

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO

RESTRICTED

WT/WGTCP/W/70

25 de marzo de 1998

(98-1215)

**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 11 de marzo de 1998, con el ruego de que se distribuya a los Miembros.

Repercusiones de las prácticas anticompetitivas de las empresas y asociaciones en el comercio internacional

1. Objetivos de la política de competencia y de la política comercial

Una política comercial liberal puede favorecer la competencia al eliminar algunas medidas gubernamentales que actúan como obstáculos al comercio internacional, reduciendo el nivel de los aranceles y mediante compromisos de limitar el uso de obstáculos no arancelarios. La mayor competencia resultante contribuye a reducir la concentración en los mercados. Al mismo tiempo, una sólida política de competencia puede facilitar el comercio ofreciendo a las empresas extranjeras la misma oportunidad de competir que a las compañías nacionales. En su mayor parte, los principios de la política de competencia y la aplicación de las medidas antimonopolio contribuyen plenamente a mejorar el acceso a los mercados a todos los abastecedores e inversores, cualquiera que sea su origen nacional.

En una era de creciente internacionalización de la actividad económica, en que los conocimientos se están convirtiendo rápidamente en la base de la ventaja comparativa nacional, los países deben poner en marcha políticas que impulsen una economía innovadora y dinámica. Una legislación equilibrada sobre competencia y una política comercial liberal promoverán la actividad competitiva en el mercado interno y favorecerán la competitividad en el plano internacional. La capacidad de conseguir acceso eficaz a los mercados servirá para alentar la eficiencia en la producción y asignación de bienes y servicios y, a la larga, a través de sus efectos sobre la innovación y los ajustes en el cambio tecnológico, promoverá un proceso dinámico de crecimiento económico sostenido.

Algunas diferencias de perspectiva entre la política comercial y la de competencia se hacen especialmente patentes cuando se examinan ciertos conceptos -definiciones y supuestos- y enfoques metodológicos utilizados por profesionales que se encuentran en circunstancias semejantes. Se citan con frecuencia la definición de mercados pertinentes, las prácticas de fijación de precios -como los precios predatorios y el dumping- y los resultados competitivos superiores. Lo que la legislación sobre competencia debe lograr es distinguir entre la competencia legítima en cuanto tal y dentro de las disposiciones existentes de la legislación sobre competencia, por un lado, y las prácticas de exclusión que obstaculizan el proceso competitivo, por el otro. Para poder llegar a esa distinción, deben tenerse muy en cuenta la estructura de mercado y las posibilidades de abuso de una posición dominante.

El acceso restringido a los mercados y las razones de esas restricciones forman también parte del debate sobre el comercio y la competencia. La interpretación de las consecuencias derivadas de

prácticas comerciales aparentemente restrictivas puede diferir según que se adopte una perspectiva de política comercial o de política de competencia. Algunos acuerdos comerciales, como los arreglos de exclusividad impuestos, pueden excluir a posibles competidores, entre ellos a compañías extranjeras, del acceso a redes establecidas de distribución, lo que dificultaría el ingreso en los mercados. No obstante, estos arreglos de exclusividad pueden justificarse a veces con argumentos de que favorecen la competencia y fomentan la eficiencia. La política de competencia y la aplicación de la legislación de competencia no presuponen que el daño a un competidor que pudiera derivarse de esas prácticas de exclusión tenga que ser necesariamente perjudicial para el proceso competitivo. Por el contrario, si existen obligaciones en ese sentido en el marco de un acuerdo comercial, la exclusión de la presencia extranjera podría ser considerada por una empresa extranjera (y, probablemente, por el gobierno del lugar de su domicilio) como incumplimiento de esas obligaciones que exige medidas correctoras de parte de la jurisdicción en que se ejerce el poder de mercado.

2. Aplicación de la política de competencia a las prácticas anticompetitivas que pueden afectar al comercio

Cárteles

En general, las mismas acciones o prácticas anticompetitivas que repercuten en el mercado interno pueden afectar al comercio internacional, según las circunstancias del caso concreto. En la medida en que en la aplicación de la política de competencia se considera la conducta en cuestión, puede encontrarse una medida correctora. No obstante, en los casos con dimensiones internacionales, la capacidad práctica de realizar una investigación hasta su conclusión lógica o de conseguir una medida correctora eficaz puede depender de la accesibilidad de las pruebas necesarias o de la presencia territorial de la persona o entidad contra la cual se incoen los procedimientos.

