



Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo

Distr. limitada
13 de mayo de 2015
Español
Original: inglés

Séptima Conferencia de las Naciones Unidas Encargada de Examinar todos los Aspectos del Conjunto de Principios y Normas Equitativos Convenidos Multilateralmente para el Control de las Prácticas Comerciales Restrictivas

Ginebra, 6 a 10 de julio de 2015

Tema 6 a) del programa provisional

**Examen de la aplicación y ejecución del Conjunto de
Principios y Normas**

Ley Tipo de Defensa de la Competencia (2015) – Capítulo I revisado¹

¹ Esta es una revisión del documento TD/RBP/CONF.7/L.1.



Objetivos o propósitos de la ley

Controlar o eliminar los convenios o acuerdos restrictivos entre empresas, las fusiones y adquisiciones o el abuso de una posición dominante en el mercado, que limiten el acceso a los mercados o restrinjan indebidamente de algún otro modo la competencia y tengan efectos perjudiciales para el comercio nacional o internacional o el desarrollo económico.

Comentarios al capítulo I y planteamientos alternativos de las legislaciones existentes**Introducción**

1. El propósito del presente artículo es establecer los fines y objetivos de la ley y, de esa forma, guiar la interpretación y aplicación de sus disposiciones. Las prohibiciones y prescripciones de carácter sustantivo contenidas en la ley deberían interpretarse de una manera que coadyuve al logro de sus fines y objetivos.

2. El artículo se ha redactado en consonancia con los párrafos 1 y 2 de la sección E del Conjunto de Principios y Normas Equitativos Convenidos Multilateralmente para el Control de las Prácticas Comerciales Restrictivas, cuyo texto es el siguiente:

“1. Los Estados deberían adoptar, mejorar y poner en vigor de manera efectiva, en el ámbito nacional o por conducto de las agrupaciones regionales, la legislación y los procedimientos judiciales y administrativos de aplicación apropiados para el control de las prácticas comerciales restrictivas, incluidas las de las empresas transnacionales.

2. Los Estados deberían fundar su legislación primordialmente en el principio de eliminar o contrarrestar eficazmente los actos o el comportamiento de las empresas que, mediante el abuso o la adquisición y el abuso de una posición dominante en el mercado, limiten el acceso a los mercados o de otro modo restrinjan indebidamente la competencia y tengan o puedan tener efectos desfavorables sobre su comercio o su desarrollo económico, o que, mediante acuerdos o arreglos, formales o no formales, escritos o no escritos, entre las empresas tengan las mismas repercusiones.”

3. Los Estados quizá deseen indicar, como en la sección A del Conjunto, otros objetivos concretos de la ley —como: a) la creación, el fomento y la protección de la competencia; b) el control de la concentración del capital o del poder económico, o de ambas cosas; c) el fomento de las innovaciones; y d) la protección y promoción del bienestar social, en particular los intereses de los consumidores, etc.— y tener en cuenta el efecto de las prácticas comerciales restrictivas en el comercio y desarrollo de los países.

4. Cabe señalar que la terminología utilizada en el ámbito de la legislación de defensa de la competencia ha evolucionado desde que en 1980 se aprobara el Conjunto. Hoy día, la expresión “prácticas o comportamientos comerciales anticompetitivos” es de uso más frecuente que la expresión “prácticas comerciales restrictivas”.

Objetivos

5. El objetivo fundamental de la legislación de defensa de la competencia es fomentar y proteger la competencia en los mercados. Dentro de ese objetivo general caben algunas metas más específicas. Las principales metas se exponen a continuación.

