



GUÍA BÁSICA DE
LIBRE COMPETENCIA
PARA ASOCIACIONES
EMPRESARIALES
Y GREMIALES



PRESENTACIÓN

Las asociaciones empresariales o gremiales tienen una amplia incidencia en todos los sectores de la actividad económica nacional e, independientemente de las marcadas diferencias en sus fines y estructuras, todas cumplen un rol importante en sus respectivos mercados mediante la definición y ejecución de estrategias para promover el desarrollo y protección de las actividades e intereses comunes de sus asociados.

Estos colectivos conformados por agentes económicos que son competidores directos en su actividad económica principal, constituyen foros de discusión y estudio de las condiciones en que operan sus miembros a los fines de identificar y mitigar barreras de entrada legales y establecer estándares de mejores prácticas. Si bien de manera preliminar estos encuentros son legítimos, los mismos podrían propiciar el desarrollo de actividades y conductas contrarias a las disposiciones de orden público de la Ley General de Defensa de la Competencia, núm. 42-08.

Esta Guía Básica de Libre Competencia para Asociaciones Empresariales y Gremiales (en adelante “la Guía”), es un esfuerzo de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (PRO-COMPETENCIA) en ejercicio de sus facultades legales para divulgar el contenido de la Ley General de Defensa de la Competencia, núm. 42-08, presentando de una manera sencilla las disposiciones de esta ley a las organizaciones empresariales y gremiales, así como a los empresarios y profesionales en ejercicio. Así pues, el objetivo perseguido por PRO-COMPETENCIA con la publicación de la presente Guía es facilitar la comprensión de dichos agentes de mercado de los conceptos

Comisión Nacional de Defensa de la
Competencia (PRO-COMPETENCIA)

___ de _____ de _____

básicos sobre competencia económica con el fin ulterior de que puedan asimilar los principios generales de la libre competencia a las actividades productivas que se desarrollan en el territorio de la República Dominicana.

PRO-COMPETENCIA, con el firme propósito de alcanzar el logro de los objetivos de la Ley núm. 42-08 de promover y defender la competencia efectiva para incrementar la eficiencia económica en los mercados de bienes y servicios nacionales, ha considerado oportuno dotar a los colectivos empresariales y gremiales, así como a sus miembros en su calidad de agentes económicos en ejercicio de su derecho de asociación y de libre empresa, de una herramienta que sirva como orientación y referencia para la adecuación de sus actividades a los lineamientos de esta ley.

La Comisión Nacional de Defensa de la Competencia confía que la publicación y presentación de la Guía, conllevará un mayor empoderamiento de las asociaciones empresariales y gremiales en su rol de modelar las actividades de sus asociados en observación de la normativa especial en materia de competencia; lo que, sin duda, se traducirá en la generación de condiciones idóneas para fomentar la eficiencia productiva y la innovación en mercados efectivamente competitivos. En efecto, la aplicación de los conceptos y criterios desarrollados en la presente Guía requiere un especial compromiso e interiorización, por parte de las asociaciones empresariales gremiales, de los valores y principios que fundamentan las reglas que rigen en materia de libre competencia.

CONTENIDO

PRESENTACIÓN	3
INTRODUCCIÓN	9
HABLEMOS DE COMPETENCIA	11
1. ¿Qué es la competencia efectiva?	11
2. ¿Por qué beneficia la competencia económica a los agentes económicos productores, comercializadores o prestadores de productos y servicios?	11
3. ¿Cuáles son las reglas en materia de defensa de la competencia aplicables a los agentes económicos en el ejercicio de sus actividades productivas?	14
4. ¿Quién aplica la política de competencia en República Dominicana?	14

5. ¿Qué es una práctica anti-competitiva? **15**
-
6. ¿La Ley General de Defensa de la Competencia es aplicable a las actividades de las Asociaciones y sus miembros? **20**
-
7. ¿Cuáles son las consecuencias para la Asociación por cometer prácticas anticompetitivas? **21**
-
8. ¿En qué consiste el procedimiento administrativo de PRO-COMPETENCIA? **21**
-
9. ¿Puede una asociación denunciar posibles prácticas anticompetitivas ante PRO-COMPETENCIA? **23**
-
10. ¿Cuáles son las actividades que realizan las asociaciones en ejercicio de su rol y que no contradicen los principios de la Ley General de Defensa de la Competencia? **23**
-
11. ¿Cuál tipo de recomendaciones o decisiones de las asociaciones podrían constituir

prácticas anticompetitivas sancionables por aplicación de la Ley General de Defensa de la Competencia? **25**

12. ¿Cuáles son las prácticas más comunes de las asociaciones que podrían constituir prácticas contrarias a la Ley núm. 42-08? **26**
-

13. ¿Qué prácticas deberían adoptar las asociaciones empresariales a fin de evitar incurrir en violaciones a la Ley de Defensa de la Competencia? **30**
-

14. ¿Cuáles prácticas deberían evitar las asociaciones empresariales? **33**
-

15. ¿Cuáles medidas pueden implementar los miembros de una Asociación para alinear su participación a las disposiciones de la Ley General de Defensa de la Competencia? **35**
-

RECOMENDACIONES GENERALES **36**

Recomendaciones para reducir el riesgo de conductas anticompetitivas **36**

Criterios generales para participación en asociaciones empresariales en observación de los principios de la Libre Competencia. **37**

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS **41**

SERVICIOS **42**

INTRODUCCIÓN

En la República Dominicana el desarrollo de las actividades económicas de los diversos mercados de bienes y servicios en ejercicio del derecho a la libre empresa consagrado por la Constitución Dominicana, ha conllevado una intensa interrelación entre los agentes económicos que participan en un mercado determinado, así como con agentes económicos privados de mercados conexos y entes de las Administración Pública que por mandato legal tienen injerencia en el logro de sus objetivos comerciales. El reconocimiento de la homogeneidad de sus intereses de carácter general constituye el fundamento esencial para la formación de asociaciones empresariales y profesionales, cuyas gestiones resultan ser más efectivas que aquellas realizadas de manera independiente por sus miembros. De ahí que se le haya otorgado rango constitucional al derecho de asociación en nuestro ordenamiento legal.

