

# ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO

WT/WGTCP/W/146  
12 de septiembre de 2000

(00-3518)

**Grupo de Trabajo sobre la Interacción entre  
Comercio y Política de Competencia**

Original: inglés

## COMUNICACIÓN DEL CANADÁ

Se ha recibido de la Misión Permanente del Canadá la siguiente comunicación, de fecha 14 de junio de 2000, con el ruego de que se distribuya a los Miembros.

### La importancia de la promoción de la política de competencia

En respuesta a la Nota del Presidente del 31 de marzo de 2000, el Gobierno del Canadá concuerda en que es importante que el Grupo de Trabajo sobre la Interacción entre Comercio y Política de Competencia se centre en ejemplos concretos que ayuden a aclarar el costo y los beneficios de aplicar políticas de competencia, en particular por lo que se refiere a los países en desarrollo. A juicio del Canadá, ese enfoque constituye una aplicación constructiva del mandato del Grupo de Trabajo que contribuirá tanto a su labor relativa a la cooperación y comunicación como a sus objetivos en relación con el comercio.

Teniendo esto en cuenta, la delegación del Canadá presentará en la reunión del Grupo de Trabajo del 15-16 de junio de 2000 el documento adjunto sobre "Promoción de la política de competencia y reforma reglamentaria en el sector de las telecomunicaciones del Canadá". El propósito de ese documento es el de responder a la sugerencia del Presidente de contribuir a la creación y el sostenimiento de una cultura de la competencia compartiendo con los miembros del Grupo de Trabajo sobre la Interacción entre Comercio y Política de Competencia los frutos de las experiencias del Canadá en la práctica con respecto a la promoción de la política de competencia, haciendo uso para ello de la labor que se llevó a cabo en el sector de las telecomunicaciones. Al mismo tiempo, el documento deja en claro que la promoción de la política de competencia tiene una función importante que desempeñar en la reforma del mercado, la desreglamentación y los procesos de privatización y, por lo tanto, en el acceso a los mercados, con lo que contribuye al objetivo fundamental de la OMC de aumentar el comercio internacional.

A primera vista, la función de promoción de una autoridad de la competencia podría parecer en cierto modo un lujo, especialmente cuando se trata de un régimen en ciernes que ha de enfrentarse con numerosas prioridades que compiten en la aplicación de las disciplinas de la política de competencia. Sin embargo, como debiera quedar claro en este documento del Canadá, la promoción de la política de competencia tiene la posibilidad de ocasionar un efecto mucho más amplio en el desarrollo económico en general. Esto resulta más evidente cuando se examina el efecto de la reglamentación en el desarrollo económico. Si bien es cierto que la reglamentación desempeña una función importante y legítima en la política gubernamental, hay que reconocer que entraña también costos, no sólo los directos como puedan serlo los relacionados con la administración o el cumplimiento del régimen reglamentario, sino también los indirectos atribuibles a las distorsiones que se ocasionan en el mercado. La promoción de la política de competencia sirve para poner de relieve y

aclarar esos costos a los organismos de reglamentación, con lo que se fomenta una evaluación más completa tanto de los costos como de los beneficios de la reglamentación. Por lo mismo, cuando se ha decidido desreglamentar o privatizar un sector, la promoción de la política de competencia puede contribuir a gestionar la difícil fase que supone la transición de la reglamentación plena a la competencia abierta. Por último, la promoción de la política de competencia puede utilizarse también para facilitar de manera más general la elaboración de políticas.

Esas actividades entrañan, como es natural, un costo para las autoridades de la competencia, que deberán desviar los recursos destinados al objetivo directo de hacer cumplir las prioridades de la competencia y dedicarlos al objetivo más indirecto de alentar en general el cultivo de la competencia. Aun así, la experiencia de la Oficina de la Competencia del Canadá ha demostrado que una inversión de ese tipo es fructífera a la larga en cuanto que reduce los retos a la competencia con los que de otro modo podría tener que enfrentarse, como por ejemplo los provenientes de una desreglamentación que resulte en una exclusión del mercado efectuada por una entidad privatizada dominante. Esto, a su vez, tiene importantes repercusiones en relación con el desarrollo económico. Tanto es así que el Canadá ha llegado a la conclusión de que es absolutamente esencial que una autoridad de competencia desempeñe una función de promoción y que, por tanto, esa función deberá estar dotada de los recursos necesarios y asentarse en una autoridad amparada por las normas legales.

La delegación del Canadá confía en que este ejemplo sirva de ayuda al Grupo de Trabajo, y está dispuesta a responder a toda pregunta específica relativa a las experiencias surgidas de la promoción de la política de competencia en el Canadá que los miembros del Grupo de Trabajo puedan formular.

---

Promoción de la política de competencia y reforma reglamentaria  
en el sector de las telecomunicaciones del Canadá

## **I. INTRODUCCIÓN**

Una de las evoluciones más notables que pudo observarse en el Canadá el pasado decenio fue el cambiante panorama competitivo en el sector de las telecomunicaciones. El rápido ritmo de las evoluciones tecnológicas en el ámbito de la comunicación (por ejemplo, los teléfonos inalámbricos), y los avances de ingeniería que suponen la tecnología digital, la compresión de señales y el nuevo y refinado equipo de conmutación están haciendo que disminuya el costo de suministrar servicios y abriendo las puertas a nuevas fuentes de competencia.

En este documento se describe la experiencia canadiense en cuanto a la evolución del pensamiento y enfoque de la reglamentación en el sector de las telecomunicaciones. Las intervenciones efectuadas por el Comisionado de la Competencia (denominado el Comisionado a partir de ahora, anteriormente llamado el Director de Investigación (el Director)) y las decisiones de la Comisión de Radiotelevisión y Telecomunicaciones del Canadá han desempeñado un papel fundamental en ese proceso de reforma reglamentaria, y, a la vez, han modificado de manera espectacular la estructura competitiva del sector de telecomunicaciones canadiense.

El documento se divide en las siguientes secciones: 1) disposiciones de la Ley de Competencia del Canadá (la Ley) en materia de promoción; 2) descripción de la excepción de conducta regulada y de las disposiciones de la Ley de Telecomunicaciones que tratan de la abstención de ejercer un derecho; 3) relación entre la reglamentación y la competencia; 4) intervenciones reglamentarias de la Oficina de la Competencia en el sector de las telecomunicaciones;

y 5) actividades de la Oficina de elaboración de política relativa a las telecomunicaciones. En la sección dedicada a las conclusiones se mencionarán algunas de las lecciones que aprendió la Oficina en su labor de promoción en el sector de las telecomunicaciones.