El bienestar del consumidor

6. En general, el aumento del bienestar del consumidor consiste en reducir los precios, incrementar la producción, multiplicar las opciones para el consumidor y la calidad de los bienes y servicios e impulsar el desarrollo tecnológico y la innovación. No obstante, entre las distintas escuelas de teoría económica subsiste un debate sobre la dimensión del bienestar del consumidor. Algunas escuelas de pensamiento equiparan ese bienestar del consumidor con el bienestar general (el del productor y el consumidor). No tienen en cuenta la transferencia de riqueza de los consumidores a los productores que tiene lugar como resultado del aumento de los precios, la reducción de la producción o cualquier otra variable que afecte a la demanda. Se ocupan principalmente de la pérdida de transacciones que provoca una distorsión de la competencia. Otras escuelas opinan que al adoptar el objetivo del bienestar del consumidor se da prioridad a los intereses de los consumidores por encima de los de los productores². Esas escuelas no solo tienen en cuenta la pérdida de transacciones que se produce en los mercados menos competitivos, sino también la transferencia de riqueza de los consumidores a los productores y la capacidad de más consumidores de participar de una forma más activa en el mercado. Otra escuela de pensamiento tiene en cuenta la claridad y uniformidad del bienestar del consumidor en la aplicación de las leyes de defensa de la competencia, en especial en los casos en que el excedente del consumidor no es igual al bienestar del consumidor. Este último es un concepto más amplio que el anterior, ya que puede abarcar variables de producto distintas del precio, como las preferencias de los consumidores por una diversificación del producto en el caso de los productos mediáticos, que pueden ser difíciles de tener en cuenta en la metodología económica³.

La eficiencia

7. El término eficiencia incluye aspectos como la eficiencia de la asignación de recursos (asignar los recursos a su uso más valioso), la eficiencia de la productividad (producir bienes al menor costo) y la eficiencia dinámica (desarrollar mejores bienes y servicios por medio de la innovación). La finalidad de la competencia es crear un entorno que actúe como incentivo para que los participantes en el mercado mejoren la eficiencia, por ejemplo, invirtiendo en el desarrollo tecnológico o reduciendo los costos de producción.

El proceso de la competencia

8. Algunos pueden pensar que el mantenimiento del proceso de la competencia constituye un objetivo en sí mismo. La legislación de defensa de la competencia puede tener por objeto preservar la competencia como proceso a fin de evitar conductas

² Véase un análisis más detallado de estas escuelas de pensamiento en B. Y. Orbach, 2011, “The antitrust consumer welfare paradox”, *Journal of Competition Law and Economics*, 7(1), págs. 133 a 164.

³ *Ibid.*

coercitivas, excluyentes y explotadoras, impedir que se levanten obstáculos a la entrada y preservar el comportamiento en condiciones de rivalidad en el mercado.

9. La protección del proceso de la competencia se considera un medio para alcanzar los objetivos del bienestar del consumidor y la eficiencia.

Otras consideraciones

10. La legislación de defensa de la competencia puede incluir además diversas consideraciones que no estén estrictamente relacionadas con la competencia o con la eficiencia económica. Por ejemplo, algunas disposiciones legislativas incluyen como objetivo la competencia leal. Eso puede conllevar la protección de las oportunidades para las empresas pequeñas y medianas o para las economías comunitarias tradicionales. Además, algunas leyes de defensa de la competencia pueden hacer referencia al desarrollo económico nacional, e incluir en ocasiones como objetivos el desarrollo regional u otras metas de la política industrial.

11. Las leyes y normativas de defensa de la competencia de algunas jurisdicciones como China, Hungría, Polonia y Sudáfrica establecen de manera específica que el interés público es un elemento importante que debe tenerse en cuenta, en especial al evaluar los efectos de las fusiones en la competencia. Por ejemplo, en el examen de una fusión, el artículo 12 A 1) de la Ley de Defensa de la Competencia de Sudáfrica de 1999 exige que la Comisión de la Competencia o el Tribunal de la Competencia determinen primero los efectos de la fusión tanto en la competencia como en el interés público. A este respecto, es posible que se autorice una fusión por motivos fundados de interés público aunque exista la probabilidad de que obstaculice o reduzca la competencia de forma importante. En otros casos, pese a sus considerables efectos potenciales en la competencia, es posible que una fusión no se autorice por motivos de interés público.

12. Del mismo modo, la Ley Antimonopolio de China dispone en su artículo 1 que uno de sus objetivos es salvaguardar el interés público social, y en su artículo 28 establece que una fusión que puede eliminar o restringir la competencia puede autorizarse por motivos de interés público.

