

## **CRITERIOS GENERALES PARA DEFINIR UN ESTUDIO SECTORIAL**

### **Introducción**

El objetivo primordial de la Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia (Comisión) es el de proteger y promover el ejercicio de la libre competencia a fin de garantizar el funcionamiento eficiente de los mercados y maximizar el bienestar del consumidor. Como tal, las actividades de la Comisión se dividen en dos grandes áreas, la de defensa por un lado y la promoción o abogacía de la competencia por otro lado. Dentro de las labores de abogacía de la competencia, una de las herramientas centrales utilizadas por la Comisión para construir una línea de base sobre el estado de la competencia de los mercados son los estudios sectoriales.

Al tenor de lo establecido en el Artículo 34, numeral 8 de la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia (Ley de Competencia), los estudios sectoriales tienen como finalidad conocer el funcionamiento y la estructura del mercado. A través de ellos, la Comisión busca identificar posibles distorsiones en el mercado que puedan estar afectando el desempeño y los resultados del mercado. Dentro de los elementos más comunes en los estudios sectoriales se encuentran los aspectos regulatorios, la existencia de barreras a la entrada, así como la configuración del mercado.

### **Motivaciones de los Estudios Sectoriales**

La decisión de la Comisión de iniciar un estudio sectorial responde, entre otros, a consideraciones relacionadas con:

- La importancia relativa de los mercados en el contexto nacional.
- El impacto de los mercados en el bienestar de los consumidores.
- La relevancia dentro de la cadena de valor en la producción de un bien o la prestación de un servicio.
- El interés de la Comisión de profundizar su conocimiento del estado de la competencia en el mercado.
- Las preocupaciones de la Comisión relacionadas al proceso competitivo en el mercado.
- Las posibles inquietudes o quejas de los agentes económicos, tales como agrupaciones gremiales o de consumidores, relacionadas con posibles ineficiencias o distorsiones en el mercado.
- Las sugerencias o peticiones de instituciones gubernamentales y entes reguladores.
- La estrategia institucional de la Comisión.
- La intención de conocer la interrelación de los mercados nacionales en el contexto regional e internacional
- La necesidad de brindar propuestas de políticas públicas en mercados regulados.

**CON LA COMPETENCIA GANAMOS TODOS: LAS EMPRESAS, LOS CONSUMIDORES Y EL PAÍS**

## Otras Consideraciones

Si bien no existe un formato obligatorio a seguir para la elaboración de los estudios sectoriales, estos deben poder caracterizar el mercado o eslabón de la producción bajo estudio, deben identificar posibles distorsiones o fuentes de ineficiencia en el mercado, y posibles comportamientos que puedan ser considerados como anticompetitivos.

De igual manera, el resultado esperado de un estudio sectorial son las recomendaciones generales y específicas derivadas del mismo, las que pueden ser de política pública destinadas hacia instituciones del Gobierno y entes reguladores, a agrupaciones gremiales y/o sectoriales que representen los intereses de los agentes económicos en el mercado, así como a los consumidores y/o compradores de determinado bien o servicio.

Por todo lo anterior, los estudios sectoriales son una herramienta central en la labor de abogacía de la competencia, puesto que le permiten a la Comisión la identificación de posibles fallas o distorsiones que estén afectando la eficiencia de los mercados.