## **II. DISPOSICIONES DE LA LEY DE COMPETENCIA<sup>1</sup> EN MATERIA DE PROMOCIÓN**

La Oficina de la Competencia tiene una larga historia en cuanto a promover soluciones en pro de la competencia ante organismos y comisiones de reglamentación. Los artículos 125 y 126 de la Ley de Competencia dotan al Comisionado de autoridad independiente para promover la competencia ante organismos de reglamentación federales y, tras acuerdo al respecto, provinciales, que adoptan decisiones que afectan a la competencia en determinados mercados. En virtud del artículo 125 de la Ley, el Comisionado puede hacer manifestaciones con respecto a la competencia ante toda junta federal, comisión o demás tribunales en que tales manifestaciones sean pertinentes a los asuntos que son objeto de examen y con respecto a los factores que la junta, comisión u otro tribunal puedan tener en cuenta al adoptar su decisión. En virtud del artículo 126 el Comisionado puede hacer manifestaciones ante las juntas provinciales, las comisiones o los tribunales, con el consentimiento del órgano pertinente. En el anexo A (véase adjunto) se ofrecen pormenores acerca de las intervenciones efectuadas por la Oficina de la Competencia en el último cuarto de siglo.

## **III. RELACIÓN ENTRE LA COMPETENCIA Y LA REGLAMENTACIÓN ECONÓMICA**

En muchas ocasiones las fuerzas del mercado pueden producir resultados que ni son eficientes desde el punto de vista económico ni satisfacen determinados objetivos de la política social. En esas situaciones se hace a menudo un llamamiento para que se establezca alguna forma de reglamentación que pueda corregir el problema. Habrá de reconocerse, sin embargo, que la propia reglamentación supone costos, entre los que figuran costos directos tales como los de administración y cumplimiento, y costos indirectos tales como los causados por las distorsiones que la reglamentación puede ocasionar en el mercado. El que existan esos costos invalida la afirmación de que es suficiente el fallo del mercado para justificar que se introduzca reglamentación. Habrá que demostrar también que la reglamentación, con todos los costos que supone de por sí, puede aportar una mejora al resultado del mercado. Por supuesto que la reglamentación pueda hacer esto o no dependerá a menudo del tipo de reglamentación en que se piense.

La experiencia en el sector de las telecomunicaciones ha mostrado que el control de la tasa de rendimiento<sup>2</sup> no fue eficaz en cuanto a promover la eficiencia económica, debido a los desincentivos

---

<sup>1</sup> Puede verse la Ley de Competencia en <http://strategis.ic.gc.ca/SSG/ct01250e.html>.

<sup>2</sup> A tenor de la reglamentación del costo del servicio, la empresa recibe compensación por los costos en que incurrió además de una tasa razonable de rendimiento de la inversión. El enfoque a que responde la reglamentación del costo del servicio es el de encontrar un equilibrio entre los intereses de las empresas y los de los consumidores estableciendo unos precios que sean iguales al costo medio. Pueden surgir problemas de aplicación al determinar los costos cuando el servicio exige que la empresa invierta en activos duraderos, tales como instalaciones y equipo. La raíz de este problema está en la necesidad de determinar los costos de capital. El que se acentúe la rentabilidad para los inversores significa que un importante aspecto de la reglamentación del costo del servicio será hacer una asignación para la tasa de rendimiento y controlarla. Incrustado en la reglamentación del costo del servicio estará el control de la tasa de rendimiento de la empresa. La reglamentación de la tasa de rendimiento permite establecer un tope con respecto al rendimiento de la inversión de una empresa regulada en el suministro de un servicio. Se define habitualmente la tasa de rendimiento como beneficio neto después de la amortización como porcentaje del promedio del capital empleado en una empresa. La tasa de rendimiento puede calcularse basándose en el beneficio antes o después de los impuestos, y hay unas cuantas variaciones del concepto. El beneficio puede definirse como neto de impuestos pero no de amortización.

que supuso con respecto a que las empresas redujesen costos e innovasen. Esas distorsiones perjudicaron particularmente al dinamismo de las empresas, ya que en el mejor de los casos llevaron a que disminuyera el índice de innovación y la introducción de nuevas tecnologías y, en el peor, impidieron que surgiesen nuevas tecnologías o innovaciones. Es posible, pues, que a los consumidores les haya llegado con retraso el beneficio de productos cuya introducción en el mercado se vio demorada y que se les haya denegado el beneficio de productos que nunca llegaron a verse. Fueron principalmente esos problemas los que llevaron a que el Canadá haya adoptado un sistema de control de precios con tope máximo estos últimos años.

Además de las experiencias que se hicieron en el pasado de usar el control de la tasa de rendimiento para promover la eficiencia económica, en tiempos recientes se han podido observar cada vez más los costos de usar la reglamentación en general para promover objetivos de política social, tales como el acceso a un servicio de teléfonos universal. La prosecución de este y otros objetivos animados por el mismo sentimiento ha dado por resultado el alineamiento incorrecto de los precios relativos con respecto a diversos servicios, lo que a su vez ha supuesto costos en términos de inflexibilidad de los precios y demoras en la introducción de nuevos productos y servicios. Además, aunque cabe alegar que se han conseguido en su mayor parte esos objetivos de política social, ha resultado muy difícil realinear los precios de tal manera que en ellos se vean reflejados los costos subyacentes, lo que tiene importancia decisiva en cuanto a establecer el entorno adecuado para que pueda haber una competencia efectiva en el futuro.

De vez en cuando, debido a los avances efectuados en el ámbito tecnológico y en el pensamiento económico, llega a reconocerse que determinados servicios reglamentados pueden y deberían ser suministrados de manera competitiva. En esas coyunturas críticas los que elaboran las políticas que habrán de seguirse se enfrentan con la difícil cuestión de cómo gestionar la fase de transición que conduce de la plena reglamentación a la competencia abierta. Es frecuente creer que la empresa ya en el mercado tiene muchas ventajas con respecto a los nuevos participantes, ventajas que se derivan de sus experiencias pasadas, de los recursos financieros y del control sobre elementos de la red de distribución, acceso a lo cual es esencial para la supervivencia de los competidores. Si bien es necesario con frecuencia aplicar algunas medidas reglamentarias a fin de "igualar el terreno de juego", los organismos reguladores precisan tener conciencia de que ese tipo de reglamentación asimétrica supone posibles costos. Esto es, puede negar indebidamente a las empresas ya en el mercado la flexibilidad en la determinación de los precios que precisan para responder a la presión competitiva con que se enfrentan en las nuevas condiciones.