13. La introducción del interés público en la aplicación de la legislación de defensa de la competencia es una cuestión polémica. Se ha sugerido que las consideraciones de interés público tienen más peso en los países en desarrollo que en los países desarrollados porque en ellos la política industrial tiene un papel más prominente y es importante para las autoridades encargadas de la competencia reforzar su legitimidad y credibilidad⁴. El sistema de *apartheid* en Sudáfrica provocó una considerable desigualdad en la estructura política y económica de la nación⁵. La Ley de Defensa de la Competencia de Sudáfrica constituye una parte importante de las reformas encaminadas tanto a enmendar la estructura económica histórica como a promover un crecimiento económico amplio⁶.

14. No obstante, existe la preocupación de que las consideraciones de interés público puedan superar el objetivo original de la legislación de defensa de la competencia, que es evaluar los efectos de ciertas prácticas o transacciones comerciales en la competencia. Sin embargo, hay algunas formas de reforzar la seguridad en la

⁴ D. Lewis, 2002, "The role of public interest in merger evaluation", estudio presentado en el Grupo de Trabajo de la Red Internacional de Competencia, Nápoles (Italia), 28 y 29 de septiembre.

⁵ D. Lewis, 2012, *Thieves at the Dinner Table: Enforcing the Competition Act – A Personal Account* (Ciudad del Cabo y Johannesburgo (Sudáfrica), Jacana Media).

⁶ S. Roberts, 2004, "The role for competition policy in economic development: the South African experience", Documento de trabajo N° 8, Trade and Industrial Policy Strategies.

aplicación de las disposiciones sobre el interés público y limitar su uso arbitrario o político. Por ejemplo, en Sudáfrica la autoridad decisoria es el Tribunal de Defensa de la Competencia, que adopta una resolución definitiva sobre la base de una evaluación de consideraciones tanto relativas a la competencia como de interés público. Ninguna otra autoridad política puede anular esa resolución, como sí ocurre en algunos países como Francia y Alemania. En Alemania, el Ministro de Economía puede autorizar una fusión que ha sido prohibida por la Oficina Federal de Cárteles debido a problemas de competencia si es probable que la transacción aporte a la economía en su conjunto beneficios que compensen los efectos anticompetitivos de la transacción o si la transacción está justificada por un interés público que compensa los problemas de competencia. El Ministro tiene esa facultad a pesar de que la ley no contiene ninguna disposición sobre el interés público general. No obstante, desde la introducción de la disposición sobre la autorización ministerial en 1973 solo se han concedido ocho autorizaciones ministeriales, la más reciente en 2008⁷. Del mismo modo, en Francia, el Ministerio de Economía puede tener la última palabra en los casos de fusión en que haya intereses fundamentales del país en juego⁸.

15. En los Estados Unidos de América, la jurisprudencia adopta una posición firme frente a la inclusión de cuestiones no relacionadas con la competencia en un análisis antimonopolio. Por ejemplo, el Tribunal Supremo de ese país ha señalado que la finalidad de un análisis de esa índole “es formar una opinión sobre la importancia de la restricción para la competencia; no se trata de decidir si un proceder que favorece la competencia reviste interés público o redundaría en beneficio de los miembros de una rama de la producción”.

16. En muchos Estados, las leyes de defensa de la competencia incluirán muchos de esos objetivos o todos ellos. A menudo pueden conciliarse, pero en algunas ocasiones entrarán en conflicto. Eso será más probable cuando la legislación sobre la competencia de un Estado incluya objetivos de interés público que no se refieran estrictamente a la competencia o la eficiencia económica. Hay un cierto grado de ambigüedad en los límites de esos objetivos, ambigüedad que irá desvaneciéndose con el tiempo a medida que los tribunales o las autoridades vayan adoptando decisiones al respecto.

Planteamientos alternativos de las legislaciones existentes

17. En el siguiente cuadro se detallan los planteamientos alternativos de las legislaciones existentes con respecto a los objetivos o la finalidad de la legislación de defensa de la competencia.

⁷ E. Niitväli y M. Reysen, 2015, “Germany: Merger control”, *The European Antitrust Review*, Global Competition Review, disponible en <http://globalcompetitionreview.com/reviews/62/sections/210/chapters/2489/germany-merger-control/> (consultado el 7 de mayo de 2015).

⁸ A. Choffel, A. Glatz e Y. Utzschneider, 2015, “France: Merger control”, *The European Antitrust Review*, Global Competition Review, disponible en <http://globalcompetitionreview.com/reviews/62/sections/210/chapters/2484/france-merger-control/> (consultado el 7 de mayo de 2015).

