

Mi asesor Legal

Guía de Orientación Práctica para
Asociaciones Gremiales y las
Empresas en Honduras

Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia



Esta guía de orientación práctica ha sido elaborada en el marco del Programa de Políticas de Competencia dentro del Programa Regional de Promoción del Clima de Inversiones en América Latina y el Caribe con apoyo del Department of Foreign Affairs, Trade and Development de Canadá (DFATD, por sus siglas en inglés).

Esta guía de orientación práctica ha sido elaborada por un equipo liderado por Martha Martínez Licetti (Economista Líder, Jefa Global de Política de Competencia) e incluyendo a Tanja K. Goodwin (Economista), Lucía Villarán (Especialista en Competencia) y Pamela Sittenfeld (Consultora).

El equipo agradece la guía estratégica de Marialisa Motta (Gerente Regional, Práctica Global de Comercio y Competitividad), Manuela Francisco (Líder de Programa para Centroamérica) y José Guilherme Reis (Gerente para Comercio y Competencia, Práctica Global de Comercio y Competitividad).



Comisión para la
Defensa y Promoción
de la Competencia

Introducción

En Honduras tenemos un gran reto: el nivel de competencia de nuestro mercado aún es reducido y por lo tanto el consumidor frecuentemente no encuentra bienes y servicios de calidad al mejor precio.

Las Asociaciones Gremiales son organizaciones importantes e influyentes en la dinámica de mercado. Es por esto que son aliados estratégicos en la promoción y defensa de la Ley de Competencia. Sabemos que su rol es determinante para sus miembros, pues facilitan acceso a información de interés, asesoría legal y financiera. Además, los orientan en el cumplimiento de la legislación y buenas prácticas.

La Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia, en adelante Ley de Competencia, fue aprobada a finales de 2005 y entró en vigor el 06 de febrero de 2006, creando la Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia, en adelante Comisión, como ente encargado de velar por la aplicación de la Ley, investigar y sancionar las prácticas anticompetitivas prohibidas por su naturaleza o por su efecto.

Es por esto, que en aras de promover apoyo a la importante labor que realizan las Asociaciones ponemos a su disposición esta guía, con el fin de que pueda funcionar como un asesor legal.



Nuestro aporte,
a su operación

Nuestro aporte, a su operación

Las empresas tienen el derecho de agruparse por medio de Asociaciones y Cámaras gremiales. La existencia de estas entidades aporta numerosos beneficios a la economía y a la sociedad en general.

Estas Asociaciones proporcionan valiosos servicios a sus miembros, y también apoyan el funcionamiento de la industria que representan, colaboran con el Estado en la emisión de leyes y regulaciones, promueven estándares de calidad, regulaciones éticas, y representan al sector ante amenazas que pueda enfrentar su actividad¹. Esto constituye una función social legítima y útil.

Sin embargo, las Asociaciones de empresas también han sido motivo de preocupación desde la perspectiva de las políticas de competencia. La principal preocupación que generan algunas Asociaciones –desde el punto de vista de la competencia– es que para sus miembros es muy fácil utilizar a la Asociación como vehículo para incurrir en prácticas restrictivas a la competencia, ya que en ellas se crea un ambiente que facilita las reuniones entre competidores, proveedores y clientes.

Es importante entonces tener presente que la mera participación en una Cámara o Asociación gremial no es, por sí misma, una violación a la Ley, ni una evidencia de un acto prohibido. Sin embargo, en ciertas circunstancias, actuaciones realizadas en el seno de dichas agrupaciones, o incluso actuaciones de estas, pueden constituir un acuerdo anticompetitivo.

Hay tres tipos de situaciones en relación a Asociaciones y sus miembros que podrían constituir un acuerdo anticompetitivo²:

- a)** Actuaciones que se dan en el seno de una Asociación, pero que en la materialidad constituye un acuerdo entre sus miembros;
- b)** Comportamientos que se consideran como una decisión de la Asociación; y
- c)** Hechos que son una mezcla entre actos de la Asociación y acuerdos entre sus miembros³.

En el primer caso, si la actuación que involucra a la Asociación califica como un acuerdo entre sus miembros, se considera que el acuerdo tiene los mismos efectos indistintamente de si se alcanza de forma directa entre las empresas propiamente, o si se realiza en el contexto de una organización de la cual dichas empresas son miembros. Por ello, para efectos del Derecho de la Competencia ambos tipos de acuerdo se analizan de igual forma⁴.

En este tipo de casos, conforme lo estipula el Reglamento de la Ley, uno de los criterios para la valoración de un posible cartel es el hecho que *“hubiesen instrucciones o recomendaciones de las cámaras empresariales o Asociaciones a sus agremiados, que pudieren tener el objeto o efecto de impedir, restringir o limitar que sus miembros puedan actuar libremente en el mercado”*⁵.

Por otro lado, en los casos en que el hecho constituye una actuación de la Asociación propiamente, se ha sostenido que es normal que este tipo de organizaciones tengan ciertas reglas que – incidentalmente

¹ Organization for Economic Co-operation and Development (OECD), Potential Pro-competitive and Anti-Competitive Aspects of Trade/Business Associations, DAF/COMP (2007)45, p. 7.

² Fernández-Lerga Garrañada, C., Derecho de la Competencia, Comunidad Europea y España. Ed. Arazandi, Pamplona, 1994, p. 127

³ Un ejemplo de esto son las dos decisiones de la Comisión Europea con relación a IATA. Ver: 91/480/CEE: Decisión de la Comisión, de 30 de julio de 1991, relativa a un procedimiento de aplicación del artículo 85 del Tratado CEE (Asunto IV/32.659, Programa de la IATA de agencias de pasajeros) disponible en <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=CELEX:31991D0480&from=EN>

⁴ ABA Antitrust Section. Antitrust Law Developments. 7ª ed, (2012). p. 40 y ss.

⁵ Reglamento, artículo 4 inciso g)

Nuestro aporte, a su operación

– pueden afectar a la competencia (por ejemplo reglas de ingreso, normas disciplinarias, etc.). No todas estas reglas son prohibidas, sino que la determinación sobre si son aceptables o no dependerá en gran medida si la regla persigue un fin regulatorio (o auto-regulatorio) legítimo, y en tanto la restricción a la competencia no vaya más allá de lo necesario para alcanzar dicho fin⁶.

A modo de ejemplo, es posible que una industria fije estándares técnicos y de calidad, los cuales eventualmente podrían afectar la forma en que se ofrecen los productos en el mercado. Por lo general estos estándares serán válidos, siempre y cuando no se utilicen como herramienta para excluir a competidores del mercado.