El proceso de desreglamentación es muy importante en un sector como el de las telecomunicaciones que se caracteriza por la rápida evolución tecnológica y en el que están desapareciendo las fronteras entre la distribución de servicios de telecomunicaciones, informática y televisión. En ese entorno, los costos con respecto a la economía general se agrandan aún más cuando la normativa no guarda proporción con los avances tecnológicos.

La convergencia hace que se intensifique el debate en cuanto a la relación entre las autoridades de la competencia y los organismos reguladores en el sector de las telecomunicaciones. El sector de las telecomunicaciones y el de la radiodifusión están penetrando el uno en el mercado del otro debido a las grandes repercusiones que supone la tecnología digital y a la serie cada vez más

---

e intereses; es decir, como beneficios disponibles para los accionistas o como beneficio de explotación, esto es, para excluir ingresos derivados de inversiones y plusvalías de capital. Se ha criticado la reglamentación del costo del servicio por no proporcionar incentivos adecuados para fomentar la rentabilidad y la introducción de nuevos productos y servicios y por suponer una carga reglamentaria onerosa. Para una explicación más completa de esta cuestión, véase Jeffrey Church y Roger Ware, *Industrial Organization: A Strategic Approach*, Toronto: McGraw-Hill, 2000, páginas 829-887.

amplia de nuevos productos y servicios que ello trae consigo. Esto significa que a medida que se produce la convergencia, las autoridades de la competencia y los organismos reguladores se ven cada vez más obligados a debatirse con cuestiones sumamente complejas para resolver la cuestión de "si va a haber competencia, ¿cuánta y cuándo?". En definitiva, la manera en que las autoridades de la competencia y los organismos reguladores lleguen a acuerdos entre sí determinará la forma que adopte el sector de las telecomunicaciones y, por tanto, la medida en que los usuarios se beneficien de un sistema moderno de telecomunicaciones, y ello repercutirá sin duda en el crecimiento económico y la adaptabilidad de la economía.

#### IV. EXCEPCIÓN DE CONDUCTA REGULADA<sup>3</sup>

En varios regímenes de competencia, las empresas que llevan a cabo prácticas que pueden considerarse anticompetitivas han solicitado la protección de los tribunales ofreciendo una doctrina jurídica de "conducta regulada". La excepción de conducta regulada se aplica cuando una actividad concreta está autorizada o se lleva a cabo de acuerdo con unas disposiciones reglamentarias válidas; se juzga entonces que esa actividad es de interés público y que no puede infringir la Ley de Competencia. Esa excepción se aplica siempre que el organismo regulador haya ejercido su autoridad y no se haya visto frustrado en sus operaciones por la conducta o actividad en cuestión.<sup>4</sup>

#### Abstención<sup>5</sup>

Un concepto relacionado con la excepción de conducta regulada es el de la abstención de reglamentación, que tiene importancia para la labor de la Oficina de la Competencia en el sector de las telecomunicaciones. Puede definirse en general la abstención de reglamentación como la práctica de reducir o posiblemente eliminar las normas o prácticas que se imponen a una industria. En esta circunstancia particular, el organismo regulador se abstiene explícitamente de regular una actividad específica, normalmente de conformidad con disposiciones legislativas específicas que permiten hacerlo, y basándose en una determinación por parte del organismo regulador de que una medida de

---

<sup>3</sup> Lo que se explica a continuación se basa en Robert D. Anderson, Abraham Hollander y Joseph Monteiro, "Regulatory Reform and the Expanding Role of Competition Policy in the Canadian Economy, 1986-1996", *Review of Industrial Organization*, volumen 12, números.1-2, abril 1998, páginas 177-204; Gerald Robertson, W.T. Stanbury, Gernot Kofler y Joseph Monteiro, "Competition Policy, Trade Liberalization and Agriculture", documento preparado para la Tercera Reunión de Trabajo sobre sistemas de información de política agrícola y alimentaria, Tucson, Arizona, 1997; y Alan Gunderson, Joseph Monteiro y Gerald C. Robertson, "Competition Bureau Advocacy in the Canadian Telecoms Sector", *Global Competition Review*, junio/julio 1999, páginas 20-268.

<sup>4</sup> El simple hecho de que exista reglamentación gubernamental en un sector determinado no excluye de por sí la aplicación de la Ley de Competencia. Además, el que pueda ser aplicable o no esa excepción dependerá de un examen cuidadoso de la índole de la reglamentación y de los hechos del asunto particular que está sometido a examen. El Comisionado de la Competencia ha determinado que son precisos cuatro elementos para que pueda haber excepción: la legislación federal o de la junta provincial pertinente deberá estar debidamente promulgada; las actividades no sólo deberán tener cabida en la legislación pertinente, sino que deberán también estar específicamente autorizadas; la autoridad del organismo regulador deberá haber sido ejercida; y, por último, la actividad o conducta en cuestión no podrá haber frustrado el ejercicio de la autoridad por el organismo regulador. La excepción de conducta regulada fue creada primordialmente en el marco de las disposiciones del derecho penal. Es menos clara su aplicabilidad en el marco de las disposiciones no penales de la Ley de Competencia. Se ha sugerido que las disposiciones civiles podrían ser aplicables al mismo tiempo a una conducta particular, junto con las disposiciones reglamentarias pertinentes.

<sup>5</sup> Lo que se explica a continuación se basa en Gunderson, Monteiro y Robertson, *supra*, nota 3.

ese tipo es la que mejor cumple la finalidad de la legislación pertinente.<sup>6</sup> El organismo regulador puede determinar que las fuerzas y los resultados del mercado cumplen la finalidad de la legislación pertinente tan bien como las disposiciones reglamentarias, si no mejor. Con la abstención, el organismo regulador no renuncia a sus responsabilidades ni las transfiere, sino que simplemente se abstiene de determinadas formas de intervención en el mercado. Si esa decisión resulta ser errónea, puede restablecerse el *status quo ante*. Por consiguiente, la abstención puede ser condicional o incondicional, y puede, además, aplicarse a algunos vendedores en un mercado o a todos ellos.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Véase Richard J. Schultz y Hudson Janisch, *Freedom to Compete: Reforming the Telecommunications Regulatory System* (Bell Canada Corporate Affairs, marzo de 1993).

