Las bases legales de esta investigación se encuentran, en primer lugar, en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999), de donde se extrae el Artículo 112, el cual establece que:

Todas las personas pueden dedicarse libremente a la actividad económica de su preferencia, sin más limitaciones que las previstas en esta Constitución y las que establezcan las leyes, por razones de desarrollo humano, seguridad, sanidad, protección del ambiente u otras de interés social. El Estado promoverá la iniciativa privada, garantizando la creación y justa distribución de la riqueza, así como la producción de bienes y servicios

que satisfagan las necesidades de la población, la libertad de trabajo, empresa, comercio, industria, sin perjuicio de su facultad para dictar medidas para planificar, racionalizar y regular la economía e impulsar el desarrollo integral del país. (Art.112)

Así como también, el artículo 113 de la constitución, el cual señala que:

No se permitirán monopolios. Se declaran contrarios a los principios fundamentales de esta Constitución cualesquier acto, actividad, conducta o acuerdo de los y las particulares que tengan por objeto el establecimiento de un monopolio o que conduzcan, por sus efectos reales e independientemente de la voluntad de aquellos o aquellas, a su existencia, cualquiera que fuere la forma que adoptare en la realidad. También es contrario a dichos principios el abuso de la posición de dominio que un o una particular, un conjunto de ellos o de ellas, o una empresa o conjunto de empresas, adquiera o haya adquirido en un determinado mercado de bienes o de servicios, con independencia de la causa determinante de tal posición de dominio, así como cuando se trate de una demanda concentrada. En todos los casos antes indicados, el Estado adoptará las medidas que fueren necesarias para evitar los efectos nocivos y restrictivos del monopolio, del abuso de la posición de dominio y de las demandas concentradas, teniendo como finalidad la protección del público consumidor, de los productores y productoras y el aseguramiento de condiciones efectivas de competencia en la economía.

Cuando se trate de explotación de recursos naturales propiedad de la Nación o de la prestación de servicios de naturaleza pública con exclusividad o sin ella, el Estado podrá otorgar concesiones por tiempo determinado, asegurando siempre la existencia de contraprestaciones o contrapartidas adecuadas al interés público. (Art.113)

Igualmente, del título VI de la Constitución en el cual se especifica lo relativo al sistema socio económico y la función del estado en la economía de la república, se extra el artículo 299 el cual señala que;

El régimen socioeconómico de la República Bolivariana de Venezuela se fundamenta en los principios de justicia social, democracia, eficiencia, libre competencia, protección del ambiente, productividad y solidaridad, a los fines de asegurar el desarrollo humano integral y una existencia digna y provechosa para la colectividad. El Estado conjuntamente con la iniciativa privada promoverá el desarrollo armónico de la economía nacional con el fin de generar fuentes de trabajo, alto valor agregado nacional, elevar el nivel de vida de la población y fortalecer la soberanía económica del país, garantizando la seguridad jurídica, solidez, dinamismo, sustentabilidad, permanencia y equidad del crecimiento de la economía, para lograr una justa distribución de la riqueza mediante una planificación estratégica democrática participativa y de consulta abierta. (Art.299)

**Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Antimonopolio.  
Publicado en Gaceta Extraordinaria de Nro. 6.151 República Bolivariana  
de Venezuela y reimpresso en la Gaceta Oficial Nro. 40.549 del 26 de  
noviembre del año 2014**

Esta ley fue aprobada por decreto presidencial N° 1.415 y como se mencionó anteriormente, tiene por objeto promover, proteger y regular el

ejercicio de la competencia económica justa mediante la sanción de prácticas monopólicas, oligopólicas, demandas concertadas, concentraciones económicas o cualquier tipo de práctica anticompetitiva.

En su artículo tres (3) señala que los sujetos de aplicación son “las personas naturales o jurídicas de carácter público o privado, nacionales o extranjeras, con o sin fines de lucro, que realicen actividades económicas en el territorio nacional o agrupen a quienes realicen dichas actividades” mientras que quedan exceptuados de su aplicación las organizaciones de base del poder popular regidas por la Ley Orgánica del Sistema Económico comunal, las empresas públicas o mixtas de carácter estratégico y las empresas estatales de prestación de servicios públicos.

La prohibición general es descrita en el artículo cinco (5) y se refiere a las “las actuaciones o conductas de quienes, no siendo titulares de un derecho protegido por la Ley, pretendan impedir u obstaculizar la entrada o la permanencia de empresas, productos o servicios en todo o parte del mercado” (Art.5)

Artículo 9 prohíbe:

1. Fijar, de forma directa o indirecta, precios y otras condiciones de comercialización o de servicio.
2. Limitar la producción, la distribución, comercialización y el desarrollo técnico o tecnológico.
3. Restringir inversiones para innovación, investigación y desarrollo.

4. Repartir los mercados, áreas territoriales, sectores de suministro o fuentes de aprovisionamiento entre competidores.

5. Aplicar en las relaciones comerciales o de servicios, condiciones desiguales para prestaciones equivalentes que coloquen a unos competidores en situación de desventaja frente a otros.

6. Subordinar o condicionar la celebración de contratos a la aceptación de prestaciones suplementarias que, por su naturaleza o con arreglo a los usos del comercio, no guarden relación con el objeto de tales contratos. (Art.9)

También prohíbe en su artículo 10 a los sujetos de aplicación de la ley las concentraciones económicas que produzcan o refuercen una posición de dominio, o que puedan generar efectos contrarios a la “competencia efectiva, la democratización de la producción, distribución y comercialización de bienes y servicios” (Art.10) con exclusión de las pequeñas y medianas empresas, cooperativas y las pertenecientes al sistema de economía comunal.

El artículo 12 es una prohibición general referida al abuso de la posición de dominio, este artículo expresa que se prohíbe el abuso de dicha posición por parte de los sujetos de aplicación de dicha ley, además establece cinco (5) prohibiciones particulares que son las siguientes;

1. La imposición discriminatoria de precios y otras condiciones de comercialización o de servicios,

2. La limitación injustificada de la producción, de la distribución o del desarrollo técnico o tecnológico en perjuicio de las empresas o de los consumidores.

3. La negativa injustificada a satisfacer las demandas de compra de productos o de prestación de servicios.

4. La aplicación, en las relaciones comerciales o de servicios, de condiciones desiguales para prestaciones equivalentes que coloquen a unos competidores en situación de desventaja frente a otros.

5. La subordinación de la celebración de contratos a la aceptación de prestaciones suplementarias que, por su naturaleza o con arreglo a los usos del comercio, no guarden relación con el objeto de tales contratos.  
(Art.12)

El artículo 16 se refiere a la competencia desleal, éste artículo prohíbe en general las prácticas desleales, engañosas y fraudulentas en la producción, distribución y comercialización, en cualquiera de sus fases, por considerarlas “contrarias a la democratización económica y por ser capaces de desplazar en forma real o potencial, total o parcial, a los sujetos de aplicación de este Decreto”. (Art.16)

Según este artículo para determinar si existe o no una práctica desleal no se requiere acreditar conciencia o voluntad sobre su realización, es decir que,

No será necesario acreditar que dicho acto genere un daño efectivo en perjuicio de otro competidor, constatar que la generación de dicho daño sea potencial, para que se apliquen las sanciones legales previstas en el ordenamiento jurídico que resulte aplicable. (Art.16)

En la sección cuarta correspondiente al régimen de excepciones, el artículo 18 establece que el Presidente de la República podrá exceptuar la aplicación de las prohibiciones contenidas en el Decreto Ley, cuando lo considere conveniente al interés de la Nación. En particular en los siguientes casos:

1. La fijación directa o indirecta, individual o concertada de precios de compra o venta de bienes o servicios.

2. La aplicación de condiciones diferentes en las relaciones comerciales, para prestaciones similares o equivalentes que ocasionen desigualdades en la situación competitiva, especialmente, si son distintas de aquellas condiciones que se exigirían de existir una competencia efectiva en el mercado; salvo los casos de descuentos por pronto pago, descuentos por volúmenes, menor costo del dinero por ofrecer menor riesgo y otras ventajas usuales en el comercio.

