



WORLD BANK GROUP

Hacia un Programa de Clemencia Eficaz para Defender la Competencia

Tanja Goodwin

Equipo de Políticas de Competencia,
Práctica Global de Comercio y Competitividad
Semana de la Competencia en Honduras

- Ago 2015

Importancia de aumentar la efectividad de la implementación de Política de Competencia

Priorización en carteles “hard core” es clave para la economía

- Sobre-costo *mediano* de 23% en 381 mercados afectados por carteles (Connor, 2010). El sobre-costo promedio se estima en 50% y en 80% cuando los carteles son más ‘estables’.
- En países en desarrollo: Valor de ventas afectadas hasta 6% de PBI, y sobre-costos hasta 1% de PBI, basado en más de 200 carteles en 20 países entre 1995-2013 (Ivaldi et al. 2015)
- En México, se estima que la riqueza de los hogares más pobres está 20% más afectados que de los más ricos, por los sobre-costos anticompetitivos en productos que representan el 7% del gasto de las familias. (Urzúa, 2010)
- En Kenia, la pobreza podría reducirse en 2% si la competencia fuese más intensa en mercados de azúcar y maíz. (WBG, Argent y Begazo, 2015)
- En Honduras, conductas anticompetitivas en mercados clave como cemento y farmacéuticos.

→ Desarrollo de herramienta *leniency* para detección y disuasión de carteles



Retos en la investigación de carteles

- Connor (2009) concluye que al menos 84 grandes carteles internacionales también operaron en América Latina, pero solo 4 de ellos fueron descubiertos.
 - Las ventas afectadas por estos acuerdos anticompetitivos fueron entre \$150 y 200 mil millones en América Latina.
- Naturaleza secreta de carteles – cada vez coordinación más sofisticada y mercados más complejos
- Obtener evidencia incriminatoria
- Recursos escasos para investigaciones

→ Herramienta *leniency* puede dar acceso a información y evidencia importante de manera menos costosa a través de un ‘insider’



Rol de un programa de clemencia en la formación, duración y nivel de daño de carteles

Desarrollo de herramienta *leniency* para detección y disuasión

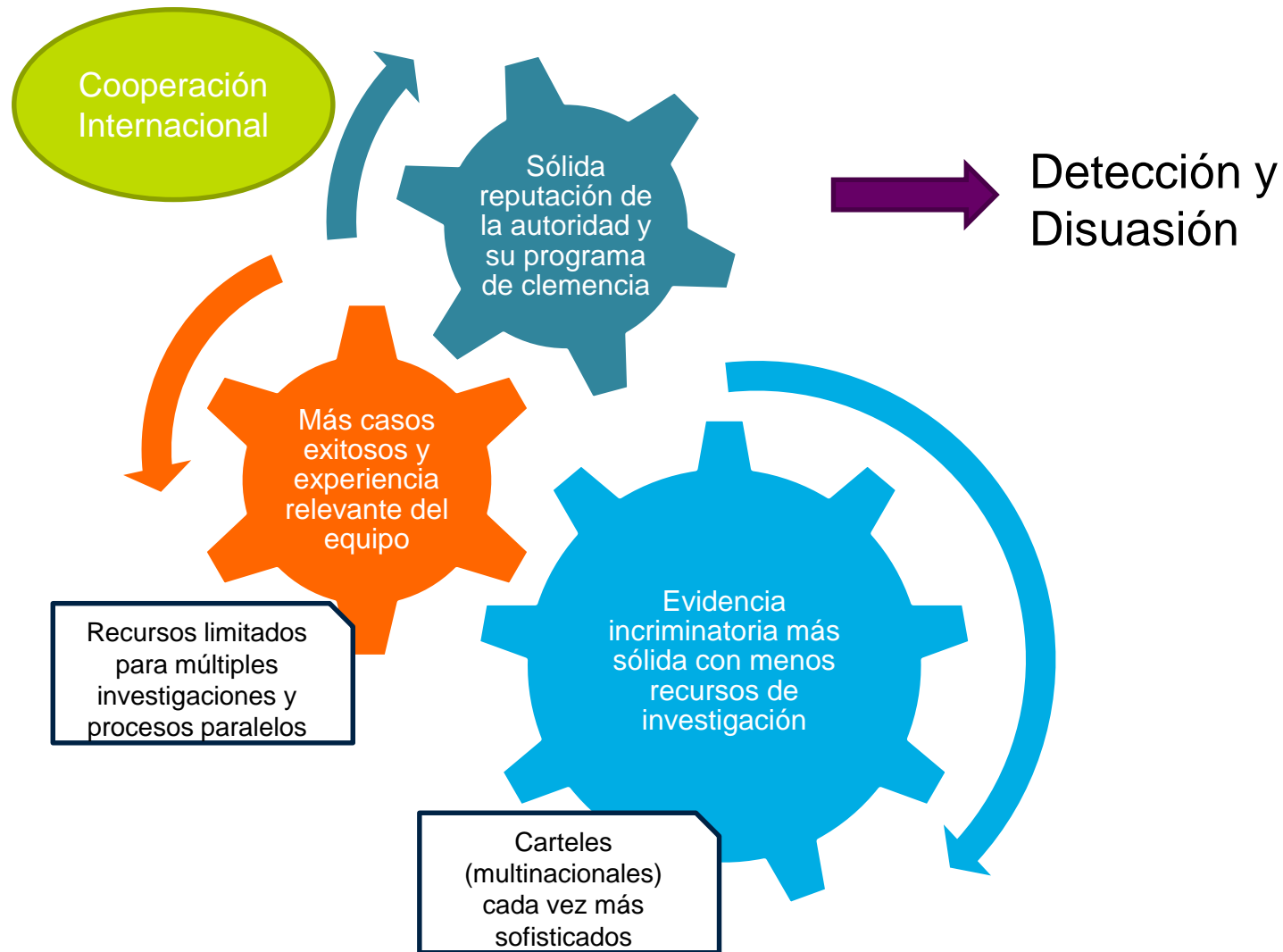
- Reduce formación de carteles en 59% y incremento en detección de carteles en 62% (Miller, 2009)
- Genera incentivos para revelar información sobre conductas ilegales y reducción de tiempo de investigación y proceso sancionador de 1.5 años en promedio (Brenner, 2009)
- Permitted alcanzar mayor número de detecciones en Corea debido a un aumento en el “hazard rate” en el largo plazo y por lo tanto una reducción en la duración de carteles (Choi, Hahn, 2015)

