

# EL INDECOPI: ¿POR QUE NO ES UN ORGANISMO REGULADOR?\*

**ALFREDO BULLARD GONZÁLES**

Prof. de Derecho Civil y Análisis Económico del Derecho en la Pontificia Universidad Católica del Perú y en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

## 1. ¿CÓMO APARECE LA COMPETENCIA?

Bonan Vesperon, Bonan Nokto, Saluton, Bon Vole, Mi en kom prenas.

Estas expresiones difícilmente serán entendidas por el lector. Sólo una cantidad mínima de personas en el mundo, casi un número anecdótico, están en capacidad de entender esas palabras. Están en un idioma relativamente nuevo que tiene apenas poco más de un siglo. Están en Esperanto.

El Esperanto es la más conocida y a la vez la más exitosa de las llamadas lenguas planificadas. Fue inventada en Varsovia por un tal L.L. Zamenhof entre 1877 y 1887. Su inventor pensó que la mayoría de las lenguas existentes eran complejas y difíciles de aprender, en especial como un segundo idioma. Eso las hacía inapropiadas para poder convertirse en lo que era su máxima aspiración: un lenguaje común para toda la humanidad, un lenguaje bajo el cual fuese posible que todos los miembros del planeta podamos comunicarnos sin barreras idiomáticas.

Para lograr su cometido Zamenhof buscó crear un lenguaje neutral, es decir no basado especialmente en ninguna lengua preexistente. Debía ser muy fácil de aprender. Algunos lingüistas dicen que el Esperanto es diez veces más fácil de aprender que el inglés como segunda lengua. Era muy sencillo y regular. Debía permitir un fácil intercambio.

Teóricamente el Esperanto debería ser un éxito. De hecho, como dijimos, es la más exitosa de las lenguas planificadas. Pero a pesar de ello fue un absoluto fracaso. Nadie lo habla. Es casi una anécdota.

Y es que el lenguaje no se puede crear así, no se puede inventar. No es posible decretar que a partir de mañana todos vamos a hablar un lenguaje distinto. El lenguaje aparece espontáneamente, en la interacción de millones de seres humanos intercambiando comunicaciones unos con otros. Son millones de decisiones atomizadas las que terminan generando un cuerpo orgánico de códigos que permiten a un grupo humano comunicarse y entenderse. \_

\* El presente artículo se basa en la traducción del artículo "Indecopi: Why isn't a regulatory body?" Publicado en inglés en "The role of the State in competition and intellectual property policy in Latin America: towards an Academic Audit of Indecopi", *Rechtslex, Software, April 2000*. From Perú, P.130-141

Nadie lo crea y a la vez todos lo creamos y lo enriquecemos día a día. Nadie nos lo puede imponer y si trataran no podrían. No importa qué bien se planificó su estructura lingüística, que tan sencilla de aprender es, que tan fácil es su utilización. Simplemente la gente no lo habla.

¿Qué tiene esto que ver con la competencia y con el rol del Estado en ella? Pues tiene mucho que ver. La competencia no puede crearse. No puede inventarse. Al igual que el lenguaje, no puede planificarse ni decretarse. La competencia es un fenómeno espontáneo que nace de decisiones atomizadas de miles o millones de personas. No es posible una competencia planificada, concebida y creada desde un centro, desde el Estado. Ello está condenado al mismo fracaso del Esperanto.

Ello es así por que la competencia no es otra cosa que encontrar el camino para satisfacer necesidades humanas orientadas por las preferencias de los consumidores. Y no es posible satisfacer necesidades sin tomar en cuenta esas preferencias.

Las grandes simplificaciones de la realidad llevadas a cabo por las economías centralmente planificadas tratan de inventar algo que la actividad espontánea de millones de agentes económicos hace de manera más efectiva. Así el Esperanto, como lengua planificada, cometió los mismos errores que las economías que confiaron en el Estado para tomar las decisiones relevantes respecto a qué producir, cómo producir y a qué precios.

Así, la competencia no se crea, se descubre. Y el rol del Estado, como el de una Academia de la Lengua, no es crear la competencia o sustituirla, sino, por el contrario, establecer algunas reglas básicas que permitan su propio desarrollo.

Esto nos conduce a una primera pregunta ¿Cómo hacer que la competencia genere beneficios para todos? Pues dejándola surgir espontáneamente, potenciando lo que los particulares pueden hacer, no limitándolos. De la misma manera que sólo se puede aprender ha hablar hablando, sólo se aprende a competir compitiendo.