Finalmente, en el caso en que se de una mezcla de actuaciones de la Asociación y de sus miembros, cada una será analizada por separado y deberá ser objeto de sus propias consecuencias⁷.

Además, existen situaciones en las que la Asociación ofrece bienes o servicios en uno o más mercados, usualmente distintos a aquellos en los que participan

sus miembros. En estos casos, cuando la Asociación actúa como un agente económico en el mercado, sus actuaciones serán analizadas como tales.

En la mayoría de países, estas prácticas están prohibidas por la ley de competencia, y así también en Honduras. En algunos países la mayoría de violaciones a las leyes de competencia provienen de asociaciones de empresas⁸. En nuestro país el 60% de los casos en los que se han impuesto sanciones por violaciones a la Ley de Competencia desde 2007 han involucrado a una Asociación Gremial. En total, en estos casos se impusieron multas por más de US\$ 8 millones a empresas de sectores claves para la economía y consumidores, como cemento, azúcar y farmacias.

Para evitar incurrir en una conducta prohibida, el primer paso es saber cómo identificarla. Por ello, el propósito de este documento es dar una mayor claridad a las Asociaciones y sus miembros sobre las actividades que son beneficiosas para el buen funcionamiento del mercado, así como aquellas que constituyen un riesgo de ser una práctica prohibida, y la forma de evitarlas.

Con este propósito en mente, esta guía se divide de la siguiente manera:



⁶ ABA Antitrust Section. Antitrust Law Developments. 7ª ed, (2012). p. 120.

⁷ Nota aparte merecen algunas legislaciones, como por ejemplo la de la Unión Europea, en donde se prohíben expresamente las decisiones de las asociaciones que pueden afectar el mercado. Por ende, en estos países la asociación de empresas tiene una responsabilidad e imputabilidad independiente de la de sus miembros, pudiendo un mismo acto generar responsabilidad independiente para ambos en caso de infracción a las normas de competencia.

⁸ ABA Section of Antitrust Law, Antitrust Compliance: Perspectives and Resources for Corporate Counselors, 2da Ed., 2010, p. 187.

Nuestro aporte, a su operación

Esta guía se basa en el marco legal de Honduras en el ámbito de la competencia y la jurisprudencia correspondiente. También recoge casos emblemáticos de otras jurisdicciones para ofrecer ejemplos prácticos para algunos de los principios generales referidos. En general, esta guía tiene como objetivo ser un documento de información para las Asociaciones Gremiales y no compromete la opinión de las instituciones a cargo de implementar la Ley de Competencia respecto de futuros asuntos o casos que puedan suscitarse en relación con los aspectos incluidos en esta guía.

Para efectos de este documento, los términos “Cámara”, “Asociación”, “Asociación Gremial” o similares se utilizarán indistintamente para referirse a cualquier grupo organizado de empresas

que se reúnen para perseguir fines comunes, independientemente del tipo de entidad, de la forma en que estén organizados, y de si están legalmente constituidos o no. Asimismo, el término “producto” o similares se utilizará también en un sentido amplio, entendiéndose que el mismo se refiere tanto a bienes como a servicios, según corresponda.

La existencia de Asociaciones Gremiales trae beneficios a la sociedad.

Sin embargo, algunas actividades de las Asociaciones y sus miembros pueden ser perjudiciales para la economía y el bienestar del consumidor, y por lo tanto están prohibidas por ley.



A man with short dark hair, wearing a white dress shirt and a dark tie, stands in a modern office environment. The image has a strong green color overlay. He is looking slightly to his right with a pleasant expression. The background shows architectural details of a building interior.

Beneficios de la competencia en el mercado

Beneficios de la competencia en el mercado

El Derecho de la Competencia descansa sobre una premisa básica: la sociedad mejora si los mercados se comportan de forma competitiva. Esto porque la competencia promueve mayores opciones a los consumidores, mejoras en la producción, aumentos en la innovación, y mejoras en la calidad y precio.

Los consumidores normalmente buscan productos de la mayor calidad al más bajo precio posible. Por su parte, los vendedores intentan satisfacer esas expectativas utilizando la menor cantidad posible de recursos. En un mercado competitivo el vendedor sabe que si no logra ofrecer el producto deseado a un precio adecuado, un competidor probablemente lo hará⁹.

Eso es lo que promueve y defiende la legislación de competencia, y es por esto

que en la aplicación de la ley se busca detectar y sancionar acuerdos anticompetitivos y las prácticas abusivas que interfieran con el libre funcionamiento del mercado.

La Ley de Competencia, por lo tanto, protege la libertad de empresas para desarrollar sus actividades en el mercado en igualdad de condiciones, y promueve el bienestar de los consumidores.

La lucha por la preferencia de los clientes incentiva a las empresas a mejorar la calidad y los precios de sus productos.

Esto aumenta el bienestar del consumidor, y de la economía en general.



⁹ SULLIVAN (E. Thomas) y HARRISON (Jeffrey L.), Understanding Antitrust and its Economic Implications, 2da. Edición, p.1

A golden balance scale is shown against a yellow background. The left pan is lower and contains several stacks of gold coins. The right pan is higher and is empty. The scale's beam is horizontal, and the vertical post is on the right side. The entire image has a warm, golden-yellow tint.

Ley de competencia en Honduras

Ley de competencia en Honduras

En Honduras existe una Ley de Competencia desde febrero de 2006: la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia (Decreto No. 357-2005). Su aplicación corresponde a la Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia, que es el ente encargado de investigar y sancionar las prácticas prohibidas. Para cumplir esta tarea, la Comisión puede solicitar información a cualquier agente económico, realizar inspecciones in situ, aplicar medidas provisionales o correctivas, así como aplicar las sanciones que correspondan.

La Comisión aspira a convertirse en una institución aliada para el empresariado hondureño.

La ley prohíbe dos tipos de prácticas restrictivas de la competencia: por su naturaleza o por su efecto¹⁰. La guía se centrará principalmente en las prácticas restrictivas por su naturaleza, sin perjuicio

que podrá hacer mención a prácticas de ambos tipos.

En este contexto, es importante recordar que conforme al artículo 4 de la Ley, ésta aplica a todos los agentes económicos “o sus asociaciones”, independientemente de la forma en que están organizados, incluyendo expresamente a las “agrupaciones profesionales”.

En la experiencia de la aplicación de la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia, la jurisprudencia de la Comisión ha analizado al menos tres resoluciones en las cuales empresas competidoras utilizan a Asociaciones para alcanzar acuerdos anticompetitivos, y en uno de esos casos fueron facilitados por intervenciones gubernamentales. En el primero de estos casos, la Comisión sancionó tanto a las empresas competidoras como a la Asociación. En los otros dos casos, se multó únicamente a las empresas competidoras, ordenándoles además que se abstuviesen de utilizar a la organización gremial como vehículo para alcanzar acuerdos anticompetitivos.