Los cárteles con dimensiones internacionales pueden alterar las corrientes comerciales, limitar la competencia e influir negativamente en las perspectivas de crecimiento del país, según el producto importado de que se trate. La *Ley de Competencia* del Canadá prohíbe, bajo sanción penal, las combinaciones, acuerdos o arreglos que impidan o mermen indebidamente la competencia. La adopción y la aplicación eficaz de leyes internas sobre la competencia pueden ayudar a los países a protegerse frente a los abusos del mercado internacional persiguiendo los comportamientos anticompetitivos de empresas extranjeras en su territorio (bien por su propia cuenta o en cooperación con la autoridad de la competencia de otro país donde tenga lugar la conducta abusiva).

Algunos ejemplos de casos incoados a tenor de las disposiciones penales de la Ley pueden poner de manifiesto la necesidad de adoptar medidas contra los cárteles con sede en el extranjero y el papel fundamental que puede desempeñar la cooperación en materia de aplicación del derecho en una época de creciente liberalización del comercio.

El caso *Papel térmico para aparatos de fax* implicó una conspiración internacional para elevar el precio del papel térmico para aparatos de fax en América del Norte. Ese tipo de papel se utiliza para obtener varios productos, como etiquetas, boletos, papel para impresora y papel para gráficos y aparatos de fax. La conspiración supuso la colaboración de participantes radicados en el Japón, el Canadá y los Estados Unidos y la celebración de un acuerdo que se concluyó fuera del Canadá pero se aplicó dentro del Canadá y tenía efectos tanto en el mercado canadiense como en el estadounidense. La conspiración fue desvelada por la Oficina de la Competencia, del Canadá, pero buena parte de las pruebas se encontraba en los Estados Unidos. Se entabló una relación de cooperación con el Departamento de Justicia de los Estados Unidos bajo los auspicios del *Memorando de entendimiento* de 1984 y del *Tratado de Asistencia Jurídica Mutua en Cuestiones Penales* entre el Canadá y los Estados Unidos. A raíz de las investigaciones llevadas a cabo en el Canadá se dictaron declaraciones de

culpabilidad, multas y órdenes de no hacer contra Rittenhouse Ribbons and Rolls Ltd.¹, New Oji Paper Company Ltd.² y Mitsubishi Paper Mills.³ Las multas impuestas en el Canadá en relación con el papel para aparatos de fax han sumado un total 3,45 millones de dólares canadienses. Esta materia fue también objeto de procesamiento en los Estados Unidos, donde se impusieron multas considerables.

El caso *Tuberías dúctiles de fundición*⁴ se trató en el marco de las disposiciones sobre conspiración de la *Ley de Competencia*. La conspiración supuso un acuerdo entre Canada Pipe Company Ltd. (CPC) y US Pipe and Foundry Company, en virtud del cual US Pipe acordaba retirarse del mercado canadiense y dejar de abastecer al único competidor de CPC en el mercado canadiense. Las tuberías dúctiles de fundición se utilizan en la filtración, transporte y distribución de agua potable en tuberías de agua de alta presión. Los clientes de CPC eran municipios, distribuidores de tuberías, empalmes y válvulas, y contratistas del sector de la construcción. Las conversaciones y el intercambio de información entre el Canadá y los Estados Unidos ayudaron a determinar que los principales efectos de la conspiración se habían producido en el Canadá. CPC se declaró culpable y el Tribunal Federal del Canadá impuso una multa de 2,5 millones de dólares y dictó contra CPC una orden de no hacer.

El caso *Tuberías dúctiles de fundición* demuestra de qué manera una aplicación eficaz de la ley puede complementar y reforzar la liberalización del comercio. Ésta, al reducir los obstáculos arancelarios y no arancelarios al comercio, atrae nuevos competidores al mercado. A su vez, esta mayor competencia puede tener como resultado un descenso de los precios. En la práctica, sin embargo, el acuerdo privado entre CPC y US Pipe habría tenido el efecto contrario. El acuerdo de repartir el mercado norteamericano entre los abastecedores de este producto impedía la competencia libre y abierta dentro del mercado canadiense, y habría permitido a CPC mantener los precios por encima de niveles competitivos, con lo que contrarrestaría las ventajas que los consumidores de ese producto podrían haber esperado del Acuerdo de Libre Comercio entre el Canadá y los Estados Unidos. En el caso *Tuberías dúctiles de fundición*, la condena y la multa impuesta por el Tribunal Federal del Canadá a una empresa canadiense evitaron que los beneficios de la liberalización del comercio se vieran anulados por esta acción anticompetitiva concreta.