En general, las asociaciones desempeñan un rol importante en el desarrollo industrial y empresarial de los mercados, pudiendo impulsar el uso de mejores prácticas y la adopción de medidas comerciales para aumentar la eficiencia en sus actividades. En efecto, estos colectivos abordan problemáticas comunes con el objetivo de darles solución mediante acciones que procuran generar las condiciones idóneas para el mejor desenvolvimiento de sus actividades productivas elevando el nivel de competitividad de sus respectivos mercados. En la práctica, el logro de este objetivo supone el diseño y ejecución de proyectos de investigación, abogacía y colaboración con el Estado, así como el desarrollo e implementación de programas de definición, difusión y capacitación de mejores prácticas y estándares de calidad.

Sin embargo, en ocasión del ejercicio de ese rol, dada la naturaleza de este tipo de agrupaciones y como consecuencia de las interacciones entre los miembros de las asociaciones o colegios gremiales, pueden presentarse conductas o prácticas desviadas de los principios rectores de la Ley General de Defensa de la Competencia. En efecto, la coordinación de ciertas acciones conjuntas, propias de este tipo de grupos asociativos puede implicar riesgos desde el punto de vista de la normativa de defensa de la competencia. Así, cuando las asociaciones no actúan con el objetivo de alcanzar metas legítimas en el ámbito de competencia, entonces crean un ambiente propicio para la comisión de prácticas anticompetitivas en los mercados.

Es por este motivo que PRO-COMPETENCIA entendió necesaria la elaboración de la presente Guía Básica de Libre Competencia para Asociaciones Empresariales y Gremiales, cuyo objetivo es ofrecer los lineamientos y recomendaciones a las organizaciones incorporadas por empresas o por profesionales de un gremio sobre los principales elementos que deben considerar para evitar incurrir en conductas anticompetitivas.

A fin de interpretación de la Guía, se considera una asociación toda agrupación u organización gremial, sea de hecho o de derecho, que realice actividades en colectivo con el objetivo de alcanzar un interés particular; de ahí, que el término “asociación” se usa de forma genérica, por lo que sus recomendaciones aplican a toda forma de organización gremial, de hecho o de derecho, independientemente de la forma jurídica que adopte (cámaras, asociaciones empresariales o profesionales, confederaciones, colegios profesionales, federaciones, agrupaciones de hecho, otros).



HABLEMOS DE COMPETENCIA

1. ¿QUÉ ES LA COMPETENCIA EFECTIVA?

Es la condición de un mercado en la que los agentes económicos tienen la libertad para escoger cómo producir, vender y comprar productos y servicios de manera eficiente.

2. ¿POR QUÉ BENEFICIA LA COMPETENCIA ECONÓMICA A LOS AGENTES ECONÓMICOS PRODUCTORES, COMERCIALIZADORES O PRESTADORES DE PRODUCTOS Y SERVICIOS?

Porque en un esquema de competencia efectiva los agentes económicos son libres de entrar y salir de un mercado, así como de establecer las condiciones de oferta de sus bienes y servicios, compitiendo en igualdad de condiciones, con el objetivo de atraer las preferencias de los consumidores. A estos fines, las empresas se esfuerzan por mejorar las condiciones de los bienes y servicios que ofrecen, lo cual no solo beneficia al consumidor, sino que dinamiza la economía y fomenta la innovación.

En términos generales, la libre competencia genera los siguientes beneficios a los agentes económicos que operan en los diversos mercados de bienes y servicios:

a) **Genera condiciones idóneas para el ejercicio del derecho de libre empresa;** ya que la actividad económica se rige por la oferta y demanda de productos y servicios, sin distorsiones generadas por prácticas de agentes económicos de los diversos mercados.

c) **Reduce costos;** como consecuencia de incremento de la eficiencia operativa necesaria para mantener su competitividad en el mercado, lo cual a su vez podría traducirse en una mejora de precios al consumidor.

b) **Fomenta la eficiencia económica,** dado que los agentes económicos deben elevar su productividad para actualizar su oferta y mejorar la calidad de sus productos o servicios para no quedar rezagados frente a sus competidores, lo que repercute en que los productores tengan acceso a insumos con precios más competitivos y de mayor calidad.

d) **Contribuye al crecimiento económico;** por efecto del incremento de la demanda en reacción a la reducción en precios y mejora en calidad de los bienes y servicios de los diversos agentes que operan en condiciones de libre competencia.

3. ¿CUÁLES SON LAS REGLAS EN MATERIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA APLICABLES A LOS AGENTES ECONÓMICOS EN EL EJERCICIO DE SUS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS?

En la República Dominicana, la política de competencia económica, que es el instrumento que utiliza el Estado para la defensa y promoción de la competencia, está basada en el derecho a la libertad de empresas consagrado en el artículo 50 de la Constitución Política Dominicana y se rige específicamente por la Ley General de Defensa de la Competencia, núm. 42-08, promulgada el 25 de enero de 2008 (en lo adelante “Ley núm. 42-08”).



4. ¿QUIÉN APLICA LA POLÍTICA DE COMPETENCIA EN REPÚBLICA DOMINICANA?

La Ley General de Defensa de la Competencia creó la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (PRO-COMPETENCIA) como la autoridad responsable de promover y garantizar la existencia de la competencia efectiva en los mercados de bienes y servicios con el objetivo de **incrementar la eficiencia económica** y generar beneficios en favor de los consumidores y usuarios. En consecuencia, esta es la entidad responsable de aplicar la política de competencia en el país.