Prácticas restrictivas prohibidas por su naturaleza

La Ley prohíbe los acuerdos o prácticas concertadas entre empresas que sean competidoras entre sí (también llamados carteles) con cualquiera de los siguientes contenidos:

A	B	C	D
Establecer precios, tarifas o descuentos	Restringir total o parcialmente la producción, distribución, suministro o comercialización de bienes o servicios	Repartirse directa o indirectamente el mercado en áreas territoriales, clientela, sectores de suministro o fuentes de aprovisionamiento	Establecer, concertar o coordinar posturas o abstenerse concertadamente de participar en licitaciones, cotizaciones, concursos o subastas públicas

¹⁰ Asimismo establece un régimen de control de las concentraciones económicas que, por su contenido, no es relevante para esta guía.

Ley de competencia en Honduras

Cualquiera de estos acuerdos es nulo, aun cuando no se apliquen en la práctica. Los mismos no admiten justificaciones, y cualquier elemento como el tamaño de los involucrados, la duración y efecto de la práctica únicamente se considerarán al momento de fijar la sanción¹¹.

La prohibición incluye a los acuerdos expresos o tácitos, verbales y escritos. Por

ello, la forma en la que se alcance el acuerdo es indiferente para definir si el mismo es o no prohibido.

Las prácticas restrictivas según su efecto son conductas en las que una empresa o grupo de empresas abusan de su poder en el mercado.

Prácticas restrictivas a prohibir según su efecto

Adicionalmente, la Ley prohíbe también algunas conductas que se consideran un abuso de poder de mercado. Estas conductas son:

A	<i>Establecer restricciones sobre el territorio, productos, volumen o clientes que un distribuidor o proveedor puede atender</i>
B	<i>Fijar los precios o las condiciones que debe seguir un cliente o proveedor</i>
C	<i>Ejercer presión contra otra empresa para forzarlo a actuar en contra de su voluntad</i>
D	<i>Supeditar la celebración de contratos a la aceptación de condiciones que no guardan relación con el objeto de tales contratos</i>
E	<i>La transacción sujeta a la condición de no usar, adquirir, vender o proporcionar productos ofrecidos por un tercero</i>
F	<i>Fijar precios por debajo del costo para eliminar competidores</i>
G	<i>Limitar la producción, distribución o el desarrollo tecnológico en perjuicio de otras empresas o de los consumidores</i>
H	<i>Ofrecer beneficios a los clientes bajo la condición que sus compras representen un determinado volumen o porcentaje de sus necesidades</i>
I	<i>Cualquier otro acto o negociación que restrinja la libre competencia</i>

¹¹ En este sentido ver: Resolución Número 023-CDPC-2010-Año-V.- Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia.- Sesión Ordinaria del Pleno Número 42-2010.

Ley de competencia en Honduras

A diferencia de los carteles, estas prácticas involucran empresas que no necesariamente compiten entre sí. Además, las mismas son prohibidas

solamente cuando las realiza una empresa con poder en el mercado, y cuando la misma tiene el efecto de restringir o impedir el proceso de libre competencia.

Sanciones

La realización de prácticas prohibidas puede tener como consecuencia una multa equivalente a tres (3) veces el monto del beneficio económico obtenido. En caso de que no sea posible determinar el monto de este beneficio, la

Comisión fijará una multa de hasta el diez por ciento (10%) de la utilidad bruta en ventas del año fiscal precedente. En caso de reincidencia la Comisión impondrá el doble de la última multa que hubiere impuesto la primera vez.



Actividades de las asociaciones y la
legislación de competencia

Actividades de las Asociaciones y la legislación de competencia

Las Cámaras y Asociaciones Gremiales, por lo general, no venden productos o servicios en el mercado al que pertenecen sus miembros, sino que cumplen alguna de las siguientes funciones¹²:

a. Actividades para sus miembros: Las Asociaciones Gremiales muchas veces brindan servicios a sus miembros, tales como capacitación, organización de ferias comerciales, publicaciones, y disseminación de información de interés.

b. Funciones reguladoras: A veces las Asociaciones promueven estándares de conducta, normas éticas y, en ocasiones, crean y operan organismos de autorregulación. Asimismo, emiten recomendaciones a sus miembros sobre una variedad de temas.

c. Representación: Las Asociaciones gremiales en ocasiones también representan y promueven los intereses de sus miembros ante leyes, regulaciones y políticas que los afecten.

El hecho que una acción esté avalada o promovida por el Estado no exime de responsabilidad a la Asociación y a las empresas que participan.

Mención aparte merecen los Colegios Profesionales, que en muchos casos están creados por Ley y se les asignan funciones públicas.

En la mayoría de los casos, las actividades de las Asociaciones Gremiales son legítimas, proveen beneficios a sus miembros y a la sociedad en general. Sin embargo, en ocasiones generan riesgos de infringir la Ley de Competencia.

La más evidente preocupación es porque las Asociaciones agrupan a empresas que

son competidoras entre sí, y las reúne periódicamente para tratar temas comunes sobre sus actividades. Esto genera el riesgo de incurrir en un cartel (práctica restrictiva según su naturaleza). Además, las Asociaciones también pueden ser un vehículo para que empresas con poder en el mercado, individualmente o en conjunto con otras, abusen de dicho poder.

Las siguientes son las actividades de las Asociaciones más riesgosas desde el punto de vista de la legislación de Competencia:

Posibles prácticas restrictivas según su naturaleza

En una Asociación es muy fácil formar un cartel, porque varias empresas competidoras se reúnen e interactúan con

cierta regularidad. Por ello, se debe tener especial cuidado con las siguientes actividades:

¹² Organization for Economic Co-operation and Development (OECD), Potential Pro-competitive and Anti-Competitive Aspects of Trade/Business Associations, DAF/COMP (2007)45, p. 22

Actividades de las Asociaciones y la legislación de competencia

Acuerdos de colaboración entre competidores

Existen muchas formas en las que los miembros de una Asociación pueden

cooperar entre sí. Algunas de ellas son prohibidas. Por ello, cuando se trata de empresas competidoras se debe evitar participar en cualquier conversación o acuerdo que incluyan alguno de los siguientes temas:

Precio: Los acuerdos sobre precios entre competidores siempre son prohibidos, ya sean estos precios fijos, mínimos o máximos. También se prohíbe pactar sobre cualquier elemento que influya en los precios, tales como márgenes de utilidad, descuentos, condiciones de crédito o de garantía, cargos por transporte, la frecuencia de los aumentos, etc¹³.