Abuso de una posición dominante

Las disposiciones relativas al abuso de una posición dominante, como las contenidas en la *Ley de Competencia* del Canadá, pueden constituir también medios eficaces para acabar con comportamientos anticompetitivos que obstaculicen a posibles competidores extranjeros el acceso a un mercado. En virtud de la legislación canadiense, debe demostrarse la existencia de tres requisitos para que se dé abuso de una posición dominante: una o más empresas tienen control de un tipo o especie de actividad, esas empresas han realizado prácticas anticompetitivas y dichas prácticas tienen o es probable que tengan el efecto de impedir o reducir considerablemente la competencia.

Estas disposiciones se han aplicado con eficacia en varios casos. No obstante, un caso reciente constituye un ejemplo concreto de cómo unas actividades anticompetitivas pueden repercutir en el

¹*Canada v. Rittenhouse Ribbons and Rolls Ltd.*, Tribunal Federal del Canadá T-2663-95, 20 de diciembre de 1995 (no notificado).

²*Canada v. New Oji Paper Company Ltd.*, Tribunal Federal del Canadá T-1693-96, 16 de agosto de 1996 (no notificado).

³*Canada v. Mitsubishi Paper Mills*, Tribunal Federal del Canadá T-125-97, 17 de febrero de 1997 (no comunicado).

⁴*R. v. Canada Pipe Co.* (1995), 64 C.P.R. (3d) 182, 101 F.T.R. 211 (T.D.).

comercio internacional. El caso *A. C. Nielsen* ("*Nielsen*")⁵ estuvo relacionado con el comportamiento de una empresa canadiense que supuestamente había impedido la entrada de posibles competidores. En particular, esa conducta afectó a una empresa extranjera.

En el caso *Nielsen* se denunció que Nielsen había concertado, renovado y mantenido contratos exclusivos y de larga duración con todas las grandes cadenas canadienses de venta al por menor de productos alimenticios para adquirir los datos UPC (código universal de productos) de estas cadenas, obtenidos mediante escáner; impidiendo a cualquier otro competidor el acceso a ellos. La Oficina de Política de Defensa de la Competencia sostuvo también que Nielsen reforzaba su posición dominante en el mercado escalonando las renovaciones de los contratos y concluyendo contratos de larga duración con fabricantes de productos de consumo envasados, para ofrecerles servicios de información sobre el mercado⁶, e imponiendo estrictas condiciones que obligaban a comunicar con bastante adelanto la decisión de rescindir el contrato y fijaban sanciones para los casos de rescisión anticipada. Las prácticas de Nielsen impedían a otras empresas competir con ella en la venta de dichos datos, lo que excluía en buena medida la competencia en ese mercado.

En su decisión, el Tribunal de Competencia observó que el "efecto incuestionable de las disposiciones habituales de exclusividad es impedir que todo posible competidor disponga de los datos sobre ventas al por menor obtenidos con escáner" y que Nielsen había retenido información y "adoptado una estrategia de firma de contratos de larga duración con los clientes, en general, y con los clientes estadounidenses de Information Resources Incorporated (IRI), en particular, con el fin de impedir la entrada de IRI". El Tribunal concluyó que "lo que Nielsen pretendía con sus contratos de larga duración con los fabricantes, así como con las exclusivas y los incentivos a la exclusividad, era apartar a los posibles competidores, en general, y a IRI, en particular".

