

## **NEWSLETTER DE COMPETENCIA**

---

**Los acuerdos de intercambio de información  
entre competidores**

Marzo 2011

## Newsletter de Competencia

# Intercambios de información entre competidores

### Introducción

La Comisión Europea ha revisado la normativa sobre acuerdos de cooperación entre competidores (acuerdos horizontales). La nueva normativa entró en vigor el 1 de enero 2011 e incluye dos reglamentos de exención por categorías (acuerdos de especialización y de investigación y desarrollo) y una revisión de las directrices de aplicación de las normas de competencia a estos acuerdos. Uno de los aspectos principales de la reforma de las directrices horizontales es la inclusión de un nuevo capítulo sobre los intercambios de información.

Las directrices de la Comisión resultan aplicables no solo a las empresas domiciliadas en la UE sino a todas aquellas cuya actividad afecte a la competencia en el mercado europeo.

### Aspectos básicos

Conviene resaltar los siguientes aspectos:

- El intercambio de información puede conllevar efectos restrictivos y ser considerado como un cártel y, como tal, ser sancionado.
- La revelación unilateral de información puede ser calificada de intercambio ilegal, siempre que el destinatario acepte dicha información.
- Para presumir la existencia de un intercambio ilegal podría ser suficiente con que el mismo persiga una restricción de la competencia. En ese caso, no se analizarán los efectos reales sobre la competencia
- El que un intercambio conlleve o no efectos restrictivos depende de las condiciones económicas en los mercados relevantes y de las características de la información intercambiada.

- Es más probable que se produzcan efectos restrictivos en mercados transparentes, concentrados, de productos no diferenciados, estables y simétricos.
- Igualmente, existe mayor probabilidad de restricción de la competencia cuando el intercambio afecte a información estratégica (precios, costes de producción, etc.), individualizada, actual o no pública.
- También debe considerarse la frecuencia con la que se producen los intercambios de información y la posición en el mercado de las empresas implicadas.

### Actuación

¿Qué debemos hacer?

- Es imprescindible ser prudente ante la recepción de información sobre competidores. Si el receptor no rechaza explícitamente la información, se asume que la acepta. Esto ya podría suponer un intercambio ilegal de información.
- Si el intercambio de información con los competidores es constante e intencionado, debe analizarse en profundidad y conforme a las directrices el mercado afectado y las características de la información intercambiada. El intercambio de datos agregados que no permiten la identificación de las empresas partícipes en el está permitido. Se debe ser especialmente precavido cuando el intercambio afecte a información individualizada que sea estratégica, confidencial y actual.
- En caso necesario, los acuerdos y conductas existentes o previstas deberán ser revisadas y adaptadas.

## Intercambios de información

### Visión general

#### Introducción

En las directrices se afirma que el intercambio de información entre competidores puede favorecer la competencia y conducir a mayores eficiencias (p.e. creación de sistemas de referencia o *benchmarking*). Sin embargo, la Comisión subraya que el intercambio de información puede tener efectos restrictivos si proporciona información sobre estrategias de mercado de los competidores.

Las directrices exponen cómo analizar el intercambio de información desde su compatibilidad con la normativa de competencia.

#### Intercambio de información ilegal

Un intercambio entre competidores es ilegal si aumenta la propensión a la coordinación o si directamente conduce a un acuerdo, una práctica concertada o una decisión de una asociación de empresas, en particular con el propósito de fijar precios o cantidades. Este tipo de intercambio se considera un cártel y está castigado con multas.

#### Una práctica concertada es suficiente

El intercambio de información puede conducir a un comportamiento coordinado en el mercado sin que exista un acuerdo explícito. La práctica concertada surge:

- Si el intercambio reduce la incertidumbre sobre el comportamiento de los competidores.
- Si una empresa revela unilateralmente información estratégica a un competidor (en una reunión o por correo electrónico) y este la acepta sin protestar.
- Por otro lado, no hay práctica concertada si la información revelada es de dominio público.

#### Análisis de competencia

La Comisión subraya que un acuerdo o práctica concertada no es necesariamente ilegal en sí misma. Es necesario además que tenga por objeto o efecto la restricción de la competencia.

Para determinar lo anterior, la Comisión se refiere en particular al contexto legal y económico en el que el intercambio tiene lugar. Por ejemplo, el intercambio de información individualizada sobre precios o cantidades futuras se considera que tiene *por objeto* la restricción de la competencia. Es-

to implica que los efectos reales sobre la competencia no serán examinados en esos casos.

En cuanto al resto, si el intercambio tiene o no efectos restrictivos debe valorarse en cada caso particular pues ello depende de las condiciones económicas de los mercados y de las características de la información intercambiada.

#### — Condiciones económicas en los mercados

Es más fácil que se produzcan restricciones en mercados transparentes, concentrados, de productos no diferenciados, estables y en los que existe cierta simetría entre competidores. Sin embargo, es posible que en otras situaciones, un intercambio de información tenga efectos restrictivos porque aumente la transparencia del mercado, reduzca su complejidad, mitigue sus inestabilidades y compense su asimetría.

#### — Características de la información

**INFORMACIÓN ESTRATÉGICA:** Es muy probable que se produzcan efectos restrictivos en el intercambio sobre precios (p. ej., precios actuales; aumentos, descensos o recortes de precios; descuentos), listas de clientes, costes de producción, volúmenes, datos de ventas, capacidad, etc.