3. Las representaciones territoriales exclusivas y las franquicias con prohibiciones de comerciar otros productos. (Art.18)

En los siguientes artículos establece las características de la Superintendencia Antimonopolio (19), su ubicación (20), la autoridad a cargo y su duración (21, 22) además de sus atribuciones (28), y la obligación por parte de las empresas de informar a la Superintendencia todo lo que ésta considere necesario (31).

Finalmente, el título V corresponde a las sanciones y sus artículos (del 43 al 54) explican el tipo de sanciones y la manera en la que serán aplicadas por la Superintendencia.

**Decreto con Rango Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Costos y Precios Justos. Publicado en Gaceta oficial Extraordinaria N° 6.156 de la República Bolivariana de Venezuela del 18 de Noviembre de 2015.**

Mediante esta ley fue derogada la Ley de Costos y Precios Justos, del 18 de julio de 2011, publicada en Gaceta Oficial N° 39.715 y las demás normas que colidan con esta Ley.

Dicha Ley de Precios Justos fue aprobada en un principio como parte de un conjunto de leyes orientadas a regular la actividad económica, dirigidas específicamente a las áreas productiva, financiera, tributaria y laboral, así como al impulso del modelo socialista. La ley de carácter orgánico expresa en su artículo 1 que tiene por finalidad;

Establecer las normas para la determinación de precios de bienes y servicios, los márgenes de ganancia, los mecanismos de comercialización y los controles que se deben ejercer para garantizar el acceso de las personas a bienes y servicios a precios justos, que conlleven a la satisfacción de sus necesidades en condiciones de justicia y equidad, con el fin de proteger los ingresos de todas las ciudadanas y

ciudadanos, y muy especialmente el salario de las trabajadoras y los trabajadores (Art.1)

Esta ley establece que será la Superintendencia de Precios Justos el ente encargado de establecer los precios que considere para los productos, cuáles serán publicados a través de su página web, por lo que se prohíbe expresamente a los comerciantes fijar cualquier precio no autorizado por la Superintendencia.

## **2.2 Definición de términos básicos**

Según Tamayo & Tamayo (2003; p.78) la definición de términos básicos es la aclaración del sentido en que se utilizan las palabras o conceptos empleados en la identificación y formulación del problema, por lo que en ésta sección se definirán términos que resultan importantes, para el completo entendimiento de la problemática que motiva la realización del presente trabajo.

- **Prácticas concertadas:** Según la Comisión Europea las prácticas concertadas consisten en una forma de coordinación entre empresas que, sin haberse llevado hasta la realización de un convenio propiamente dicho, sustituye los riesgos de competencia entre las mismas por una situación de cooperación práctica (Giron, 2002; p.428). Aquellas conductas que se derivan de unas condiciones no explicables de modo natural por la estructura de mercado, y que, por ello, hacen

pensar en la existencia de acuerdos entre las empresas que no pueden ser probados.

- **Concentración económica:** Para Flint (2002; p.246) es la situación en la que un pequeño número de empresas o de grupos de empresas representa una gran proporción de la actividad económica en términos de ventas, activos o empleo. Proceso de reducción progresiva del número de productores y consumidores independientes, que conduce a un incremento paralelo del grado de monopolio del sistema económico.
- **Trust:** Para Karl & Fair (1997) un trust es un acuerdo mediante el cual los accionistas de empresas independientes consienten en ceder el control de su propiedad a cambio de certificados que le dan derecho a una participación en los beneficios colectivos del consorcio. Un grupo de fideicomisarios administra como un monopolio las empresas combinadas, porque controla la producción y determina el precio.
- **Colusión:** Arreglos de cooperación para no competir, en la forma de acuerdos explícitos o tácitos, con el fin de elevar el precio de mercado por encima del nivel competitivo. (Flint, 2002; p.571)
- **Cártel:** Un cártel es un acuerdo coludido entre un número de empresas que está diseñado para restringir la producción y lograr mayores utilidades a sus miembros. (Michael & Esquivel, 2006). Los cárteles suelen surgir de mercados oligopólicos, las empresas realizan

acuerdos para comportarse como un monopolio, estableciendo precios y cantidades iguales tal como lo haría un monopolista.

- **Mercado relevante:** Según Mostajo (2012) es un mercado específico en términos de producción y área geográfica. Esta noción es básica para cualquier análisis de competencia pues las restricciones a ella no se producen en abstracto sino con relación a bienes, servicios, áreas y clientelas concretas. De allí que generalmente la autoridad de control de competencia tiene entre sus primeras actividades realizar una investigación de la determinación del mercado relevante.

En términos de producto el mercado relevante es “un mercado específico de un bien específico producido o comercializado, o de la prestación de un servicio determinado”, como la gasolina o el GLP. En términos geográficos, el mercado relevante es el definido por la localización de compradores y vendedores, lo cual lo estructura como local, regional, nacional o internacional. Aunque es frecuente la división del mercado del producto y mercado geográfico hay que anotar que una determinación completa del mercado de productos incluye necesariamente el componente geográfico.

- **Boicot:** Esta práctica tiene lugar cuando un agente económico o un grupo de ellos incita a terceros a impedir que negocien con una o más empresas. Específicamente, en el boicot se trata de tentar a otros a no comprarle o venderle a determinadas empresas que actúan en los mercados. (Guevara, 2014; p.198)

- **Fusión:** Compra de acciones, activos, partes sociales o cualquier otra forma que le permita a una empresa adquirir el control de otra o parte de ella, con la peculiaridad de que una o parte de ella opera en dos o más países. (Michael & Esquivel, 2006). Estas concentraciones pueden ser horizontales verticales y de conglomerado, siendo las primeras de empresas que participan en un mismo mercado. Estas podrían causar daño a la competencia en dicho mercado porque reduce el número de competidores en éste. Mientras que las segundas corresponden a empresas que participan en distintas fases del proceso productivo de una misma industria, y no afectan la concentración del mercado pero pueden favorecer algunas prácticas monopólicas.
- **Libre competencia:** Posibilidad que tienen las empresas de competir en el mercado, en las mismas condiciones que las demás.
- **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.
- **Monopolio natural:** Situación en la cual las economías de escala generan que los productores más grandes tengan costos totales medios inferiores. (Krugman, Olney, & Wells, 2008). 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 a mayor cantidad producida del bien, menor tiende a ser el costo del total de unidades producidas, favoreciendo de esta manera a los consumidores.

## **CAPITULO III**

### **MARCO METODOLOGICO**

En el siguiente capítulo, se describirán las acciones que serán realizadas a fin de analizar el problema planteado, además de cuáles serán las técnicas de observación y recolección de la información que servirán para dar respuesta a las preguntas planteadas, el objetivo de ésta sección es explicar de qué forma se realizará el estudio.

Al respecto Tamayo y Tamayo (2003) define al marco metodológico como “un proceso que, mediante el método científico, procura obtener información relevante para entender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento”, dicho conocimiento se adquiere para relacionarlo con las hipótesis presentadas ante los problemas planteados. (p.37)

En este caso el marco metodológico señala el método que se empleará para realizar el análisis del Decreto con rango, valor y fuerza de ley antimonopolio que se señala como el objetivo principal de este trabajo de investigación.