## 2. ¿DEBEN EXISTIR POLÍTICAS DE COMPETENCIA?

Si la competencia debe ser un fenómeno espontáneo, entonces ¿Por qué deben haber entidades del Estado que velen por la competencia? ¿Por qué deben existir las llamadas políticas de competencia?

Muchas veces esas llamadas políticas de competencia cometen el mismo error que Zamenhof. Creen que se puede crear competencia desde el Estado. Es así que muchas de las decisiones de las autoridades de competencia no protegen los procesos competitivos, sino que tratan de generar determinados resultados.

No es extraño encontrar autoridades antimonopolio en diversos países que se fijan como meta bajar el precio o limitar lo que una empresa puede hacer para competir, por que no les gusta cómo ésta compete. Hay decisiones de éstas autoridades que fijan precios, que deciden cuánto debe crecer una empresa, que prohíben el uso de marcas prestigeadas o limitan la cantidad de dinero que una empresa puede invertir en publicidad o en tecnología. En otras palabras tratan de imponerle a las empresas y a los consumidores el lenguaje en el que deben hablar.

¿Ello quiere decir que no deben haber políticas de competencia? No. Lo que ocurre es que el rol de las llamadas políticas de competencia es uno distinto. La políticas de competencia

deben evitar que se creen barreras de acceso al mercado que limiten artificialmente el número de opciones de los consumidores. No eliminar la eficiencia como barrera, que es otra cosa. Deben buscar que los agentes, y muy especialmente el Estado, no cree reglas que limiten la posibilidad de competir. Pero su acción no se dirige al resultado completo, sino a preservar el proceso. Como en el deporte, no es el rol del árbitro del juego determinar el resultado, sino sólo preservar que ciertas reglas sean preservadas para que el resultado refleje lo que ocurrió en la cancha.

Así, como en el lenguaje, ciertas reglas básicas deben de ser preservadas pero sin privarlas de su espontaneidad natural. Esas reglas básicas son lo que debemos llamar políticas de competencia.

### 3. ORGANISMOS REGULADORES VS. AGENCIAS DE COMPETENCIA.

Es común caracterizar al INDECOPI como un organismo regulador. Así se le cita en los medios de prensa, en conferencias o en artículos académicos. Sin embargo pretendo sostener que es una caracterización errada, INDECOPI no es un organismo regulador, sino una agencia de competencia. Y ambos conceptos son bastante diferentes. Para entender por qué ello es así, debemos tener claro qué caracteriza a cada uno de estos conceptos.

Uno puede optar por dos grandes mecanismos para tratar de lograr que la competencia (o algo parecido) genere bienestar. Una primera opción es la regulación de mercados. La regulación de mercados se entrega a un organismo regulador como lo son OSIPTEL, OSINERG, OSITRAN o SUNASS.

La segunda opción es implementar políticas de competencia. Las políticas de competencia son entregadas a una agencia de competencia y eso es lo que es INDECOPI.

¿Qué distingue un caso del otro? Creo que son dos los factores principales que diferencian a un organismo regulador de una agencia de competencia. Estos factores son la razón y la estrategia en la acción.

#### 3.1 La estrategia de la acción.

Comencemos con la estrategia. La estrategia tiene que ver con que herramientas actúa el Estado en cada caso. Vamos a poner un ejemplo que grafique esto.

Imaginemos que una pareja decide casarse y meses antes de la fecha fijada se dirigen a la iglesia a fin de separarla para la noche elegida. El monaguillo de la parroquia le informa que el costo es de S/. 500. El precio les parece alto, pero dado que es la iglesia en la que vive el novio y que está en el barrio en el que se conocieron aceptan pagar el monto señalado. Entonces el monaguillo les informa algunas condiciones adicionales. Les dice que es obligatorio contratar el tordo para el saludo y la champaña con la parroquia. El precio que se ofrece es muy superior al que hay en el mercado.

Los novios indignados le dicen que es un exceso y que por ello se van a casar a otro lado. El monaguillo les informa que para casarse en una parroquia distinta al domicilio de los novios requieren un permiso del párroco. Pero el párroco tiene por política no dar ese tipo de permisos.

Ante tal situación los novios deciden ir a la parroquia del domicilio de la novia, y cuál no sería su sorpresa cuando el monaguillo de la misma les ofrece exactamente las mismas condiciones.