5. ¿QUÉ ES UNA PRÁCTICA ANTICOMPETITIVA?

Las prácticas anticompetitivas son prácticas realizadas por personas físicas o jurídicas que tienen por objeto o efecto limitar, restringir, falsear o distorsionar la competencia efectiva o imponer barreras de entrada al mercado, o que constituyen abuso de una posición dominante en un mercado, de modo que puedan afectar a los consumidores y la eficiencia económica.

La Ley núm. 42-08 tipifica tres tipos de conductas que llevadas a cabo por agentes económicos pueden configurar una infracción.

Acuerdos Anticompetitivos y/o Prácticas Concertadas

Son cualquier intercambio de voluntad expresado a través de un acuerdo, contrato o convenio, expreso o tácito, escrito u oral, susceptible de alinear el comportamiento competitivo de agentes económicos competidores, que tenga o pueda tener como efecto la prevención, restricción o distorsión de la competencia.

El artículo 5 de la Ley General de Defensa de la Competencia califica las siguientes prácticas como anticompetitivas:

- **Fijar, elevar, concertar o manipular el precio de venta o compra;** mediante acuerdos de precios, descuentos, cargos extraordinarios, otras condiciones de venta y el intercambio de información que tenga el mismo objeto o efecto.
- **Coludir en compras o contrataciones públicas;** coordinando las ofertas o la abstención en licitaciones, concursos y subastas públicas.
- **Repartir mercados;** mediante acuerdos de distribución o asignación de segmentos o partes de un mercado de bienes y servicios señalando tiempo o espacio determinado, proveedores y clientela.
- **Restringir la producción o compra de bienes;** estableciendo límites injustificados a la producción, distribución o comercialización de bienes; o prestación y/o frecuencia de servicios, sin importar la naturaleza de los mismos.
- **Negación de venta o compra;** cuando tiene por objeto o efecto eliminar a competidores del mercado, o limitar su acceso al mismo desde su posición de compradores o vendedores de productos determinados.

Abuso de Posición Dominante

Un agente económico tiene Posición Dominante en un mercado cuando ostenta poder de mercado que le permite determinar, directa o indirectamente, las condiciones de un sector con independencia del comportamiento de sus competidores, sus clientes y los consumidores, y que le brinda la posibilidad de obstaculizar el mantenimiento de una competencia efectiva. La posesión de una posición dominante por sí sola NO constituye una violación a la ley.

Acorde a la Ley General de Defensa de la Competencia **una conducta constituye un Abuso de Posición Dominante cuando la misma pretenda restringir la libre competencia**, debilitando la participación de los competidores, obstaculizando la entrada de otras empresas, o aplicando condiciones injustas a clientes, proveedores o consumidores.

Están calificadas como Abuso de Posición Dominante por el artículo 6 de la Ley General de Defensa de la Competencia las siguientes conductas:

- **Exclusividades;** subordinando la decisión de venta a que el comprador o usuario no compre o distribuya productos o servicios de otras empresas competidoras.
- **Ventas o Compras sujetas a condiciones;** imponiendo precios y otras condiciones de venta a sus revendedores, sin que exista razón comercial que lo justifique.
- **Ventas Atadas;** condicionando la venta del bien o prestación del servicio requerido, a la adquisición de otro bien o servicio adicional.

- **Venta sujeta a condición negativa;** mediante la venta u otra transacción sujeta a la condición de no contratar servicios, adquirir, vender o proporcionar bienes producidos, distribuidos o comercializados por un tercero.
- **Negativa de venta o suministro;** La negativa a vender o proporcionar bienes y servicios a determinado agente económico, que de manera usual y normal están disponibles o sean ofrecidos a terceros; cuando no existan proveedores alternativos disponibles que deseen vender en condiciones normales.
- **Discriminación injustificada;** aplicando condiciones desiguales para prestaciones equivalentes, que coloquen a unos competidores en situación de desventaja frente a otros sin que exista alguna razón comercial que lo justifique.



Actos de Competencia Desleal

Un agente económico realiza actos de Competencia Desleal cuando su práctica o comportamiento en el ámbito comercial o empresarial resulte contraria a la buena fe y ética comercial, con el objeto de desviar ilegítimamente la demanda de los consumidores.

El artículo 11 de la Ley General de Defensa de la Competencia sanciona las siguientes prácticas:

- **Actos de engaño,** mediante la difusión de informaciones incorrectas, falsas o incompletas que pueda inducir a error a los consumidores.

- **Actos de confusión,** por el uso o imitación de signos distintivos o cualquier medio de identificación que en el mercado se asocien a un tercero.
- **Actos de comparación indebida,** cuando estas no sean objetivamente comprobables o que siéndolo contengan afirmaciones o informaciones falsas o inexactas.
- **Actos de imitación,** cuando tengan por objeto impedir u obstaculizar el posicionamiento de competidores en el mercado.
- **Actos violatorios del secreto empresarial,** a través de la apropiación, divulgación o explotación sin autorización de su titular, de secretos empresariales o industriales.
- **Incumplimiento a normas,** cuando el agente económico se beneficia en el mercado de una ventaja competitiva resultante del incumplimiento del marco legal.
- **Actos de denigración** mediante la propagación de informaciones falsas sobre los productos y servicios de terceros.
- **Promover el incumplimiento de obligaciones contractuales** por parte de trabajadores, proveedores o clientes en perjuicio de los competidores, cuando tenga como objeto la difusión o explotación de un secreto industrial o empresarial, o la intención de eliminar a un competidor del mercado u otras análogas.

6. ¿LA LEY GENERAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA ES APLICABLE A LAS ACTIVIDADES DE LAS ASOCIACIONES Y SUS MIEMBROS?

