

Bullard Falla Ezcurra +



UNIVERSIDAD  
DEL PACÍFICO

**MOOT** | Libre  
2017 | Competencia

**CASO**

Con la colaboración de:



**APOYO  
CONSULTORIA**

## Tercer Moot de Libre Competencia BFE+

1. MEILAND<sup>1</sup> es actualmente una república democrática que hasta hace un par de años se vio afectada por una prolongada hiperinflación que afectó el país entre los años 2005 y 2010. Durante este período, MEILAND se caracterizó por las largas colas a tempranas horas de la madrugada que los ciudadanos meilianos tenían que hacer para conseguir leche, azúcar, aceite, pollo o arroz al por mayor, pues la volatilidad de los precios<sup>2</sup> generaba que las bodegas o *minimarkets* no quisieran vender sus productos ya que desconocían cuánto costarían estos productos al día siguiente. Durante esta época, también se hicieron frecuentes los saqueos y robos de alimentos.
2. Como parte de las medidas estatales implementadas para resolver este problema y que sobre todo apuntaban a estimular la inversión privada, el Congreso meiliano promulgó la “Ley que aprueba el plan para la promoción de la inversión privada”, en el que dispuso que el Estado convocara a un concurso público para adjudicar al sector privado 45% de las acciones de una empresa estatal que se constituiría para tal fin<sup>3</sup> y cuyo objeto social fuera la venta al por menor de abarrotes, despensa y mercancía en general. Como resultado de este concurso, en enero del 2012, resultó adjudicataria la empresa china WENROU y en ese mismo mes se procedió a constituir en MEILAND una empresa con la misma denominación y participación accionaria según las particularidades antes señaladas.
3. Además, el Ministerio de Economía y Hacienda de MEILAND (en adelante, el MEHM) decidió en diciembre de 2011 implementar un paquete de medidas fiscales dentro de las que se encontraba la introducción de una contribución para combatir la desnutrición infantil. Según lo dispuesto por el MEHM, estarían obligados al pago de la contribución los principales supermercados que tuvieran dentro de sus productos comercializados a alimentos de primera necesidad, tales como azúcar, arroz, leche, etc. Así, se estableció que se

<sup>1</sup> Su idioma es el español. Su moneda es el Won (W/.).

<sup>2</sup> Es el caso que, por ejemplo, el precio de la leche y el azúcar se duplicaba de un día para otro.

<sup>3</sup> Según el artículo 3° de la Ley de la actividad empresarial del Estado:

“Artículo 4.- Formas en que se desarrolla la Actividad Empresarial del Estado

La Actividad Empresarial del Estado se desarrolla bajo alguna de las siguientes formas:

4.1 Empresas del Estado de accionariado único: Empresas organizadas bajo la forma de sociedades anónimas en las que el Estado ostenta la propiedad total de las acciones y, por tanto, ejerce el control íntegro de su Junta General de Accionistas.

4.2 Empresas del Estado con accionariado privado: Empresas organizadas bajo la forma de sociedades anónimas, en las que el Estado ostenta la propiedad mayoritaria de las acciones y, por tanto, ejerce el control mayoritario de su Junta General de Accionistas, existiendo accionistas minoritarios no vinculados al Estado.

4.3 Empresas del Estado con potestades públicas: Empresas de propiedad estatal cuya ley de creación les otorga potestades de derecho público para el ejercicio de sus funciones. Se organizan bajo la forma que disponga su ley de creación.

El accionariado estatal minoritario en empresas privadas no constituye Actividad Empresarial del Estado y se sujeta a las disposiciones de la Ley General de Sociedades y demás normas aplicables a tales empresas”.

gravarían con un 2% las ventas finales de dichos productos a los consumidores.

4. A mediados del 2012, gracias a su experiencia de empresa privada en otros mercados en el extranjero, WENROU se convirtió en la primera empresa que llevó el mercado tradicional de las tiendas de víveres a un nuevo nivel, convirtiéndose así en la primera cadena de supermercados de MEILAND. Según su definición en la Real Academia Española, en Español -idioma de MEILAND- supermercado se define como el *“establecimiento comercial de venta al por menor en el que se expenden todo género de artículos alimenticios, bebidas, productos de limpieza, etc., y en el que el cliente se sirve a sí mismo y paga a la salida”*.
5. El autoservicio es una particularidad de los supermercados, pues a diferencia de las bodegas o minimarkets, el consumidor no negocia con la tienda el precio final del producto, sino que éste es exhibido en los anaqueles y pagado en la caja a la hora de retirarse. Esta novedad, junto con la inversión privada, que se efectuó desde un inicio a fin de construir un gran número de locales por todo el territorio meiliano y mayor diversidad y cantidad de productos nacionales e importados (que no eran conseguidos por bodegas o minimarkets), permitieron que WENROU se posicionara en el mercado de tiendas de víveres a nivel nacional.
6. A mediados del 2013, el éxito de WENROU generó que nuevas cadenas de supermercados se constituyeran en territorio meiliano. De este modo, ingresaron YANSHI, KONGGI y DAFENG, cadenas con 100% de accionariado privado. Así, entre finales de 2013 y finales de 2014, cada una de estas cadenas de supermercados inició una fuerte campaña para captar la mayor cantidad de consumidores, la cual consistió básicamente en establecer descuentos, ofertas, programas de fidelización, la importación de productos únicos y de mejor calidad a nivel internacional o la prestación de servicios o productos afines (por ejemplo, tarjeta de crédito, servicio nutricional, mini clases de cocina, etc.). A partir del 2015, las cadenas desarrollaron su propia marca para algunos de los productos que vendían, como el arroz y el azúcar. Estos productos eran ofrecidos a precios menores a los de las otras marcas que vendían en sus locales.
7. Las cuatro cadenas de supermercados antes señaladas corresponden a los cuatro agentes económicos más importantes que operan en el mercado meiliano. A mediados de 2015, consiguieron diversificar la oferta de víveres, vendiendo sus productos en diferentes tamaños, sabores, presentaciones, orígenes y calidades, para todos los gustos y poder adquisitivo. Para el 2015, los ciudadanos meilianos habían dejado atrás la desastrosa situación económica y las colas interminables que vinieron con ella, para dejar paso a la prosperidad y desarrollo del mercado de los supermercados.