División de mercados: Es prohibido dividirse mercados según grupos de clientes, áreas geográficas, segmentos de mercado, o clientes específicos¹⁴.

Licitaciones: Se prohíbe cualquier acuerdo que interfiera con la independencia de las ofertas de una licitación, o que influya en el precio de las ofertas, en la decisión de ofertar o no hacerlo, etc.

Lo anterior no significa que los miembros de una Asociación no puedan cooperar entre sí. De hecho, la colaboración entre los miembros es parte de la razón de ser de

las Asociaciones. Sin embargo, los acuerdos que se promuevan dentro de las Asociaciones Gremiales no pueden abarcar ninguno de los aspectos mencionados.



¹³ Organization for Economic Co-operation and Development (OECD), Potential Pro-competitive and Anti-Competitive Aspects of Trade/Business Associations, DAF/COMP (2007)45, p. 31

¹⁴ Organization for Economic Co-operation and Development (OECD), Potential Pro-competitive and Anti-Competitive Aspects of Trade/Business Associations, DAF/COMP (2007)45, p. 32

Actividades de las Asociaciones y la legislación de competencia

Caso BELASCO (Unión Europea)¹⁵



En este caso se sancionó a un grupo de fabricantes que, a través de una Asociación llamada BELASCO, se anunciaban conjuntamente y ofrecían sus productos bajo una marca común. Si bien la promoción conjunta de productos no es prohibida en sí misma, en este caso esta era un mecanismo para aplicar otros acuerdos de la Asociación, incluyendo listas de precios mínimos de ventas, prohibición de ciertas promociones, establecer cuotas de ventas, y otras restricciones.

La Comisión Europea consideró que se estaba ante un cartel entre las empresas competidoras, quienes usaron la infraestructura de la Asociación para implementar el acuerdo y monitorear su cumplimiento.

Caso relacionado con el mercado Farmacéutico en Honduras¹⁶



La Comisión investigó y sancionó a un grupo de farmacias que, bajo el amparo y por iniciativa de la Asociación de Propietarios de Farmacias (APROFA), llegó a un acuerdo de mantener los descuentos de medicamentos dentro de un rango mínimo y máximo. Además de sancionar a los participantes del acuerdo, la Comisión sancionó también a la Asociación.

Adicionalmente, se ordenó a la Asociación derogar todas aquellas disposiciones internas que fijen precios o márgenes de comercialización, establezcan derechos exclusivos de importación, y permitan presentar propuestas a las autoridades para que estas últimas fijen horarios de operación de las farmacias.

¹⁵ OJ [1986] L 232/15

¹⁶ RESOLUCIÓN NÚMERO 004-CDPC-2008-AÑO-III.- COMISIÓN PARA LA DEFENSA Y PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA.- Sesión Ordinaria del Pleno Número 07-2008.- 8 de febrero de 2008.

Actividades de las Asociaciones y la legislación de competencia

Caso FTC v. Superior Court Trial Lawyers Association¹⁷

Un grupo de abogados que regularmente eran designados como defensores públicos en el Distrito de Columbia, acordó dejar de prestar dichos servicios hasta que no se aumentara el monto de sus honorarios. El acuerdo se tomó en el seno de la Asociación de Abogados Litigantes de la Corte Superior (SCTLA).

El boicot tuvo un severo impacto en el sistema de justicia penal del Distrito, y el gobierno capituló ante las demandas de los abogados, aumentando sus honorarios. Una vez que los abogados volvieron a prestar sus servicios, la Comisión Federal de Comercio (FTC) presentó una denuncia contra SCTLA y cuatro de sus dirigentes, alegando que habían participado en una conspiración para fijar los precios y llevar a cabo un boicot contrario a la competencia.

La Corte Suprema consideró que el boicot de los demandados constituía un acuerdo entre competidores que restringía la producción y afectaba los precios del servicio, en violación de las leyes antimonopolio. Las justificaciones sociales y de justicia alegadas por los demandados no hacen que la restricción sea menos ilegal.



Caso del mercado del Pollo en Chile¹⁸

El tribunal de la Libre Competencia impuso una sanción económica total de US\$60 millones contra tres empresas distribuidoras de pollo, al considerar que las empresas se coludieron acordando limitar la producción de carne de pollo ofrecida al mercado y asignándose cuotas en el mercado de producción y comercialización de dicho producto.

Asimismo, se ordenó la disolución de la Asociación de Productores Avícolas de Chile (APA) que actuaba como coordinadora del cartel.



¹⁷ FTC v. Superior Ct. TLA, 493 U.S. 411 (1990)

¹⁸ Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, expediente C-236-11

Actividades de las Asociaciones y la legislación de competencia

Caso de la industria del azúcar en Honduras¹⁹



En el año 2010, la Comisión investigó a un grupo de empresas azucareras, por participar en un esquema para la fijación de precios de venta de sus productos a los industriales.

Durante el procedimiento se demostró que dichas empresas se reunían bajo el esquema de la Asociación de Productores de Azúcar de Honduras (APAH). Esta Asociación acordaba periódicamente los precios con la Secretaría de Industria y Comercio.

Aun cuando las reuniones se realizaban por iniciativa de la propia Secretaría, quien negociaba y fijaba un precio con la industria, la Comisión sancionó a las empresas investigadas por alcanzar un acuerdo de precios prohibido, señalando expresamente que *“la participación de la citada autoridad, no exime a los agentes económicos investigados del cumplimiento de las normas de la libre competencia vigentes”*.

Como parte de la condena, se impuso a los agentes sancionados la obligación de abstenerse de utilizar a la Asociación de Productores de Azúcar de Honduras (APAH) como canal de comunicación y centros de reuniones para realizar acuerdos anticompetitivos²⁰.



¹⁹ RESOLUCIÓN NÚMERO 023-CDPC-2010-AÑO-V.- COMISIÓN PARA LA DEFENSA Y PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA.- Sesión Ordinaria del Pleno Número 42-2010.- 5 de Noviembre de 2010.

²⁰ Unos días antes de resolverse este caso se impuso una sanción similar a dos empresas participantes del mercado de cemento. RESOLUCIÓN NÚMERO 022-CDPC-2010-AÑO-V.- COMISIÓN PARA LA DEFENSA Y PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA.- Sesión Ordinaria del Pleno Número 39-2010 del 6 de octubre de 2010

Actividades de las Asociaciones y la legislación de competencia

Perú: Tarifas de servicios de ingeniería en consultoría y supervisión de obras en carreteras²¹

La autoridad de competencia en Perú (INDECOPI) sancionó en el año 2014 al Colegio de Ingenieros del Perú (CIP) y a la Asociación Peruana de Consultoría (APC), por emitir recomendaciones anticompetitivas a sus miembros.