#### **3.1 Tipo de investigación**

##### **3.1.1 Tipo de investigación descriptiva**

El presente trabajo de investigación es de tipo descriptivo, debido a que busca recoger información para su resumen y análisis posterior para presentar una interpretación correcta

La investigación de tipo descriptiva según Sabino (1986);

Trabaja sobre realidades de hechos y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Para la investigación descriptiva, su preocupación primordial radica en descubrir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento. De esta forma se pueden obtener las notas que caracterizan a la realidad estudiada. (Pág. 51)

## **3.2 Diseño de la investigación**

### **3.2.2 Diseño de investigación documental.**

Según el autor Fidias G. Arias (2012),

La investigación documental es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas. Como en toda investigación, el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos. (p.27)

Teniendo en consideración que este tipo de investigación es la que se realiza, como su nombre lo indica, apoyándose en fuentes de carácter documental, esto es, en documentos de cualquier especie, el diseño de esta investigación es de tipo documental; debido a que se ha tomado como fuente esencial de información para su elaboración y desarrollo lo que se ha escrito sobre el derecho de la competencia, las leyes existentes en Venezuela y otros países al respecto, esto lo que se relaciona con el hecho o problema objeto de estudio.

Para Arias (2006) El diseño de la investigación documental es una “técnica basada en la separación e interpretación de los contenidos de un documento” (p.110)

A partir de lo dicho anteriormente se afirma que esta investigación se encuentra dentro de la categoría de investigación documental dado que se realizó mediante la revisión de fuentes documentales, como trabajos de grado, libros y leyes con el fin de realizar un análisis y crítica a las leyes involucradas en el problema como lo son el Decreto con Rango Valor y Fuerza de Ley Antimonopolio y la Ley Orgánica de Precios Justos, y así dar respuestas a las preguntas planteadas al comienzo de la investigación.

### **3.3 Técnicas de recolección de datos**

Cada área cuenta con técnicas particulares para acometer los objetivos que espera lograr; así en una investigación se precisa definir el término, en lo que Arias (2006) expresa que “se entenderá por técnicas de recolección de datos, el procedimiento o forma particular de obtener datos o información” (p. 67). Puede extraerse del concepto anterior que la técnica utilizada en una investigación es el procedimiento a seguir para alcanzar cada uno de los objetivos específicos que llevaran al cumplimiento del objetivo general perseguido por la investigación.

Las herramientas de recolección de información empleadas para la realización de la presente investigación fueron; la revisión de la normativa de la República Bolivariana de Venezuela en materia de defensa de la competencia, contenida en el Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Antimonopolio y publicado en la Gaceta Extraordinaria Nro. 6.151, de la Ley Orgánica de Precios justos publicada en Gaceta Oficial N° 40.774, así como también, de lo artículos de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela del año 1999 relacionados con el objeto de estudio. Se realizaron consultas a las páginas web de los organismos relacionados con dichas leyes, igualmente se realizó una consulta bibliográfica relacionada de autores nacionales y extranjeros.

Adicionalmente se llevó a cabo una revisión de publicaciones y artículos de académicos u otros documentos relacionados con la materia y elaborados por privados. Todo esto con la finalidad de obtener la información necesaria para dar respuesta a las interrogantes que se busca responder con la realización del presente trabajo.

## **CAPITULO IV: ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS**

En el presente capítulo corresponde mostrar y analizar los resultados encontrados durante el proceso de investigación, en primer lugar se presenta la estructura de la ley, seguidamente se muestran las contradicciones teleológicas de ésta con la Ley Orgánica de Precios Justos y se señala si la Ley Antimonopolio se encuentra en capacidad de cumplir con su objetivo. Finalmente se realiza el análisis económico en el cual se determina si la ley genera los incentivos adecuados para que se considere que puede ser eficiente o no.

### **4.1 Estructura del Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Antimonopolio publicado en Gaceta Oficial N° 6.151 del 24 de noviembre de 2014.**

La Ley Antimonopolio fue aprobada por el presidente mediante el poder habilitante que le fue otorgado por la asamblea nacional el 13 de octubre de 2013. Dicha Ley se divide en VIII títulos cuyo contenido se describe a continuación:

- **TITULO I : DISPOSICIONES GENERALES**

El título I está conformado por los dos primeros artículos, en ellos se define el objetivo y el fin de la creación de la ley, dicho objetivo es promover,

proteger y regular el ejercicio de la competencia económica justa, mientras que el fin es “garantizar la democratización de la actividad económica productiva con igualdad social, que fortalezca la soberanía nacional y propicie el desarrollo endógeno, sostenible y sustentable, orientado a la satisfacción de las necesidades sociales y a la construcción de una sociedad justa, libre, solidaria y corresponsable” (Art.1). Además se definen cuatro conceptos básicos como lo son el de actividad económica, libertad económica, competencia económica y concentración económica.

- **TITULO II : AMBITO DE APLICACIÓN**

El título II está conformado por tres capítulos en los cuales se describen las prohibiciones y los sujetos para los cuales aplican las mismas.

- Capítulo I: Sujetos de aplicación

El capítulo I de dicho título está constituido únicamente por el artículo 3, en el cual se especifican cuáles son los sujetos de aplicación de la Ley Antimonopolio. Este señala que los sujetos que quedan bajo la aplicación de la ley son las personas naturales o jurídicas, de carácter público o privado, con o sin fines de lucro, que realicen actividades económicas dentro del territorio nacional y exceptúa de la aplicación de la misma a las organizaciones de base del poder popular regidas por la Ley Orgánica del Sistema Económico Comunal, a las empresas públicas o mixtas de carácter estratégico y a las empresas estatales de prestación de servicios públicos.

- Capítulo II: Actividades reguladas.

El capítulo II, relativo a las prohibiciones, contiene 15 artículos e inicia en el artículo 4 y culmina en el 18. Este resulta el más importante pues, en dicho capítulo se busca proteger a los consumidores y productores de los acuerdos colusorios y el abuso de posición de dominio, además de proteger a los competidores de las prácticas exclusionarias y desleales, razón de ser de una política antimonopolio.

En la primera sección se prohíben en general todas las conductas, prácticas, acuerdos, convenios y contratos que restrinjan, limiten o falseen la libre competencia.

La segunda sección prohíbe las prácticas horizontales (acuerdos y prácticas concertadas), en particular se prohíbe en el artículo 9 la fijación de precios directa o indirecta y condiciones de comercialización de un producto o servicio, así como también limitar la producción, la comercialización, el desarrollo técnico, restringir las inversiones para la innovación y la investigación y desarrollo. Queda también prohibido el reparto de mercados, las prácticas exclusionarias que se dan mediante la aplicación de condiciones desiguales para prestaciones equivalentes que coloquen a unos competidores en desventaja frente a otros.

Mediante el artículo 10 se prohíben las concentraciones económicas que produzcan o refuercen una posición de dominio, o que puedan tener efectos contrarios a la competencia. Se exceptúa de lo anterior a las pequeñas y medianas empresas, cooperativas y las pertenecientes al sistema económico comunal.

El artículo 12, prohíbe en general el abuso de posición de dominio y en particular prohíbe las prácticas de discriminación de precios, la limitación injustificada de la producción, la distribución y el desarrollo técnico que afecte a empresas y consumidores. Igualmente se prohíbe la negativa injustificada a satisfacer la demanda de un producto o servicio y las ventas vinculadas o atadas.

La ley considera que existe posición de dominio cuando una determinada actividad económica es realizada por una sola persona o grupo de personas vinculadas entre sí, y cuando aun existiendo más de un agente en un tipo de actividad, no exista entre ellos competencia efectiva. Se consideran personas vinculadas entre sí las que tienen una participación de al menos el 50% del capital de la otra y las que estén controladas por ellas. En el caso de la competencia efectiva se toman diferentes aspectos para determinar si existe o no competencia efectiva entre los agentes en un mercado, dichos aspectos son: el número de competidores, la cuota de participación de cada competidor y su capacidad instalada, la demanda del producto, la innovación tecnológica, la posibilidad legal y fáctica de competencia en el futuro, el acceso a las fuentes de financiamiento y suministro, así como también a las redes de distribución.

