*“La libre competencia y su importancia social en Paraguay”*

La competencia como principio rector de una economía de mercado es un elemento central no solamente para el desarrollo económico de un país sino también a nivel social al permitir el desarrollo de las libertades básicas individuales, entre las cuales, la primera y más importante en un sistema capitalista, el ejercicio de la libre empresa. En economía, el libre funcionamiento de los mercados es la mejor forma de asignar bienes y servicios entre los componentes de una comunidad; de lograr que un bien o servicio sea producido con eficiencia y al menor costo posible. La competencia en los mercados incentiva la innovación de las empresas tanto en sus técnicas y procesos de producción como en el desarrollo de nuevos productos y por ende, se incrementan las opciones para los consumidores. Resultado: el bienestar económico de la sociedad es maximizado mejorando el bienestar social.

La existencia de prácticas monopólicas como: la predación y discriminación de precios, la división de mercados para mantener el poder en un mercado o zona, control la información relevante para otras compañías o incluso para los mismos consumidores, colusión entre productores, concentraciones y fusiones que perjudican el proceso de la libre competencia.

Por más que en una situación de competencia perfecta cada compañía decide su comportamiento con el objeto de maximizar sus beneficios, para las compañías, es fácil, en general, concretar acuerdos, que, si se cumplen, permiten que todas las compañías incrementen sus beneficios (casi siempre en detrimento del consumidor). Y como estas organizaciones se dan cuenta de que sus utilidades podrían incrementar de esa forma, es lógico que busquen hacer acuerdos entre sí para aumentar su poder de mercado. A estos acuerdos entre compañías con el fin de aumentar su participación en el mercado, disminuyendo, en consecuencia, la competencia se les llama cártel o colusión.

Es importante aclarar que no está mal visto que una compañía, a través de su gestión eficiente, logre mejores resultados que otras en un mercado de libre competencia. Lo que sí está mal que es una compañía utilice su poder de mercado para aplicar prácticas anticompetitivas en pos de sus objetivos particulares (beneficios) y en detrimento del bienestar social.

Es así como surge la necesidad de regular estas prácticas nocivas para la libre competencia, a través de la Comisión Nacional de la Competencia (CONACOM), organismo que basado en la Ley de la Competencia 4956/2013 cumplirá un papel fundamental para lograr defender y promover la libre competencia en los mercados, y a su vez fomentar la eficiencia y el bienestar de la población.

¿Pero qué tan capacitados están los responsables de las instituciones afectadas por la Ley de la Competencia en Paraguay?

A través de la implementación de la Ley de la Competencia en Paraguay el accionar de las empresas cambiará definitivamente, sobre todas aquellas que tengan una posición de dominio bien definida. Los departamentos jurídicos, comerciales y el mismo ápice estratégico de las compañías, públicas y privadas, debe conocer las implicancias de esta ley, y sobre todo, manejar muy bien el decreto que reglamenta la misma (Decreto 1490 del 14 de Abril de 2014).

En el mundo existen varios casos de compañías que dejaron de operar o sufrieron las consecuencias de sanciones severas. Aunque vale la pena aclarar que el espíritu de la Ley 4956/13 no es de perjudicar a las empresas ni mucho menos cerrarlas, sino el de atacar todas aquellas prácticas anticompetitivas que afecten negativamente el bienestar de la población e impidan que productores, distribuidores, representantes y agentes ofrezcan sus productos y servicios con mayor eficiencia a la población.

**Mario Aníbal Romero Lévera**