Ambas entidades, en los años 2010 y 2011, emitieron recomendaciones a empresas consultoras de ingeniería para que le exigieran a Provías (unidad del Ministerio de Transportes y Comunicaciones a cargo de carreteras nacionales) que elevaran las tarifas en la contratación de servicios profesionales de consultoría y supervisión de obras. Estas recomendaciones, a criterio de INDECOPI, incrementaron los costos de las obras ejecutadas en las principales carreteras del país.

A cada una de las entidades sancionadas se les impuso la multa de 1,000 unidades impositivas tributarias (aproximadamente US\$ 1,280,000.00). Asimismo, se les impusieron medidas correctivas para evitar que puedan promover estas recomendaciones anticompetitivas, y se ordenó a la APC la modificación de sus códigos y estatutos para eliminar cualquier disposición que pueda interferir con la libre fijación de tarifas profesionales.

Adicionalmente se exigió la difusión de un memorando explicativo, entre los miembros de ambas entidades, sobre las conductas anticompetitivas prohibidas por Ley, en el cual se señalaba que la determinación de las tarifas de personal y los gastos generales se debe realizar de manera independiente, por cada uno de los oferentes en los concursos públicos.



Colombia: Obstrucción de importaciones de azúcar²²

La Superintendencia de Industria y Comercio (autoridad competente en Colombia), sancionó en octubre de 2015 a 14 empresas del sector azucarero, a un número similar de personas naturales, y a la Asociación de Cultivadores de Caña de Azúcar de Colombia (ASOCAÑA).

La sanción se dio por el hecho de haber creado y consolidado un cartel para obstaculizar las importaciones de azúcar en el país. En resumen, las empresas sancionadas diseñaron una estrategia en el seno de ASOCAÑA con el fin de impedir, o al menos obstaculizar, las importaciones de azúcar provenientes de otros países como Ecuador, Bolivia, Guatemala, El Salvador y Costa Rica.

En el procedimiento se determinó que en el marco de las reuniones de ASOCAÑA, los ingenios investigados intercambiaron información sensible y susceptible de generar un aumento de precios y/o una restricción de la oferta, así como también disminuir la competencia entre sí.

Según determinó la Superintendencia, ASOCAÑA era un foro que le permitió a los miembros del cartel "generar espacios para diseñar, discutir y poner en marcha estrategias y proyectos estrechamente relacionados con su desempeño competitivo [lo cual] les ha permitido, no obstante su condición de competidores, establecer diversos tipos de reuniones a través de las cuales tienen contacto permanente, para concertar sobre aspectos que deberían ser tratados de manera autónoma e independiente, bajo un esquema de libre competencia".

Las multas impuestas en conjunto alcanzaron los 324.441 millones de pesos colombianos (aproximadamente US\$ 98,243,979.00).



²¹ Fuente: https://www.indecopi.gob.pe/documents/51771/197143/Boletin_2014-1.pdf/876b37c5-0b87-4312-8f0d-caefd7000be9

²² Fuente: <http://www.sic.gov.co/drupal/sites/default/files/files/RESOLUCION%2080847%20-%20AZUCAR.pdf>

Actividades de las Asociaciones y la legislación de competencia

Intercambio de información

Dentro de las funciones primordiales de las Asociaciones Gremiales está el generar y compartir información sobre los mercados que son relevantes para la industria que representan. En condiciones normales la información es útil para los miembros de la Asociación y promueve el desarrollo del sector²³. Las Asociaciones pueden colaborar activamente en compilar y difundir información que a sus miembros les sería sumamente difícil y costoso obtener individualmente.

Cuando se hace correctamente, este intercambio de información puede ayudar

a que las empresas compitan más agresivamente, y facilita la entrada de nuevos competidores²⁴. Sin embargo, cierta información no debe ser intercambiada entre competidores, porque de hacerlo se facilita la colusión y es una práctica prohibida. La esencia de la competencia es la incertidumbre sobre las acciones de los rivales, y el aumento de transparencia sobre las decisiones de negocios individuales hace que las empresas compitan menos agresivamente (especialmente en mercados muy concentrados)²⁵.

Para evitar cometer una práctica prohibida, al intercambiar información se debe tener en cuenta lo siguiente²⁶:

Tipo de información: Se debe evitar compartir información detallada e individual sobre precios, volúmenes de producción, listas de clientes, estrategias comerciales, etc.

Nivel de detalle: Es aceptable que se difunda información estadística agregada, que no permita identificar ni extraer de ella la información de empresas específicas.

Nivel de concentración en el mercado: Los intercambios de información son más riesgosos, sobre todo la información más detallada, en los mercados que son muy concentrados, ya que para una empresa es muy fácil desagregar la información e identificar datos individuales de sus competidores.

Período de tiempo al que se refiere la información: Entre más reciente sea la información compartida, mayor será el riesgo de infringir la Ley²⁷. Asimismo, es más riesgoso compartir información sobre estrategias futuras.

Frecuencia: Intercambios frecuentes de información son más riesgosos, ya que le permiten a las empresas monitorear más efectivamente a sus competidores y disminuye la competencia.

Naturaleza de los productos: La información sobre productos homogéneos es más susceptible de generar coordinación entre las empresas que la relacionada a productos diferenciados.

Beneficiarios de la información: Por lo general, es preferible que la información circule de forma irrestricta, para que beneficie todos los participantes del mercado y a los consumidores.

²³ United Kingdom Office of Fair Trading, Trade Associations, professions and self-regulating bodies, 2004, p. 9

²⁴ Organization for Economic Co-operation and Development (OECD), Potential Pro-competitive and Anti-Competitive Aspects of Trade/Business Associations, DAF/COMP (2007)45, p. 35

^{25,27} United Kingdom Office of Fair Trading, Trade Associations, professions and self-regulating bodies, 2004, p. 10

²⁶ Organization for Economic Co-operation and Development (OECD), Potential Pro-competitive and Anti-Competitive Aspects of Trade/Business Associations, DAF/COMP (2007)45, p. 37-38

Actividades de las Asociaciones y la legislación de competencia

Caso de Asociación de Puestos de Bolsa de El Salvador²⁸



La Superintendencia de El Salvador analizó una publicación realizada por la Asociación de Puestos de Bolsa de El Salvador (PDBESA), en la cual se informa al público de las comisiones que sus asociados cobrarían por sus servicios de intermediación.

En este caso, la Superintendencia consideró que la actuación de la Asociación respondía a un acuerdo entre sus asociados allí mencionados (todos ellos competidores entre sí), por lo que la responsabilidad de la misma recaía en estos últimos, quienes fueron multados.