La tercera sección del título II se refiere a la competencia desleal. En los artículos 16 y 17 se prohíben las prácticas desleales y se define qué tipo de prácticas son consideradas desleales por el decreto ley, respectivamente.

En general son prohibidas las prácticas que resulten engañosas y fraudulentas en la producción, distribución y comercialización, además indica que no será necesario acreditar que las prácticas efectivamente hayan causado daños para ser sancionadas, bastará con que el daño sea potencial.

Se considera desleal la utilización de publicidad engañosa, la simulación o imitación de un producto, el soborno comercial y la violación de las normas, esto último se refiere a permanecer en el mercado mediante una ventaja adquirida por el incumplimiento de una norma jurídica.

La cuarta y última sección del título II, corresponde al régimen de excepciones. Según el artículo 18 el Presidente de la República podrá exceptuar a algunos sujetos de las prohibiciones antes descritas cuando lo considere conveniente al interés de la nación, específicamente en el caso de la fijación de precios de compra o venta, la aplicación de condiciones desiguales en los contratos de un servicio similar o equivalente, las asignación territorial exclusiva y las franquicias.

Para que estas excepciones sean realizadas deben contribuir a mejorar la producción, comercialización, y distribución de bienes, la prestación de servicios y promover el progreso técnico y económico en beneficio de los consumidores.

- **TITULO III: DEL REGISTRO**

El título III del Decreto Ley se compone de cuatro capítulos en los cuales se establece en primer lugar el régimen interior de la Superintendencia Antimonopolio, seguidamente de la descripción de sus atribuciones, el proceso de registro de los actos restrictivos de la competencia y el suministro de información a la misma. Este título empieza en el artículo 19 y termina en el artículo 31.

- Capítulo I: De su régimen interior.

En el capítulo I se señala que la Superintendencia Antimonopolio es un órgano desconcentrado, con capacidad propia de gestión presupuestaria, administrativa y financiera, que se regirá por sus lineamientos internos y por “los lineamientos y políticas impartidas por el Ejecutivo Nacional” (Art.19). El Superintendente será el encargado de dicho órgano y éste será de libre nombramiento y remoción por el Presidente de la República, dicho superintendente podrá designar al Superintendente Adjunto que será el encargado del manejo de la Sala de Sustanciación. No existen causales definidas de remoción de estos últimos.

- Capítulo II: De sus atribuciones.

Sobre las atribuciones de la superintendencia, el artículo 28 señala que estará a cargo de realizar las obligaciones necesarias para verificar la existencia de prácticas restrictivas de la competencia, imponer las sanciones necesarias y dictar medidas preventivas, entre otras.

- Capítulo III: Del registro.

Este título se compone de los artículos 29 y 30 donde se señala que la superintendencia deberá llevar registro de las investigaciones, resoluciones y sanciones impuestas.

- Capítulo IV: Suministro de información.

Establece que la información necesaria para las investigaciones debe ser suministrada por los agentes económicos en el lapso que establezca la Superintendencia.

- **TITULO IV: DEL PROCEDIMIENTO**

El procedimiento para llevar a cabo las sanciones en caso de existencia de prácticas prohibidas es descrito en el título IV, el cual va comienza en el artículo 32 y finaliza en el 42.

- Capítulo I: Procedimiento en caso de prácticas prohibidas.

El mismo señala que el proceso será iniciado por la parte interesada o de oficio, en este último caso sólo podrá ser ordenada por el Superintendente, luego de esto la Sala de Sustanciación tomará las acciones que considere necesarias para el esclarecimiento de los hechos. Además se indica prácticas desleales prescriben en un lapso de tres años, mientras que las practicas colusorias, exclusionarias y de abuso de posición de dominio al término de cinco años.

A lo largo de esta sección se detallan los procedimientos administrativos llevados a cabo por la Superintendencia desde que comienza el proceso de investigación de una práctica hasta la toma de la decisión.

- **TITULO V: DE LAS SANCIONES**

El título VI del Decreto Ley Antimonopolio señala las sanciones, que son aplicadas cuando se determina que sí existió una práctica que restringió, falseó o limitó la libre competencia.

- Capítulo I: Disposiciones generales

Establece sanciones administrativas, que serán aplicadas tanto a los autores, como a los cómplices o encubridores de alguna de las prácticas prohibidas por esta ley y deberán ser canceladas a los cinco días de impuesta la multa.

- Capítulo II: De las sanciones en particular.

Según este capítulo la cuantía de la sanción se fijará tomando en cuenta la dimensión del mercado afectado, la cuota de mercado que corresponda a sujeto de aplicación, el alcance y duración de la restricción a la competencia, así como su efecto sobre otros competidores reales o potenciales, además de los beneficios obtenidos como consecuencia de la limitación a la competencia.

- **TITULO VI: DE LOS RECURSOS**

Señala interposición del recurso contencioso-administrativo cuando se agote la vía administrativa

- **TITULO VII: DE LAS SANCIONES DERIVADAS DE ESTE DECRETO CON RANGO, VALOR Y FUERZA DE LEY.**

En este título están contenido lo relativo a las indemnizaciones por daños y perjuicios, que se solicitan luego de que la Superintendencia haya realizado la resolución.

Por último, se encuentra la disposición derogatoria de la Ley para Promover y Proteger el Ejercicio de la Libre Competencia de 1992. En general el Decreto Ley Antimonopolio guarda muchas similitudes con la antigua Ley, las principales diferencias entre ellas son: la excepción que hace la Ley Antimonopolio de su aplicación a algunos agentes económicos (especificados en el artículo 3), además de la obligación de la superintendencia de seguir lineamientos establecidos por el Ejecutivo Nacional, entre otras.

#### **4.2 Contradicciones teleológicas entre el Decreto con Rango Valor y Fuerza de Ley Antimonopolio y el Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Precios Justos.**

La teleología es la doctrina filosófica de las causas finales, se refiere al estudio de los fines o propósitos de algún objeto o un ser. Por lo que una contradicción teleológica en este caso, vendría dada por una contradicción en la finalidad por la cual se crearon ambas leyes, es decir, que persigan propósitos diferentes.

La Ley Orgánica de Precios Justos, aprobada vía habilitante en Gaceta Oficial Extraordinaria N° 6.202 del 10 de noviembre de 2015, tiene por objeto:

Establecer las normas para la determinación de precios de bienes y servicios, los márgenes de ganancia, los mecanismos de comercialización y los controles que se deben ejercer para garantizar el acceso de las personas a bienes y servicios a precios justos, que conlleven a la satisfacción de sus necesidades en condiciones de justicia y equidad, con el fin de proteger los ingresos de todas las ciudadanas y ciudadanos, y muy especialmente el salario de las trabajadoras y los trabajadores (Art.1)

Este decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica señala en su artículo 3 que son fines de dicha ley los siguientes:

1. La consolidación del orden económico socialista, consagrado en el Plan de la Patria.
2. Incrementar, a través del equilibrio económico, el nivel de vida del pueblo venezolano, con miras a alcanzar la mayor suma de felicidad posible.
3. El desarrollo armónico y estable de la economía, mediante la determinación de precios justos de los bienes y servicios, como mecanismo de protección del salario y demás ingresos de las personas.
4. Fijar criterios justos de intercambio, para la adopción o modificación de normativas que incidan en los costos, y en la determinación de porcentajes de ganancia razonables.
5. Defender, proteger y salvaguardar los derechos e intereses individuales, colectivos y difusos, en el acceso

de las personas a los bienes y servicios para la satisfacción de sus necesidades.

6. Privilegiar la producción nacional de bienes y servicios.

7. Proteger al pueblo contra las prácticas de acaparamiento, especulación, boicot, usura, desinformación y cualquier otra distorsión propia del modelo capitalista, que afecte el acceso a los bienes o servicios declarados o no de primera necesidad.