Impacto de programa de clemencia sobre incentivos de empresas de entrar en un cartel y romperlo (y delatar).

Efecto “Race to the Court House”

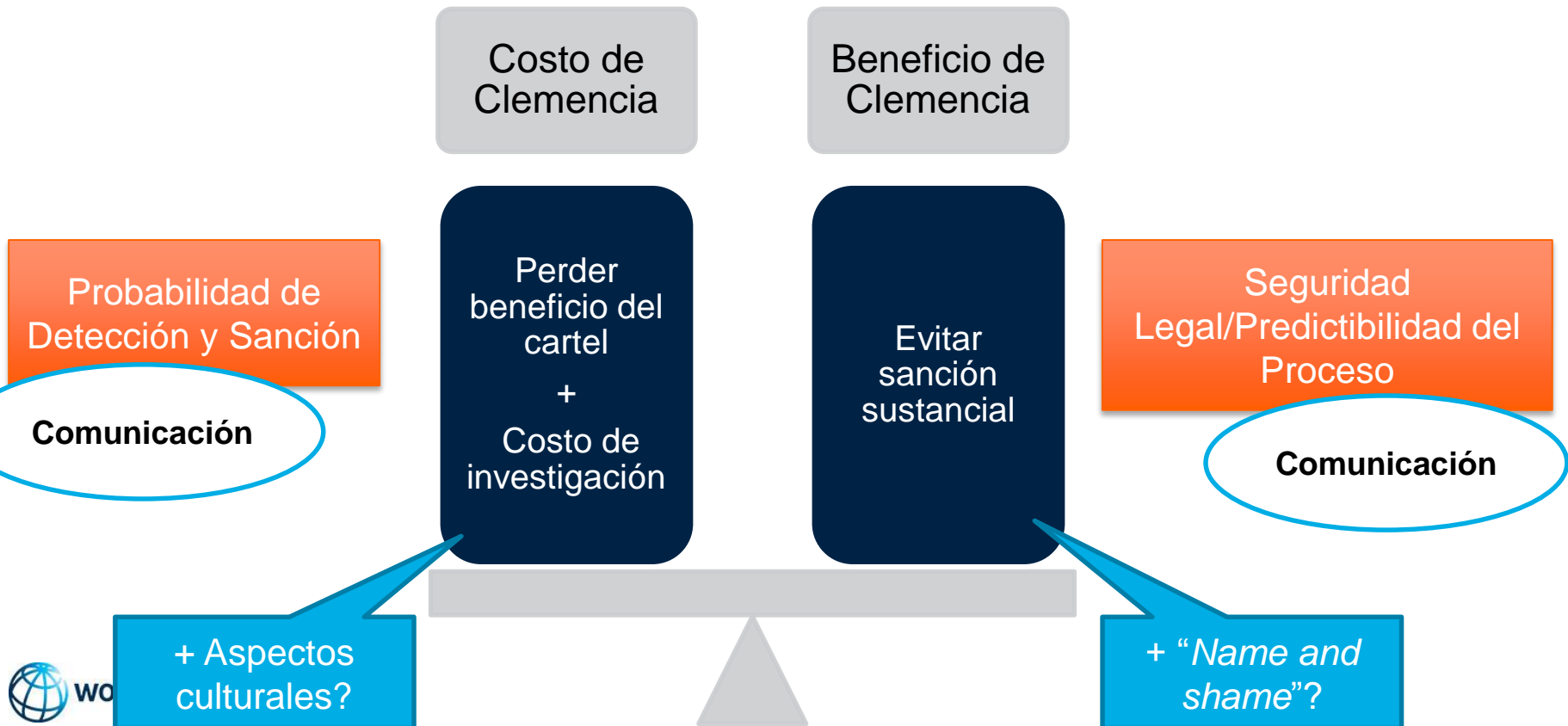
- Mientras más grande la probabilidad de quedar sin beneficio de clemencia (ser delatado por otro miembro del cartel y quedar segundo), más grande el incentivo de delatar primero y por ende más riesgoso entrar a un cartel