Recomendaciones, mejores prácticas y códigos de conducta

Las mejores prácticas, reglamentos, códigos de conducta y recomendaciones que emitan las Asociaciones no se pueden referir a ninguno de los aspectos mencionados en la sección “Acuerdos de colaboración entre competidores” (precios, cobertura de mercado,

volúmenes de producción y/o participación en licitaciones), ni tampoco tender a uniformar las condiciones en las que se ofrecen los productos en el mercado.

Las recomendaciones deben ser de acatamiento voluntario. No deben imponerse sanciones a quienes no las cumplan, ni incentivos a quienes lo hagan²⁹.



²⁸ Resolución del Consejo Directivo de la Superintendencia de Competencia del 18 de octubre de 2007. SC-001-O/PA/R-2007.

²⁹ United Kingdom Office of Fair Trading,, Trade Associations, professions and self-regulating bodies, 2004, p. 6

Actividades de las Asociaciones y la legislación de competencia

Caso de la Asociación de Empresas de Transporte Urbano de Pasajeros en Perú ³⁰

En diciembre de 2009, INDECOPI sancionó a la Asociación de Empresas de Transporte Urbano de Pasajeros (ASETUP), por realizar “prácticas colusorias horizontales” destinadas a incrementar los precios de los pasajes del servicio de transporte de pasajeros en Lima Metropolitana y Callao.

La actuación cuestionada se dio mediante una serie de declaraciones a los medios de comunicación por parte del Presidente de ASETUP. INDECOPI consideró que la Asociación había cometido esta conducta, por medio de una “recomendación” a los participantes del mercado, que tenía por objeto alinear la conducta comercial de los integrantes de una Asociación, y de ahí su sanción.



Publicidad

La publicidad es una herramienta competitiva para que las empresas comuniquen a los consumidores información sobre sus productos, y la principal forma que tienen estos últimos de conocer sus características.

Por ello, las Asociaciones deben ser muy cuidadosas al regular la publicidad de sus miembros. Algunas de estas regulaciones sí se justifican, sobre todo aquellas que buscan que la publicidad sea legal, decente y veraz. Sin embargo, no se

permite limitar por esta vía la competencia en el mercado.

Algunos ejemplos de restricciones prohibidas a la publicidad son aquellas que prohíben ofrecer productos a los clientes de los competidores, comunicar precios, etc³¹.

Las limitaciones a la publicidad no pueden ser un mecanismo para reducir la competencia entre las empresas.

³⁰ Resolución 085-2009/CLC-INDECOPI de 22 de diciembre de 2009

³¹ United Kingdom Office of Fair Trading,, Trade Associations, professions and self-regulating bodies, 2004, p. 11

Actividades de las Asociaciones y la legislación de competencia

Contratos tipo

Las empresas no solo compiten por precio y calidad, sino que pueden hacerlo mediante ofrecimiento de diversos términos y condiciones de venta. Las Asociaciones no deben influir en este proceso competitivo. Por ello, son prohibidos los términos estandarizados y contratos tipo que afecten los precios de los productos, o que incluyan aspectos que sean determinantes en la decisión de compra del consumidor³².

El uso de contratos o términos tipo generados por las Asociaciones debe ser

voluntario, y no se deben referir a términos comerciales claves en los que las empresas usualmente compitan (tales como el precio, plazos de entrega, calidad, etc.).

El propósito de la estandarización debe ser promover el cumplimiento de la Ley, de mejoras técnicas, y de buenas prácticas comerciales.

La competencia también se puede limitar unificando términos comerciales además del precio y volumen de producción.

Posibles prácticas restrictivas según su efecto

Las Asociaciones pueden a veces utilizarse como un instrumento para ejercer poder de mercado, lo cual debe también evitarse.

Particularmente, este riesgo se da en aquellos casos en los que la Asociación agrupa a agentes económicos que – conjunta o separadamente – tienen posiciones dominantes en el mercado en que participan. En estos casos, las acciones realizadas en el seno de la Asociación podrían constituir un abuso de dicho poder, afectando la capacidad de competir de otros miembros de la Asociación y empresas no agremiadas. En especial, las siguientes actividades de las Asociaciones tienen relevancia con relación a estas prácticas anticompetitivas:

Membresía a las Asociaciones (afiliación y expulsión)

Las reglas de afiliación y/o expulsión de miembros de una Asociación no deben permitir que una Asociación o sus miembros excluyan arbitrariamente a una empresa, y le impidan recibir los beneficios derivados de su afiliación.

La expulsión arbitraria de un miembro, o su denegatoria de ingreso injustificada, podría constituir una infracción a la legislación de competencia.

Por ello, es importante que³³:

³² United Kingdom Office of Fair Trading,, Trade Associations, professions and self-regulating bodies, 2004, p. 16

³³ United Kingdom Office of Fair Trading,, Trade Associations, professions and self-regulating bodies, 2004, p. 13

Actividades de las Asociaciones y la legislación de competencia

A	B	C
La afiliación a una Asociación sea voluntaria	Los criterios para admitir o para expulsar miembros sean transparentes, basarse en parámetros objetivos y razonables;	Las normas sobre admisión y expulsión de miembros se apliquen de manera no-discriminatoria.

La preocupación surge en los casos en que la Asociación tiene una relevancia tal en una industria que la exclusión de una empresa lo coloca en una posición de desventaja competitiva. Esto no ocurre con todas las Asociaciones, y particularmente no sucede cuando la empresa excluida tiene una alternativa razonable para obtener los servicios o beneficios que le están siendo denegados³⁴.

Es recomendable que los requisitos de ingreso y permanencia en las Asociaciones sean claros, se relacionen siempre con sus fines legítimos, sean objetivos, se apliquen de forma transparente y por igual para todos, sean sostenibles en el tiempo, no sean irrazonablemente restrictivos, y se apliquen por medio de un procedimiento simple y transparente³⁵.

Cuando la Ley exige la membresía a una organización gremial como requisito de ingreso al mercado (como en el caso de los Colegios Profesionales), los requisitos no podrán ir más allá de lo necesario para cumplir con los fines de dicha Ley. Los requisitos excesivos, desproporcionados o subjetivos limitan la competencia, privilegian a los agentes económicos

existentes por sobre los nuevos entrantes, y limitan las opciones de los consumidores.

En igual sentido, todos los programas y beneficios de la Asociación deben estar disponibles para todos sus miembros de una forma no discriminatoria³⁶.

Prestación de servicios a no afiliados

En ocasiones, los servicios que prestan las Asociaciones o los reportes que difunden son esenciales para poder participar en el mercado en condiciones razonables.

