

---

# Manual de Cumplimiento de Normas sobre la Libre Competencia

2017

---

## Contenido

<b>1. PREGUNTAS FRECUENTES</b> .....	3
<b>A. ¿Qué es la libre competencia?</b> .....	3
<b>B. ¿Qué dicen la Constitución y la Ley respecto de la libre competencia?</b> .....	3
<b>C. ¿Cuáles son las normas que regulan la competencia en Colombia?</b> .....	3
<b>D. ¿Cuáles son los beneficios que proporciona la libre competencia?</b> .....	3
<b>E. ¿Cuáles son algunos ejemplos de las conductas prohibidas?</b> .....	4
<b>F. ¿Qué atribuciones tiene la Superintendencia de Industria y Comercio en sus investigaciones por violación al régimen de competencia?</b> .....	4
<b>2. INTEGRACIÓN KANTAR IBOPE MEDIA COLOMBIA – WPP</b> .....	4
<b>3. CONDICIONAMIENTOS- OBLIGACIONES ESPECIALES A PARTIR DE LA INTEGRACIÓN KANTAR IBOPE MEDIA -WPP</b> .....	5
<b>4. SANCIONES</b> .....	5

## 1. **PREGUNTAS FRECUENTES**

### A. **¿Qué es la libre competencia?**

La competencia es el conjunto de esfuerzos que desarrollan los agentes económicos que, actuando independientemente, rivalizan buscando la participación efectiva de sus bienes y servicios en un mercado determinado.

### B. **¿Qué dicen la Constitución y la Ley respecto de la libre competencia?**

La Constitución y la ley exigen que todos los empresarios compitan entre sí para atraer a los clientes. Los eventos en los que los actores del mercado impiden o dificultan la libre competencia son sancionados por la ley.

### C. **¿Cuáles son las normas que regulan la competencia en Colombia?**

La política de competencia contempla generalmente dos aspectos a saber: i) la protección del bienestar de los consumidores y ii) la protección y promoción de la eficiencia económica.

La regulación desempeña un papel importante, pues con ella se busca alcanzar los siguientes objetivos:

- Dar lineamientos a los agentes del mercado.
- Eliminar fallas que obstaculicen la eficiencia en el mercado, como las externalidades, la ausencia de información, los monopolios y las barreras de entrada, entre otras.
- Obtener condiciones adecuadas de competitividad, entre los diferentes actores del mercado.

La política de competencia en Colombia se ha desarrollado de acuerdo con el contexto político-económico de los diferentes gobiernos y está contenida en las siguientes normas:

CONTEXTO CRONOLÓGICO	NORMAS
Primera Ley de competencia. Gobierno de Alberto Lleras Camargo (1958-1962).	Ley 155 de 1959
Nueva Constitución Política de 1991. Apertura económica y liberalización de los mercados. Gobierno de César Gaviria (1990-1994).	Constitución Política de 1991 y Decreto 2152 de 1992
Modelo de competitividad nacional. Segundo período de gobierno de Álvaro Uribe Vélez (2006-2010)	Ley 1340 de 2009

### D. **¿Cuáles son los beneficios que proporciona la libre competencia?**

La libre competencia genera, entre otros, los siguientes beneficios:

- i. Permite obtener una asignación eficiente de los recursos disponibles en el mercado y evitar pérdidas o subutilización de los mismos.
- ii. Fomenta el desarrollo económico, pues dinamiza los mercados e incrementa los ingresos.
- iii. Permite encontrar una mayor variedad de productos que satisfagan las necesidades de los consumidores.
- iv. Incentiva el mejoramiento de la calidad de los bienes y servicios ofrecidos en el mercado.
- v. Contribuye a la innovación, pues incentiva la investigación y el desarrollo de nuevos productos y tecnologías que mejoren continuamente la experiencia de los consumidores.
- vi. Aumenta la competitividad de las empresas nacionales para ingresar, crecer o mantenerse presentes en mercados globalizados.
- vii. Incrementa el bienestar social.

(Tomado del Curso Virtual sobre “Protección de la Libre Competencia de la Superintendencia de Industria y Comercio)

## **E. ¿Cuáles son algunos ejemplos de las conductas prohibidas?**

### **1. Acuerdos Horizontales**

Acuerdos entre competidores para vender un bien o servicio a un determinado precio.

Acuerdos entre competidores para repartirse mercados geográficamente o para repartirse clientes.

Acuerdos entre competidores para que abstenerse de vender un bien o servicio a un tercero.

### **2. Acuerdos Verticales**

Acuerdos de exclusividad cuyo resultado es privar a un actor en el mercado de un insumo productivo o de un canal de comercialización.

Acuerdos en los que un empresario exige la reventa de su producto a un determinado precio fijo, mínimo o máximo (hay algunas excepciones en las que la conducta es lícita).

### **3. Abuso de la Posición dominante**

Casos en los que un empresario con posición dominante discrimina en las ventas que hace a diferentes actores en el mercado.

Casos en los que un empresario con posición dominante vende por debajo de los costos con el propósito de eliminar a un competidor o impedirle que entre al mercado o expanda su negocio.

Casos en los que un empresario con posición dominante condiciona la venta de un bien o servicio a la adquisición de un segundo bien o servicio que por su naturaleza no forma parte del negocio.