África

1. Argelia

El artículo 1 de la Ordenanza N° 03-03 de 19 de julio de 2003, por la que se enmienda la Ordenanza N° 95-06 de 25 de enero de 1995, estipula que el objetivo de la Ordenanza “es establecer las condiciones para el ejercicio de la competencia en el mercado, prevenir cualquier práctica restrictiva y controlar las concentraciones económicas para estimular la eficiencia económica y mejorar el bienestar de los consumidores”. A diferencia de la Ordenanza N° 95-06, la nueva ley de defensa de la competencia incluye entre sus objetivos la prevención de los comportamientos y prácticas restrictivos en el mercado de Argelia.
2. Gambia

El objetivo de la Ley N° 4 de Defensa de la Competencia, de 2007, es “promover la competencia en el suministro de bienes y servicios mediante la prohibición de los acuerdos colusorios y la manipulación de las licitaciones, la investigación y el control de otros tipos de acuerdos restrictivos y situaciones de monopolio y fusiones, y la promoción de la comprensión de los beneficios de la competencia”.
3. Namibia

El capítulo 1 de la Ley N° 2 de Defensa de la Competencia de 2003 dispone que la finalidad de la Ley es “mejorar la promoción y protección de la competencia en Namibia a fin de: a) promover la eficiencia, la adaptabilidad y el desarrollo de la economía de Namibia; b) ofrecer a los consumidores precios competitivos y variedad de productos; c) fomentar el empleo y promover el bienestar social y económico de los namibianos; d) ampliar las oportunidades de participación de Namibia en los mercados mundiales, reconociendo al mismo tiempo el papel de la competencia extranjera en el país; e) garantizar que las pequeñas empresas puedan participar en pie de igualdad en la economía de Namibia; y f) promover una mayor distribución de la propiedad, en particular para aumentar la participación las personas históricamente desfavorecidas en la propiedad”. La legislación de defensa de la competencia de Namibia asume una función de interés público además de las consideraciones básicas del derecho de la competencia.
4. Sudáfrica

El artículo 2 del capítulo 1 de la Ley N° 89 de Defensa de la Competencia de 1998 establece que “la presente Ley tiene por objeto promover y mantener la competencia en la República a fin de: a) promover la eficiencia, la adaptabilidad y el desarrollo de la economía; b) ofrecer a los consumidores precios competitivos y variedad de productos; c) fomentar el empleo y promover el bienestar social y económico de los sudafricanos; d) ampliar las oportunidades de participación de Sudáfrica en los mercados mundiales y reconocer el papel de la competencia extranjera en la República; e) garantizar que las pequeñas empresas puedan participar en pie de igualdad en la economía; y f) promover una mayor distribución de la propiedad, en particular para aumentar la participación las personas históricamente desfavorecidas en la propiedad”. La Ley N° 1 de Enmienda de la Ley de Defensa de la Competencia de 2009 no modificó los objetivos de interés público de la Ley N° 89 de Defensa de la Competencia. Sin embargo, en el

