

# Guía de Libre Competencia para Asociaciones Empresariales y Gremiales



Comisión de Promoción y  
Defensa de la Competencia



MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS  
REPÚBLICA ORIENTAL DEL URUGUAY

Expositores:  
Dra. Patricia Ordoqui  
Ec. Gonzalo Ramos



# 1.

## **SOBRE LA GUÍA DE LIBRE COMPETENCIA PARA ASOCIACIONES EMPRESARIALES Y GREMIALES.**

### Guía

Es un documento elaborado por la CPDC orientado a **promover** y **garantizar** la libre competencia en los mercados, realizado en el ámbito del cumplimiento de su deber de abogacía de la competencia.

### Co – participación

Sometido a consulta de distintas asociaciones y especialistas en el área a fin de escuchar opiniones y sugerencias



## DERECHO A ASOCIARSE.

4

» Es un derecho humano (Art. 39 de la Constitución)

*Todas las personas tienen el derecho de asociarse, cualquiera sea el objeto que persigan, siempre que no constituyan una asociación ilícita declarada por la ley.*

» Vinculado a la libertad de empresa.

» Asociaciones - Sentido amplio. Incluye: asociaciones empresariales, gremiales, profesionales, confederaciones, federaciones y colegios profesionales



## ASOCIACIONES – OBJETO Y FIN

5

- » Nuclear a los agentes/sujetos
- » Canalizar y representar sus intereses.
- » Ámbito de negociación estrategias comunes.
- » Ámbito de intercambio de información.
- » Cumplen un importante rol en el desarrollo industrial y empresarial.
- » Educación y capacitación de sus asociados.



## ASOCIACIONES

6

- » Pueden representar un riesgo para la libre competencia de los mercados.
- » Ámbito para que agentes acuerden prácticas en beneficio de los competidores pero en perjuicio de los consumidores.



- » Emitir instrucciones particulares.
- » Entendió necesaria la elaboración de una guía.
- » Informar sobre los riesgos que ciertas acciones conjuntas o coordinadas representan en la medida que transgredan la normativa de defensa de la competencia.
- » Ley de orden público.



# 2.

## **SOBRE LA DEFENSA DE LA COMPETENCIA EN EL URUGUAY**



## QUÉ ES LA COMPETENCIA?

Contienda comercial por la cual distintos agentes económicos que ofrecen productos o servicios, se disputan una misma clientela, buscando ganar mercado y maximizar utilidades.





## PARA LOGRARLO

10

- » Buscan diferenciarse en su oferta (calidad o precio)
- » Esa búsqueda en la diferenciación suele beneficiar al consumidor.
- » Frente a mayor variedad tendrá oportunidad de elegir (necesidades – gustos – posibilidades)



## EN ÁMBITO DE COMPETENCIA, LAS EMPRESAS SE ESFUERZAN POR:

11

- » Mejorar la calidad de productos y servicios.
- » Mayor variedad de bienes y servicios
- » Ofrecer precios más bajos.
- » Mejorar la atención.
- » Mejorar la información.



## MERCADOS COMPETITIVOS

12

- » La competencia incentiva a las empresas a mejorar la calidad y/o reducir los precios.
- » Cuando hay competencia triunfan los agentes económicos más eficientes.
- » Garantiza mayor número de bienes/servicios al menor precio posible.
- » Crea estímulos para la innovación.



## NORMATIVA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA EN NUESTRO PAÍS.

13

- » Origen: Constitución de la República (libertad de comercio y empresa, derecho a la igualdad y propiedad)
- » Ley 18.159 (30/07/2007)
- » Decreto reglamentario 404/007 (29/10/2007)



## ÓRGANO DE APLICACIÓN DE LA LEY 18.159

14

- » Comisión de Promoción y Defensa de la Competencia
- » Sectores sometidos al control o superintendencia de órganos reguladores especializados, tales como el BCU, URSEC, URSEA, está a cargo de dichos órganos.



## BENEFICIOS DE LA NORMATIVA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

15

- » Existe para garantizar el derecho a competir bajo iguales condiciones de acceso a los mercados.
- » Garantizar la adopción de decisiones con absoluta libertad e independencia.
- » Asegurar la competencia en los mercados.

## PRÁCTICA ANTICOMPETITIVA.

16

- » Práctica, conducta o recomendación, cometida en forma individual o concertada, que tiene por efecto u objeto restringir, limitar, obstaculizar, distorsionar o impedir la competencia actual o futura en el mercado.
- » Abuso de posición dominante.
- » Acuerdos colusorios entre los agentes.



## POSICIÓN DOMINANTE

17

- » Definición: agente económico que se comporta de forma independiente, fijando precios y condiciones de contratación sin tener en cuenta sus competidores.
- » Es legítima en la medida que no exista abuso.



## SON ILEGALES LOS MONOPOLIOS EN NUESTROS PAÍS? NO.

18

- » Constitución y ley admiten su existencia y legalidad.
- » Monopolio legal: Todo derecho, facultad o prerrogativa excepcional, otorgada o reconocida por ley, no se considerará práctica anticompetitiva.
- » Monopolio como acto de concentración económica, requiere autorización por parte de la CPDC (Art.9)
- » Prohibido el abuso de esa posición monopólica.