La Ley General de Defensa de la Competencia, núm. 42-08 es de carácter público, lo que significa que todos los agentes económicos que inciden en la economía nacional se encuentran bajo su ámbito de aplicación.

En el caso de las Asociaciones, dado que estas constituyen puntos de encuentro en los cuales los actores de un mercado tienen interacción directa, pueden funcionar como foros de negociación para que los competidores convengan estrategias comerciales u operativas comunes y beneficiosas para ellos, pero con efecto negativo para aquellos competidores que no son miembros de la asociación y, **más importante aún**, para los consumidores. En consecuencia, las decisiones y recomendaciones de una Asociación que tengan por objeto o efecto generar barreras o restringir la competencia, pueden tipificar una práctica anticompetitiva sancionable por la Ley General de Defensa de la Competencia.

En ese sentido, la Ley núm. 42-08 es aplicable tanto a las Asociaciones como a las empresas que forman parte de las mismas, pudiendo ser aplicada a unas u otras de manera separada o a ambas simultáneamente, dependiendo de cada caso en particular. Es decir, que si la conducta prohibida es cometida por una o varias empresas que aunque formen parte de la Asociación, esta no tuvo incidencia en dicha práctica, solo serán sancionables aquellas empresas que participaron del ilícito. Sin embargo, cuando la conducta anticompetitiva fuera decidida en el seno de la Asociación, entonces esta, en su calidad de persona jurídica es pasible de sanción, independientemente de las empresas que hubieren participado en tal decisión.



7. ¿CUÁLES SON LAS CONSECUENCIAS PARA LA ASOCIACIÓN POR COMETER PRÁCTICAS ANTICOMPETITIVAS?

En caso de que la Asociación incurra en una práctica anticompetitiva prohibida por la Ley núm. 42-08, podría ser sujeto de un procedimiento administrativo sancionador por ante la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (PRO-COMPETENCIA).

8. ¿EN QUÉ CONSISTE EL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO DE PRO-COMPETENCIA?

Es el proceso mediante el cual PRO-COMPETENCIA conoce las denuncias e investigaciones de oficio generadas por la aplicación de la **Ley General de Defensa de la Competencia, núm. 42-08**, en observación de las formalidades establecidas en el Artículo 35 y siguientes de la ley.

Una vez comprobadas las infracciones de la Ley núm. 42-08, el Consejo Directivo podrá aplicar las sanciones de conformidad con el Artículo 61 de la ley y atendiendo a la gravedad de la infracción, la participación del agente económico, la reincidencia, entre otros aspectos; esto sin perjuicio de las sanciones penales o civiles que puedan ser impulsadas por los agentes económicos. La escala de sanciones es la siguiente:

Prácticas Prohibidas	Sanción Aplicable
<ul style="list-style-type: none"> • Fijar precios en el mercado. • Repartir segmentos de mercado. • Limitar la producción, distribución o comercialización. • Limitar acceso al mercado de competidores desde su posición de compradores o vendedores de productos determinados. • Subordinar la decisión de venta a que el comprador se abstenga de comprar o de distribuir productos o servicios de otras empresas competidoras. • La imposición por el proveedor, de precios y otras condiciones de venta a sus revendedores, sin razón comercial que lo justifique. • Transacciones condicionadas a adquirir o proporcionar otro bien o servicio adicional, distinto o distinguible del principal. • Transacciones condicionadas a no contratar servicios, adquirir, vender o proporcionar bienes producidos, distribuidos o comercializados por un tercero. • No vender o proporcionar, a determinado agente económico, bienes y servicios que normalmente se encuentren disponibles para terceros; y cuando no existan proveedores alternativos disponibles y que deseen vender en condiciones normales. • La aplicación, en las relaciones comerciales o de servicios, de condiciones desiguales para prestaciones equivalentes, que coloquen a unos competidores en situación de desventaja frente a otros sin razón comercial que lo justifique. 	<p>Multas entre 30 y 3000 veces el salario mínimo.</p>
<p>Licitación de manera colusoria.</p>	<p>Multas entre 200 y 3000 veces el salario mínimo.</p>
<p>Proporcionar información falsa a la Comisión.</p>	<p>Multas entre 50 y 200 veces el salario mínimo.</p>

9. ¿PUEDE UNA ASOCIACIÓN DENUNCIAR POSIBLES PRÁCTICAS ANTICOMPETITIVAS ANTE PRO-COMPETENCIA?

Sí, cualquier persona con interés legítimo puede formular una instancia motivada ante la Dirección Ejecutiva, que iniciará el proceso si se observan indicios racionales, basados en los principios y normas de la ley que sustancien la denuncia.



SOBRE LAS ASOCIACIONES Y EL ÁMBITO DE APLICACIÓN DE LA LEY GENERAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

10. ¿CUÁLES SON LAS ACTIVIDADES QUE REALIZAN LAS ASOCIACIONES EN EJERCICIO DE SU ROL Y QUE NO CONTRADICEN LOS PRINCIPIOS DE LA LEY GENERAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA?

Las funciones que desempeñan las asociaciones en la economía se clasifican en tres categorías principales, a saber:



a) Actividades dirigidas a su membresía; mediante la organización de eventos y entrenamientos en áreas de interés para sus miembros; publicaciones periódicas para diseminar información de actualidad entre ellos; recolectar y divulgar información estadística y datos sobre la industria.



b) Funciones de carácter económico-regulatorias; que implican el diseño de políticas propias de la industria, tales como desarrollo de estándares de producto, mejores prácticas empresariales para el sector; implementación de códigos de ética; autorregulación de la industria o profesión, entre otras.



c) Funciones de abogacía institucional frente al Poder Público "lobby"; a través de actuaciones de las asociaciones dirigidas a promover y proteger los intereses de sus asociados frente al Estado cuando las políticas públicas pueden afectar sus intereses, especialmente ante la adopción de una nueva legislación, reformas fiscales, regulación económica, etc.