<i>País, territorio o grupo, por regiones</i>	<i>Objetivo o finalidad</i>
	artículo 2 del capítulo 1 se añadieron los siguientes nuevos párrafos g) y h): “g) detectar y afrontar las condiciones del mercado de unos bienes o servicios determinados, o cualquier comportamiento en ese mercado, que tiendan a impedir, restringir o falsear la competencia en el suministro o la adquisición de esos bienes o servicios en la República; y h) garantizar la aplicación uniforme de las políticas y normas comunes que afectan a la competencia en todos los mercados y sectores de la economía”.
5. República Unida de Tanzania	El artículo 3 de la Ley de Competencia Leal de 2003 establece que el objetivo de la Ley es “mejorar el bienestar de la población de la República Unida de Tanzania en su conjunto mediante la promoción y protección de la competencia efectiva en los mercados y la prevención de toda conducta desleal y engañosa en el mercado en toda la República Unida de Tanzania a fin de: a) aumentar la eficiencia de la producción, la distribución y el suministro de bienes y servicios; b) promover la innovación; c) maximizar la eficiencia en la asignación de recursos; y d) proteger a los consumidores”.
6. Zambia	Zambia promulgó la Ley de Defensa de la Competencia y Protección del Consumidor de 2010 en sustitución de la Ley de Defensa de la Competencia y el Comercio Justo de 1994. En la Ley de 2010, la Comisión de la Competencia de Zambia pasó a denominarse Comisión de Defensa de la Competencia y Protección del Consumidor. En su preámbulo se establecen los objetivos de la Ley, que son salvaguardar y promover la competencia y proteger a los consumidores contra las prácticas comerciales desleales.
Asia y el Pacífico	
7. Australia	El artículo 2 de la Ley de Defensa de la Competencia y Protección del Consumidor de 2010 estipula que el objetivo de la Ley es “mejorar el bienestar de los australianos mediante la promoción de la competencia y el comercio justo y la protección del consumidor”.
8. China	El artículo 1 de la Ley Antimonopolio, que fue aprobada en 2007 y entró en vigor en agosto de 2008, dispone que la Ley se promulgó “con objeto de prevenir y limitar las conductas monopolísticas, proteger la competencia leal en el mercado, mejorar la eficiencia económica, salvaguardar los intereses de los consumidores y el interés público social y promover el desarrollo saludable de la economía socialista de mercado”.
9. Hong Kong	En el preámbulo de la Ordenanza de Defensa de la Competencia de 2012 se establecen los objetivos de la ley, que son prohibir las conductas que impidan, limiten o falseen la competencia en Hong Kong y las fusiones que reduzcan considerablemente la competencia en Hong Kong.
10. Taiwán	En el artículo 1 del capítulo 1 de la Ley de Comercio Justo de 2011 se establece que esta tiene por objeto mantener el orden comercial, proteger los intereses de los consumidores, asegurar la competencia leal y promover la estabilidad y la prosperidad económicas.

<i>País, territorio o grupo, por regiones</i>	<i>Objetivo o finalidad</i>
11. India	El artículo 1 de la Ley de Defensa de la Competencia de 2002 (enmendada por la Ley de Defensa de la Competencia (Enmienda) de 2007) establece que el objetivo de la Ley es “tener presente el desarrollo económico del país... para prevenir las prácticas que tengan efectos adversos sobre la competencia, promover y mantener la competencia en los mercados, proteger los intereses de los consumidores y asegurar la libertad del comercio ejercido por otros participantes en los mercados de la India, y ocuparse de los asuntos correspondientes o que guarden relación con ellos”.
12. Japón	La finalidad de la Ley N° 54 de Prohibición de los Monopolios Privados y Defensa del Comercio Justo, de 14 de abril de 1947, como se indica en su artículo 1, es “promover la competencia leal y libre, estimular la iniciativa creativa de los empresarios, fomentar las actividades empresariales, aumentar el nivel de empleo y los ingresos nacionales reales y promover así el desarrollo democrático y saludable de la economía nacional, y velar por los intereses de los consumidores en general”.
13. Malasia	En el preámbulo de la Ley de Defensa de la Competencia de 2010 se afirma que el objetivo de la Ley es “fomentar el desarrollo económico mediante la promoción y protección del proceso de la competencia, protegiendo así los intereses de los consumidores”. Se señala además que el proceso de la competencia fomenta la eficiencia, la innovación y la iniciativa empresarial, que promueven la fijación de precios competitivos, la mejora de la calidad de los productos y servicios y el aumento de las opciones de los consumidores. Asimismo, se establece que “la presente legislación tiene por objeto prohibir las conductas anticompetitivas”.
14. Mongolia	El artículo 1 de la Ley de Defensa de la Competencia de 2010 dispone que la finalidad de la Ley es “establecer en el mercado condiciones de competencia leal entre las empresas, impedir y prohibir cualquier actividad de monopolización del mercado u hostilidad a la competencia y definir el fundamento jurídico de la institución reguladora de la competencia”.
15. Nueva Zelanda	La finalidad de la legislación de defensa de la competencia es “fomentar la competencia en los mercados en beneficio de los consumidores de Nueva Zelanda a largo plazo” (artículo 1A de la Ley de Comercio de 1986, incorporado el 26 de mayo de 2001 en virtud del artículo 4 de la Ley de Comercio enmendada N° 32 de 2001).
16. República de Corea	El artículo 1 de la Ley de Reglamentación de Monopolios y Comercio Justo enmendada en 2013 establece que la finalidad de la Ley es “promover la competencia leal y libre mediante la prohibición del abuso de una posición dominante en el mercado, la excesiva concentración del poder económico, las prácticas concertadas injustas y las prácticas comerciales desleales, y estimular así la innovación empresarial, la protección de los consumidores y el logro de un desarrollo económico equilibrado”.