8. Con el desarrollo de los supermercados, también vino el desarrollo de los vendedores a nivel mayorista, productores o proveedores que inicialmente solo vendían a bodegas o minimarkets. Al atender una mayor demanda, los proveedores tuvieron un alto y repentino nivel de crecimiento producto de las ventas a los supermercados. En MEILAND, existen proveedores<sup>4</sup> como LEFU y YUELIANG especializados en arroz, aceite, fideos, jabón, papel, entre otros; y FESCO y TAIYANG especializados en café, té, azúcar, leche, entre otros. Pero también existen otros proveedores avocados a un solo tipo de producto como TUDI y MINGXING que se dedican a la venta de todo tipo de carnes. Sin embargo, YUELIANG, TAIYANG y MINGXING son los tres proveedores de víveres más importantes en el mercado, concentrando aproximadamente el 50% del mercado de proveedores.
9. Asimismo, los proveedores buscan posicionar sus productos en la preferencia de los consumidores que acuden a los supermercados, por lo que suelen ofrecer a las cadenas de supermercados promociones cada mes para que aquellos sean ofrecidos ¿preferentemente? a los consumidores.
10. A mediados del 2015, uno de los proveedores más importantes, YUELIANG, fue adquirido por la cadena YANSHI. Esto, sin embargo, no alteró las ventas que YUELIANG negociaba con las demás cadenas. En diciembre de 2016, YANSHI adquirió las cadenas KONGGI y DAFENG, sin que éstas dejaran de comercializar sus propios productos cuya marca ya se había posicionado en el mercado.
11. Las cosas continuaron mejorando para las cadenas de supermercados. En agosto de 2015, un estudio llevado a cabo por el Instituto Meiliano de Estadística e Informática (IMEI) reveló que el consumidor meiliano prefería adquirir víveres, productos de primera necesidad y afines en los supermercados más que en las bodegas o minimarkets que pertenecen al mercado tradicional. El vínculo entre el consumidor meiliano y el mercado tradicional se vio resquebrajado luego del período de quince años en los que el país vivió en hiperinflación.
12. Además, y este fue el factor determinante, los supermercados habían logrado identificar los productos de mayor necesidad y mayor demanda en el mercado meiliano (arroz, aceite, café, azúcar y pollo), consiguiendo mayor calidad y diversidad de estos productos. Como se recuerda, estos fueron además los productos protagonistas de las interminables colas del ciudadano meiliano durante la etapa de hiperinflación, por lo que se trata de productos sensibles para la población.

---

<sup>4</sup> Cabe señalar que los proveedores son productores de los bienes que proveen –y por ende tienen c/u su propia marca– y, además, proveen bienes de distintas marcas.

13. Bajo este contexto y considerando el éxito de la contribución para la desnutrición infantil introducida por el MEHM en el 2011, en mayo de 2016 dicho ministerio emitió una disposición normativa según la cual las operaciones de venta de productos de primera necesidad de los supermercados estarían gravadas con un tasa de 6% de impuesto a las ventas. Esta modificación normativa fue sustentada por el gobierno en base a los resultados que habían mostrado los últimos estudios de impacto de esta política, según los cuales los índices de desnutrición infantil entre el 2012 y el 2016 se habían reducido significativamente.
14. En este contexto, el domingo 8 de marzo de 2017, el programa dominical número uno de la televisión meiliana, “Abajo el crimen”, emitió un reportaje en el que Alejandrino Tezcurra Quintanilla, quien se identificó como ex – funcionario de una de las cadenas de supermercados, reveló el contenido de una serie de correos electrónicos que había logrado recopilar con la cooperación de otros ex – funcionarios. Estos correos involucraban a cadenas de supermercados y proveedores. Según las declaraciones de este ex – funcionario, estos correos evidenciarían algún tipo de entendimiento entre las cadenas de supermercados más importantes respecto de los precios de determinados productos (**Ver Anexo 1**).
15. Según este testimonio, los correos electrónicos suelen empezar con el proveedor comunicando a las cadenas de supermercados los precios sugeridos de sus productos. Otros correos electrónicos, según señala el testimonio, reflejan una comunicación fluida de parte de algunas cadenas de supermercados hacia sus proveedores observando o comentando estos precios sugeridos y refiriéndose en algunos casos a la conducta de otras cadenas de supermercados. De acuerdo con el Sr. Tezcurra, estos correos electrónicos demostrarían la existencia de conductas ilegales que afectarían a los consumidores.
16. Este ex-funcionario agregó que existía una cercana relación entre las cadenas de supermercados y sus proveedores, pues sus funcionarios suelen reunirse regularmente para que los proveedores puedan absolver las observaciones o los reclamos que pudieran surgir sobre la calidad o integridad de los productos que distribuyen. Además de existir constantes comunicaciones por teléfono entre funcionarios de las cadenas de supermercados y sus proveedores para coordinar la entrega de los productos.
17. Si bien la presentación de estos correos electrónicos estaba pensada para ser acompañada de data económica entregada por este ex – funcionario al programa dominical, al final no pudo ser proyectada en el reportaje debido al poco tiempo que tuvieron para evaluarla (**Ver Anexo 2**).