## **F. ¿Qué atribuciones tiene la Superintendencia de Industria y Comercio en sus investigaciones por violación al régimen de competencia?**

Para establecer la existencia de una infracción de las disposiciones legales y para adoptar las medidas que correspondan, la Superintendencia de Industria y Comercio se encuentra facultada para efectuar el decreto y práctica de diversas pruebas documentales, visitas de inspección, y solicitudes a las personas naturales o jurídicas para el suministro de datos, informes, libros y papeles de comercio.

Así mismo, la Entidad puede adelantar interrogatorios bajo juramento y con observancia de las formalidades previstas en el Código de Procedimiento Civil, a cualquier persona cuyo conocimiento pueda resultar útil para el esclarecimiento de los hechos y cualquier otra que se requiera para recaudar toda la información necesaria.

(Tomado de la página web de la Superintendencia de Industria y Comercio)

## **2. INTEGRACIÓN KANTAR IBOPE MEDIA – WPP**

La integración entre *KANTAR IBOPE MEDIA Colombia S.A.S.* (“KANTAR IBOPE MEDIA”) y las sociedades de WPP en Colombia, *Mediaedge S.A.S.*, *Mindshare de Colombia Ltda.*, *GroupM Trading Colombia S.A.S.* y *Mediacom S.A.S.*, nace de una operación de concentración empresarial internacional mediante la cual WPP Kantar Participações Ltda., una sociedad constituida conforme a las leyes de la República Federativa del Brasil, (la “Adquirente”), subsidiaria controlada completamente y de manera indirecta por WPP plc. (“WPP”), una sociedad constituida conforme a las leyes de Bailía de Jersey (una dependencia de la Corona británica ubicada en el canal de la Mancha, específicamente al oeste de las costas de Normandía, Francia), adquirió el control accionario de IBOPE Participações Ltda. (la “Adquirida”), una sociedad domiciliada en la ciudad de Sao Paulo, quien a su vez, junto con otras sociedades indirectamente subordinadas de WPP controla casi el 100% de la compañía KANTAR

IBOPE MEDIA Latinoamericana S.A. una sociedad constituida conforme a las leyes de Uruguay, domiciliada en Montevideo, Uruguay (en adelante "ILASA").

### **3. CONDICIONAMIENTOS- OBLIGACIONES ESPECIALES A PARTIR DE LA INTEGRACIÓN IBOPE-WPP**

El ente integrado Kantar Ibope Media Colombia S.A.S., en cumplimiento de lo dispuesto por la Superintendencia de Industria y Comercio mediante Resoluciones 16343 y 27880 de 2016 deberá cumplir con los condicionamientos que se transcriben continuación. La violación de cualquiera de estas obligaciones implicará una violación al régimen de libre competencia del país y puede acarrear sanciones tanto para la empresa como para las personas naturales que colaboren, faciliten, autoricen, ejecuten o toleren la conducta.

1. Abstenerse de negar el suministro y la elaboración de (i) estudios de medición de audiencia en televisión, (ii) monitoreo de pauta publicitaria en televisión y (iii) TGI, a los competidores de Mediaedge S.A.S Mindshare de Colombia Ltda; GROUPEM Trading Colombia S.A.S. y Mediacom S.A.S., ni a otros agentes que requieran de dichos servicios, salvo incumplimiento de los pagos, causa fortuita o fuerza mayor.
2. Abstenerse de pactar acuerdos de exclusividad para el suministro y la elaboración de estudios de medición de audiencia en televisión, monitoreo de pauta publicitaria en televisión y TGI. En caso de que existan a la fecha tales acuerdos, estos deberán ser terminados en un término no superior a tres (3) meses a partir de la ejecutoria de la presente resolución.
3. Otorgar a todos los clientes potenciales y actuales de las intervinientes, condiciones de no discriminación en relación con las condiciones aplicadas a sus empresas vinculadas, en aspectos como contenidos, calidad, cantidad, condiciones y plazos de entrega, precios y descuentos, plazos de pago, crédito y demás condiciones comerciales aplicables al suministro y la elaboración de estudios de medición de audiencia en televisión monitoreo de pauta publicitaria en televisión y TGI, en operaciones equivalentes.
4. Establecer e implementar un Programa de Cumplimiento de Normas de Competencia, de tal forma que la compañía promueva la reducción del riesgo de posibles infracciones a la Ley. Para su elaboración se deben considerar los siguientes lineamientos:
  - a) Evaluación, priorización y reducción de los riesgos de infracciones al Régimen de competencia en Colombia.
  - b) Compromiso – apoyo visible de la administración de la empresa; dotación de los medios necesarios.
  - c) Control y monitoreo
  - d) Registro y documentación de las medidas adoptadas para garantizar el cumplimiento del Régimen de Competencia.
  - e) Actualización periódica del programa para su adaptación a la actividad de la empresa y la evolución del mercado.

### **4. SANCIONES**

Las multas que proceden de acuerdo con la ley, por violación de cualquiera de las disposiciones sobre protección de la competencia y competencia desleal, son:

- Para personas jurídicas, de hasta cien mil (100.000) Salarios Mínimos Legales Mensuales Vigentes o, si resulta ser mayor, hasta por el 150% de la utilidad derivada de la conducta por parte del infractor.
- Para personas naturales que colaboren, faciliten, autoricen, ejecuten o toleren conductas violatorias de las normas sobre protección de la competencia, de hasta dos mil (2.000) Salarios Mínimos Legales Mensuales Vigentes al momento de la imposición de la sanción.