País, territorio o grupo, por regiones *Objetivo o finalidad*

Europa (países no miembros de la Unión Europea)

- | | | |
|-----|---------------------|---|
| 17. | Albania | La Ley N° 9121 de Defensa de la Competencia de 2003, como señala en su artículo 1, tiene por objeto “proteger la competencia leal y efectiva en el mercado mediante la definición de las normas de conducta de las empresas, así como de las instituciones encargadas de la protección de la competencia y sus atribuciones”. |
| 18. | Armenia | Como se establece en su artículo 1, la Ley de Defensa de la Competencia Económica, a la que complementa la Ley HO-N promulgada en 2007, tiene por objeto “proteger y promover la competencia económica libre, asegurar un entorno apropiado de competencia leal, fomentar el desarrollo de la iniciativa empresarial y garantizar la protección de los derechos del consumidor” en Armenia. |
| 19. | Islandia | El artículo 1 de la Ley N° 44/2005 de Defensa de la Competencia establece que el objetivo de la Ley es “promover la competencia efectiva y aumentar así la eficiencia de los factores de producción de la sociedad. Este objetivo se logrará mediante: a) la prevención de los obstáculos y restricciones no razonables a la libertad de actividad económica; b) la prevención de los oligopolios nocivos y la restricción de la competencia; c) la facilitación de la entrada de nuevos competidores en el mercado”. |
| 20. | Noruega | El objetivo de la Ley de Defensa de la Competencia de 2004 (enmendada por última vez en 2014), como se establece en su artículo 1, es “promover la competencia y, de esa manera, contribuir a la utilización eficaz de los recursos de la sociedad”. Al aplicar la Ley, deberán tenerse especialmente en cuenta los intereses de los consumidores. |
| 21. | Federación de Rusia | Los objetivos de la Ley Federal N° 135-FZ de Defensa de la Competencia, de 16 de julio de 2006 (enmendada en 2011), como se establece en su artículo 1, son “lograr el establecimiento de una zona económica común, la libertad de circulación de las mercancías, la protección de la competencia y la libertad para realizar actividades económicas en la Federación de Rusia, y crear las condiciones necesarias para el funcionamiento eficaz de los mercados de productos”. |
| 22. | Serbia | Como se indica en su artículo 1, la Ley de Defensa de la Competencia regula la “defensa de la competencia en el mercado de la República de Serbia con el objetivo de lograr el progreso económico y el bienestar de la sociedad, en particular en beneficio de los consumidores”. |
| 23. | Suiza | Como se establece en el artículo 1 del capítulo 1, la Ley Federal de Lucha contra los Cárteles y otras Restricciones de la Competencia de 1996 (enmendada) tiene por objeto “impedir los efectos económicos o sociales perjudiciales de los cárteles y otras restricciones de la competencia y, con ello, promover la competencia en interés de una economía de mercado basada en principios liberales”. |