8. Atacar los efectos nocivos y restrictivos derivados de las prácticas monopólicas, monopsónicas, oligopólicas y de cartelización.

9. Cualquier otro que determine el Ejecutivo Nacional.  
(Art. 3)

El Decreto Ley Antimonopolio como ya se ha mencionado desde el inicio del presente trabajo de investigación es promover y proteger el ejercicio de la libre competencia, el fin de ésta y en general de las leyes de competencia es beneficiar tanto a consumidores como productores.

La Ley de Precios Justos señala que busca la consolidación de un modelo económico socialista, en el que se prescinde del mercado para la asignación de los recursos. Dentro de este sistema el ente encargado de velar por el cumplimiento de la Ley, es decir, la Superintendencia de Precios Justos es el encargado de suplir al mercado para la determinación de los precios de los productos finales, las materias primas, los costos y los márgenes de ganancia de los productores.

Las funciones de la Superintendencia de Precios Justos según el artículo 10 de la ley son: fijar los precios de los productos de la cadena de producción o importación, distribución, comercialización y prestadores de servicios, de acuerdo a su importancia económica y su carácter estratégico, entre otras. Este artículo señala además que forma parte de las competencias la Superintendencia el fijar las condiciones generales de la oferta de bienes y servicios, las promociones y su publicidad.

Los medios por los cuales la ley busca cumplir con el objetivo de la protección del consumidor, son el ataque a las prácticas monopólicas y los efectos nocivos de la restricción de la competencia mediante prácticas abusivas realizadas por los monopolios, oligopolios y los cárteles. La ley también hace mención en su artículo 7, que está entre sus competencias la garantizar la protección de los consumidores frente a los casos de publicidad falsa o engañosa y los métodos comerciales coercitivos o de competencia desleal.

A simple vista pudiera parecer que ambas leyes son similares en sus objetivos, debido a que sancionan el mismo tipo de prácticas en algunos casos como la competencia desleal y las prácticas monopólicas y que ambas buscan en proteger a los consumidores. Pero en realidad tienen distintos propósitos, pues la Ley Orgánica de Precios Justos busca ejercer un control absoluto sobre los consumidores y los productores, por medio de la Superintendencia, mientras que la Antimonopolio busca promover el ejercicio de la libre competencia, donde no se controlan por un organismo las condiciones en las que se desenvuelve el mercado, sino que la oferta, la demanda y la iniciativa privada determinan el equilibrio del mismo y la

Superintendencia solo intervendrá cuando exista una práctica que la limite o restrinja o falsee.

La Ley Orgánica de Precios Justos tiene como finalidad consolidar un modelo económico socialista, en el que el mercado se ve afectado continuamente por la intervención estatal, para cumplir la función de asignación de precios. En el sistema de libre competencia promovido y protegido por la Ley Antimonopolio los productores desarrollan su actividad sin injerencia del gobierno o de una autoridad central, lo que constituye la contradicción más relevante entre los fines de ambas leyes.

#### **4.3 Capacidad del Decreto Ley de alcanzar el objetivo para el cual fue creado.**

El objetivo que se desea alcanzar con la creación de la Ley Antimonopolio es promover, proteger y regular el ejercicio de la competencia económica, esto es buscado siempre con la finalidad de beneficiar tanto a consumidores como a productores.

Los beneficios que la competencia genera para los consumidores vienen dados por el incremento de sus opciones a la hora de adquirir un producto o servicio y la mayor calidad que caracteriza a la oferta de bienes cuando existen muchos oferentes que compiten entre sí, incentivando así el proceso de innovación y el progreso técnico. Para los productores, los beneficios vienen dados por la posibilidad de participar en el mercado de su

preferencia en igualdad de condiciones y sin verse afectados por las acciones restrictivas llevadas a cabo por otros participantes que tengan como finalidad excluirlos del mercado o colocarlos en una situación de desventaja frente a los mismos.

La mayor debilidad interna presentada por Decreto Ley para cumplir con su objetivo de proteger y promover la libre competencia, viene dada por la discriminación que este hace de los agentes económicos para determinar si son o no sujetos de aplicación de la misma. Estas exclusiones al estar estipuladas de manera general en la ley, no cumple con uno de los principios de la libre competencia que es la igualdad entre competidores, además de que cualquiera de estos podría entonces realizar prácticas restrictivas o de competencia desleal sin ser objeto de sanción, lo que claramente va en contra del objetivo general de mantener una competencia económica justa.

También referente a las exclusiones, de acuerdo a la ley existe la posibilidad de que el Ejecutivo Nacional pueda realizar excepciones particulares, en el caso de ser conveniente al interés nacional. Esto también se encontraba estipulado en la antigua ley pero el hecho de que ahora no sea tomada en cuenta la opinión de la Superintendencia Antimonopolio para la evaluación de los casos, pone en peligro la objetividad con la que se realice tal excepción, al ser el Estado propietario de una gran cantidad de empresas en el país, que además se encuentran compitiendo con empresas privadas.

Con referencia a la Superintendencia, la ley indica que ésta debe seguir los lineamientos y políticas impartidas por el gobierno nacional, lo que representa también una debilidad para que pueda hacer cumplir el objetivo por el cual fue creado el Decreto Ley, considerando lo antes mencionado de la propiedad estatal de gran número de empresas.

En general, la Ley guarda muchas semejanzas con la antigua Ley para Promover y Proteger el Ejercicio de la Libre Competencia (Pro-competencia), en cuanto a los tipos de prácticas prohibidas, las diferencias entre las mismas son precisamente estas debilidades que posee la actual ley, que la ley derogada no presentaba, lo que hace que disminuya su capacidad de poder alcanzar sus objetivos.

Entre los factores externos que dificultan que el objetivo de proteger la libre competencia sea alcanzado se encuentra el control de precios impuesto por la Ley Orgánica de Precios Justos que como ya fue señalado, busca la consolidación de un modelo de economía socialista que resulta contrario a la libre competencia. Como se mencionó anteriormente, los precios y condiciones de la oferta de acuerdo a dicha ley, son definidos por mecanismos ajenos al mercado y cuya responsabilidad de determinación es exclusiva de la Superintendencia de Precios Justos.

Este control de precios, al no garantizar una rentabilidad que resulte atractiva, ocasiona que los inversionistas no tengan incentivos para entrar a un mercado, además de perjudicar a los que ya se encuentran dentro del mismo, ocasionando que eventualmente deban abandonarlo debido a las

pérdidas que se generan cuando el precio máximo determinado por la Superintendencia no cubre los costos de producción del producto o servicio que ofrecen, o no genera ninguna ganancia para el empresario. Cuando se da ese proceso de salida de competidores de un mercado a causa de no poder cubrir sus costos, pueden surgir estructuras oligopólicas compuestas por las empresas que por su tamaño o eficiencia pudieran soportar una disminución de los precios de sus productos.

Un aspecto de carácter jurídico que podría limitar la capacidad de la Ley Antimonopolio de proteger la libre competencia, es el hecho de que la Ley de Precios Justos es una Ley Orgánica, que de acuerdo a la jerarquización de las leyes está inmediatamente por debajo de la constitución, y se encuentra por encima de leyes ordinarias como la Ley Antimonopolio, por lo que el objetivo de la Ley de Precios Justos de contribuir a la consolidación de la economía socialista estaría por encima del objetivo de promover la libre competencia.

En conclusión, el Decreto Ley no estaría en capacidad de alcanzar el objetivo para el que fue creado, debido a las debilidades propias del contenido de la Ley, como las exclusiones, la dependencia del ente regulador de un gobierno con inclinaciones hacia la planificación centralizada y dueño de grandes empresas, así como también por la existencia de otras leyes como la de Precios Justos que obstaculiza el ejercicio de la libre competencia.