El caso en cuestión puede ser fácilmente analizado bajo las categorías de las legislaciones de competencia. El mercado relevante es el mercado de servicios matrimoniales religiosos. En él se debe medir la posición de dominio en el mercado de los proveedores involucrados. Es un mercado con barreras de acceso muy altas, pues para tener otra opción hay que convertirse a otra religión, cosa que la mayoría de los consumidores consideraría inaceptable. El precio alto es lo que la doctrina antimonopolio caracteriza como el precio abusivo. El condicionar la separación de la Iglesia a la contratación del toldo y la champaña es lo que usualmente se conoce como cláusula de atadura. Podríamos tener una interesante discusión conceptual si es un cartel o un caso de abuso de posición de dominio. Si fuera un cartel tendríamos que entenderlo como el acuerdo entre un conjunto de proveedores independientes (las parroquias) para limitar la competencia entre ellas, fijando condiciones comunes, dividiéndose mercados y creando mecanismos para que esos acuerdos no sean traicionados (permisos de matrimonio interparroquia). Si lo consideramos un caso de abuso de posición de dominio diríamos que la Iglesia Católica es un gran proveedor que ha organizado su estructura de provisión de servicios para aprovecharse de los consumidores.

En cualquier caso, este ejemplo, basado en un caso real, sólo refleja que enfrentamos un problema de falta o distorsión de la competencia.

Decíamos que la diferencia entre la regulación de mercados y las políticas de competencia radica, en primer lugar, en la estrategia. El Estado podría, ante este problema adoptar dos estrategias diferentes.

La primera es crear OSIMAR (Organismo Supervisor de Matrimonios Religiosos). Este sería un organismo técnico y autónomo cuyo rol es establecer regulaciones previas a la actividad de las parroquias e iglesias de todos los credos. Sus herramientas de acción serían:

**a. El control tarifario.**

OSIMAR tendría que estudiar la estructura de costos de las parroquias y fijar una tarifa adecuada que evite el lucro excesivo aprovechándose de su posición en el mercado. Esa tarifa debería ser aprobada previamente para poder ser cobrada. Las parroquias tendrían que justificar cualquier variación de las mismas y OSIMAR velaría por que los consumidores paguen lo justo.

**b. Control de calidad.**

Como la tarifa está controlada, las parroquias estarían tentadas a bajar la calidad de los servicios a fin de reducir costos y así lucrar, lo que el control de tarifa no les permite en el mismo nivel. OSIMAR tendría que establecer previamente estas normas de calidad mínima (flores en el templo, decoración del mismo, limpieza, tiempo de duración de la ceremonia, etc.)

**c. Control de empaquetamiento.**

OSIMAR tendría la difícil labor de discernir qué bienes y servicios pueden ser vendidos juntos y cuáles no. ¿Deben incluirse las flores del templo en el precio? ¿El honorario del

celebrante? ¿El tordo y la champaña? ¿La recepción después del matrimonio? Una mala definición puede llevar a que la regulación colapse.

#### d. Obligación de "interconexión"

OSIMAR deberá definir que obligaciones tendrá la parroquia para permitir que otros brinden servicio. ¿Permitirá que los proveedores de tordo entren al patio de la iglesia o los mozos del cocktail se cambien en un vestidor dentro de la parroquia? ¿Qué facilidades debe brindar y cuanto cobrará por ellas o debe darlas gratuitamente?

#### e. Estándares de información y de contratación.

OSIMAR deberá regular qué tipo de información van a recibir los consumidores y que términos contractuales los van a regir. Dirá como y en qué términos se informará a los consumidores qué opciones tienen y aprobará previamente los modelos de contratos de adhesión a ser suscritos para contratar los servicios.

Así podemos ir encontrando numerosas tipos de herramientas típicas de la regulación de mercados y que serán aplicadas por un organismo regulador.

Son varias las características de las herramientas a utilizarse, de la estrategia de acción, que podrían mencionarse. Pero la mas importante es la oportunidad de la acción. Normalmente el organismo regulador actúa ex ante, es decir antes que el bien se venda o el servicio se preste. Establece previamente los precios, condiciones y características que se deben reunir, y la empresa o proveedor en cuestión tendrá que acatarlos. Las empresas negociarán o tratarán de influir en el regulador respecto al sentido de las condiciones, pero una vez adoptadas resultan obligatorias para el regulado.

Esto deriva de que, normalmente, la regulación se concentre mucho en el resultado antes que el proceso. Así, las regulaciones arrojan lo que se considera que ocurriría si hubiera competencia. Fijan el precio, establecen la calidad, determina las condiciones de contratación.