La orden correctora del Tribunal permitía el ingreso en el mercado de IRI y de otros posibles candidatos, prohibiendo para ello a Nielsen la conclusión de futuros contratos que limitaran o impidieran a un vendedor suministrar los datos obtenidos mediante escáner y los datos causales necesarios para la prestación de un servicio de seguimiento del mercado basado en el escáner a empresas distintas de Nielsen, así como ofrecer a los vendedores incentivos para limitar o impedir el acceso de esa manera. Asimismo, el Tribunal prohibió a Nielsen que concertara contratos que contuvieran lo que se conoce

⁵Véase *Canada (Director of Investigation and Research) v. the D & B Companies of Canada Ltd.* (1966), 64 C.P.R. (3d), 216, (en adelante *Nielsen*), abril de 1994.

⁶Un servicio de seguimiento del mercado mediante escáner es un tipo de servicio concertado de información sobre el mercado basado en el uso de datos UPC. Estos datos se utilizan para seguir las ventas de un cierto número de categorías y marcas de productos en un período de tiempo dado. El servicio supervisa el movimiento físico de las mercancías y otros factores como la intensidad de la publicidad, las promociones, los precios y el tamaño del envase. El seguimiento de los mercados es un servicio que supervisa el progreso y competitividad de un producto en relación con otros productos competidores a lo largo del tiempo. Los servicios de seguimiento de mercados basados en los datos son adquiridos por los fabricantes de los productos envasados, que utilizan esa información como guía para la toma de decisiones y la planificación estratégica de las campañas de promoción, precios y competitividad de los productos.

con el nombre de cláusula de "la nación más favorecida" ("NMF")⁷ durante un período de 24 meses a partir de la fecha de la orden.

El caso *Nielsen* planteó también la cuestión del efecto que la exclusividad puede tener en una actividad innovadora y, en definitiva, en el proceso competitivo. El ritmo de desarrollo de la tecnología de la información es muy rápido. La evaluación del efecto competitivo de las restricciones contractuales de Nielsen debía efectuarse en el contexto de la situación nueva o prevista de la tecnología. Es posible impedir la competencia si se disuade a una empresa de que utilice la tecnología más avanzada aun cuando, en un mercado en rápido cambio, esa tecnología no haya madurado todavía y no haya desplazado por completo a la tecnología anterior. El Tribunal concluyó que "hay pocas pruebas que confirmen la afirmación de que las exclusivas estaban justificadas debido al tiempo, energía y recursos que había que gastar para explotar una nueva tecnología". Además, "para justificar las exclusivas con ese argumento (mejoras tecnológicas)", continuaba afirmando el Tribunal, "las inversiones de Nielsen deberían estar relacionadas con la creación de ventajas que otras empresas pudieran luego apropiarse, por ejemplo, la mayor difusión del escáner en el comercio al por menor o la introducción de mejoras en la calidad y comodidad de uso de los datos". El Tribunal no encontró pruebas de una asignación considerable de recursos a inversiones de ese tipo.

Desreglamentación y servicios esenciales

Una política acertada de competencia es un instrumento cada vez más valioso en el contexto de un entorno empresarial desreglamentado y privatizado. En un estudio reciente de la OCDE⁸ se observaba que las autoridades encargadas de la competencia deben supervisar los mercados desreglamentados a fin de evitar que los obstáculos privados sustituyan a los obstáculos reglamentarios. En particular, se señalaba que "(el poder de mercado) puede plantear un problema para las empresas extranjeras cuando los obstáculos de reglamentación son sustituidos por obstáculos privados menos transparentes". En ese sentido, las disposiciones sobre el abuso de posición dominante pueden ser importantes para respaldar la transición de la reglamentación a la desreglamentación.

Un tema conexo que está mereciendo cada vez mayor atención de las autoridades encargadas de la competencia es el del acceso a los servicios esenciales. Esta cuestión se entrelaza con el debate sobre las medidas gubernamentales que afectan al comercio, en el sentido de la que la aplicación de una política de desreglamentación puede fracasar si no se dispone de medidas para garantizar la posibilidad de ingreso en condiciones competitivas.