<sup>7</sup> La Ley de Telecomunicaciones (*Telecommunications Act*, S.C. 1993) establece una distinción entre la condición en virtud de la cual la Comisión de Radiotelevisión y Telecomunicaciones del Canadá puede abstenerse, y la condición en que la abstención es obligatoria. A tenor del artículo 34 1) de la Ley de Telecomunicaciones:

"La Comisión *puede* tomar la determinación de abstenerse, en todo o en parte y condicional o incondicionalmente, del ejercicio de cualquier poder o del cumplimiento de cualquier deber en virtud de los artículos 24 (condiciones de servicio), 25 (aprobaciones de tarifas), 27 (tarifas justas y razonables), 29 (aprobación de acuerdos provisionales sobre interconexión) y 31 (limitación de responsabilidad civil) en relación con un servicio o una clase de servicios de telecomunicaciones suministrado por una empresa de explotación de servicios de telecomunicaciones canadiense, si la Comisión constata como cuestión de hecho que abstenerse será compatible con los objetivos de la política de telecomunicaciones canadiense."

A tenor del artículo 34 2), en cambio, la abstención es obligatoria si la

"Comisión constata como cuestión de hecho que un servicio o una clase de servicios de telecomunicaciones suministrados por una empresa de explotación de servicios de telecomunicaciones canadiense está o estará sujeto a una competencia que sea suficiente para proteger los intereses de los usuarios, la Comisión *tomará* la determinación de abstenerse, en la medida en que lo considere apropiado, condicional o incondicionalmente, del ejercicio de cualquier poder o el cumplimiento de cualquier deber en virtud de los artículos 24, 25, 27, 29 y 31 en relación con ese servicio o esa clase de servicios."

Sin embargo, el artículo 34 3) tiene un efecto restrictivo en el organismo regulador según el cual

"La Comisión no tomará una determinación de abstenerse en virtud de este artículo en relación con un servicio o clase de servicios de telecomunicaciones si la Comisión constata como cuestión de hecho que la abstención probablemente perjudicará indebidamente el establecimiento o la continuidad de un mercado competitivo para ese servicio o clase de servicios."

La cuestión de si una decisión de abstenerse, en todo o en parte, es suficiente para eliminar la disponibilidad de la excepción de conducta regulada no se ha resuelto. Se presta apoyo en algunos ambientes a esta interpretación (es decir, que la Ley se aplica), y Hunter *et al.* argumentan que puede haber alguna incertidumbre, especialmente en casos de abstención parcial y no total de la reglamentación de determinadas actividades. (Véase Lawson A.W. Hunter *et al.*, *All We Are Saying, Is Give Competition A Chance - The Role of Competition in Industries in Transition from Regulation to Competition* (Comunicación presentada en una mesa redonda sobre la Ley de Competencia, Inventario después de diez años, Facultad de Derecho de la Universidad de Toronto, 8 de diciembre de 1995). Además, la Comisión de Radiotelevisión y Telecomunicaciones del Canadá conserva la facultad de revisar, rescindir o variar sus órdenes de abstención, planteando de ese modo la posibilidad de volver a reglamentar. La experiencia acerca de este concepto y la jurisprudencia sobre el asunto ofrecerán indicios esenciales de cómo es de aplicación la excepción de conducta regulada a esas situaciones.

## **V. INTERVENCIONES DE LA OFICINA DE LA COMPETENCIA EN LOS SECTORES DE TELECOMUNICACIONES Y RADIODIFUSIÓN**

Durante más de un cuarto de siglo la Oficina de la Competencia ha visto como una de sus prioridades la promoción de la competencia en los mercados canadienses de telecomunicaciones. El auténtico impulso en ese frente comenzó con la liberalización del mercado de conexión terminal, de donde pasó a la competencia en larga distancia y ahora a la competencia en los servicios locales de telecomunicaciones.

En la sección que figura a continuación se examinan algunas de las intervenciones más significativas de la Oficina de la Competencia en el decenio de 1990 que han facilitado una apertura de los mercados de telecomunicaciones a la competencia. Entre 1991 y 1999 la Oficina de la Competencia efectuó 31 intervenciones en los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión. Las cuestiones que se plantearon fueron desde la competencia en el mercado de llamadas telefónicas de larga distancia, los teléfonos públicos, las líneas para empresas del sector privado, y el marco político para los mercados de telecomunicaciones hasta la competencia, y la cuestión sumamente compleja e importante de abrir los mercados de telecomunicaciones locales a la competencia, incluida la conexión entre redes, la separación de instalaciones y servicios esenciales y la renivelación y reestructuración de las tarifas locales. En todas esas intervenciones la Oficina se ha mostrado partidaria de que determinados principios fundamentales rijan el marco regulador para que se cree competencia en los servicios de telecomunicaciones. En breve, esos principios son:

- potenciar desde el principio la confianza en la competencia y las fuerzas del mercado;
- como corolario del primer principio, reducir al mínimo la reglamentación que se aplica a las empresas ya en el mercado y evitar que se imponga reglamentación económica a los nuevos participantes;
- adoptar un régimen de precios basado en el mercado tan pronto como sea posible en los servicios de telecomunicaciones locales y, si fuere preciso, introducir mecanismos específicos y con esa finalidad para abordar los objetivos de política social;
- establecer normas claras que rijan la obligación de las empresas ya en el mercado de facilitar el acceso de los competidores a sus redes y adoptar los principios de establecimiento de precios apropiados para inducir una competencia eficiente;
- establecer mecanismos de solución de diferencias oportunos y eficaces para asegurar que las empresas ya en el mercado no traten de demorar el acceso a sus redes; y
- liberalizar las normas relativas a la propiedad extranjera con respecto a las redes de telecomunicaciones con objeto de contribuir a la rápida construcción y desarrollo de las redes de comunicación.

## 1. Competencia en el mercado de larga distancia (CRTC 92-12)<sup>8</sup>

En junio de 1992, el Comisionado intervino ante la Comisión de Radiotelevisión y Telecomunicaciones del Canadá en relación con las cuestiones de la competencia en el mercado de larga distancia, así como en relación con otros tipos de interconexión, la base impositiva para los impuestos que habrán de pagarse por la interconexión y su relación con los costos, las tarifas existentes, la productividad, y la calidad de la interconexión.