**COBERTURA DE MERCADO:** Si las empresas involucradas en el intercambio cubren una parte significativa del mercado relevante, es más probable que produzca efectos anticompetitivos.

**DATOS INDIVIDUALIZADOS:** El intercambio de información individualizada de las empresas aumenta la probabilidad de un impacto restrictivo respecto del intercambio de datos agregados.

**ACTUALIDAD DE LA INFORMACIÓN:** No es probable que el intercambio de datos históricos tenga un impacto restrictivo (pues no aporta a penas información sobre futuras prácticas de los competidores ni conduce a un entendimiento común).

**FRECUENCIA DEL INTERCAMBIO:** Un intercambio frecuente, que permita una mejor comprensión del mercado y monitorizar los comportamientos aumenta el riesgo de restricción.

**LA PUBLICIDAD DE LA INFORMACIÓN:** Es poco probable que el intercambio de información pública viole la normativa de competencia. Un intercambio de información es público si es igualmente accesible para todos los competidores y clientes.

## Newsletter Competencia – Marzo 2011

### Intercambios de información entre competidores

El [Área de Competencia & UE](#) del Despacho presta servicios de asesoría a empresas nacionales e internacionales en todas aquellas cuestiones relacionadas con el Derecho de la Competencia, incluyendo la representación en cualquier expediente por prácticas restrictivas, abuso de posición de dominio o control de concentraciones ante las autoridades de competencia, así como la prestación de servicios de asesoría y consultoría en aquellas áreas de negocio de los clientes que se pueden ver afectadas por el Derecho de la Competencia (estrategias de distribución; acuerdos con competidores; política de precios; auditorías de competencia; etc.).

<u><a href="#">Jesús Alfaro</a></u>	<u><a href="#">Diego Crespo</a></u>	<u><a href="#">Patricia Liñán</a></u>
<u><a href="#">María Arruñada</a></u>	<u><a href="#">Aida Oviedo</a></u>	

Si está interesado en obtener información adicional sobre el contenido de esta Revista puede ponerse en contacto con la Responsable del Departamento de Documentación del Despacho [Ana Gimeno](#) o con cualquiera de las personas señaladas en el número de teléfono (34) 91 451 93 00 o bien mediante e-mail a [cms-asl@cms-asl.com](mailto:cms-asl@cms-asl.com).

Los asuntos tratados en esta Newsletter han sido seleccionados de acuerdo con criterios subjetivos de los Departamentos de Competencia de CMS Albiñana & Suárez de Lezo, no siendo nuestro objetivo ni presentar una revisión completa de la actualidad del sector ni realizar un examen exhaustivo de los asuntos tratados por lo que los comentarios vertidos no constituyen, en ningún caso, la opinión legal de CMS Albiñana & Suárez de Lezo.

**CMS Albiñana & Suárez de Lezo, C/ Génova, 27 – 28004 Madrid – España**  
**T +34 91 451 93 00 – F +34 91 442 60 45 – madrid@cms-asl.com**

CMS Albiñana & Suárez de Lezo es una de las firmas de abogados con más historia y prestigio del mercado español, con oficinas en Madrid, Sevilla y Marbella. Combinamos tradición y vanguardia, especialización y cercanía como valores para lograr la máxima satisfacción de los clientes. Con cerca de 90 abogados, nuestra finalidad es mantener una relación estrecha de trabajo con el cliente para comprender y anticipar sus necesidades y estar a su entera disposición para llevar a cabo sus objetivos de negocio. Como Despacho multidisciplinar, ofrecemos a través de nuestras distintas áreas de experiencia un servicio completo de asesoramiento legal y fiscal que cubre todas las necesidades de nuestros clientes.

CMS Albiñana y Suárez de Lezo pertenece a la organización CMS que integra a los principales despachos europeos independientes y cuya ambición es la de ser reconocida como la mejor firma de servicios legales y fiscales en Europa.

[www.cms-asl.com](http://www.cms-asl.com) | [www.cmslegal.com](http://www.cmslegal.com)

**Los despachos miembros de CMS son:** CMS Adonnino Ascoli & Cavasola Scamoni (Italia); CMS Albiñana & Suárez de Lezo, S.L.P. (España); CMS Bureau Francis Lefebvre (Francia); CMS Cameron McKenna LLP (Reino Unido); CMS DeBacker (Bélgica); CMS Derks Star Busmann (Holanda); CMS von Erlach Henrici Ltd. (Suiza); CMS Hasche Sigle (Alemania) y CMS Reich-Rohrwig Hainz Rechtsanwälte GmbH (Austria).

Las oficinas CMS son: Ámsterdam, Berlín, Bruselas, Londres, Madrid, París, Roma, Viena, Zúrich, Aberdeen, Argelia, Amberes, Arnhem, Beijing, Belgrado, Bratislava, Bristol, Bucarest, Budapest, Buenos Aires, Casablanca, Colonia, Dresde, Dusseldorf, Edimburgo, Estrasburgo, Frankfurt, Hamburgo, Kiev, Leipzig, Liubliana, Lyon, Marbella, Milán, Montevideo, Moscú, Múnich, Praga, Sao Paulo, Sarajevo, Sevilla, Shanghai, Sofía, Stuttgart, Utrecht, Varsovia y Zagreb.