Beneficios estratégicos de un programa de clemencia efectivo



Elementos para un programa de clemencia efectivo

- En una situación de un nivel relativamente bajo de sanciones, es aún más importante seguridad legal/predictibilidad en el proceso.
- En el diseño e implementación práctica, optar por lo que genere más beneficio y seguridad al solicitante de clemencia para reforzar el programa.



Experiencia internacional y regional, y características específicas del contexto en América Latina

Experiencia con programas de clemencia desarrollados en varios países de América Latina brinda oportunidad para aprender de diferentes estrategias

Criterios de decisión para el diseño del programa de clemencia en un país de América Latina:

1. Convergencia con mejores prácticas internacionales y regionales

→ facilita aplicación de carteles internacionales y cooperación con otras agencias en la investigación (p.ej. confidencialidad)

2. Considerar incentivos del solicitante

1. El programa es típicamente joven y aún está por consolidarse la reputación y la confianza del sector privado en un procedimiento predecible y exitoso
2. El costo de la sanción suele ser aún bajo, por lo que el “costo y riesgo de solicitar clemencia” debería ser mínimo
3. Pocos países con sanciones penales

3. Apostar al largo plazo

1. Incentivos de potenciales solicitantes pueden aumentar con casos de clemencia exitosas
2. Un caso de clemencia fallido podría causar daño al programa en el largo plazo
3. Estrategia gradual: Calibrar condiciones conforme el progreso del programa

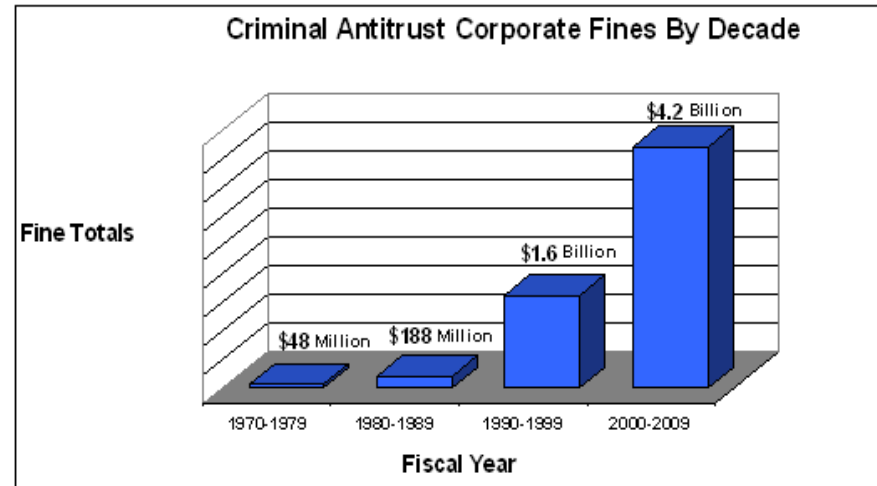
Países que cuentan con programas de clemencia en América Latina y EEUU/Canadá*:



*El marco legal de Ecuador, El Salvador y Uruguay también prevé la posibilidad de recibir inmunidad. (Fuente: CRCAL)

Experiencias individuales con resultados del programa de clemencia

- Primer programa de clemencia de Estados Unidos (1978) poco efectivo
- Estados Unidos implementa nuevo programa de clemencia en 1993



Fuente: USDoJ

- Existen al menos 8 programas de clemencia en América Latina y otras regiones que no cuentan con ningún caso exitoso de clemencia al día de hoy

Aspectos comunes en programas aún poco efectivos:

- Falta de legislación secundaria o guía
- Falta de información sobre el proceso
- Poca probabilidad de detección
- Exoneración parcial

Estrategia de socialización y comunicación

- Generar consciencia en el **público general** de la ilegalidad de acuerdos de precios y los daños para el consumidor. Carteles deberían ser considerados una grave violación de la ley.
- Generar consciencia en la **comunidad de negocios y de abogados** que acuerdos de precios son ilegales, que el riesgo de ser detectado es alto y que sanciones sustanciales serán aplicables.
- Generar consciencia en **participantes nacionales e internacionales de carteles y sus respectivos abogados** que existe una opción transparente, predecible y atractiva de evitar sanciones al ofrecer cooperación completa.