Con la regulación, cuando los novios llegan a la parroquia, ya está todo decidido.

¿Cómo funcionaría todo si se aplicarían políticas de competencia en lugar de regulación de mercados? El tema estaría a cargo del INDECOPI. Nada estaría predispuesto. Las parroquias estarían en principio en libertad de fijar precios, términos y condiciones. Nada estaría ya decidido. Pero si los novios consideran que se han roto algunos principios establecidos en la ley, denunciarían el caso ante el INDECOPI y éste determinaría si la ley fue o no incumplida. De haber una infracción sancionará a la parroquia.

La acción del INDECOPI sería ex post. No fijaría precios, pero velaría que los mismos no sean distorsionados, por ejemplo, por un acuerdo entre competidores. No fijaría calidad, pero evaluaría si el producto resultó o no idóneo para los fines para los que fue adquirido. No establecería estándares de información, pero analizaría luego de producido el problema si la información fue adecuada para tomar una decisión informada. No empaquetaría productos pero vería que no se pacten cláusulas de atadura irracionalmente. No obligaría a "interconectarse" pero podría considerar un caso como negativa injustificada de contratar. En esos casos no regula la conducta, la trataría de corregir con sanciones.

El resultado natural de esta forma de acción se dirige más a velar por el buen funcionamiento de procesos, antes que por resultados. No fija precios, pero busca que los precios se generen por competencia. No establece controles de calidad, pero busca que los consumidores puedan influir en el proveedor para satisfacer sus preferencias.

Las ventajas y desventajas de cada estrategia de acción son en la mayoría de los casos claras. La regulación actúa en base a hipótesis en la mayoría de los casos. Opera normalmente con información incompleta. Las políticas de competencia, al actuar ex post, deciden sobre hechos ya ocurridos, normalmente con mayor información.

La regulación, al conceder facultades para determinar la entrada al mercado y los términos de la misma, genera más probabilidades de corrupción, presión e influencia, mientras que las políticas de competencia suelen reducir el nivel de discrecionalidad del funcionario.

La regulación, al tener que contemplar todo ex ante, suele ser más costosa que las políticas de competencia. Las primeras son sectoriales y si uno compara las dimensiones en términos presupuestales de un regulador (que sólo cubre un sector) con las dimensiones de una agencia de competencia (que cubre todos los sectores) descubrirá las diferencias en términos de costos de la acción estatal en uno u otro caso.

Las diferencias anotadas explican como es que un regulador y una agencia de competencia actúan de forma diferente. Pero no nos explica cuando debe usarse uno y cuando debe usarse el otro. Explican el cómo pero no el porqué. Debemos entonces analizar las diferencias en razones a la acción.

### 3.1.1 Diferencias en razones para actuar.

Las diferencias en las estrategias responden a las diferencias en las razones por las que se actúa. Tanto los reguladores como las agencias de competencia persiguen conceptualmente el bienestar de los consumidores. Pero responden, o en todo caso deberían responder, a un problema distinto.

Cuando existen razones para presumir que no va a existir un fenómeno competitivo que responda a las distorsiones creadas por la empresa particular, entonces la respuesta es la regulación. El típico ejemplo es el monopolio natural. Se presume, por las condiciones de oferta y demanda, que es poco probable que dos empresas puedan estar actuando en el mismo mercado. Ello ocurre, por ejemplo, con los servicios de agua y desagüe. Es poco probable que con la situación de la tecnología actual puedan montarse en una ciudad dos redes de agua y desagüe de manera eficiente para darle a los consumidores la posibilidad de optar. Ello nos conducirá a plantear la regulación previa como una alternativa a la competencia. Finalmente no se puede confiar en un proceso que no va a existir. Entonces sólo queda preocuparse por el resultado final.

En esa línea de razonamiento la regulación es una opción cuando no es posible esperar que surja competencia. Por el contrario las políticas de competencia aparecen precisamente cuando la competencia es posible y solo hay que preservar que el proceso competitivo se desarrolle con transparencia.

Así podemos entender como enfocan estas alternativas. Las políticas de competencia se orientan a crear y mantener las condiciones de competencia, no ha de sustituirlas.

Por el contrario la regulación busca duplicar o simular los resultados de un proceso competitivo que asume no existirá.

Ella diferencia claramente los roles y formas de actuación de una agencia de competencia, como el INDECOPI, de un ente regulador.