11. ¿CUÁL TIPO DE RECOMENDACIONES O DECISIONES DE LAS ASOCIACIONES PODRÍAN CONSTITUIR PRÁCTICAS ANTICOMPETITIVAS SANCIONABLES POR APLICACIÓN DE LA LEY GENERAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA?

Cualquier decisión o recomendación de una asociación que tenga por objeto o por efecto influir sobre la actuación de las empresas en materia de precios, ventas, condiciones contractuales y, en general, cualesquiera otras variables que afecten los parámetros de competencia en el mercado mediante recomendaciones dirigidas a sus miembros u otros agentes económicos que operan en el mismo, podrá ser analizada por PRO-COMPETENCIA para valorar su objeto y sus posibles efectos restrictivos de la competencia.

La evaluación del carácter anticompetitivo de la actuación de la asociación se realiza independientemente de su modalidad. Un mecanismo puede ser más directo que otro; sin embargo, esto no influye en la configuración de una vulneración a la competencia. Es decir, sin importar la forma en la cual las asociaciones empresariales intervienen en la fijación de precios y otras condiciones comerciales, esta práctica es considerada anticompetitiva por la Ley núm. 42-08.



12. ¿CUÁLES SON LAS PRÁCTICAS MÁS COMUNES DE LAS ASOCIACIONES QUE PODRÍAN CONSTITUIR PRÁCTICAS CONTRARIAS A LA LEY NÚM. 42-08?

Si bien la función principal de las asociaciones es representar los intereses de las empresas que la integran y, en principio, ello no implica una vulneración a los principios de competencia, lo cierto es que la interacción entre los miembros fomenta condiciones más favorables para la adopción de ciertas conductas sancionables. En efecto, cuando las asociaciones se convierten en vehículo para unificar el comportamiento de sus asociados, podría estarse en presencia de prácticas declaradas como anticompetitivas por la Ley núm. 42-08. En el caso de la República Dominicana las prácticas anticompetitivas en las que podrían incurrir las Asociaciones con más frecuencia son las siguientes:

- **Decisiones y recomendaciones de precios y de otras condiciones comerciales:** estas prácticas vulneran la facultad de los agentes económicos de establecer de manera independiente los precios de los productos y servicios que ofrecen. En efecto, cuando la Asociación incurre en decisiones o recomendaciones

respecto de aspectos relevantes de la actividad comercial de sus miembros tales como precio, variedad y calidad, se genera una distorsión en el mercado pues estos elementos dejan de ser el resultado de la interacción de los agentes económicos en el ejercicio del derecho de libre empresa, para ser concertados por un núcleo de empresas en su beneficio y, generalmente, en perjuicio del consumidor, cuyas posibilidades para elegir qué producto y cuáles cantidades consumir, en función del precio, se ven considerablemente limitadas. Es por esto que este tipo de prácticas son consideradas como las más perjudiciales para los consumidores, por lo que se aconseja a las asociaciones abstenerse de realizar recomendaciones en ese sentido.

- **Intercambio de información estratégica:** suele ser una de las conductas más comunes realizadas por las asociaciones pues en realidad, las empresas que forman parte de un gremio suelen compartir informaciones a los fines de lograr los objetivos comunes que se hubieren trazado. Sin embargo, cuando los agentes económicos intercambian información sensible desde el punto de vista comercial y que tenga vocación de contraer el grado de competencia entre ellos, entonces podríamos estar ante un intercambio de información que fomenta condiciones idóneas para la concertación de acuerdos anticompetitivos, ya que las decisiones comerciales no son adoptadas de manera independiente por los competidores, y, en consecuencia, la asociación podría ser sancionada. Dependiendo de la natura-

leza y del nivel de desagregación de la información, de la forma y oportunidad en que el intercambio se realice, esta práctica puede tener consecuencias negativas en la competencia.

- **Concertar o coordinar las ofertas o la abstención en licitaciones, concursos y subastas públicas:** esta práctica afecta la eficiencia de las adquisiciones del Estado en términos económicos y de la calidad de los bienes y servicios objetos de esos procesos públicos de selección de proveedores. Las asociaciones deben abstenerse de servir de foros de discusión de los pliegos de condiciones de las licitaciones, concursos y subastas en los que sus miembros pueden participar.
- **Repartición de un mercado:** las decisiones de una asociación que tengan por objeto repartir o asignar cuotas de un mercado entre sus miembros contraviene la Ley núm. 42-08, ya que elimina la competencia. Lo anterior, aplica tanto en reparticiones de mercado de carácter territorial o geográfico (regiones, ciudades, municipios o localidades); como en reparticiones de carácter comercial (cantidades, tipo de producto o servicio).
- **Estandarización:** las Asociaciones deben evitar definir e implementar normas y reglamentos para establecer estándares de carácter técnico o cualitativo a ser adoptados de manera obligatoria por sus miembros, que afecten o restrinjan las operaciones de los demás competidores que no están asociados o dificulten la entra-

da de nuevos competidores al mercado de que se trate. Con la finalidad de evitar este efecto, las normas adoptadas deben ser transparentes, objetivas y dotadas de un mecanismo de fiscalización imparcial. No deben imponer el cumplimiento obligatorio de políticas de precios, oferta de servicios u otras condiciones comerciales y deben definir claramente las condiciones y procedimiento para la aplicación de medidas disciplinarias, a fin de evitar la aplicación de medidas arbitrarias contra los miembros.