Cambio de cultura

Conocimiento y cambio de cultura

Conocimiento y reputación

Ejemplos de motivos de campañas de comunicación



Fuente: CADE

Ejemplos de campañas de comunicación



Fuente: ACM,
<https://www.youtube.com/watch?v=5diFAaJdweI>

Ejemplos de campañas de información

Government of Canada / Gouvernement du Canada | Canada.ca | Services | Departments | Français

Competition Bureau

Canada

By Topic | Legal Actions and Opinions | Publications | Resources | Tools | Help

Home > Help > FAQs

By Topic

Our Legislation

Our Organization

Enquiries and Complaints

Legal Actions and Opinions

Publications

Resources

Leniency Program: Frequently Asked Questions

This document supplements the [Leniency Program Bulletin](#).

This document does not provide legal advice. Readers should refer to the *Competition Act* (Act) when questions of law arise and obtain legal advice if necessary. The Bureau may choose to depart from the approach set out in this document in exceptional circumstances.

This document applies to conduct that has already occurred. A party wishing to seek a binding written opinion from the Commissioner of Competition (Commissioner) on the applicability of the Act to proposed business conduct may do so under section 124.1 of the Act.¹

All discussions regarding the Leniency Program are premised on the assumption that an immunity marker under the Immunity Program is no longer available. The Immunity Program will apply to individuals and organizations that wish to cooperate with the Bureau if an immunity marker has not yet been granted under the Immunity Program.

Programa de Clemencia

Artículo 26 de la Ley de Competencia Peruana (Decreto Legislativo 1034)

CLC

Secretaría Técnica de la CLC
Es el órgano encargado de investigar las posibles conductas anticompetitivas en el mercado. Sus funciones son:

- Investigar: Monitorea todos los mercados para detectar posibles infracciones que afecten la libre competencia.
- Instruir: Inicia y tramita los procedimientos sancionadores.
- Recomendar: Emite recomendaciones a la CLC, proponiendo la imposición de sanciones, medidas correctivas y exoneraciones de sanción.

Comisión de Defensa de la Libre Competencia (CLC)
Es el órgano conformado por expertos en Derecho y Economía, que resuelve los procedimientos sancionadores por conductas anticompetitivas. Sus funciones son:

- Sancionar: Pueden imponer sanciones hasta por 1 000 unidades impositivas tributarias (actualmente equivalentes a 328 millones de soles). Incluso si la infracción es muy grave, puede imponer multas de hasta el 12% de las ventas del grupo económico del infractor.
- Promover: Recomienda medidas para promover mayor competencia en los mercados a través de sus facultades de "subogación de la competencia".

Ambos órganos tienen a su cargo la administración del Programa de Clemencia.

consultas y solicitudes
Programa de Clemencia
clemencia@indecopi.gob.pe
2247800 anexo 3101

¿Qué es el Programa de Clemencia?
El Programa de Clemencia ofrece la exoneración total de la sanción a la primera empresa o persona que revele su participación en un "cártel" y colabore con la Secretaría Técnica y la Comisión de Defensa de la Libre Competencia (CLC) en la detección, investigación y sanción de los otros miembros de dicho cártel.

PASO 1
El solicitante de clemencia debe ponerse en contacto con la Secretaría Técnica de la CLC. Se le informará si es el primero en presentar una solicitud.

PASO 2
El solicitante entregará toda la información con que cuente en relación con el cártel revelado. Suscribirá con la Secretaría Técnica de la CLC un Compromiso de Exoneración, y se le otorgará una exoneración condicional.

Mecanismos de acceso al programa

PASO 3
El solicitante deberá colaborar con la Secretaría Técnica de la CLC a lo largo del procedimiento sancionador, con la finalidad de acreditar la infracción y que el cártel sea sancionado.

PASO 4
La Secretaría Técnica evalúa la colaboración y recomienda a la Comisión otorgar la exoneración definitiva. La Comisión otorga definitivamente la exoneración de sanción al colaborador.

El Programa de Clemencia se encuentra recogido en el artículo 26 de la Ley de Competencia Peruana (Decreto Legislativo 1034), como el programa de solicitudes de exoneración de sanción.

*Cártel: Acuerdo entre competidores para fijar precios, repartirse el mercado, restringir la producción o manipular procesos de selección pública.

Elaborado: INDECOPÍ - 2014

Muchas gracias