En algunas ramas de la producción en proceso de desreglamentación, es posible que una empresa ya introducida tenga el control de los servicios a que los nuevos participantes deben tener acceso para poder ser competitivos. La posibilidad de que las empresas que ya están ofreciendo un servicio adopten comportamientos excluyentes que impidan el acceso de otras compañías puede plantear un problema importante a las autoridades encargadas de la competencia. El acceso abierto a las redes puede ser decisivo para que los nuevos participantes, sean nacionales o extranjeros, lleguen a ser competitivos;

⁷En el terreno de la política de competencia, las cláusulas de la nación más favorecida (NMF) de los contratos comerciales en un mercado fuertemente concentrado pueden ser anticompetitivas. En este caso concreto, en virtud de una cláusula NMF el vendedor aceptaría no facilitar sus datos a terceros en condiciones más favorables que las reconocidas a Nielsen. El efecto de una cláusula NMF es que Nielsen determina qué es lo que los posibles competidores tendrán que pagar para disponer de los datos obtenidos mediante escáner. Por ello, las cláusulas NMF podrían ser utilizadas por Nielsen para inducir la exclusividad, ya que le permiten fijar el precio de los datos en un nivel superior al que considera que va a pagar el rival.

⁸Véase International Market Openness and Regulatory Reform, DAF/CLP/WP2(06)9/10/REV1, OCDE: París, 1996.

la inhibición frente las restricciones de ingreso puede frenar la evolución de una industria e impedir una eficiencia dinámica.⁹ Este mismo tema se recoge en el Acuerdo de la OMC sobre Servicios de las Telecomunicaciones Básicas, que contiene salvaguardas contra el uso de prácticas anticompetitivas que supongan el control de servicios esenciales. No obstante, este Acuerdo sólo se aplica en un sector determinado, por lo que es obvio que el problema puede plantearse en otros contextos.

De acuerdo con la tradicional inspiración antimonopolística de la doctrina relativa a los servicios esenciales, las personas que controlan un servicio esencial para competir en un mercado deben autorizar a otros el acceso a ese servicio en condiciones comerciales razonables. Aunque esta doctrina no ha sido objeto de una consideración judicial detallada en el contexto canadiense, podemos señalar un caso en que se plantearon cuestiones análogas.

En el caso *Interac*¹⁰ se solicitó al Tribunal de Competencia un decreto judicial previo acuerdo de las partes, en relación con el suministro, por red electrónica compartida, de servicios financieros electrónicos comunes iniciados por los consumidores. Este asunto se había sustanciado como un caso de "dominación conjunta", en virtud de las disposiciones sobre el abuso de una posición dominante, en una solicitud presentada contra Interac Inc., Bank of Montreal, Bank of Nova Scotia, Canada Trust, Canadian Imperial Bank of Commerce, La Confederation des Caisses Populaires et d'Economie Desjardins du Quebec, Credit Union Central of Canada, National Bank of Canada, Royal Bank of Canada y Toronto-Dominion Bank.

Se adujo que Interac había abusado de su posición dominante en el suministro de servicios por red electrónica compartida en el Canadá aprovechando el control de los depósitos a la vista y los cajeros automáticos en el Canadá. Ello se hacía mediante diversas formas de restricción de la condición de miembros y de la participación en la red Interac. Se argumentó que las actuaciones anticompetitivas habían tenido el efecto de impedir y limitar considerablemente en el Canadá la competencia en dos mercados: por un lado, el mercado "intermedio" para el suministro de servicios por red electrónica compartida a instituciones financieras, vendedores, terceros que prestan servicios de procesamiento y otros proveedores de servicios; por el otro, el mercado "al por menor" para la prestación de servicios financieros electrónicos comunes a los consumidores o titulares de tarjetas.

El Tribunal aceptó emitir el decreto judicial propuesto que introducía los cambios necesarios para restablecer la competencia en los mercados pertinentes. Dicho decreto eliminaba las restricciones a la conexión con la red Interac, ofrecía a quienes no eran miembros fundadores una participación mayor en el gobierno de Interac y eliminaba las tarifas y restricciones discriminatorias relativas a los tipos de cuentas que podían tener acceso a la red. El decreto instauraba un mecanismo para el suministro por la red de nuevos servicios compartidos y permitió a los miembros establecer servicios compartidos bilaterales y multilaterales utilizando el soporte lógico informático de Interac.

El caso *Interac* planteó nuevas e interesantes consideraciones desde la perspectiva de la ley de competencia canadiense. Interac es una red formada por numerosos participantes con intereses diversos. Además, está integrada por instituciones financieras que son o sumamente grandes -es el

⁹No obstante, se requiere prudencia antes de clasificar un servicio como esencial. En el reciente Estudio especial de la OMC sobre el comercio y la política de competencia se observaba que un inconveniente de obligar a permitir el acceso a las instalaciones existentes es que ello "puede hacer que los nuevos competidores tengan menos incentivos para innovar las instalaciones críticas existentes, lo que reducirá el ritmo del progreso tecnológico del sector. Organización Mundial del Comercio; Informe Anual 1997, capítulo especial: El Comercio y la política de competencia; Ginebra, página 52.