18. Como es lógico, este reportaje devastó por completo a la población. Unas horas después el supermercado WENROU sacó un comunicado de prensa en su página web en el que señaló lo siguiente:

*A TODA LA COMUNIDAD MEILIANA:*

*Nos vemos en la lamentable posición de tener que manifestarnos respecto a las infundadas y ligeras declaraciones mostradas hace unas horas en el programa dominical “Abajo el crimen”. Nuestra empresa ha mantenido desde sus cimientos una política interna de tolerancia cero respecto de prácticas que califiquen como conductas ilícitas según la ley. Siempre nos hemos manejado con estándares de ética internacionales, por lo que rechazamos rotundamente las declaraciones y conclusiones señaladas en el reportaje que hace unas horas se emitiera en dicho programa. Por ello, rechazamos las alegaciones infundadas presentadas por quien fuera ex Gerente Legal de nuestra institución por muchos años, de quien nos vimos lamentablemente forzados a prescindir en enero de 2017.*

*Sin perjuicio de que se adoptarán las medidas legales que correspondan ante este tipo de acusaciones sin fundamento, nuestra empresa se reafirma en que no ha incumplido las normas de competencia o norma alguna que regule nuestras relaciones comerciales. Finalmente, nos reafirmamos en nuestro compromiso con la población meiliana.*

19. Horas después de que se publicara este comunicado de prensa, las demás cadenas de supermercados y proveedores involucrados en el reportaje, publicaron anuncios similares en sus páginas web, descartando cualquier tipo de práctica anticompetitiva.
20. Al día siguiente a la emisión de este reportaje, la Asociación Meiliana de Consumidores y Usuarios (ASOMELCO) se reunió con carácter de urgencia para discutir los correos electrónicos revelados y el testimonio proyectados por el programa dominical. Luego de esta reunión, se comunicaron inmediatamente con el programa dominical “Abajo el crimen” para solicitar los correos electrónicos (**Ver Anexo 1**) y la data económica (**Ver Anexo 2**) proporcionada por este ex – funcionario denunciante. Esta información fue enviada a la ASOMELCO ese mismo día.

**Estado actual del caso:**

21. En base a la información obtenida, la ASOMELCO ha decidido denunciar a los supermercados WENROU, YANSHI, KONGGI y DAFENG ante la

Comisión de Libre Competencia<sup>5</sup> (CLC). En ese sentido, la ASOMELCO ha decidido imputar a dichas empresas una infracción a la Ley de Competencia por haber implementado un acuerdo de fijación de precios de venta de determinados productos durante el 2016.

22. La denuncia de la ASOMELCO incluirá, necesaria pero no exclusivamente, lo siguiente:
- (i) Los supermercados denunciados han incurrido en una práctica colusoria horizontal *inter marca*, bajo la modalidad de fijación de precios o condiciones comerciales.
  - (ii) El análisis de los correos electrónicos (**Ver Anexo 1**) y la data económica proporcionada por el programa dominical (**Ver Anexo 2**), incluyendo en este último caso gráficos que muestran la evolución de precios en el período cuestionado, evidencian un acuerdo de precios de venta entre los supermercados respecto de determinados productos durante el 2016.
  - (iii) Este caso amerita que la CLC, conforme a la Ley de Competencia, ordene a los supermercados una medida correctiva reparadora, pues es necesario revertir los efectos que la conducta infractora ha ocasionado, la misma que será definida y sustentada en la denuncia.
23. Una vez presentada la denuncia, las cadenas de supermercados WENROU, YANSHI, KONGGI y DAFENG presentarán sus descargos de manera conjunta planteando, necesaria pero no exclusivamente, lo siguiente:
- (i) La CLC ha violado su derecho al debido procedimiento al admitir una denuncia sustentada en pruebas obtenidas de manera fraudulenta y que vulneran el secreto profesional y el secreto comercial.
  - (ii) Sin perjuicio de ello, luego de un análisis de los mismos correos electrónicos y data económica a disposición de la ASOMELCO, análisis que también incluirá gráficos propios sobre la evolución de precios durante el período cuestionado, no se ha configurado ningún acuerdo de fijación de precios entre las empresas. Lo único que existe es una relación comercial entre las cadenas de supermercados y sus proveedores que es común en este tipo de mercados, lo que se evidencia en los propios correos electrónicos que la denunciante adjunta como prueba.

---

<sup>5</sup> La Comisión de Libre Competencia es la autoridad nacional de competencia que conoce en sede administrativa y primera instancia las denuncias que se interponen por infracciones a la Ley de Competencia. En segunda instancia, estas denuncias son conocidas por el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia. Se adjuntan las principales disposiciones de la Ley de Competencia cuya aplicación es competencia de la referida autoridad (**Ver Anexo 3**).

- (iii) En todo caso, la denuncia debe incluir a los proveedores YUELIANG, TAIYANG y MINGXING y, en ese sentido, ésta debería ser analizada como una práctica colusoria vertical *intra marca*.
- (iv) Por ende, la ASOMELCO debería sustentar que la conducta denunciada tiene, o podría tener, efectos negativos para la competencia y el bienestar de los consumidores. En ese sentido, en los descargos se sustentará por qué la conducta imputada no habría tenido efectos negativos para la competencia y el bienestar de los consumidores.