<i>País, territorio o grupo, por regiones</i>	<i>Objetivo o finalidad</i>
24. Turquía	El artículo 1 de la Ley N° 4054 de Defensa de la Competencia dispone que la finalidad de la Ley es “impedir los acuerdos, las decisiones y las prácticas que impidan, falseen o restrinjan la competencia en los mercados de bienes y servicios, así como el abuso de posición dominante por las empresas dominantes en el mercado, y velar por la defensa de la competencia mediante la normativa y supervisión necesarias a tal efecto”.
25. Ucrania	El preámbulo de la Ley de Defensa de la Competencia Económica, enmendada por última vez en 2011, dispone que la Ley “define el fundamento jurídico para mantener y proteger la competencia económica y limitar el monopolio en las actividades económicas y está orientada a garantizar el funcionamiento eficiente de la economía de Ucrania sobre la base del desarrollo de relaciones de competencia”.
Unión Europea	
26. Dinamarca	El objetivo de la Ley de Defensa de la Competencia (Ley de Consolidación N° 700, de 18 de junio de 2013) es “fomentar la asignación eficiente de los recursos de la sociedad mediante una competencia viable en beneficio de las empresas y los consumidores”.
27. Estonia	El objetivo de la Ley de Defensa de la Competencia de 2001 (enmendada en 2013), que se estipula en el artículo 1, párrafo 1, es “salvaguardar la competencia en aras de los intereses de la libre empresa en la extracción de recursos naturales, la fabricación de productos, la prestación de servicios, la compra y venta de bienes y servicios... y la prevención y eliminación de las trabas, limitaciones o restricciones... de la competencia en otras actividades económicas”. Además, la ley se aplica “si una acción o una omisión fuera del territorio de Estonia encaminada a restringir la competencia supone una restricción de la competencia dentro del territorio de Estonia”.
28. Francia	La legislación sobre competencia de Francia no contiene ninguna declaración expresa de finalidad.
29. Alemania	La Ley de Lucha contra las Restricciones a la Competencia no contiene ninguna disposición sobre su objetivo o finalidad.
30. Hungría	Como se afirma en su preámbulo, la Ley de Defensa de la Competencia de 1996 (enmendada por última vez en 2010) tiene por objeto proteger “el interés público derivado del mantenimiento de la competencia en el mercado para garantizar la eficiencia económica y el progreso social, los intereses de las empresas que lleven a cabo sus actividades con lealtad y los intereses de los consumidores”.
31. España	Los objetivos de la Ley de Defensa de la Competencia de 2007 se establecen en la “exposición de motivos”: “La existencia de una competencia efectiva entre las empresas constituye uno de los elementos definitorios de la economía de mercado, disciplina la actuación de las empresas y reasigna los recursos productivos a favor de los operadores o las técnicas más eficientes. Esta eficiencia productiva se traslada al consumidor en la forma de menores

<i>País, territorio o grupo, por regiones</i>	<i>Objetivo o finalidad</i>
32. Suecia	<p>precios o de un aumento de la cantidad ofrecida de los productos, de su variedad y calidad, con el consiguiente incremento del bienestar del conjunto de la sociedad... Por ello, resulta preciso disponer de un sistema que, sin intervenir de forma innecesaria en la libre toma de decisiones empresariales, permita contar con los instrumentos adecuados para garantizar el buen funcionamiento de los procesos del mercado”.</p> <p>Como se establece en el artículo 1 del capítulo 1, la Ley N° 2008:579 de Defensa de la Competencia tiene por objeto “eliminar y afrontar los obstáculos a una competencia efectiva en la esfera de la producción y el comercio de bienes, servicios y otros productos”.</p>
33. Unión Europea	<p>El apartado 1 g) del artículo 3 del Tratado Constitutivo de la Comunidad Económica Europea, en el que se incluía como uno de los objetivos de la Comunidad Europea “el establecimiento de un régimen que garantice que la competencia no será falseada en el mercado común”, fue derogado por el Tratado de Lisboa. En los artículos 2 y 3 del Tratado de la Unión Europea, en los que se establecen los valores y objetivos de la Unión, no se menciona expresamente que “la competencia no será falseada”, sino que se establece como objetivo el establecimiento de un mercado interior y se hace referencia a “una economía social de mercado altamente competitiva”. No obstante, en el nuevo Protocolo 27 sobre Mercado Interior y Competencia, jurídicamente vinculante, se dispone que “el mercado interior tal como se define en el artículo 3 del Tratado de la Unión Europea incluye un sistema que garantiza que no se falsea la competencia”. El Tribunal de Justicia de la Unión Europea explicó en mayor detalle el artículo 101 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea, afirmando que está dirigido a proteger no solo los intereses de los competidores o consumidores, sino la estructura del mercado y, de este modo, la competencia en cuanto tal (asunto C-8/08, 4 de junio de 2009).</p>