El tema principal de la intervención del Comisionado fue el de que la competencia era factible y de interés público, y que un modelo de entrada abierta para establecer la interconexión crearía competencia en una situación en que los socios de *Telecom Canada* gozaban en la actualidad de una posición de monopolio. En la comunicación del Comisionado se alegaba que "una empresa proveedora monopolista única e integrada no había satisfecho plenamente las diversas necesidades de sus clientes", y que la competencia ampliaría las opciones del consumidor, estimularía los beneficios de la productividad, y aumentaría la eficacia de las redes sin tener por ello que poner en peligro la capacidad de acceso a los servicios telefónicos locales.

En el informe de la Comisión se tomó nota de las opiniones manifestadas por el Comisionado y se llegó a la conclusión de que "la competencia (en el mercado de telecomunicaciones de larga distancia) dará por resultado más opciones entre que elegir, un mayor ajuste a las normas por parte del proveedor y diversidad de servicios, en particular en el sector empresarial y en circuitos de alta densidad... y que no sólo cabe esperar que (la competencia) aumente la presión para reducir las tarifas, sino que aumente las opciones y las ofertas de conjunto de los proveedores adaptadas para abordar las necesidades específicas y la aplicación de una mayor variedad de grupos de usuarios".

## 2. Abstención en el mercado de larga distancia

En noviembre de 1996, el Comisionado intervino en un procedimiento establecido por la Comisión de Radiotelevisión y Telecomunicaciones para determinar si el mercado de servicios telefónicos de larga distancia era lo bastante competitivo para justificar que la Comisión se abstuviese de regular los servicios suministrados por empresas de explotación de servicios de telecomunicaciones con una posición dominante en el mercado. En la comunicación de la Oficina de la Competencia se argumentaba que el mercado para los servicios de larga distancia era suficientemente competitivo para justificar amplia abstención en esos servicios. Con la excepción de asegurar que el acceso a la capacidad de transmisión estuviese disponible para reventa y reparto del mercado durante dos años o más, la Oficina abogó por la plena desregulación de los servicios de larga distancia.

En el análisis que llevó a cabo, la Comisión adoptó el concepto del poder de mercado<sup>9</sup> como criterio para determinar si un mercado es, o es probable que llegue a ser, competitivo de una manera

---

<sup>8</sup> Comisión de Radiotelevisión y Telecomunicaciones del Canadá, *Telecom Decision* 92-12, Ottawa: 12 de junio de 1994. A tenor de la decisión de la Comisión se liberalizaron también reglamentos establecidos anteriormente que regían la reventa y el reparto de líneas del sector privado, ampliándolos a todo el Canadá, y autorizando asimismo la reventa del servicio interurbano planificado (WATS). Véase <http://www.crtc.gc.ca> para una lista completa de los avisos públicos, las decisiones y los comunicados de prensa de la Comisión.

<sup>9</sup> La Comisión ofreció como definición aceptada del poder de mercado la capacidad de una empresa de imponer unilateral y lucrativamente un importante y no transitorio aumento de precios en el mercado pertinente. Al evaluar si las empresas de explotación de servicios de telecomunicaciones poseen poder de mercado, la Comisión estudió determinados factores: i) la participación en el mercado de las empresas dominantes y competidoras; ii) las condiciones de la demanda; iii) las condiciones de la oferta; y iv) las pruebas de una conducta que denota rivalidad.



factible. La Comisión llegó a la conclusión de que "una determinación de ordenar abstención de la regulación de los servicios suministrados por las empresas Stentor<sup>10</sup>... sería, en virtud del artículo 34 1) de la Ley de Telecomunicaciones, compatible con los objetivos de la política de telecomunicaciones del Canadá, incluido el artículo 7 c) de la Ley -aumentar la eficiencia y competitividad de las telecomunicaciones canadienses-, y el artículo 7 f) de la Ley -fomentar una mayor confianza en las fuerzas del mercado para el suministro de servicios de telecomunicaciones y asegurar que la regulación, cuando se precisare, sea eficiente y goce de efectividad". Además, la Comisión expresó la opinión de que sería apropiado, en virtud del artículo 34 2) de la Ley de Telecomunicaciones, ordenar abstención, ya que llegó a la conclusión de que los mercados de llamada interurbana y de llamada gratuita estaban sujetos a un nivel de competencia suficiente para proteger los intereses de los usuarios de servicios de llamada interurbana y llamada gratuita, y que "la orden de abstención no perjudicará indebidamente el establecimiento o la continuidad de un mercado competitivo con respecto a los servicios de llamada interurbana o llamada gratuita". La Comisión llegó a la conclusión de que "la retención de un tope en relación con las tarifas básicas de llamada será apropiado... (ya que esto)... impedirá que las empresas Stentor obtengan mayores ingresos del sector básico de llamadas interurbanas del mercado de esas llamadas que puedan ser usados para financiar un establecimiento de precios inferiores al costo en esferas del mercado que son muy competitivas. La retención de un tope proporcionará también a los consumidores en las zonas menos competitivas en las que no hay igualdad de acceso una salvaguardia adicional frente a un aumento de tarifas injusto o excesivo en un entorno sin estructura de precios". En un esfuerzo por asegurar que las tarifas básicas de larga distancia siguiesen siendo "justas y razonables", la Comisión estableció un tope con respecto a las tarifas generales de las compañías telefónicas aplicable al servicio básico de larga distancia durante los cuatro años siguientes. Además, se exigió a las compañías telefónicas que facilitasen un aviso con antelación razonable a los abonados de todo aumento en el precio de las tarifas básicas de larga distancia, y que publicasen esas tarifas.

### **3. Competencia local, interconexión y separación (modelo de entrada abierta)**

#### **a) Renivelación de las tarifas**

En 1992 la Comisión inició una revisión de su enfoque con respecto a la regulación de las compañías telefónicas que suministran servicios telefónicos, a fin de asegurarse de que "la manera en que regula sea eficiente, goce de efectividad y responda al interés público".<sup>11</sup> En aquellos momentos, la Comisión señaló que "la evolución tecnológica y la creciente competencia habían alterado de manera significativa el carácter del sector de las telecomunicaciones y que esos cambios habían hecho posible que las compañías telefónicas bajo su jurisdicción que suministraban un servicio local creasen una amplia serie de nuevos servicios vocales, de vídeo y de datos de alta velocidad para satisfacer las demandas de los consumidores, tanto residentes como comerciales, en el mercado local y de larga distancia". No obstante, y pese al hecho de que el efecto acumulado de decisiones anteriores de la Comisión había autorizado una mayor competencia en varios segmentos del mercado, las compañías telefónicas siguieron "manteniendo un control efectivo del suministro de acceso a las redes y de los servicios locales y dominando el mercado público de larga distancia".