ANEXO 1  
Transcripción de los correos electrónicos

**CORREO 1**

**De:** Sánchez, Jorge [YUELIANG] [Gerente Legal]  
**Enviado el:** 5 de junio de 2016 10:34 a.m.  
**Para:** 'Bruno Olórtegui' [KONGGI]  
**Asunto:** RE: Precios conciliados

Estimado Bruno, no entiendo.

Estos últimos días, me has estado presionando con las diferencias. Yo te envié con anticipación los correos. Hoy por la tarde Dafeng y todas las demás verificarán los precios y si encuentran estas diferencias los bajarán una vez más.

Este asunto me genera mayores problemas, te pido por favor tomen acciones hoy, no puede ser mañana.

Dafeng cambió sus precios anoche.

Quedo a la espera de tu respuesta.  
Un abrazo,

**CORREO 2**

**De:** Julio González [YANSHI]  
**Enviado el:** 16 de julio de 2016 7:17 p.m.  
**Para:** Rodrigo Lavalle [TAIYANG] [Gerente Legal]  
**Asunto:** RV: precios Wenrou  
**Datos adjuntos:** ProductosYanshi.xls (5 KB)

Estimado Rodrigo,

Los productos que se detallan en el documento adjunto a este correo han tenido una baja considerable de precios en Wenrou.

Te agradeceré solucionar este tema ASAP para que los precios se regularicen, porque no podemos seguir subsidiando la venta de tu línea de productos a costa de nuestra rentabilidad. Tenemos mucho interés en que tus productos sigan creciendo en nuestro supermercado pero bajo una lógica de mutua ganancia.

Quedo a la espera de tus comentarios  
Saludos,

---

**PRODUCTOS YANSHI**

Café
Azúcar

**CORREO 3**

**De:** José Escudero [MINGXING] [Gerente Legal]  
**Enviado el:** 7 de agosto de 2016 08:43 a.m.  
**Para:** Fabiana Ríos [YANSHI]  
**CC:** Andrés Seminario [YANSHI]  
**Asunto:** Estandarización de precios al público  
**Datos adjuntos:** Precios al Público Mingxing.xls (24 KB)  
**Importancia:** Alta

Estimados,

Se ha fijado el 15 de agosto de 2016 como fecha única de estandarización de precios "mínimos sugeridos" al público en nuestros productos.

Con esta medida se logrará generar márgenes atractivos para el supermercado. En esa medida, no se apoyarán guerras de precios que reduzcan el margen del supermercado o traslado de mercadería a otros canales. El éxito de esta tarea conjunta permitirá que tengamos una situación win-win.

Se tiene el compromiso del resto de supermercados, por lo que todas van a estandarizar los precios al público en la fecha acordada, en todos sus puntos de venta a nivel nacional.

Cordialmente,

---

**PRECIOS AL PÚBLICO MINGXING**

Supermercados	PPSUG – Pollo
YANSHI	W/. 9.80
KONGGI	
DANFENG	
WENROU	

**CORREO 4**

**De:** Manuel Moncada [YUELIANG] [Gerente Legal]  
**Enviado el:** 27 de mayo de 2016 11:46 a.m.  
**Para:** 'Bruno Olórtegui' [KONGGI]  
**Asunto:** Precios conciliados Yueliang.xls (15 KB)

Estimado Bruno,

La semana pasada se ha coordinado con todos los demás supermercados para reordenar nuestros precios, sobre todo en aquellos productos de primera necesidad. Si observamos tus precios, vemos que no habrá mayor diferencia para nivelarlos con los demás, pero deberán ser los mismos del archivo adjunto. Por favor, te agradeceré hacer las gestiones que sean necesarias para que estas sean niveladas. Así evitamos que Wenrou tenga la excusa de que Konggi no los cambió.

Estos precios deberán ser aplicados desde el 05 de junio a primera hora.

Agradeciendo de antemano tu apoyo, quedo atento a tu confirmación.

Un abrazo,

## CORREO 5

**De:** Manuel Moncada [YUELIANG] [Gerente Legal]  
**Enviado el:** 11 de junio de 2016 05:34 p.m.  
**Para:** Verónica Rojas [YUELIANG]  
**Asunto:** Reordenamiento PPSUG. Yueliang

Buenas tardes amigos:

Por este medio, les agradezco por todo el apoyo brindado en el reordenamiento de precios. El pasado jueves 9 de junio, verifiqué que el 100% esté conforme. Estoy seguro que con la colaboración de todos ustedes podremos trabajar sin inconvenientes y sobre todo lograr que cada uno de los productos Yueliang sea rentable para todos nuestros clientes.

Les agradeceré que cualquier variación en los siguientes días me sea comunicada en la brevedad, a fin de coordinar y evitar cualquier inconveniente. Todos están poniendo de su parte. Estoy seguro que este pacto de caballeros dará buenos resultados.

Un abrazo y buen fin de semana!

## CORREO 6

**De:** Ana María Cabrera [TAIYANG]  
**Enviado el:** 20 de abril de 2016 04:17 p.m.  
**Para:** Andrea Hernández [TAIYANG] [Gerente Legal]  
**Asunto:** RE: Atención orden de compra Wenrou

Andreita,

No olvides que mañana tenemos reunión de gerencia. ¿Cómo vamos con los precios? ¿Se han nivelado?