**4.4 Análisis económico del decreto con valor y fuerza de Ley Antimonopolio publicado en Gaceta Oficial extraordinaria número Nro. 6.151 del 18 de noviembre de 2014, reimpresso en Gaceta Oficial Nro. 40.549 del 26 de noviembre de 2014.**

Antes de proceder a analizar el Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Antimonopolio es necesario explicar en qué consiste el análisis económico de una Ley. Puede decirse que el análisis económico del derecho es la aplicación de la teoría económica al derecho o a cualquier otra materia ajena al mercado, es decir, que consiste en estudiar las normas jurídicas aplicando los conocimientos y métodos proporcionados por la economía.

El esquema metodológico de esta perspectiva se basa en las siguientes premisas: 1) el individuo elige lo que contribuye a maximizar su utilidad; este es su comportamiento y 2) el instrumento de la economía a utilizar es el análisis costo-beneficio.

Según Richard Posner (1993; p. 3-5) el análisis económico del derecho se divide en dos ramas; la rama clásica donde se encuentran las leyes reguladoras de las actividades explícitamente económicas, como las leyes antimonopolio o antitrust, el sistema impositivo o el comercio internacional, que se remonta a los análisis de Adam Smith sobre las consecuencias de la legislación mercantilista, y una rama más reciente la cual se originó a raíz de los trabajos de Ronald Coase en *El problema del costo social* realizado en el año 1960 y Guido Calabresi en *Some Thoughts on Risk Distribution and the Law of Torts*, realizado en el año 1961. En dichos trabajos se extiende el

análisis económico a leyes que no regulan específicamente actividades económicas, además Posner establece dos objetivos para el derecho que son: proveer al mercado de las condiciones necesarias para que sea posible su funcionamiento e imitarlo cuando no sea factible su libre funcionamiento.

Dentro del análisis económico del derecho, una ley se considera buena si tiene como resultado el máximo bienestar posible, generalmente se entiende el 'bienestar' como la minimización de los costos sociales. De esta manera, el objetivo que plantea la economía para la ley es que alcance ciertos resultados que se consideran valiosos en términos de su impacto sobre el bienestar. Para determinar cuáles son los resultados de una determinada ley se utiliza la teoría positiva, modelando la manera en que dicha ley modifica los incentivos de los agentes de modo que se incentive una u otra conducta.

Para Arjona y Rubio (2002; p.130), uno de los principales aportes del análisis económico al derecho es precisamente el énfasis que hace en la importancia de los resultados reales que tienen las leyes. Se dice que el derecho no ha dado suficiente atención a este problema, mientras que la economía ha logrado rescatar la importancia de explicar y valorar los efectos que las leyes tienen en sus destinatarios y en el agregado de la sociedad.

Se considera que una ley es eficiente cuando ésta genera los incentivos adecuados para que las personas se comporten de modo tal que los fines sean alcanzados, ya sea la maximización de utilidad o la minimización de costos sociales, e ineficiente en caso contrario (Arjona y

Rubio; 2002; p138). Es decir, que analizar económicamente una ley resulta básicamente realizar un análisis costo-beneficio de la misma para así determinar si con la aplicación de ésta se podrán alcanzar los objetivos deseados sin generar otros efectos negativos derivados de su aplicación, o si dichos objetivos se podrán alcanzar de manera eficiente.

Como comentario inicial sobre la ley, puede decirse en la definición los conceptos básicos como el de libertad económica, actividad económica, competencia económica y concentración económica se encuentra alejada de las definiciones tradicionales. Como es el caso de la definición de actividad económica como “toda manifestación de producción, distribución o comercialización de bienes y de prestación de servicios, dirigida a la satisfacción de las necesidades humanas, a los fines de asegurar el desarrollo humano integral y una existencia digna y provechosa para la colectividad” (Art.2) omitiendo una parte muy importante del concepto de actividad económica y es el hecho de que las actividades económicas son realizadas por los agentes con el fin de obtener beneficios económicos, lo cual sí se encontraba contenido en la antigua regulación.

La antigua ley definía la actividad económica como “toda manifestación de producción o comercialización de bienes y de prestación de servicios dirigida a la obtención de beneficios económicos” (Ley para Promover y Proteger el Ejercicio de la Libre Competencia, 1992; Art.3). Esta si resulta una definición más adecuada en términos económicos.

Sobre la competencia económica, la cual es definida por la ley en el mismo artículo 2 como la:

Actividad que permite a los sujetos regulados en este Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley en su condición de sujetos económicos, acceder, actuar y participar en el mercado, como oferentes o demandantes, sobre la base de los principios de complementariedad, intercambio justo y solidaridad; y que quienes estén dentro de él, no tengan la posibilidad de imponer condición alguna en las relaciones de intercambio, que desmejore las posibilidades de los otros sujetos económicos.

Rey (2015; p.5) señala que esta definición se encuentra distante de otras definiciones básicas de competencia, resaltando la ausencia de cualquier consideración para con el consumidor final e introduciendo posibles interpretaciones que beneficien a agentes oferentes a expensas del bienestar social.

Como ya fue mencionado, la ley contradice su propio objetivo de proteger la competencia en los artículos 2 y 18 al exceptuar de manera general a a las organizaciones de base del poder popular regidas por la Ley Orgánica del Sistema Económico Comunal, las empresas públicas o mixtas de carácter estratégico y las empresas estatales de prestación de servicios públicos y dar la posibilidad al Estado de excluir a otras de considerarlo conveniente, sin opinión de la Superintendencia Antimonopolio. Mediante la aplicación de estos dos artículos se atenta contra la competencia, pues carece de sentido excluir a algunos agentes económicos de cumplir con el mantenimiento de la misma debido a que ellos también tienen la posibilidad de incidir de forma negativa en el mercado si se encuentran participando en

el mismo con empresas privadas, además de poner en una situación de desventaja a éstas últimas.

Para Guevara (2014) “esta exclusión podría parecer inocente en otro país, pero no tanto en el nuestro pues, cualquier actividad pública podría ser considerada como estratégica por el gobierno actual. En la práctica ello podría querer decir que todas las personas jurídicas de derecho público quedan excluidas del ámbito de la aplicación de esta ley” (p.325).

Hernandez (2014; p.2) considera que el hecho de que la exclusión se refiera solo a empresas públicas que lleven a cabo actividades estratégicas, aun cuando empresas privadas puedan llevar a cabo también actividades “estratégicas”, crea una distorsión que rompe con el principio de igualdad, base de la libre competencia. Además exceptuar de manera general a ciertas empresas es tanto como justificar la violación de la competencia por parte de las mismas.

El carácter público, privado, o estratégico de la empresa no debe ser factor que las distinga de la aplicación de la ley pues, que una empresa sea de carácter público y además estratégico no garantiza que ésta no podría llevar a cabo actividades que perjudiquen la libre competencia pues, como en el ejemplo utilizado por Guevara (2014; p.326) de la empresa telefónica CANTV, que fue nacionalizada por considerarse “estratégica” para el Estado venezolano. Guevara sostiene que dicha empresa podría ser acusada de prácticas exclusionarias por prestar sus servicios de interconexión a su filial Movilnet en condiciones diferentes a las de Movistar y Digitel. Por lo que CANTV al participar como agente económico en el mercado con empresas

privadas puede realizar prácticas que restrinjan la competencia con la finalidad de excluir a Movistar y Digitel del mercado.

La posibilidad de ser exceptuadas por el Ejecutivo Nacional de la aplicación de la ley puede constituir un incentivo a las empresas para buscar privilegios estatales en la búsqueda de monopolizar un mercado en lugar recurrir a la competencia para lograr una mejor posición, lo que genera una pérdida de eficiencia y por lo tanto de bienestar para los consumidores, pues no genera incentivos a que las empresas obtengan una ventaja competitiva sobre las demás mediante la reducción de costos, los avances tecnológicos y la innovación, que aumente la calidad de la oferta y disminuya los precios, permitiendo así que una mayor cantidad de consumidores tenga acceso a los bienes y servicios.