En estos casos, es importante que dichos servicios, productos o reportes estén disponibles públicamente no solo para los miembros de la Asociación, sino también para quienes no lo son.

Es normal que la Asociación establezca algún tipo de beneficio o descuento para sus miembros por encima de quienes no lo son, pero este beneficio no podrá ser desproporcionado ni convertirse en una forma de excluir a los no-miembros del mismo, o de colocarlos en desventaja competitiva³⁷.

³⁴ Organization for Economic Co-operation and Development (OECD), Potential Pro-competitive and Anti-Competitive Aspects of Trade/Business Associations, DAF/COMP (2007)45, p. 33

³⁵ Fiscalía Nacional Económica de Chile, Asociaciones Gremiales y Libre Competencia, Agosto 2011, p. 24-25

³⁶ ABA Section of Antitrust Law, Antitrust Compliance: Perspectives and Resources for Corporate Counselors, 2da Ed., 2010, p. 301

³⁷ Fiscalía Nacional Económica de Chile, Asociaciones Gremiales y Libre Competencia, Agosto 2011, p.27

Actividades de las Asociaciones y la legislación de competencia

Autorregulación de las Asociaciones

La autorregulación es un sistema mediante el cual una industria se vigila a sí misma, y sus miembros colaboran para acordar formas de comportamiento deseados, y organizar mecanismos que aseguren su cumplimiento.

A pesar de tener claros beneficios, en ocasiones la autorregulación también puede ser negativa, ya que por esta vía se

pueden establecer reglas que limiten o restrinjan la competencia. Por ello, es recomendable que las normas de autorregulación³⁸:

Si los servicios y estudios que brinda una Asociación son esenciales para participar en un mercado, es recomendable que no sean denegados a nadie. Ni siquiera a quienes no son miembros.

A	Sean transparentes y objetivas
B	No contengan regulaciones sobre temas comerciales sensibles ³⁹
C	No permitan la imposición de medidas arbitrarias o injustificadas
D	Se apliquen con procedimientos claros y transparentes
E	No permitan la exclusión de empresas del mercado o el impedimento de su entrada

Estándares técnicos de las Asociaciones

Una de las actividades usuales de las Asociaciones es el de establecer estándares de calidad y seguridad en una industria, así como certificar empresas y/o productos sobre el cumplimiento de dichos estándares.

Cuando no se diseñan o ejecutan correctamente, estos procesos de fijación de estándares o de certificación pueden convertirse en barreras de

entrada al mercado, eliminar competidores, impedir la innovación, o incluso facilitar el manejo del mercado por un grupo de empresas.

Una primera preocupación es la de evitar establecer por esta vía esquemas de colaboración entre competidores que correspondan a un cartel⁴⁰. Adicionalmente, existen otros efectos potencialmente restrictivos al mercado, los cuales podrían constituir una práctica restrictiva según su efecto.

³⁸ Fiscalía Nacional Económica de Chile, Asociaciones Gremiales y Libre Competencia, Agosto 2011, p. 28

³⁹ Ver sección 4.1.1.

⁴⁰ Ver sección 4.1.1. anterior.

Actividades de las Asociaciones y la legislación de competencia

En este contexto, para verificar la legalidad de un esquema de fijación de estándares generalmente se consideran los siguientes elementos⁴¹:

Participación en el proceso: Los estándares deben ser ampliamente discutidos, y resultar de un amplio consenso. La participación en el proceso debe ser irrestricta inclusive para quienes no son miembros de la Asociación.

Cobertura del mercado: Si la Asociación agrupa a empresas que en conjunto tienen dominancia en el mercado, debe poner especial atención en que sus estándares puedan ser aplicados de forma amplia, clara y no-discriminatoria.

Objetividad del estándar: Ningún estándar debe favorecer de forma subjetiva a un competidor o grupo de competidores por encima del resto. El diseño de los estándares debe siempre ser objetivo y libre de favorecimientos o influencias⁴².

Alcance del proceso: Entre mayor sea la influencia de los estándares en las actividades de la industria, mayores serán las preocupaciones competitivas.

Obligatoriedad del estándar: Los estándares no deben ser obligatorios, ya que cuando lo son, frecuentemente limitan la innovación y el desarrollo.

Beneficios al consumidor: Los estándares deben proporcionar beneficios tangibles, claros y demostrables a los consumidores.

Asimismo, se recomienda que los mecanismos de certificación para acreditar el cumplimiento con la norma

sean voluntarios, estén disponibles para todos (miembros o no), y se apliquen de forma objetiva⁴³.



⁴¹ Organization for Economic Co-operation and Development (OECD), Potential Pro-competitive and Anti-Competitive Aspects of Trade/Business Associations, DAF/COMP (2007)45, p. 38-39

⁴² ABA Section of Antitrust Law, Antitrust Compliance: Perspectives and Resources for Corporate Counselors, 2da Ed., 2010, p. 301

⁴³ Fiscalía Nacional Económica de Chile, Asociaciones Gremiales y Libre Competencia, Agosto 2011, p. 30

Actividades de las Asociaciones y la legislación de competencia

Caso Anseau-Navewa (Corte Europea 1982) ⁴⁴



Este caso es un ejemplo de un estándar técnico injustificado, que creó una barrera de entrada al mercado.

La Comisión Europea impuso una multa, confirmada por el Tribunal Europeo, a Asociaciones de fabricantes, importadores y distribuidores de lavadoras y lavaplatos de Bélgica, así como a proveedores de servicio de agua en ese país que tenían facultad de aprobar cuáles equipos son aptos para conectarse al suministro público de agua.

Según los actos anulados, las máquinas de lavar podían instalarse solamente si tenían un certificado de conformidad emitido por determinadas Asociaciones. Estas Asociaciones, en su caso, tenían la membresía restringida solamente a fabricantes e importadores autorizados. Así, los fabricantes extranjeros se veían compelidos en la práctica a nombrar un importador miembro de la Asociación para que distribuya sus productos. Por ende, en la práctica estas restricciones tenían la intención y el efecto de dificultar las importaciones paralelas, ya que para un importador no autorizado era imposible obtener la certificación.

Gestiones ante las autoridades

Existe un derecho constitucional de petición ante cualquier autoridad. Sin embargo, el derecho de petición no

justifica acciones anticompetitivas, ni provee inmunidad ante incumplimientos a la Ley. La violación a la Ley no se justifica si una autoridad la tolera, la promueva o participa en ella⁴⁵.



⁴⁴ Goyder, D.G. EC Competition Law, 3ra ed., (1998), p. 491-492.