- **Condiciones de afiliación a la asociación empresarial:** tomando en consideración que el derecho de asociación tiene rango constitucional, las Asociaciones deben procurar que su ejercicio no resulte discriminatorio entre los competidores del mercado en que operan sus miembros. En este sentido, se deben establecer requisitos de afiliación objetivos, transparentes y no discriminatorios; establecer los mismos requisitos tanto para los miembros actuales como para los futuros y evitar que los costos de afiliación sean desproporcionadamente altos; definir anticipadamente y con claridad los criterios de expulsión de miembros y adoptar medidas que garanticen la transparencia en el proceso de admisión y permanencia en la asociación.



13. ¿QUÉ PRÁCTICAS DEBERÍAN ADOPTAR LAS ASOCIACIONES EMPRESARIALES A FIN DE EVITAR INCURRIR EN VIOLACIONES A LA LEY DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA?

Para disminuir al máximo la posibilidad de incurrir en prácticas restrictivas de la competencia y ser pasibles de ser sancionadas, es recomendable atender a las siguientes acciones:

- a) Denunciar por ante PRO-COMPETENCIA prácticas que tengan por objeto o efecto restringir la competencia o el acceso al mercado y perjudicar la eficiencia económica.
- b) Establecer políticas internas y programas de cumplimiento alineados a los principios de competencia, y a su vez, promover la adopción de estas políticas entre los asociados. Esto tendrá como resultado evitar violaciones a la Ley núm. 42-08 y servirá para identificar posibles prácticas anticompetitivas.
- c) Velar por los principios de imparcialidad y no discriminación en las condiciones de filiación. A estos fines, los requisitos para hacerse miembro de una asociación empresarial deberán ser objetivos, estar cla-

ramente delineados y no estar sujetos a discrecionalidad.

- d) Asesorarse legalmente en casos de dudas sobre las prácticas anticompetitivas. Conviene a las asociaciones que realicen reuniones periódicas, especialmente en las que existe riesgo de intercambiar información sobre temas sensibles para la competencia, contar con asesoría especializada en materia de competencia. No obstante, la debida capacitación sobre la normativa de competencia, así como el registro fidedigno de las reuniones realizadas pueden sustituir la participación directa de un asesor legal.
- e) En las reuniones que se realicen:
 - i. Llevar agenda pública detallada de los puntos que serán discutidos.
 - ii. Levantar acta detallada de la reunión completa, no solamente de los acuerdos principales.
 - iii. Tener un registro audiovisual o de audio de las reuniones o actividades, especificando día, hora de inicio y término de las mismas.
 - iv. Registrar la asistencia de las empresas participantes y evidenciar las decisiones tomadas y diferencias que se susciten en el curso de las discusiones.
 - v. Abandonar la reunión en los momentos en los cuales se presuman discusiones cuyo resultado será violentar la competencia y dejar registro del distanciamiento público de tal escenario.

- vi. Garantizar que los datos que se pongan en conocimiento de las empresas asociadas, correspondan a datos históricos y agregados, debido a que la información sobre precios actuales o futuros podría incentivar la comisión de conductas anticompetitivas.
 - vii. Aplicar estas recomendaciones en caso de reuniones a distancia. Pues es recomendable tener constancia de la programación mediante el registro en agenda electrónica, así como tener una lista de los participantes, temas o acuerdos alcanzados y materiales electrónicos entregados.
- f) Evitar incidir directa o indirectamente en las decisiones particulares de cada empresa asociada, por ejemplo: en los precios sobre los bienes producidos o comercializados y servicios prestados, condiciones de contratación y adquisición de bienes y servicios, etc.



14. ¿CUÁLES PRÁCTICAS DEBERÍAN EVITAR LAS ASOCIACIONES EMPRESARIALES?

Las asociaciones deben evitar incurrir en las siguientes acciones:

- a) Establecer reglas que eviten que los miembros tomen decisiones comerciales independientes.
- b) Intervenir en la negociación de precios y/o condiciones comerciales de venta de sus miembros asociados.
- c) Servir de intermediarios y/o crear un espacio para que las empresas asociadas intercambien información sensible entre ellas. Por ejemplo, sobre sus precios, planes y estrategias de producción, costos, etc.
- d) Sugerir precios, ofertas de descuentos, condiciones de compra y/o venta de productos, volúmenes de producción, horarios de trabajo, zonas de trabajo, clientes, entre otras.
- e) Exigir a sus miembros que compartan información sensible sobre su negocio.
- f) Exigir a las empresas asociadas publicitar sus precios, descuentos o prácticas de negocios, mientras se trate de publicidad convencional que no afecte intereses esenciales de la asociación.

- g) Discutir y/o crear un ambiente para generar discusiones sobre licitaciones públicas en las que las empresas asociadas puedan participar. También deben evitar realizar acuerdos tendentes a que gane una empresa en específico.
- h) Utilizar requisitos de asociación o membresía como elemento para excluir o discriminar competidores.
- i) Prohibir a los asociados tener relaciones comerciales o contacto con los competidores no asociados.



15. ¿CUÁLES MEDIDAS PUEDEN IMPLEMENTAR LOS MIEMBROS DE UNA ASOCIACIÓN PARA ALINEAR SU PARTICIPACIÓN A LAS DISPOSICIONES DE LA LEY GENERAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA?

Para crear y fomentar una cultura de competencia económica los miembros de una asociación pueden adoptar las siguientes buenas prácticas:

- Capacitar a sus directivos y empleados.
- Contratar asesoría especializada.
- Designar una persona capacitada para identificar riesgos y definir planes de mitigación/corrección y prevención.
- Capacitar e instruir al personal que asista a reuniones de la Asociación.
- Producir y difundir guías y manuales de cumplimiento para sus directivos y empleados.
- Realizar actividades de evaluación de riesgos de incumplimiento.
- Establecer un mecanismo de denuncia al interior de la Asociación y de sus miembros.
- Establecer y ejecutar un plan de monitoreo periódico, auditorías y seguimiento en materia de cumplimiento de la Ley núm. 42-08.