Por favor, no olvides que toda comunicación con Wenrou debe ser directa (NADA POR ESCRITO) o, en su defecto, por teléfono.

Quedo atento a tu respuesta. Gracias y abrazo,

## CORREO 7

**De:** Manuel Moncada [YUELIANG] [Gerente Legal]  
**Enviado el:** 08 de junio de 2016 08:17 p.m.  
**Para:** Dolores Uribe [YANSHI]  
**CC:** Andrés Seminario [YANSHI]  
**Asunto:** RV: Precios de Wenrou

Dolores, Andrés,

Se ha confirmado que los precios de Wenrou estarán conformes (los que todavía faltaban) el día de mañana. Asimismo, se culminó de verificar con todas los demás supermercados para que no haya excusa alguna.

En la tarde puedes pedir que verifiquen a nivel nacional.

Un abrazo inmenso,

### CORREO 8

**De:** José Escudero [MINGXING] [Gerente Legal]  
**Enviado el:** 15 de Agosto de 2016 10:45 a.m.  
**Para:** Silvana Rodríguez [DAFENG]  
**Asunto:** Precios – Incremento

Silvana, me llamó Renzo, me dice que Yanshi está subiendo los precios paulatinamente, a las 3 o 4 de la tarde ya estará el precio correcto en la totalidad de locales. Wenrou esperará a que Yanshi suba todos sus precios para realizar el cambio.

Me dice Fabiana que están trabajando en eso...

### CORREO 9

**De:** José Escudero [MINGXING]  
**Enviado el:** 01 de Agosto de 2016 10:17 a.m.  
**Para:** Andrés Seminario [YANSHI], Silvana Rodríguez [DAFENG]  
**Asunto:** RV: Incremento Precios.xls

Silvana por favor es muy importante que estos precios se reflejen en los supermercados el día 15 de agosto. Gracias

---

**De:** Silvana Rodríguez [DAFENG]  
**Enviado el:** 29 de Julio de 2016 08:50 p.m.  
**Para:** José Escudero [MINGXING]  
**CC:** Alejandro Montero [MINGXING]  
**Asunto:** Incremento Precios.xls

José,

El día 15 de agosto estamos teniendo un alza de precios públicos para incrementar los márgenes; este incremento es a nivel de todos los supermercados.

Por favor necesitamos tu apoyo para marcarlos a partir del 15. En caso de no respetarse estos precios al jueves o viernes lamentablemente tendríamos que cambiarlos nuevamente a lo que indica el mercado.

Cualquier consulta por favor me avisan,  
Gracias,

### CORREO 10

**De:** Jorge Sánchez [YUELIANG]  
**Enviado el:** 15 de Mayo de 2016 12:29 p.m.  
**Para:** Fabiana Ríos [YANSHI]  
**CC:** Andrés Seminario [YANSHI]; Dolores Uribe [YANHSI]  
**Asunto:** RE: Reunión URGENTE PRECIOS

Fabiana:

Cualquier respuesta respecto de nuestra política de precios o promociones debe ser coordinada conmigo. Uds no den respuestas ni información directamente a los supermercados para evitar problemas mayores. En este caso hemos podido evitar el conflicto que se está armando.

Saludos

---

**De:** Fabiana Ríos [YANSHI]  
**Enviado el:** 23 de julio de 2016 06:34 p.m.  
**Para:** Jorge Sánchez [YUELIANG]  
**Asunto:** Reunión URGENTE PRECIOS

Jorge

Un servicio el Konggi solicita una reunión mañana 4.30 a 5.00 p.m. para ver el tema de precios pues refieren que nosotros estamos distorsionando los precios del arroz y aceite con los descuentos del fin de mes. Wenrou los está presionando y han indicado que bajaran sus precios por debajo de su costo.

Espero confirmación.

Saludos

#### **CORREO 11**

**De:** Ana María Cabrera [TAIYANG]  
**Enviado el:** 03 de setiembre de 2016, 12:00 p.m.  
**Para:** Bruno Olórtegui [KONGGI]  
**Asunto:** CAFÉ Y AZUCAR

Estimado Bruno:

Estoy reemplazando a Rodrigo mientras está de vacaciones y no sabía a quién en el área que ve precio le podía direccionar este correo. Espero que me puedas ayudar. Gracias!

Con el objetivo de mejorar el aporte de nuestros productos a su supermercado, solicitamos su máximo apoyo para lograr subir el precio sugerido a público del café, que tal como ustedes saben, ha visto su precio disminuido paulatinamente durante estos meses, llegando a niveles que son insostenibles por el poco aporte que esto les genera.

Se ha conversado ya con todos los supermercados con atención directa y todos subirán el precio sugerido a público. Se ha fijado como fecha para que todos efectúen esta alza de PSP el día 19 de setiembre. El día martes a primera hora procederemos a efectuar la compra de producto en cada supermercado y el día miércoles, le estaremos enviando dichas boletas scaneadas.

Requerimos su máximo apoyo en este sentido. Se tiene el compromiso del resto de agentes en el mercado. Esta medida tiene como objetivo principal que ustedes tengan un margen atractivo en nuestros productos y reactivar los incentivos al dependientes que poseía anteriormente ese producto.

De antemano muchas gracias por su apoyo.