¹⁰*Canada (Director of Investigation and Research) v. Bank of Montreal et al* (Comp. Trib., CT9502/92, 20 de junio de 1997 (no notificado))

caso del Royal Bank- o muy pequeñas -como las cooperativas de crédito rurales. Compartir estos tipos de servicios es un fenómeno relativamente nuevo.¹¹ En la exposición de motivos y elementos de hecho del caso *Interac*, se hacía referencia a la opinión de que el acceso al sistema compartido de mensajería electrónica era fundamental. El Tribunal observaba que "... ya a finales de los años ochenta, para las instituciones financieras que aceptaban depósitos era imprescindible poder asociarse a Interac con el fin de tener acceso a sus servicios por red electrónica compartida para poder competir eficazmente en el suministro de servicios financieros al por menor en el Canadá". Además, el Tribunal declaró que "dada la creciente demanda de los consumidores de servicios de cajero automático y de procesamiento integrado de la información ... para las instituciones financieras era esencial poder conectarse con Interac a fin de conservar su base de clientes y competir eficazmente en otros mercados de servicios financieros".

Conviene señalar que tanto en el caso de *Interac* como en el de *Nielsen*, el Tribunal estableció medidas correctivas cuyo objetivo era sancionar las prácticas anticompetitivas de las empresas. Esas medidas no se referían a tipos o clases concretas de competidores, es decir, posibles proveedores internos o extranjeros, sino más bien se proponían evitar que una conducta anticompetitiva impidiera a los posibles competidores entrar en el mercado o ampliar su presencia en él.

3. Conclusiones

Los casos examinados permiten extraer varias conclusiones generales relativas a la aplicación de la legislación sobre competencia en la economía mundial:

- 1) Las medidas encaminadas a corregir los efectos anticompetitivos de conductas como la fijación de precios y el abuso de posición dominante son importantes para conseguir que se hagan realidad los beneficios de la liberalización del comercio. En ese mismo orden de cosas, una ley acertada de competencia ayuda a evitar que, en un entorno empresarial desreglamentado, los obstáculos privados sustituyan a los obstáculos públicos.
- 2) La ley de competencia del Canadá puede contribuir en forma eficaz a disciplinar las actuaciones anticompetitivas, independientemente de que las repercusiones recaigan sobre empresas nacionales o extranjeras. Si la política de competencia se aplica para velar por que las empresas no actúen de manera anticompetitiva contra nadie, los abastecedores extranjeros que intenten penetrar en el mercado se beneficiarán de ello tanto como los posibles competidores nacionales.
- 3) En situaciones relacionadas con la conducta de empresas extranjeras, la cooperación de otros organismos competentes en la materia será un elemento de gran utilidad, y quizá imprescindible, para la aplicación de la legislación de competencia. Esa cooperación está basada en el carácter mutuo del interés por encontrar los medios para investigar y disuadir dichas prácticas y se ve impulsada por unas buenas relaciones mutuas y la confianza en los procesos de los respectivos organismos.
- 4) Las leyes de competencia de las distintas naciones difieren en detalles concretos. Aunque no se deben infravalorar esas diferencias, en buena medida la aplicación de la legislación de competencia está basada en un acervo común de teoría económica, en unos objetivos semejantes y en planteamientos similares del análisis de los mercados. Las deliberaciones llevadas a cabo en el Grupo de Trabajo de la OMC y en otros foros

¹¹Michael J. Trebilock y Michael S. Gal, *Migration from Regulation to Competition - Key Sectors for the 21st Century - Electricity and Financial Institutions*, Paper Prepared for the 1997 Annual Competition Law Conference, Canadian Bar Association, 18-19 de septiembre, Alymer Quebec, Canadá.

pueden contribuir a favorecer la comprensión de las posibles diferencias todavía existentes y a buscar la mejor manera de hacer frente a los comportamientos comerciales anticompetitivos en una economía mundial.