RECOMENDACIONES GENERALES

RECOMENDACIONES PARA REDUCIR EL RIESGO DE CONDUCTAS ANTICOMPETITIVAS

No emitir recomendaciones en materia de	No intercambiar	No conversar sobre	No propiciar discusiones o acuerdos sobre	No establecer reglas que resulten discriminatorias en
Precios	Listas de precios, informaciones sobre ofertas/ descuentos	Incrementos o reducciones en precios	Precios, volumen de ventas/ producción	Requisitos de asociación
Condiciones comerciales	Información sobre transacciones de asociados	Estabilizar, uniformar u ordenar precios	Posturas en licitaciones públicas	Relaciones con competidores de asociados
Volumen de ventas o de producción en términos desagregados	Información sobre transacciones de competidores de asociados	Márgenes de utilidades o pérdidas	Asignación de clientes, áreas regiones exclusivas	
Calidad	Volumen de producción	Remuneraciones "mínimas"		

CRITERIOS GENERALES PARA PARTICIPACIÓN EN ASOCIACIONES EMPRESARIALES EN OBSERVACIÓN DE LOS PRINCIPIOS DE LA LIBRE COMPETENCIA.

SÍ	NO
<p>SÍ participe de una ASOCIACIÓN cuya misión y objetivos consten por escrito y sean legítimos desde el punto de vista de la libre competencia.</p> <p>Si tiene dudas respecto de ello, consulte la opinión de un asesor legal o una opinión confidencial y no vinculante de la Sub-Dirección de Promoción y Abogacía de la Competencia de PRO-COMPETENCIA.</p>	<p>NO se asocie a una ASOCIACIÓN, si esta no tiene una definición clara y por escrito de su misión y los objetivos que persigue, o si estos fueran o tuvieran un efecto anticompetitivo.</p> <p>NO siga asociado a una ASOCIACIÓN cuyas acciones no respeten cuidadosamente la misión y objetivos definidos por escrito, o que ampara, promueve y/o lleva a cabo actividades contrarias a la competencia.</p>
<p>SÍ recuerde que las empresas deben tomar sus propias decisiones de manera individual, sin discutir con sus competidores respecto de cómo ofrecer o vender sus productos o servicios, o a qué precio o bajo qué condiciones.</p>	<p>NO trate temas o acuerde acciones con sus competidores en el marco de la ASOCIACIÓN o fuera de esta, independientemente de si es verbal, por escrito o a través de cualquier acción no verbal, en relación a:</p> <ol style="list-style-type: none"> Cartera de clientes, cartera de proveedores u otros competidores, o respecto a la individualización de alguno de ellos; Precios vigentes o futuros, políticas de precios o método de cálculo de estos, o períodos de cambios de precios y políticas de descuentos; Costo presente de productos o servicios o estimaciones de costos futuros, o márgenes presentes o estimaciones futuras de los mismos; Cualquier condición comercial de compra o venta (condiciones de crédito, de pago, descuentos, cobro de servicios o términos para la entrega de productos); Presupuestos de productos, componentes, repuestos y servicios; Productos o servicios ofrecidos o propuestas o participación en licitaciones.

<p>Sí participe de reuniones de la ASOCIACIÓN en las que, en todo momento, los temas de discusión y debate sean de naturaleza pro-competitiva, por ejemplo: mejoras en normas de seguridad o adopción de códigos de seguridad, cambios de los estándares técnicos existentes o adopción de leyes y regulaciones.</p>	<p>NO participe en reuniones de la ASOCIACIÓN u otras reuniones entre competidores que tengan la intención explícita de limitar la competencia en el mercado o cuyos efectos afecten la competencia en este.</p>
<p>Sí evite todo tipo de intercambios de información relevante con competidores y otros miembros de la ASOCIACIÓN, dentro o fuera del marco de esta, sea por escrito, oralmente o a través de acciones no verbales.</p>	<p>NO sostenga comunicaciones con sus competidores –ya sea de tipo formal o informal, en horarios de oficina o fuera de este horario– sobre información relevante o sensible de su empresa.</p>
<p>Sí defina previamente qué empleados de la empresa pueden participar en las reuniones de la ASOCIACIÓN.</p>	<p>NO designe como representantes en reuniones de la ASOCIACIÓN a empleados de la empresa que trabajan directamente en áreas de comercialización o ventas.</p> <p>Cuando estos asistan, es aconsejable que vayan acompañados del asesor legal de la empresa.</p>
<p>Sí solicite y tome conocimiento anticipado de la agenda o tabla de temas de toda reunión de la ASOCIACIÓN, ya sea reuniones ampliadas o de comités o comisiones, y Sí asista solamente a aquellas que cubran temas apropiados para tratar con competidores.</p>	<p>NO asista ni participe en reuniones de la ASOCIACIÓN, o en otras reuniones entre competidores, si no sabe de antemano cuál es el objeto de la reunión ni cuáles temas se pretenden abordar.</p>