---

<sup>10</sup> AGT Limited, ahora TELUS Communications Inc. (TCI), BC TEL, Bell Canada (Bell), The Island Telephone Company Limited (Island Tel), Manitoba Telephone System, ahora MTS NetCom Inc. (MTS), Maritime Tel & Tel Limited (MT&T), las empresas New Brunswick Telephone Company, Limited (NBTel) y Newfoundland Telephone Company Limited, ahora New Tel Communications Inc. (New Tel) (en conjunto, las empresas Stentor, esto es, las empresas de explotación de servicios de telecomunicaciones locales ya en el mercado (ILECs)).

<sup>11</sup> Telecom Public Notice CRTC 92-78 (Public Notice 92-78).

La Comisión ofreció proposiciones en las que se trataba, entre otras cosas, de la regulación del monopolio, otras opciones con respecto a la tradicional base tarifaria de la reglamentación de la tasa de rendimiento, e incentivos para que las compañías telefónicas fuesen innovadoras.

El Comisionado subrayó en su comunicación que: 1) era preciso proceder a un establecimiento de los precios basado en los costos para mejorar la eficiencia económica, impedir la entrada antieconómica, transmitir indicaciones que hagan pensar en una inversión apropiada y conseguir que la competencia en los mercados locales no se vea obstaculizada por una fijación de precios inferior a los costos; 2) un sistema de fijación de precios que subvencione a los usuarios, lo necesiten o no, adolece de ineficacia; y 3) era improbable que la reestructuración de las tarifas afectase de manera significativa al objetivo de universalidad, dado el porcentaje sumamente bajo de ingresos familiares que se dedicaba al servicio telefónico local, en relación con el valor derivado, y los efectos contrarrestantes de unas tarifas de larga distancia más bajas en los recibos mensuales de los abonados.

El Director afirmó también que la Comisión ordenará abstención de la reglamentación tan pronto como sea posible en los mercados que son competitivos de manera factible. Además, si hubiere alguna duda de hasta qué punto son suficientes las fuerzas competitivas en un mercado determinado, la Comisión preferirá errar poniéndose del lado de la abstención, es decir, dejará de reglamentar y permitirá que surja la competencia. El Director señaló asimismo que el artículo 34 de la Ley de Telecomunicaciones estipula que la Comisión ordene abstención no sólo cuando llegue a la conclusión de que un mercado es competitivo de manera factible, sino también cuando llegue a la conclusión de que un mercado probablemente pasará a ser competitivo en el futuro. El Director también indicó que la política general pública no deberá preocuparse por el poder de mercado *per se*, sino por el abuso del poder de mercado.

La Comisión llegó a la conclusión, en su decisión al respecto<sup>12</sup>, de que la subvención del servicio local con el servicio de larga distancia "es considerablemente mayor de lo que se precisa para mantener la accesibilidad a las telecomunicaciones e impone una carga innecesaria y poco equitativa en muchos usuarios de larga distancia". En su opinión, "no podrá emprenderse una reforma reglamentaria que tenga sentido sin una reducción significativa en la subvención que los usuarios de servicios de larga distancia proporcionan en la actualidad para mantener bajas las tarifas con respecto al servicio local". La Comisión indicó que "el objetivo a tenor de la Ley de Telecomunicación de conseguir servicios de telecomunicaciones accesibles se aplica a los servicios de larga distancia, además de a los servicios locales, y que cree que mantener la contribución y las tarifas de llamadas interurbanas a niveles más elevados de lo preciso sería incompatible con el logro de dicho objetivo". La Comisión afirmó que si bien las mejoras de la productividad y los ingresos procedentes de nuevos servicios optativos ayudarán a reducir la deficiencia de acceso a los servicios locales, esos factores de por sí no serán suficientes para hacer descender la subvención a un nivel más apropiado.

La Comisión manifestó preocupación en cuanto a que, si bien la penetración es el indicador más fidedigno de capacidad de acceso, muchos abonados de bajos ingresos, en particular la mayoría que no hace uso sustancial del servicio de larga distancia, tendrán menos ingreso disponible después de la renivelación de las tarifas. En consecuencia, la Comisión restringió el aumento en los servicios locales a una cantidad específica de dólares y dispuso que la renivelación de las tarifas se pusiese en práctica durante un período de transición para mitigar más el efecto en los abonados.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> CRTC *Telecom Decision* 1994-19.

<sup>13</sup> A tenor de la renivelación de las tarifas vigentes, a partir del 1° de enero de 1995 se exigieron tres incrementos anuales de 2 dólares al mes en las tarifas relativas al servicio local, y los correspondiente descensos en las tarifas relativas al servicio básico de llamadas interurbanas.

b) Interconexión y separación

En abril de 1996, la Comisión inició procedimientos para establecer los marcos precisos para proceder a la colocación, la portabilidad del número local, la separación y la interconexión.<sup>14</sup> El propósito de esos procedimientos fue el de dar efecto a las conclusiones a que llegó la Comisión en la Decisión 94-19 de que una mayor competencia en los servicios locales es de interés público.

El Comisionado argumentó en su comunicación que el objetivo de la interconexión y la separación deberá ser potenciar los beneficios para el público que surgen de la competencia. El Comisionado alegó que el reparto de los costos de las instalaciones entre dos redes de interconexión supone un incentivo para cooperar en disminuir todo lo posible los costos de la interconexión conjunta.

La Comisión estableció, en la decisión adoptada al respecto, el marco para facilitar la entrada de nuevos proveedores en el mercado de servicios locales comerciales y residenciales. La idea clave de la decisión de la Comisión fue la de crear condiciones en las que pudiese surgir una competencia auténtica y vigorosa, y que ello alentase al sector a ofrecer nuevos servicios que satisficieran mejor las necesidades de los consumidores.