América Latina

- | | |
|--------------|---|
| 34. Brasil | <p>El artículo 1 de la Ley N° 12529, de 30 de noviembre de 2011, “establece medidas preventivas y sanciones para las contravenciones del orden económico, basadas en los principios constitucionales de la libre competencia, la libertad de iniciativa, la función social de la propiedad, la protección del consumidor y la prevención del abuso del poder económico”. En la Ley también se establece que “las personas son los titulares de los intereses jurídicos protegidos por la presente Ley”.</p> |
| 35. Colombia | <p>En el artículo 333 de la Constitución aprobada en 1991 se consagra la competencia como un derecho constitucional al estipularse que el Estado, por mandato de la ley, “impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional”. Como se establece en su artículo 1, el objetivo de la Ley N° 1340 por medio de la cual se dictan normas en materia de protección de la competencia, enmendada en 2009, es actualizar la normatividad en materia de protección de la competencia para adecuarla a las condiciones actuales de los</p> |

<i>País, territorio o grupo, por regiones</i>	<i>Objetivo o finalidad</i>
	mercados, facilitar a los usuarios su adecuado seguimiento y optimizar las herramientas con que cuentan las autoridades nacionales para el cumplimiento del deber constitucional de proteger la libre competencia económica en el territorio nacional.
36. Costa Rica	El objetivo de la Ley N° 7472 de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, establecido en su artículo 1, es proteger, efectivamente, los derechos y los intereses legítimos del consumidor, la tutela y la promoción del proceso de competencia y libre concurrencia, mediante la prevención, la prohibición de monopolios, las prácticas monopolísticas y otras restricciones al funcionamiento eficiente del mercado y la eliminación de las regulaciones innecesarias para las actividades económicas.
37. Panamá	Según se estipula en su artículo 1, la finalidad de la Ley N° 45 que dicta normas sobre protección al consumidor y defensa de la competencia, de 31 de octubre de 2007, es “proteger y asegurar el proceso de libre competencia económica y la libre concurrencia, erradicando las prácticas monopolísticas y otras restricciones en el funcionamiento eficiente de los mercados de bienes y servicios, para preservar el interés superior del consumidor”.
38. Perú	Como se establece en su artículo 1, el Decreto Legislativo N° 1044 de 2008 tiene por objeto reprimir todo acto o conducta de competencia desleal que tenga por efecto, real o potencial, afectar o impedir el adecuado funcionamiento del proceso competitivo.
39. República Bolivariana de Venezuela	En el artículo 1 de la Ley para Promover y Proteger el Ejercicio de la Libre Competencia de 1992, se indica que la Ley tiene por objeto “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 monopolísticas y oligopólicas y demás medios que puedan impedir, restringir, falsear o limitar el goce de la libertad económica”.
40. Comunidad Andina	En el artículo 1 de la Decisión 285 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena se establece que las normas tienen por objeto “prevenir o corregir distorsiones en la competencia que son el resultado de prácticas restrictivas de la libre competencia”.
41. Mercado Común del Sur (MERCOSUR)	El Protocolo de Defensa de la Competencia del MERCOSUR, aprobado en virtud de la Decisión N° 18/96 de 17 de diciembre de 1996, tiene por objeto “la defensa de la competencia en el ámbito del MERCOSUR”.
América del Norte	
42. Canadá	El objetivo de la Ley de Defensa de la Competencia de 1985 (enmendada), establecido en su artículo 1.1, es “defender y fomentar la competencia en el Canadá a fin de promover la eficiencia y adaptabilidad de la economía canadiense, ampliar las oportunidades de participación del Canadá en los mercados mundiales, sin perjuicio de reconocer al mismo tiempo el papel de la competencia extranjera en el país, velar por que la pequeña y mediana empresa pueda participar en un pie de igualdad en la economía canadiense, y ofrecer a los consumidores precios competitivos y posibilidades de elección de los productos”.

<i>País, territorio o grupo, por regiones</i>	<i>Objetivo o finalidad</i>
43. Estados Unidos	El marco legislativo de defensa de la competencia se concibió para que fuese “un principio general de libertad económica destinado a preservar la competencia libre y sin trabas como regla del comercio. Se basa en la premisa de que la libre interacción de las fuerzas de la competencia producirá la mejor asignación de nuestros recursos económicos, los precios más bajos, la calidad más elevada y el mayor progreso material, creando al mismo tiempo un entorno conducente a la salvaguardia de nuestras instituciones políticas y sociales democráticas”, (<i>Northern Pacific Railway Company versus United States</i> , 356 United States 1 (Tribunal Supremo de los Estados Unidos, 1958)).
