



**APOYO
CONSULTORIA**

25

**Payet
Rey
Cauvi
Pérez**

RIESGOS DE LIBRE COMPETENCIA ASOCIADOS A LAS ALZAS DE PRECIOS



Los incrementos de precios producto de la presión cambiaria, inestabilidad política y crisis sanitaria, generan nuevos riesgos a las empresas desde la perspectiva de la normatividad de libre competencia. Como ya ha ocurrido en años anteriores, es de esperarse una mayor fiscalización por parte de Indecopi, sobre todo en los sectores sensibles de consumo.

Conoce qué puede investigar Indecopi y cómo mitigar los posibles riesgos de incumplimiento de la normativa aplicable.



¿Qué se puede investigar?



Que los precios y condiciones comerciales no respondan a “acuerdos, decisiones, recomendaciones o prácticas concertadas”

Smoke-filled room cartel: acuerdos de precios

Intercambio de información que reduzca la “incertidumbre concurrencial”: prácticas concertadas

- Levantamiento de información del canal
- Anuncios de alzas de precios
- Contactos “casuales”

Acuerdos “intermediados” por terceros: Hub & Spoke

- Responsabilidad para agentes y para el intermediario



En el caso de actividades económicas donde exista un agente con amplio poder de mercado puede haber mayor escrutinio en precios de reventa y prácticas que puedan incidir en precios de venta al público (e.g., restricción de distribuidores)



¿Cómo mitigar riesgos?



Redoblar esfuerzos de compliance

- Identificar riesgos
- Reforzar capacitaciones en especial a funcionarios más expuestos



Llevar a cabo labores de “inteligencia comercial”, con inteligencia



Gestionar adecuadamente relaciones con agentes del canal

- Enfatizar protocolos de gestión comercial



Evitar anunciar públicamente cambios de precios

- Comunicación al canal con la antelación estrictamente necesaria



Reducir al mínimo contactos con competidores, en todos los niveles

- Mantener protocolos y buenas prácticas para la participación en gremios



¿Cómo mitigar riesgos?

Relaciones horizontales



Análisis de screening para identificar los patrones de precios

- Aumentos de precios
- Precios mínimos
- Paralelismo
- Aumento de margen

Relaciones verticales



Definición de una política de *pricing*



Sustentar la implementación de prácticas comerciales (exclusividad, trato diferenciado, etc.) en base a criterios económicos objetivos



Para grupos económicos: Definir una política para el intercambio de información con empresas vinculadas

Para más información escribenos a:



contactos@apoyoconsultoria.com



lexmail@prcp.com.pe