Cordialmente,

## CORREO 12

**De:** Andrés Seminario [YANSHI]  
**Enviado el:** 29 de Abril de 2016 10:44 am  
**Para:** Manuel Moncada [YUELIANG]  
**Asunto:** RE: PRECIOS MERCADO YUELIANG

Hola Manuel...Creo que debemos regularizar juntos lo de Konggi...lo de Dafeng podemos esperar hasta junio ...pero como entenderás por experiencias en el pasado (Huancayo y Barranca) Wenrou te pide que regularicemos nosotros y luego nunca regulariza y eso también nos genera pérdida de valor para el grupo...te sugiero que coloques una fecha para que los tres supermercados regularicemos y salimos a medir en el mercado si se cumplió el acuerdo.

Saludos,

---

**De:** Manuel Moncada [YUELIANG]  
**Enviado el:** 05 de Abril 09:10 a.m.  
**Para:** Andrés Seminario [YANSHI], Fabiana Ríos [YANSHI]  
**Asunto:** PRECIOS MERCADO YUELIANG  
**Adjunto:** YUELIANG.PRECIOS.xls

Hola Andrés, durante la semana pasada tuve reuniones con los diferentes supermercados para ver la situación del control de precios tenemos muchas distorsiones y con gran diferencia principalmente con Konggi ya que como entenderás Uds. tienen un margen alto para soportar las distorsiones que se están ocasionando, Wenrou acepto trabajar nuevamente con el control de precios y pide se regularice la relación que te estoy enviando, es de suponer que en algunos casos ellos mismos ocasionaron estas diferencias la idea es ordenar, en el caso de Dafeng quiere empezar a partir de mayo ya que con el cambio de gerencia tienen algunas dudas con la nueva política pero no tenemos muchos problemas con ese supermercado puesto que no distorsiona como Wenrou.

Para llevar este tema de la mejor forma posible y evitar que principalmente Wenrou pida más descuentos para llegar a tus precios, esto genera una pérdida de valor para el grupo, la última vez no pidió los productos de la relación ya que dice esta con margen negativo y no tiene ningún interés de comprar para perder.

Cualquier sugerencia lo coordinamos  
Saludos cordiales,

---

## CORREO 13

**De:** Lola Gómez [KONGGI]  
**Enviado el:** Miércoles, 30 de julio de 2016 12:51 p.m.  
**Para:** José Escudero [MINGXING]  
**CC:** Gabriela Yábar [KONGGI]  
**Asunto:** RV: PRECIOS MERCADO

OK.  
El 15 de Agosto a las 8 a.m. arrancamos.  
Mediremos precios 8.30 a.m. y conversamos

Saludos cordiales,

---

**De:** José Escudero [MINGXING]  
**Enviado el:** 30 de Julio de 2016 09:36 a.m.  
**Para:** Lola Gómez [KONGGI]  
**CC:** Gabriela Yábar [KONGGI]  
**Asunto:** RE: PRECIOS MERCADO

Lola, no es que no se pueda, existe ya la aceptación de Wenrou, iniciamos a las 8 AM del 15 de Agosto. La idea es no pagar las diferencias y controlar este tema, el reclamo no es solo de Wenrou, todas piden se les de mejores descuentos para llegar a los precios de Uds. y Wenrou.

Saludos

---

**De:** Lola Gómez [KONGGI]  
**Enviado el:** 30 de julio de 2016 10:52 a.m.  
**Para:** José Escudero [MINGXING]  
**CC:** Gabriela Yábar [KONGGI]  
**Asunto:** RV: PRECIOS MERCADO

Hola José,

Te sugiero que si no se puede controlar el tema de los precios sugeridos, en todo caso no se haga...en todo caso al igual que Wenrou manejemos esto a otro nivel, por lo que copio a Gabriela Yábar y que ella decida si se procede o no, después de todo la otra parte afectada del grupo en este caso es Yanshi.

Saludos,

#### **CORREO 14**

**De:** Rodrigo Lavalle [TAIYANG]  
**Enviado el:** 21 de Enero de 2016 08:44  
**Para:**  
Jimena Gómez [TAIYANG]; Ana María Cabrera [TAIYANG]

**Asunto:** EXPLICACIÓN DATOS DE MERCADO

Estimados todos,

El motivo del presente mensaje, es para aclararles más a detalle el panorama respecto a los precios de nuestros productos. Como sabrán, Wenrou concentra la preferencia de los consumidores ya sea a través de sus ofertas, promociones o descuentos. Es por ello que ante tal escenario, nosotros con el fin de ayudarlos les sugerimos vender nuestros productos a un precio, que sabemos les va a convenir, a lo que ustedes deciden si procede aplicar o no. Claro que este precio se establecería para todos los supermercados (no se preocupen que nosotros lo coordinamos con ellos para que un día determinado todos comiencen las ventas con ese precio).

Espero hayamos cubierto todas tus dudas.

Estamos atentos a tu respuesta

Saludos,

### **Anexo 3**

## **LEY DE COMPETENCIA DE MEILAND**

### **(Partes Pertinentes)**

#### **Disposiciones Generales**

##### **Artículo 1**

###### **Objetivos**

Controlar o eliminar los convenios o acuerdos restrictivos entre empresas, las fusiones y adquisiciones o el abuso de una posición dominante en el mercado, que limiten el acceso a los mercados o restrinjan indebidamente de algún otro modo la competencia y tengan efectos perjudiciales para el comercio nacional; todo ello con el fin de promover la eficiencia económica en los mercados para el bienestar de los consumidores.

