

El Indecopi presenta Guía de Estudios de Mercado, herramienta que permitirá mejorar la competencia

El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi) presentó la Guía de Estudios de Mercado, como parte de las labores de promoción de la libre competencia y siguiendo las mejores prácticas internacionales. Es el resultado de un trabajo conjunto con la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OECD por sus siglas en inglés), y las agencias de competencia de Chile, Colombia, Costa Rica, México y Panamá.

La presentación de este importante documento se dio en el marco del seminario Competencia y Estudios de Mercado, realizado con el Organismo Supervisor de la Inversión Privada en Telecomunicaciones (Osiptel).

El presidente del Consejo Directivo del Indecopi, Hebert Tassano Velaochaga, refirió que esta Guía es una importante herramienta que permitirá explicar a los actores interesados, en qué consisten los estudios de mercado, su importancia y los posibles resultados que se pueden desprender.

Los estudios de mercado, precisó, examinan el marco regulatorio, la estructura del mercado y el comportamiento de los consumidores así como las empresas y los organismos públicos que interactúan dentro de él. A través de este análisis, las autoridades de competencia pueden concluir si un mercado no funciona correctamente y, de ser así, determinan cuáles son las causas y acciones que pueden proponerse para solucionar los problemas encontrados.

Tassano Velaochaga refirió que en los últimos años el Indecopi ha realizado diversos estudios en mercados como: servicios notariales, examen práctico de manejo en la región Lima, licitación de los corredores viales por la Municipalidad de Lima y el mercado del seguro privado de salud brindado por las Entidades Prestadoras de Salud.

Adelantó que los mercados a estudiar se escogerán por iniciativa del Indecopi considerando toda la información que ha adquirido en el transcurso de su trabajo de promoción y defensa de la competencia. Sin embargo, también se podrán escoger mercados mediante las quejas que las empresas, los consumidores, las asociaciones comerciales u otros grupos interesados puedan realizar o a través de solicitudes formales de organismos públicos.

Lima, 22 de junio de 2016

Misión del INDECOPI

Propiciar el buen funcionamiento del mercado, en beneficio de los ciudadanos, consumidores y empresarios, mediante la defensa de los consumidores, la prevención y fiscalización de prácticas restrictivas de la libre y leal competencia, la protección de la propiedad intelectual y la promoción y desarrollo de una infraestructura y cultura de la calidad en el Perú.

Para mayor información:
prensa@indecopi.gob.pe
2247800 anexos: 5011 / 5016
Siganos en   
Indecopi Oficial