Los rasgos principales de la decisión fueron los siguientes: 1) se exigió a las compañías telefónicas que separasen los componentes esenciales de sus redes locales de tal manera que los nuevos participantes pudiesen tener acceso a esos componentes a tarifas razonables; 2) se obligó a todas las compañías telefónicas a que facilitasen la interconexión entre ellas, a fin de conseguir una interconexión eficiente para todos los consumidores; 3) se sometería a regulación a las compañías telefónicas dominantes mediante topes de precios, con efecto a partir del 1º de enero de 1998, durante un período inicial de cuatro años; no se someterían a regulación las tarifas de consumo impuestas por los nuevos participantes; 4) se fijaron límites a la función de la reventa con objeto de alentar la competencia basada en las instalaciones; y 5) se autorizaría a las compañías de cable a entrar en el mercado telefónico local cuando se emitiera la decisión, y poco después se permitió a las compañías telefónicas que solicitaran licencias de radiodifusión para participar en el mercado de distribución.

## **VI. ACTIVIDADES DE LA OFICINA EN CUANTO A ELABORACIÓN DE POLÍTICA DE COMPETENCIA EN EL SECTOR DE LAS TELECOMUNICACIONES**

La Oficina de la Competencia, además de las comunicaciones oficiales que presenta a la Comisión, emprende también actividades que tienen por objeto influir en la política general pública relativa al sector de las telecomunicaciones. Esas políticas son en su mayor parte las políticas del Gobierno Federal, pero la Oficina también participa en las actividades de elaboración de política de varios organismos internacionales, tales como el Comité de Derecho y Política de Competencia de la OCDE.

Las actividades de elaboración de políticas no sólo surgen por iniciativa de la Oficina, sino también porque otros organismos solicitan con frecuencia su asesoramiento cuando elaboran su política en materia de telecomunicaciones. La Oficina trata de escoger las actividades de política, tales como la reforma reglamentaria en el sector de las telecomunicaciones, en las que goza de una ventaja comparativa y en las que se ofrece una oportunidad razonable de obtener efectos beneficiosos, de conformidad con los objetivos de la Ley de Competencia.

---

<sup>14</sup> *Implementation of Regulatory Framework - Local Interconnection and Network Component Unbundling - Oral Hearing, Telecom Public Notice CRTC 96-11.* La Comisión celebró una audiencia pública en agosto-septiembre de 1996 con objeto de escuchar diversos puntos de vista.

Desde el punto de vista de la Oficina se plantea una disyuntiva entre dedicar recursos a la elaboración de política y destinar esos recursos a la ejecución de la Ley de Competencia o a comparecer antes organismos de reglamentación tales como la Comisión. Las actividades de promoción de la competencia en el proceso de elaboración de la política pueden reemplazar o reducir la necesidad de entablar procedimientos ejecutivos o intervenciones de reglamentación. Pueden también aumentar en cambio las responsabilidades de la Oficina por lo que se refiere al volumen de la actividad económica que está sujeta a la Ley de Competencia. Ciertamente esto es lo que ha ocurrido en el sector de las telecomunicaciones.

En el sector de las telecomunicaciones, las actividades de elaboración de política de la Oficina han adoptado diversas formas:

i) *Actividades de elaboración de política en el propio departamento*

La Oficina de la Competencia participa en actividades de elaboración de política en el ámbito de *Industry Canada*, el departamento en el que está encuadrada la Oficina. El personal de la Oficina puede estar muy involucrado en el sector de las telecomunicaciones, en particular por lo que se refiere a la preparación de intervenciones de reglamentación ante la Comisión. La Oficina también participa en el establecimiento de las posiciones que adopta *Industry Canada* con respecto a las cuestiones concretas que surgen.

ii) *Actividades de elaboración de política entre distintos departamentos*

La elaboración de políticas supone un esfuerzo de colaboración en el que toman parte muchos departamentos y organismos centrados en diversos intereses. Las actividades pueden comprender la preparación, el análisis, las deliberaciones y los informes de documentos de política provisionales sobre telecomunicaciones de otros departamentos, el examen de proyectos de legislación y los memorandos al gabinete. La Oficina participa también ampliamente en la elaboración de las posiciones que adopta el Gobierno Federal en las instituciones internacionales.

iii) *Participación en organismos internacionales*

La Oficina de la Competencia participa en debates relacionados con cuestiones de política de competencia que surgen en el sector de las telecomunicaciones. Los funcionarios de la Oficina participan enérgicamente en las actividades de la OCDE, el APEC, la UNCTAD e INTELSAT.

iv) *Conferencias y seminarios*

Al Comisionado de la Oficina de la Competencia y al personal de categoría superior de dicha Oficina se les pide con frecuencia que den conferencias y expongan asuntos ante círculos comerciales y universitarios. El personal de la Oficina también participa en los debates de los Comités de la Cámara de los Comunes y del Senado sobre cuestiones relativas a telecomunicaciones. Esas actividades no sólo contribuyen a difundir los propios análisis e investigaciones de la Oficina, sino que también dan a conocer a la Oficina las ideas y los análisis de otras instituciones.

v) *Investigación*

La Oficina lleva a cabo sus propias actividades de investigación, y mucha de esa investigación se pone a disposición del público en documentos que se publican bajo sus propios auspicios o los de *Industry Canada* o bien en publicaciones eruditas. También contrata a profesores universitarios y a otros expertos independientes para que lleven a cabo investigaciones acerca de cuestiones relacionadas con la política de competencia.

vi) *Actividades de extensión*

La Oficina organiza con regularidad reuniones con empresas determinadas, asociaciones industriales y expertos de la industria en el sector de las comunicaciones con objeto de intercambiar puntos de vista y experiencias acerca de la evolución de ese sector de la economía. Además, el personal de la Oficina asiste con regularidad a conferencias nacionales e internacionales e intercambia puntos de vista con los funcionarios de la política de competencia y reglamentaria en otras jurisdicciones para mantenerse al día en cuanto a las evoluciones del mercado y la tecnología. Estas actividades son sumamente útiles, ya que ofrecen al personal de la Oficina la oportunidad de beneficiarse del discernimiento que aportan los especialistas en asuntos empresariales y demás especialistas que tienen un conocimiento detallado de las evoluciones del mercado, y de tratar con ellos del posible desarrollo y repercusión de nuevos servicios y productos.