##### **Artículo 2**

###### **Definiciones y ámbito de aplicación**

###### **1. Definiciones**

- a) Por “empresa” se entiende toda sociedad de personas, sociedad de capitales, compañía, asociación, entidad pública o privada u otra persona jurídica, independientemente de que haya sido creada o esté controlada por particulares o por el Estado, que desarrolle actividad económica o que se relacione con ella, incluidas sus sucursales, filiales, sociedades participadas, oficinas y otras entidades directa o indirectamente controladas por ella.
- b) Por “posición dominante en el mercado” se entiende la situación en que una empresa está en condiciones de controlar el mercado pertinente para un determinado bien o servicio o un determinado grupo de bienes o servicios.
- c) Por “mercado pertinente” se entiende la línea de comercio en la que se ha restringido la competencia y la zona geográfica correspondiente, en cuya definición quedan incluidos todos los productos o servicios razonablemente sustituibles, y todos los competidores cercados, a los que el consumidor podría acudir a corto plazo si la restricción o el abuso diera lugar a un incremento no insignificante de los precios.

###### **2. Ámbito de aplicación**

- a) Se aplica a toda empresa, tal como ha sido definida, con respecto a todos sus convenios, actos o transacciones relativos a bienes, servicios o propiedad intelectual y a los mercados en los cuales estos se tranzan.
- b) Se aplica a toda persona natural que, obrando en su capacidad privada como propietario, gestor, funcionario o empleado de una empresa, autoriza la

realización de prácticas restrictivas prohibidas por la ley o participa, fomenta, permite o colabora en ellas.

- c) Se aplica a todos los actos que afectan irracionalmente la entrada o permanencia de agentes en el mercado.

### **Artículo 3**

#### Naturaleza de las Prohibiciones

1. Prohibición absoluta. En los casos de prohibición absoluta, para verificar la existencia de la infracción administrativa, es suficiente que la autoridad de competencia pruebe la existencia de la conducta.
2. Prohibición relativa.- En los casos de prohibición relativa, para verificar la existencia de la infracción administrativa, la autoridad de competencia deberá probar la existencia de la conducta y que ésta tiene, o podría tener, efectos negativos para la competencia y el bienestar de los consumidores.

### **Artículo 4**

#### Convenios o acuerdos restrictivos

1. Prohibición de los acuerdos, decisiones, recomendaciones o prácticas concertadas realizadas por empresas competidoras que tengan por objeto o efecto restringir, impedir o falsear la libre competencia, tales como:
  - a) La fijación concertada, de forma directa o indirecta, de precios o de otras condiciones comerciales o de servicio;
  - b) La limitación o control concertado de la producción, ventas, el desarrollo técnico o las inversiones;
  - c) El reparto concertado de clientes, proveedores o zonas geográficas;
  - d) La concertación de la calidad de los productos, cuando no corresponda a normas técnicas nacionales o internacionales y afecte negativamente al consumidor;
  - e) La aplicación concertada, en las relaciones comerciales o de servicio, de condiciones desiguales para prestaciones equivalentes, que coloquen de manera injustificada a unos competidores en situación desventajosa frente a otros;
  - f) Concertar injustificadamente la subordinación de la celebración de contratos a la aceptación de prestaciones adicionales que, por su naturaleza o arreglo al uso comercial, no guarden relación con el objeto de tales contratos;
  - g) La negativa concertada e injustificada de satisfacer demandas de compra o adquisición, o de aceptar ofertas de venta o prestación, de bienes o servicios;
  - h) Obstaculizar de manera concertada e injustificada la entrada o permanencia de un competidor a un mercado, asociación u organización de intermediación;
  - i) Concertar injustificadamente una distribución o venta exclusiva;

- j) Concertar o coordinar ofertas, posturas o propuestas o abstenerse de éstas en las licitaciones o concursos públicos o privados u otras formas de contratación o adquisición pública previstas en la legislación pertinente, así como en subastas públicas y remates; u,
  - k) Otras prácticas de efecto equivalente.
2. Prohibición de acuerdos, decisiones, recomendaciones o prácticas concertadas realizados por empresas que operan en planos distintos de la cadena de producción, distribución o comercialización, que tengan por objeto o efecto restringir, impedir o falsear la libre competencia. Éstos podrán consistir en los supuestos tipificados a modo de ejemplo en los numerales a) a k) anteriores.
  3. Constituyen prohibiciones absolutas las prácticas colusorias horizontales inter marca que no sean complementarias o accesorias a otros acuerdos lícitos y que tengan por objeto:
    - a) Fijar precios u otras condiciones comerciales o de servicio;
    - b) Limitar la producción o las ventas, en particular por medio de cuotas;
    - c) El reparto de clientes, proveedores o zonas geográficas; o,
    - d) Establecer posturas o abstenciones en licitaciones, concursos u otra forma de contratación o adquisición pública prevista en la legislación pertinente, así como en subastas públicas y remates.
  4. Las prácticas colusorias horizontales distintas a las señaladas en el numeral 4.3 precedente constituyen prohibiciones relativas.