⁴⁵ ABA Section of Antitrust Law, Antitrust Compliance: Perspectives and Resources for Corporate Counselors, 2da Ed., 2010, p. 302

Actividades de las Asociaciones y la legislación de competencia

Caso: Fijación de precios de las tarimas de madera en Costa Rica⁴⁶

Representantes de la Cámara Costarricense Forestal solicitaron al Ministro de Economía el aumento del arancel para evitar las importaciones de las tarimas de madera. Asimismo, se comprometieron a que sus miembros venderían el producto a un precio determinado. El Ministerio, acogiendo la solicitud, elevó el arancel del producto, basándose entre otras cosas en este acuerdo de la industria.

La Comisión para Promover la Competencia consideró que dicho acuerdo de precios entre competidores constituía un cartel, y sancionó a cada una de las empresas que participaron en el acuerdo. Asimismo, censuró la actuación del Ministerio y le hizo notar al Ministro la ilegalidad de este acuerdo.



⁴⁶ Sesión Ordinaria # 39-96. Artículo Cuarto. 19 de noviembre de 1996.



Consejos
prácticos
para las Asociaciones

Consejos prácticos para las Asociaciones

Las Asociaciones Gremiales juegan un rol importante en la construcción de un mejor país, lo que se traduce en mejores condiciones de vida para todos.

Los siguientes son algunos consejos sobre cómo las Asociaciones pueden disminuir el riesgo de facilitar infracciones al derecho de la competencia en sus actividades normales:

Política de cumplimiento con la Ley de competencia

Es recomendable que toda Asociación de empresas:

- Elabore una política de cumplimiento de las leyes de competencia, la cual incorpore los conceptos señalados en esta guía, e incluya procedimientos y consecuencias en caso de incumplimiento. La política de cumplimiento debe revisarse y actualizarse periódicamente.
- Distribuya y comunique la política de cumplimiento ampliamente entre sus miembros, directores, proveedores y cualquier tercero con el que tengan relaciones.
- Tenga personal capacitado a cargo de implementar la política y controlar su cumplimiento.

- Mantenga registros completos de todas sus actividades, incluyendo sus objetivos, participantes y resultados alcanzados.
- Asegúrese que el ingreso y permanencia en la Asociación se basa en criterios objetivos que son aplicados de manera uniforme, y que los derechos y beneficios por participar están disponibles para todos los miembros de forma no-discriminatoria.
- Cerciórese que los reportes, documentos e información emanada de la Asociación cuyo conocimiento conceda ventajas competitivas estén disponibles también para quienes no sean miembros.



Consejos prácticos para las Asociaciones

Acuerdos entre competidores⁴⁷

Cuando, al amparo de la Asociación, se promuevan conversaciones o acuerdos que involucren a competidores, se recomienda:

- Asegurarse que el objeto del acuerdo sea legal y vaya acorde con el objeto y propósitos de la Asociación.
- Valorar la conveniencia del acuerdo considerando sus efectos actuales y potenciales en el mercado.
- Cuando sea posible, documentar los propósitos de las partes al buscar el acuerdo.
- Limitar la actividad conjunta exclusivamente a lo que sea estrictamente necesario para alcanzar el objetivo (lícito) del acuerdo.
- Tomar las previsiones para que, aún en los acuerdos de contenido legal, su aplicación e implementación no facilite la realización de prácticas anticompetitivas.



⁴⁷ Fiscalía Nacional Económica de Chile, Asociaciones Gremiales y Libre Competencia, Agosto 2011, p. 12

Consejos prácticos para las Asociaciones

Reuniones entre competidores⁴⁸

Es recomendable seguir ciertas reglas básicas para evitar que las reuniones entre competidores se utilicen con fines anticompetitivos:

- Previo a cada reunión preparar una agenda, y asegurarse que todos los temas en ella puedan discutirse legalmente.
- Asegurarse que personal de la Asociación capacitado en temas de competencia esté siempre presente en las reuniones, y que se asegure que no se discuta ningún tema que no está contenido en la agenda.
- Mantener registros precisos de los temas que se discuten en la reunión.
- Si alguno de los asistentes inicia una discusión o conversación que pueda tener una incidencia en potenciales prácticas anticompetitivas se debe impedir que la discusión continúe. Quienes insistan en continuar discutiendo el tema deben retirarse, o debe interrumpirse de inmediato la reunión.
- Se recomienda que la Asociación no promueva, permita ni tolere reuniones privadas y/o secretas entre empresas realizadas bajo el pretexto de ser una actividad de la Asociación.



⁴⁸ ABA Section of Antitrust Law, Antitrust Compliance: Perspectives and Resources for Corporate Counselors, 2da Ed., 2010, p. 302

Guía de orientación práctica para las Empresas
miembros de Asociaciones

Guía práctica para las Empresas miembros de Asociaciones

Las siguientes son unas recomendaciones dirigidas a empresas que sean miembro de Asociaciones:

Se recomienda prestar especial atención para no incurrir en prácticas ilegales al:

- ❌ Alcanzar acuerdos, entendimientos e incluso sostener conversaciones sobre información comercial, estrategias de negocios, precios, inventarios, términos comerciales, etc.
- ❌ Intercambiar información desagregada, que no sea de acceso público, sobre decisiones comerciales a futuro, o de manera directa sin intermediación de un tercero. Esto incluye intercambios de información que se organicen para estudios de mercado, encuestas y similares que permita tener acceso a datos individualizados de los participantes.
- ❌ Formar parte de negociaciones conjuntas para vender o comprar productos y/o servicios.

Se recomienda a empresarios o miembros de las Asociaciones:

- ✓ Antes de participar en una reunión en la que estén presentes competidores, asegurarse que se ha preparado una agenda, que haya sido revisada por un asesor legal, y cumplirla.
- ✓ Devolver de forma inmediata cualquier información comercialmente sensible que reciba sobre las actividades de un competidor, explicando por escrito los motivos por los cuales la devuelve.
- ✓ Hacerse acompañar de un asesor legal a las reuniones en caso que tenga dudas sobre la legalidad de alguno de sus contenidos.
- ✓ Manifestarse en contra de cualquier discusión (formal o informal) que podría representar una violación contra la Ley, y abandonar cualquier reunión en la que estas discusiones continúan. Informar a los presentes sobre el motivo por el cual abandonan la reunión, y si en la reunión se levantan actas, hacer que en esta conste su salida y los motivos.
- ✓ Documentar la fuente de toda información recabada sobre las actividades de los competidores.

La CDPC es un aliado para su empresa.



Comisión para la
Defensa y Promoción
de la Competencia

(504)2231-1054 • (504)2232-4233 • (504)2232-4233
comision@cdpc.hn
www.cdpc.hn