## A QUIÉNES ALCANZA LA LEY DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA?

19

- » A todas las personas: físicas, jurídicas, públicas, privadas, nacionales o extranjeras.
- » Que desarrollen actividad económica con o sin fines de lucro en el territorio uruguayo.
- » O en el extranjero en tanto desplieguen sus efectos en nuestro país.

## ES APLICABLE LA LEY DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA A LAS ASOCIACIONES? SI.



- » Art. 4 literal J.
- » Se declaran expresamente prohibidas determinadas prácticas, aun cuando sean resueltas a través de asociaciones o gremiales de agentes económicos.



## ALCANCE DE LA LEY

21

- » Es aplicable tanto a las asociaciones como a las empresas o personas que la integran y sus representantes.



## QUÉ TIPO DE SANCIONES PUEDEN APLICARSE A LAS ASOCIACIONES?

22

- » Apercibimiento.
- » Apercibimiento + publicación
- » Multa de un mínimo de 100.000 UI y un máximo de
  - 20.000.000 de UI
  - 10% facturación anual del infractor.
  - Equivalente a 3 veces el perjuicio ocasionado.



## CESE DE LA PRÁCTICA.

23

- » Potestad del órgano de aplicación de disponer el cese de la conducta prohibida.

- » Art. 19 Ley 18.159
- » Además de las sanciones impuestas a la persona jurídica , también podrá imponerse sanciones a los integrantes de los órganos de administración y representación que hayan contribuido activamente a la conducta.





## DEBER DE COLABORACIÓN.

25

- » Art. 14 y 17 de la Ley 18.159.
- » Obligación de proporcionar toda la información que conociere y todo documento que estuviere en su poder.
- » La omisión se considera como una presunción en su contra.
- » Excepción: secretos comerciales, know how, inventos fórmulas y patentes.



## LAS ASOCIACIONES COMO PARTE DENUNCIANTE Y COMO ARREPENTIDO. 26

- » Cualquier persona puede denunciar la existencia de prácticas prohibidas. (Art. 12)
- » Se considerará una atenuante la denuncia de un acuerdo realizada por uno de sus integrantes (Art. 17 de la Ley 18.159 y 34 del D. 404/007).
- » Pruebas suficientes para la sanción de los demás.
- » Que no haya creado o iniciado el acuerdo.



# 3.

## **PRÁCTICAS QUE PUEDEN RESULTAR ANTICOMPETITIVAS**

### Recomendaciones de precios

Son asimilables a acuerdos de fijación de precios.

No importa la vía de comunicación.



### Reparto de mercados

Involucra la intención de no competir.



### Boicots

Consiste en realizar algún tipo de bloqueo en forma coordinada.



### Intercambio de información

Problemático cuando la misma es sensible o refiere a estrategias de comportamiento.



### Publicidad

Problemático cuando se restringe la autonomía de actuación de las empresas.





### Estandarización

Problemático cuando no tiene sustento técnico y se restringe la competencia



### Contrato tipo

Problemático cuando se restringe la competencia y hace homogéneo el actuar de las empresas competidoras



### **Barreras artificiales de acceso a las asociaciones**

Condiciones de afiliación

- Criterios claros, objetivos y transparentes

Autorregulación

- Códigos de conducta y ética



### **Coordinación en contrataciones públicas**

- Supresión de ofertas
- Ofertas complementarias
- Rotación de ofertas
- Asignación de mercados





# 4.

## RECOMENDACIONES

## Recomendaciones

### No cometer prácticas anticompetitivas



Ni participar en ellas de ninguna forma.

### Propuesta anticompetitiva



Oponerse y dejar constancia de ello.

### Dudas



sobre legalidad, puede plantear la consulta correspondiente en la Comisión.

### Actas



Completas de las actividades y acuerdos.

### Testigo



Corresponde hacer la denuncia, se puede pedir el beneficio de clemencia.

### Asistencia



Para saber quiénes participaron en las distintas instancias de tomas de decisión.

## Recomendaciones

### Asesoramiento



Contar con asistencia legal especializada.

### No recomendar



Precios ni volúmenes.

### No facilitar



Que los competidores acuerden sobre las variables clave.

### Restricciones injustificadas



Sobre estándares, publicidad, condiciones de ingreso.

### No publicidad



Con recomendaciones de precios y otras condiciones comerciales.

### Estándares concretos



No utilizarlos para restringir la oferta.

## Recomendaciones

40

### Contrato tipo



Evitarlos y la adhesión debe ser voluntaria. En caso de implementarlos, claros los beneficios.

### Afiliación



Condiciones objetivas y aplicables a todos, sin discriminación.

### Reuniones no presenciales



Deben ser consideradas igual que las presenciales, lo importante no es el medio.





*Rara vez se reúnen las gentes del mismo gremio, ni siquiera por diversión o entretenimiento, pero cuando lo hacen, la conversación termina en alguna conspiración contra el público, o en alguna maquinación para subir los precios.*

*Adam Smith*

*“La Riqueza de las Naciones”*

Muchas gracias !

42

# Preguntas?

Pueden contactarnos en:

- » 1712 3511
- » [competencia@mef.gub.uy](mailto:competencia@mef.gub.uy)
- » [competencia.mef.gub.uy](http://competencia.mef.gub.uy)