#### 4. RELACIÓN ENTRE LAS ESTRATEGIAS Y LAS RAZONES PARA ACTUAR.

Pero evidentemente existen relaciones entre las estrategias que se diseñan para actuar y las razones de actuación. Si uno puede confiar en la existencia de un proceso competitivo toma sentido actuar *ex ante* y no *ex post*. Es necesario ver el proceso funcionando para corregirlo cuando se detecta que no funciona adecuadamente. Pero para ello hay que verlo funcionar.

En ese contexto, una agencia de competencia debe partir en confiar en la competencia, y su intervención es residual ante la constatación que algo en el proceso está fallando. Pero dicha intervención no se orienta a sustituir el mercado, sino a fortalecer el proceso competitivo.

En cambio un organismo regulador parte de la premisa de que no puede confiar en una competencia que no existirá o que será incapaz de arrojar resultados positivos por limitaciones que son intrínsecas al proceso. Así no se puede preservar un proceso que no existe. Ante ello hay que proyectar el resultado del proceso y ello se hace con las regulaciones que dictan cómo serán los productos y servicios resultantes. Por eso los entes reguladores actúan, por regla general, *ex ante*. Carece de sentido esperar a ver los resultados de un proceso cuya existencia o al menos su efectividad no es creíble para el regulador.

Evidentemente el fenómeno es bastante más complejo. Muchos reguladores actúan *ex post* en algunas situaciones y muchas agencias de competencia tienen actuaciones *ex ante*. Pero la diferencia está en cuál es la regla y cuál la excepción.

#### 5. ¿CUÁL ES LA RELACIÓN ENTRE LAS POLÍTICAS DE COMPETENCIA Y LA REGULACIÓN?

El mundo moderno ha ido paulatinamente desapareciendo muchas de las razones que justificaban la existencia de modelos regulatorios, y ello ha llevado a que paulatinamente actividades tradicionalmente reguladas comiencen a quedar bajo el ámbito de la simple aplicación de políticas de competencia.

La reducción de la participación del Estado en la economía, la desaparición de barreras paraarancelarias, de barreras legales de acceso a los mercados, las mejoras tecnológicas que facilitan la entrada de competencia, entre otras razones, han sido el sustento de profundos procesos de desregulación, es decir de eliminación de sistemas que sustituyen la competencia, para pasar a sistemas que preservan el proceso competitivo.

Un ejemplo interesante es el de telefonía. La telefonía pública ha sido considerada usualmente una actividad sujeta a concesión estatal y a regulación. Han aparecido, como alternativas, pequeños comerciantes que conectando a su línea domiciliaria un aparato terminal monedero, lo convertían en una suerte de teléfono público. Una primera reacción natural puede ir dirigida a regular ese mercado y establecer control de tarifas, calidad, condiciones de uso, etc. Sin embargo se trata de un mercado que está lejos de ser un monopolio natural. Es difícil imaginar un mercado con tanta capacidad de crear

competencia. Casi cualquier establecimiento abierto al público puede instalar un servicio de este tipo y podemos confiar en el proceso competitivo para generar precios razonables y condiciones adecuadas.

Bajo tales reglas, mantener ese servicio regulado carece de sustento. Controlar previamente cómo brindarán este servicio de "teléfonos bodegueros" no tienen justificación, será muy oneroso y totalmente inefectivo. En ese contexto es preferible dejar que se compita y sólo intervenir posteriormente a que se presente un problema para sancionar cualquier infracción.

Este mundo es uno de desregulación. Allí el rol de las políticas de competencia se redimensionan. En este panorama, las políticas de competencia se convierten en la regla y la regulación cada vez más en la excepción. Y es que la regulación se parece más al Esperanto. Sólo debería hacerse si pensamos que el lenguaje no va surgir espontáneamente. Y ello pasa en muy contadas ocasiones.

## 6. ¿Y CÓMO DEBEN APLICARSE LAS POLÍTICAS DE COMPETENCIA?

El hecho de haber sustituido paulatinamente regulación por políticas de competencia no es garantía alguna que el "Esperanto económico" no existirá. Hay formas de implementar políticas de competencia que pueden ser tan irracionales como ciertas formas de regulación. Políticas de competencia mal implementadas o concebidas pueden matar la espontaneidad del proceso competitivo con tanta o más efectividad que regulaciones mal diseñadas.