En términos generales la ley se caracteriza por una falta de precisión en la redacción al incluir términos que no tienen relación estricta con la protección de la competencia, lo que deja espacio a la existencia de múltiples interpretaciones que generan un aumento de la inseguridad jurídica que resulta la principal enemiga de la inversión, como es el caso de artículo 1 que contiene el objetivo de la ley donde se utilizan expresiones como “democratización de la actividad económica”, que para Rey (2015; p.4) resulta un condicional muy amplio que se presta a la interpretación a conveniencia, pervirtiendo incentivos al introducir conflicto de intereses desde los órganos del Estado.

Además el artículo 2 exceptúa a las empresas que sean consideradas por el Estado como “estratégicas” y de “servicios públicos” sin especificar qué requisitos debe reunir una empresa para considerarse estratégica. Ello para Badell & Grau (2014) otorga un espectro sumamente amplio a la administración para su interpretación, al desconocerse el alcance y los límites de los mismos.

Sobre el ente encargado de proteger la libre competencia puede decirse que presenta una alta dependencia del Ejecutivo Nacional pues, en los artículos 19, 21 y 24 se establece que la Superintendencia Antimonopolio debe regirse por las disposiciones del Decreto Ley y sus reglamentos internos, además de los lineamientos y políticas impartidas por el Ejecutivo Nacional, mientras que la sala de sustanciación se encuentra a cargo del Superintendente Adjunto quien es nombrado y removido libremente por el Superintendente, por lo que se suprime la autonomía que requiere el jefe de la Sala de Sustanciación pues este hecho le da la posibilidad al Superintendente la de sustanciar y además decidir.

El Superintendente es de libre nombramiento y remoción por el Ejecutivo Nacional, eliminándose la especificación de las causales de despido de éste. Ello crea un incentivo al Superintendente de estar obligatoriamente en concordancia con el Ejecutivo Nacional para la preservación de su cargo además de verse imposibilitado para sancionar empresas que sean de interés del gobierno nacional que pudieran realizar prácticas que limiten la competencia.

Que el ente regulador de la libre competencia pueda ser manipulado por el Ejecutivo Nacional no es conveniente para garantizar el ejercicio de la libre competencia pues se trata de un gobierno centralista.

La ley no genera los incentivos adecuados para que los agentes económicos se comporten de modo tal que el objetivo de promover y proteger la libre competencia sea alcanzado, y no minimiza los costos sociales, si no que por el contrario, los aumenta. Dicho esto, la conclusión del análisis es que el costo derivado de la aplicación de la misma resulta más elevado que los beneficios que se pueden obtener de su aplicación, por lo que la ley en cuestión resulta ineficiente.

Dichos costos recaen sobre los consumidores, al ver su capacidad de elección limitada por las restricciones a la libre competencia que puedan ser permitidas y sobre las empresas que resulten afectadas por las acciones de las que se encuentran exceptuadas de la aplicación del Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Antimonopolio mientras que los beneficios son limitados, y principalmente dirigidos a las empresas del Estado o las que resulten exoneradas por éste, y para el mismo Estado porque le permite concentrar mayor poder sobre la economía y los consumidores.

## CONCLUSIONES

La conclusión principal de la investigación realizada, apoyada bajo la perspectiva analítica del análisis económico del derecho es que el Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Antimonopolio publicado en Gaceta Oficial N° 6.151 Extraordinaria de la República Bolivariana de Venezuela podría no ser ineficiente en el cumplimiento de su objetivo de proteger la libre competencia, pues atenta contra su propia finalidad, ya que al quedar excluidos ciertos agentes de la aplicación de la ley, los consumidores y las pequeñas empresas, quedan desprotegidos ante las prácticas de los mismos, siendo todos estos los sujetos que la propia ley plantea proteger.

La ley no define qué debe entenderse por “sectores estratégicos” y “servicios públicos”, lo cual resulta inconveniente porque, teniendo en cuenta las características del gobierno actual, esto puede traer como consecuencia que toda empresa pública pueda ser exceptuada de la aplicación de la ley, aun cuando éstas se encuentren participando como agentes económicos en un mercado junto a empresas privadas. Ello pondría a estas últimas en desventaja, pues la empresa exceptuada podría realizar prácticas que limiten, restrinjan o falseen la libre competencia sin ser objeto de sanción alguna, perjudicando así a la empresa privada.

También deja muchos aspectos a la interpretación del ente regulador, que al mismo tiempo es dependiente del Ejecutivo Nacional pues debe seguir las políticas impartidas por éste, por lo que la ley da más poder al Estado para seguir controlando las actividades económicas. La utilización de

términos que no tienen definición precisa, por lo que se desconocen sus alcances y se crea un ambiente de inseguridad jurídica y de múltiples interpretaciones a la ley que no es deseable cuando se busca que los individuos hagan uso de su libertad de empresa, de comercio y de industria, y así fortalecer la libre competencia.

Dicha ley no crea los incentivos necesarios para promover la libre competencia, además incrementa los costos sociales debido al aumento de la inseguridad jurídica que aleja las inversiones y la pérdida de eficiencia generada por la exclusión de agentes de su aplicación, todo esto además de verse entorpecida para cumplir con su finalidad por la Ley Orgánica de Precios Justos.

## RECOMENDACIONES

- Eliminar la exclusión de sujetos de la aplicación de Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley que se especifica en el artículo 3.
- Restringir los casos que pueden ser exceptuados por el Ejecutivo Nacional mediante el artículo 18 del Decreto Ley.
- Eliminar la obligación de la Superintendencia de seguir los lineamientos y políticas del Ejecutivo Nacional.
- Procurar que exista independencia entre el funcionario sustanciador y el decisor, eliminando la responsabilidad del nombramiento del mismo al Superintendente y nombrarlo por el mismo mecanismo que éste e indicar, las causales de remoción de ambos.
- Eliminar control de precios impuesto por la Ley Orgánica de Precios Justos por ser contrario a la libre competencia.
- El Gobierno debe progresivamente desvincularse de actividades que no forman parte de su razón de ser, dejando estos espacios a las empresa privada que podría desempeñarlas de manera más eficiente y participar solo en los casos en los cuales la iniciativa privada no exista o sea insuficiente y se sustente en un alto interés público.
- Garantizar el respeto a la propiedad privada e incentivar la inversión para que surjan más competidores en los mercados y de esta manera contribuir a la existencia de libre competencia como lo establece el artículo 112 de la Constitución.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Amadeo, J. (2010). **Economía y defensa de la libre competencia**. Galicia: Tórculo Edicións.
- Amuschastegui, J. G. (1994). **El Analisis economico del derecho: Algunas cuestiones sobre su justificación**. Repositorio Institucional de la Universidad de Alicante, 929-943.
- Arias, F. (2006). **El proyecto de investigación** . Caracas: Editorial Episteme.
- Barrios, J. O. (2012). **Prácticas anticompetitivas y derecho de la competencia en Bolivia**. Boletin latinoamericano de competencia, 3-21.
- Boletin latinoamericano de competencia** . (2007). Obtenido de <http://ec.europa.eu/>:  
[http://ec.europa.eu/competition/publications/blc/boletin\\_23.pdf#page=8](http://ec.europa.eu/competition/publications/blc/boletin_23.pdf#page=8)
- Bork, R. (1993). **Antitrust Paradox**. New York: Free Press.
- Bullard, A. (1994). **La legislacion antimonopolica y el mito del muro de Berlín**. Themis, 243-260
- Bullard,A. (2003). **La prohibición imposible. ¿Cómo tratar a los monopolios en la constitucion?** Derecho PUCP: Revista de la facultad de derecho Pontificia Universida del Perú, 759-793
- Coase, R. (1960). **El problema del costo social**. The Journal of Law and Economics, 1-44.
- Coloma, G. (2009). **Defensa de la competencia**. Ciudad Argentina, editorial de ciencia y cultuta 2da edicion.
- Confederación de Industriales de Venezuela. (2006). **Observaciones de Conindustria al Proyecto de Ley Antimonopolio, Antioligopolio y Contra la Competencia Desleal** . Caracas: Centro de Estudios Económicos y Legales de Conindustria.
- Constitucion de la República Bolivariana de Venezuela**. (2000). Publicada en Gaceta Oficial N°5.453 del 24 de marzo del 2000.