<p>Sí objete inmediatamente, si en el transcurso de una reunión o evento de la ASOCIACIÓN se levantan o surgen temas de discusión sobre información relevante o que conlleve efectos anticompetitivos.</p> <p>Sí manifieste clara y enfáticamente las razones de su objeción y, en caso que la conducta prosiga, abandone inmediatamente la reunión, haciendo notar por alguna vía que usted está dejando el lugar o pidiendo expresamente que quede constancia o registro de ello en actas.</p> <p>Sí comunique al asesor legal de su empresa de lo ocurrido y/o manifieste su disconformidad por escrito a la ASOCIACIÓN, dejando copia de esta comunicación en sus registros.</p> <p>Sí acuda a PRO-COMPETENCIA a presentar los antecedentes.</p> <p>Sí tome notas personales de los temas discutidos y acuerdos alcanzados en las reuniones y sesiones de la ASOCIACIÓN a las que asista, para futuras referencias.</p> <p>Sí guarde copias de las agendas, actas, materiales entregados y minutas de todas las reuniones de la ASOCIACIÓN, así como de todo intercambio de correspondencia con esta, a fin de que esté disponible en caso de ser solicitada por el área legal de su empresa o PRO-COMPETENCIA.</p>	<p>NO prosiga en una conversación o comunicación con cualquier competidor si él inicia una discusión o pide su opinión respecto de temas potencialmente anticompetitivos.</p> <p>NO permita que su silencio lleve a que otros infieran o asuman su consentimiento, acuerdo y/o participación respecto de declaraciones o acciones o conductas anticompetitivas.</p>
<p>Sí utilice la información provista por su ASOCIACIÓN que promueva fines legítimos y pro-competitivos.</p> <p>En caso contrario, Sí informe a los asesores legales de la empresa y/o comuníquese por escrito con la ASOCIACIÓN, explicando los motivos por los que su empresa no está interesada en recibir ese tipo de información, y guarde una copia de esta comunicación en sus registros.</p>	<p>NO solicite información provista por la ASOCIACIÓN que involucre información comercial sensible de los asociados, y en caso de recibirla, no la utilice.</p>

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Comisión de Promoción y Defensa de la Competencia y Ministerio de Economía y Finanzas . Guía de Libre Competencia para Asociaciones Empresariales y Gremiales. Montevideo, s.f.

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia. Guía sobre defensa de la competencia para asociaciones y cámaras empresariales y colegios y asociaciones profesionales. Buenos Aires, 2018.

Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). Guía para Asociaciones Empresariales. Madrid, 2009.

Fiscalía Económica de Chile. Asociaciones Gremiales y Libre Competencia. Agosto de 2011. http://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2011/08/guia_-asociaciones_-gremiales.pdf.

OCDE. «Glossary of Statistical Terms “Anticompetitive Practices”.» Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. 3 de enero de 2002. <https://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=3145>.

<p>SÍ utilice información provista por su ASOCIACIÓN, elaborada por ella o por terceros a su nombre, cuando:</p> <ol style="list-style-type: none"> i. Presente datos agregados de la industria o considere análisis de estos; ii. Se refiera a información histórica, presentada como promedios o rangos, sin identificar a ninguno de los asociados; iii. Considere cualquier información de dominio público, debidamente sistematizada. 	<p>NO participe de estudios de mercado, encuestas o ejercicios comparativos que lleve a cabo la ASOCIACIÓN (o terceros en su nombre), que por su diseño permita individualizar a los informantes y por esta vía, que tanto su información como la de sus competidores que participan en el estudio, pueda ser identificada.</p>
<p>SÍ proporcione información a su ASOCIACIÓN, en la medida que esta haya sido evaluada por los asesores legales de su empresa, o como regla general, se refiera a datos históricos de la empresa, en la forma más agregada posible.</p>	<p>NO proporcione ninguna información a su ASOCIACIÓN o a terceras partes en nombre de esta (por ejemplo, consultores), sin que este requerimiento de información haya sido evaluado por los asesores legales de la empresa. Como regla general,</p> <p>NO entregue a su ASOCIACIÓN (o a terceros en su representación) información sobre aquellos temas comerciales relevantes definidos en este documento.</p>
<p>SÍ utilice respecto de terceras partes, como por ejemplo empresas consultoras, los mismos principios generales que rigen su relación con la ASOCIACIÓN y otros competidores, en particular en lo que respecta a compartir información y otros tipos de comunicaciones.</p>	<p>NO utilice terceras partes (por ejemplo, consultores o proveedores) para transmitir información a sus competidores, si esta no puede ser comunicada directamente sin resultar impropia o ilegal.</p>
<p>SÍ proponga y promueva el cumplimiento de las disposiciones legales en materia de libre competencia al interior de su ASOCIACIÓN, recomendando, apoyando y fomentando que esta desarrolle actividades y programas de capacitación sobre este tema para sus asociados al menos una vez al año y cuente, en lo posible, con un programa de cumplimiento de las normas de libre competencia.</p>	<p>NO proponga en el seno de la Asociación o fuera de ella la adopción de medidas y acciones anticompetitivas, aun cuando en principio le parezcan beneficiosas para la industria.</p>

SERVICIOS

Recepción y Tramitación de Denuncias.

Para interponer su denuncia solo debe ingresar a www.procompetencia.gob.do, ir a la sección Recepción y Tramitación de Denuncias y seguir los pasos.

Plan de Cumplimiento.

Ingresando al portal, dirigirse a la sección Plan de cumplimiento para descargar los lineamientos y la matriz de PRO-COMPETENCIA sobre este servicio.

Buzón de Colaboración.

Si tiene información de alguna práctica que este cometiendo y que atente contra la libre competencia, puede enviarnos los detalles a info@procompetencia.gob.do



Observatorio de Mercados.

Ponemos a su disposición un instrumento para conocer las condiciones de competencia de los mercados a través de nuestro Observatorio de Condiciones de Mercados, al que puede acceder ingresando a www.procompetencia.gob.do



Área educativa.

Nuestro Portal ofrece material instructivo audiovisual sobre las disposiciones de la Ley núm. 42-08 y todos los servicios de nuestra institución.



Descarga nuestra Ley núm. 42-08.

Accediendo a nuestro portal, puede descargar nuestra Ley y toda la normativa dictada por el Consejo Directivo.

Esta Guía Básica de Libre Competencia para Asociaciones Empresariales y Gremiales es un documento puramente informativo y no tiene carácter vinculante para la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (PRO-COMPETENCIA); por no constituir una interpretación oficial de la Ley General de Defensa de la Competencia núm. 042-08 y su normativa derivada.