Es una contradicción en términos que las políticas de competencia restrinjan la competencia. Pero muchas veces lo hacen.

La competencia es un fenómeno complejo y con muchas dimensiones. Las empresas no solo compiten por precios. Compiten por calidad, por condiciones, por innovación, por inversión, por servicios complementarios, etc. Pero muchas veces por promover la competencia por precios fomentamos menos competencia por inversión o por innovación. Si una empresa innova con una nueva tecnología y luego la obligamos a compartirla con su competidor por que la consideramos una facilidad esencial, entonces estamos reduciendo los incentivos para competir por invertir nueva tecnología. Ello va a reducir el nivel de bienestar de los consumidores.

Si alguna vez se preguntan qué ha soñado un empresario el día que amanece con una sonrisa en los labios, les dirá que soñó que tenía un monopolio. Ese sueño impulsa toda la actividad económica por que crea los incentivos para reducir costos, innovar e invertir. Todas las acciones de una empresa están orientadas por quitarle participación a sus competidores, aumentar sus ventas y eventualmente quedarse solos en el mercado o con pocos acompañantes. Pero si a ese empresario las políticas de competencia le dicen que será perseguido por el solo hecho de ser un monopolio, entonces el resultado será que sus incentivos para ser más eficiente, para captar las preferencias de los consumidores disminuyen.

Por eso las políticas de competencia tienen que ser inteligentes y entender ese fenómeno. Las políticas de competencia no son sustitutas al fenómeno competitivo, sino por el contrario complementos. Pero para ello no deben entrar en contradicción con los fines que persigue el proceso competitivo.



## 7. ¿PORQUÉ EL INDECOPI NO ES UN ORGANISMO REGULADOR?

Luego de la explicación efectuada queda claro por que el INDECOPI no es un organismo regulador. El INDECOPI agrupa una serie de funciones que se orientan todas en reforzar el proceso competitivo, no en sustituirlo. Así, sus distintas Comisiones y Oficinas trabajan con diversos aspectos o aristas del proceso competitivo. La eliminación de barreras burocráticas o barreras paraarancelarias persigue aumentar las opciones de los consumidores. Las normas de protección al consumidor se orientan principalmente a generar información y en hacer cumplir la palabra empeñada, y no a sustituir con estándares técnicos o con la aprobación de cláusulas generales de contratación la voluntad de los consumidores. La protección de la propiedad intelectual permite fomentar y preservar la creatividad por medio de la asignación de derechos de propiedad que crean los incentivos correctos para invertir e innovar. Las normas antimonopolio peruanas buscan una aproximación moderna y orientada a preservar el proceso antes que el resultado. Así, por ejemplo, el Perú se ha negado a contar con un régimen de control de fusiones y adquisiciones empresariales. Incluso las normas de reestructuración patrimonial se orientan a contar con mecanismos efectivos y rápidos de sacar a las empresas ineficientes del mercado, amenguando el costo social de mantenerlas en actividad.

Y en la mayoría de casos el Indecopi actúa *ex post*, fiel a su naturaleza de agencia de competencia. Se orienta a preservar procesos antes que resultados y se visualiza como un árbitro antes que como un protagonista del sistema económico.

## 8. CONCLUSIÓN.

El error de los creadores del Esperanto fue creer que se puede crear centralmente y de manera planificada un fenómeno por naturaleza espontáneo. No se puede aprender a competir sin competir.

En este contexto es importante comprender las distinciones entre un organismo regulador y una agencia de competencia. Si confundimos sus roles caeremos en el futuro en la fácil tentación de asimilar lo que hacen ambos. El resultado puede ser agencias de competencia regulando y no promoviendo la competencia.

Dentro de esa línea de razonamiento la regulación debe visualizarse como algo realmente excepcional, debiendo crearse mecanismos que desincentiven la sobrerregulación y que apuesten por la competencia como mecanismo para lograr que se genere bienestar para todos los ciudadanos.

Pero además debe entenderse que las políticas de competencia tampoco son la panacea y pueden caer en los mismos errores que la regulación. Las políticas de competencia deben ser entendidas como mecanismos de eliminación de trabas, no como un sustituto al fenómeno competitivo.

En ese contexto el INDECOPI debe comprender cabalmente su rol de agencia de competencia y evitar caer en la tentación de convertirse en un órgano regulador. Entender que no es un organismo regulador no es sólo una disquisición conceptual, es un tema que atañe al buen funcionamiento del mercado y a su capacidad para generar bienestar para todos.