- Decreto con Rango Valor y Fuerza de Ley Antimonopolio** . (2014). Gaceta Oficial Extraordinaria ° 6.151 de la Republica Bolivariana de Venezuela el 18 de noviembre de 2014.
- Decreto con Rango Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Precios Justos.** (18 de Noviembre de 2014). Publicada en Gaceta Oficial Extraordinaria N°6.202.
- Flint, P. (2002). **Tratado de defensa de la libre competencia: estudio exegético del D.L. 701.** Legislación, doctrina y jurisprudencia regulatoria de la libre competencia. Perú : Fondo editorial Pontificia Universidad Católica del Perú .
- Frances, A. (s.f). **Empresa privada y Estado en Venezuela.** Obtenido de [www.ucab.edu.ve](http://www.ucab.edu.ve):  
[www.ucab.edu.ve/clubderomaVenezuela/LIBROCDE/AFRANCES.DO](http://www.ucab.edu.ve/clubderomaVenezuela/LIBROCDE/AFRANCES.DO)
- Giraud, A. (1998). **Prohibicion Constitucional de los monopolios en Venezuela.** Boletin de la academia de ciencias políticas y sociales Pag. 371-420
- Giron, J. (2002). **La Union Europea, la comunidad Europea y el derecho comunitario.** Universidad de Sevilla.
- Gomez, A. (s.f). <http://www.dlplegal.co/>. Recuperado el 1 de 12 de 2015, de De Calle, Londoño, Lopez & Posada. :  
<http://www.dlplegal.co/dlp/es/consultorio-juridico>
- Gonzalez, E. (2006). **Análisis del Proyecto de Ley Antimonopolio, Antioligopolio y contra la Competencia Desleal Venezolano.** Observatorio de la economía latinoamericana, N° 60 .
- Guevara, G. (2014). **El derecho de la competencia en Venezuela** . Valencia: Asociacion de Profesores de la Universidad de Carabobo .
- Hernández, J. I. (25 de noviembre de 2014). **¿Por que las empresas publicas no entran en la ley antimonopolio?** [prodavinci.com](http://prodavinci.com). Obtenido de <http://prodavinci.com/blogs/por-que-las-empresas-publicas-y-comunales-no-entran-en-la-ley-antimonopolio-por-jose-i-hernandez/?output=pdf>
- János, K. (1992). **The Socialist System: the political economy of socialism.** Nueva York, New York : Oxford University Press.
- Case,K. & Fair, R. (1997). **Principios de microeconomía.** cuarta edicion . Mexico : Prentice Hall Hispanoamericana, S.A.

- Krugman, P., Olney, M., & Wells, R. (2008). **Fundamentos de economía**. España: Editorial Reverte .
- Marín, H. (2008). **Limitaciones a las libertades de comercio en la República Bolivariana de Venezuela**. Maracaibo, Zulia, Venezuela: Universidad Rafael Urdaneta .
- Michael, P., & Esquivel, G. (2006). **Microeconomía: versión para latinoamérica**. Séptima edición. Mexico: Pearson Educación.
- Mier, J. (2013). **El control de las prácticas restrictivas de la competencia en el comercio internacional: Una perspectiva latinoamericana**. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Moreno, L. F. (2012). **El modelo de monopolio público en la regulación del mercado de energía eléctrica en América Latina** (págs. 51-92). Universidad Externado de Colombia.
- Obando, E. (2013). **“MONOPOLIO Y ABUSO DE POSICIÓN DOMINANTE ¿SIMILARES O ANTAGÓNICOS?”**. Guatemala: Universidad Rafael Landívar.
- Otamendi, J. (s.f). **La competencia desleal**. Revista jurídica de la universidad de Palermo.
- P. Samuelson, W. (2002). **Economía**. España: Mc Graw Hill-Interamericana.
- Pascual, G. D. (2014). **Por qué y cómo hacer análisis económico del derecho**. Revista de la Administración Pública, 99-133.
- Posner, R. A. (1993). **The Economics of Justice**. Harvard University Press.
- Pulido, A. B. (s.f). **Ronald Coase y su contribución a la teoría del derecho y la economía**. Universidad de Buenos Aires.
- Rassi, O. G., & Burbano, F. A. (s.f). **La regla de la razón y las conductas per sé ilegales en el derecho de la competencia ecuatoriano**. Obtenido de <http://www.rosemenaburbanoyasociados.com>: <http://www.rosemenaburbanoyasociados.com/archivos/ArticuloReglaSPerseYdeLaRazonEnElDerechoDeLaCompetenciaEcuadoriano.pdf>
- Rivero, L. (1991). **Las leyes antimonopolio desde la perspectiva de los economistas**. Economía , 131-140.
- Rodríguez, C. L. (s.f). **La Competencia**. [Derechocomercial.edu.uy](http://www.derechocomercial.edu.uy). Obtenido de [http://www.derechocomercial.edu.uy/ClaseDefComp.htm#\\_ftn30](http://www.derechocomercial.edu.uy/ClaseDefComp.htm#_ftn30)

- Rubio, A. M. (2002). **Análisis Económico del Derecho** . Presedente: Revista jurídica Universidad Icesi de Cali, 117-150.
- Saavedra, J. A. (2004). **Aspectos jurídicos y políticos del delito de abuso de la posición de dominio**. Tesis para optar por el título de abogado. Lima, Perú: Universidad Mayor de San Marcos.
- Sabino, C. (1986). **El proceso de investigación** . Barcelona: Humanitas.
- Samayoa, F. (2008). **Prácticas monopólicas en los contratos de Joint Venture**. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Senisse, C. (s.f). **Relevancia jurídico-penal del abuso de posición de dominio y las prácticas colusorias**. Obtenido de Academia: [http://www.academia.edu/6559979/Libre\\_competencia\\_y\\_Practicas\\_Colusorias](http://www.academia.edu/6559979/Libre_competencia_y_Practicas_Colusorias)
- Superintendencia para la Promoción y Protección de la Libre Competencia**. (2005). Organisation of Economic Co-operation and Development. Obtenido de <http://www.oecd.org/daf/competition/prosecutionandlawenforcement/38835563.pdf>
- Tamayo, & Tamayo. (2003). **El Proceso de la Investigación Científica**. 4a. Mexico: Limusa Noriega Editores.
- Thompson, I. (septiembre de 2006). **La competencia monopolística**. promonegocios. Recuperado el 11 de 12 de 2015, de <http://www.promonegocios.net/mercado/competencia-monopolistica.html>
- Torres, R. (febrero 2014). **ABC antimonopolio**. Caracas: Observatorio económico-legislativo.
- Valdez, D. (2006). **Libre competencia y monopolio**. Santiago de Chile: Editorial Jurídica de Chile.
- Valera, J. (2009). **Precios predatorios y competencia**. Galicia: Tribunal Gallego de Defensa de la Competencia.
- Valera, J., Valera, A., & Vez, A. (2004). **As nosas leis**. Revista Xurídica Galega, 451-478.
- Wachnitz, V. (s.f). **LEYES ANTIMONOPOLIO**. Recuperado el 3 de Enero de 2016, de [archipelagolibertad.org](http://archipelagolibertad.org)