## **VII. CONCLUSIONES A QUE SE LLEGÓ Y LECCIONES QUE SE APRENDIERON**

La función de promoción que viene establecida por la Ley de Competencia del Canadá ha hecho posible que la Oficina de la Competencia promueva con éxito los principios de la competencia y haga que sean uno de los focos principales en que se centra el proceso decisorio de la Comisión de Radiotelevisión y Telecomunicaciones del Canadá. Además, la Comisión se ha mostrado dispuesta a ordenar abstención en varias decisiones clave. Ésa es una respuesta natural a las crecientes demandas de que haya una mayor competencia en el sector de las telecomunicaciones. La índole y el empuje de las actividades a favor de la competitividad de la Oficina quedan constatados en las conclusiones y decisiones de la Comisión.

Las actividades de promoción de la competencia de la Oficina de la Competencia en el sector de las telecomunicaciones han tenido resultados importantes. La introducción de la competencia en el mercado de las telecomunicaciones ha alentado la entrada de nuevas empresas, reducido los precios y aumentado la variedad de productos y servicios que se ofrecen a los consumidores. Esto es más evidente en el mercado de los servicios de larga distancia, en el que se ha podido observar la entrada de nuevos participantes y el crecimiento en la cantidad y la variedad de planes de precios. Con la introducción de la competencia en los servicios de larga distancia, la tarifa media por minuto de conversación en 1998, expresada en términos reales, fue la sexta parte de la tarifa correspondiente a 1970. Junto con ese descenso de los precios se apreció un volumen nueve veces mayor. Y aunque la competencia en el mercado de la telefonía local se ha desarrollado con lentitud, cabe esperar que los beneficios sean aun mayores que los que se derivan de la desreglamentación del mercado de larga distancia.

Pese a los resultados positivos que se obtuvieron, el ejercicio de esa actividad fue a veces difícil y frustrante. La Oficina ha aprendido varias lecciones al respecto.

1. Es absolutamente esencial que las autoridades de la competencia lleven a cabo actividades de promoción si se quiere que el organismo de reglamentación obtenga una apreciación clara de los beneficios que pueden surgir de un mercado competitivo (y, por el contrario, de las pérdidas que sobrevendrán si no se adopta una solución que promueva la competitividad). No es probable que cualquier otro participante en la reforma reglamentaria tenga el conocimiento y la pericia de una autoridad de la competencia para elaborar y hacer propuestas que se basen en un análisis bien fundamentado y exacto que pueda contrarrestar con eficacia los intereses creados.
2. La autoridad de la competencia precisa crear y mantener una buena relación de trabajo con el organismo de reglamentación. Esto facilita que haya un libre intercambio de ideas, análisis y otra información pertinente, todo lo cual puede resultar decisivo en la adopción de decisiones del organismo de reglamentación. A veces la labor de promoción, por su propia índole, puede

suponer confrontación, pero no deberá permitirse que ello perjudique a la relación que se establezca.

3. La labor de promoción deberá ser pública, puesto que su principal propósito es el de crear apoyo para la reforma en pro de la competitividad. Las autoridades de la competencia tienen muy pocos aliados al comienzo del proceso de reforma, salvo el público consumidor en su mayor parte. Precisan encontrar maneras de hacerse con el apoyo público para la reforma en pro de la competitividad si quieren lograr credibilidad como expertos imparciales en cuestiones de competencia que son de importancia primordial en la reforma reglamentaria. Una actuación de promoción acertada y eficaz puede demostrar mejor que nada que la autoridad de la competencia está promoviendo los intereses generales.
4. Es preciso que la autoridad de la competencia cuente con los recursos adecuados para asegurar que sus actividades de promoción estén bien investigadas y preparadas. Su labor deberá ser de la más alta calidad para que pueda aguantar el escrutinio de todos los participantes.
5. La experiencia de la Oficina en la esfera de la promoción supone un mecanismo institucional específico. Como se indicó *supra*, la Ley proporciona una autoridad legal explícita para que el Comisionado lleve a cabo intervenciones ante los organismos de reglamentación federales y, cuando así se solicite, provinciales. El Canadá cree que contar con autoridad legal para intervenir es condición previa para ejercer una promoción eficaz, oportuna y que tenga sentido.
6. Por último, ganar la batalla de la promoción no es más que ponerse a medio camino para ganar toda la batalla. Una vez que quedan abiertos los mercados, es importante que las autoridades de la competencia sigan teniendo una actitud vigilante frente a la posibilidad de que surjan actividades anticompetitivas que puedan frustrar los beneficios provenientes de mercados desregulados y liberalizados. Las actividades de promoción precisan verse complementadas y reforzadas con unas actividades de ejecución.

## ANEXO A

El cuadro que figura a continuación se refiere a asuntos registrados en los que la Oficina de la Competencia presentó comunicaciones por escrito a juntas, comisiones y entidades análogas de 1976 a marzo de 1999.

Sectores	No	Sí	Número
Telecomunicaciones		✓	65
Emisiones de televisión		✓	1
Televisión por cable		✓	8
Emisiones por satélite		✓	7
Servicios de correo		✓	1
Transporte aéreo de pasajeros		✓	28
Transporte aéreo de mercancías		✓	1
Transporte de mercancías por carretera		✓	12
Transporte interurbano por autobús		✓	3
Ferrocarril: pasajeros		✓	4
Ferrocarril: mercancías		✓	4
Transporte marítimo		✓	2
Servicio local de taxis		✓	1
Autobuses locales			
Distribución al por menor			
Farmacias			
Distribución de prensa			
Electricidad		✓	11
Gas		✓	15
Petróleo		✓	2
Servicios profesionales en general, incluidos:		✓	12
- Servicios de abogacía			
- Servicios de medicina			
- Servicios de contabilidad			
- Servicios de odontología			
- Servicios de arquitectura			
- Servicios de ingeniería			
- Servicios de óptica			
Agricultura		✓	13
Servicios financieros		✓	11
Seguros			
Normas de productos			
Construcción			
Medio ambiente		✓	1
Otros: Política de patentes de productos farmacéuticos		✓	1
Otros: Ley de derecho de autor		✓	1
Otros: Unión económica		✓	1
Otros: Cerveza		✓	1
Otros: Dumping / Importaciones / Aranceles		✓	14
Otros: Empresa de explotación de servicios públicos de radiodifusión		✓	10
Otros: Transporte (general)		✓	1
Otros: Petróleo		✓	1
Otros: Ley de medidas especiales de importación		✓	1
Otros: Legislación de declaración de franquicias (provincial)		✓	1
<b>Total</b>			<b>234</b>