### **Artículo 5**

Actos o conductas constitutivos de abuso, o de adquisición y abuso de una posición dominante en el mercado

1. Prohibición de los actos o conductas constitutivos de abuso de una posición dominante en el mercado.

La prohibición de los actos o conductas que constituyan abuso o adquisición y abuso de una posición dominante en el mercado:

- a) Cuando una empresa esté en condiciones de controlar el mercado pertinente de un determinado bien o servicio o determinados grupos de bienes o servicios;
  - b) Cuando los actos o conductas de una empresa dominante limiten el acceso a un mercado pertinente o restrinjan indebidamente de algún otro modo la competencia y tengan o puedan tener efectos perjudiciales para el comercio o el desarrollo económico.
2. Actos o conductas considerados abusivos

- a) El comportamiento abusivo frente a los competidores, como la fijación de precios por debajo del costo para eliminar a los competidores;
  - b) La fijación discriminatoria (es decir, injustificadamente diferenciada) de los precios o de las modalidades o condiciones para el suministro o la compra de bienes o servicios, incluso mediante políticas de fijación de precios en las transacciones entre empresas participadas que sobrefacturen o subfacturen los bienes o servicios comprados o suministrados en comparación con los precios fijados para las transacciones similares o comparables que no se realicen entre las empresas participadas;
  - c) La fijación de los precios a los que pueden revenderse las mercancías vendidas, incluidas las de importación y las de exportación;
  - d) La imposición de restricciones a la importación de bienes a los que se haya aplicado legítimamente en el extranjero una marca de fábrica o de comercio idéntica o similar a la marca de fábrica o de comercio protegida en el país importador para bienes idénticos o similares, cuando las marcas de que se trate sean del mismo origen, es decir, pertenezcan al mismo propietario o sean utilizadas por empresas entre las que haya una interdependencia económica, de organización, de gestión o jurídica, y cuando esas restricciones tengan por objeto mantener precios artificialmente elevados;
  - e) Cuando no tengan por objeto la consecución de fines comerciales legítimos, tales como la calidad, la seguridad, una distribución adecuada o un servicio satisfactorio:
    - i) La negativa parcial o total a tratar en las condiciones comerciales habituales de la empresa;
    - ii) La subordinación del suministro de determinados bienes o de la prestación de determinados servicios a la aceptación de restricciones de la distribución o la fabricación de bienes competidores o de otros bienes;
    - iii) La imposición de restricciones con respecto al lugar, al destinatario, a la forma o a las cantidades en que los bienes suministrados u otros bienes pueden revenderse o exportarse;
    - iv) La subordinación del suministro de determinados bienes o de la prestación de determinados servicios a la compra de otros bienes o servicios del proveedor o de la persona designada por éste.
    - v) La creación de barreras o la realización de actos que limiten irracionalmente el acceso al mercado.
  - f) Otras prácticas de efecto equivalente.
3. Las conductas de abuso de posición de dominio constituyen prohibiciones relativas.

## **Del Procedimiento Administrativo Sancionador**

### **Artículo 6**

#### Formas de iniciación del procedimiento

1. El procedimiento sancionador de investigación y sanción de conductas anticompetitivas se inicia siempre de oficio, bien por iniciativa de la Comisión de Libre Competencia o por denuncia de parte.
2. El procedimiento sancionador podrá ser iniciado cuando la conducta denunciada se está ejecutando, cuando exista amenaza de que se produzca e, inclusive, cuando ya hubiera cesado sus efectos.

### **De la Instrucción**

### **Artículo 7**

#### Medios de prueba

1. La Comisión de Libre Competencia podrá actuar, o las partes ofrecer, los siguientes medios probatorios:
  - a) Documentos;
  - b) Declaración de parte;
  - c) Testimonios;
  - d) Inspecciones;
  - e) Pericias; u,
  - f) Otras pruebas si a criterio de la Comisión de Libre Competencia son necesarias para el esclarecimiento de los hechos denunciados o imputados.
2. En caso fuera necesario realizar una inspección, ésta será efectuada por la Comisión de Libre Competencia o por el funcionario designado por ésta para dicho efecto. Siempre que se realice una inspección deberá levantarse un acta que será firmada por quien se encuentre a cargo de ella, así como por los interesados, quienes ejerzan su representación o por el encargado del almacén, oficina o establecimiento correspondiente.
3. Tanto para la actuación de las pruebas como para la realización de las diligencias, la Comisión de Libre Competencia o el funcionario designado por ésta podrá requerir la intervención de la Policía Nacional, sin necesidad de notificación previa, para garantizar el cumplimiento de sus funciones;
4. Los medios probatorios deberán ser costeados por quien los ofrezca. Los costos de aquellos que sean ordenados por la autoridad podrán ser distribuidos entre el imputado y quien haya presentado la denuncia de parte, de ser el caso, al finalizar el procedimiento y dependiendo de su resultado.

### **Artículo 8**

#### Improcedencia de medios probatorios

La Comisión de Libre Competencia podrá rechazar los medios probatorios propuestos por los agentes económicos investigados, por quienes hayan presentado la denuncia de parte o por terceros con interés legítimo que también se hayan apersonado al procedimiento, cuando sean manifiestamente impertinentes o innecesarios, mediante resolución motivada.

### **Artículo 9**

#### Actuaciones de instrucción

1. La Comisión de Libre Competencia está facultada, en razón de su competencia, a realizar de oficio cuantas actuaciones probatorias resulten necesarias para el examen de los hechos, recabando los documentos, información u objetos que sean relevantes para determinar, en su caso, la existencia o no de la infracción administrativa que se imputa.
2. Si, como consecuencia de la instrucción del procedimiento, resultase modificada la determinación inicial de los hechos o de su posible calificación, la Comisión de Libre Competencia emitirá una nueva resolución de imputación que sustituirá como pliego de cargos a la resolución de inicio del procedimiento, informando de ello a la Comisión y notificando a las personas imputadas, así como a las personas que hayan presentado la denuncia de parte, si fuera el caso. En caso de emitirse esta nueva resolución, se inicia un nuevo cómputo de plazos para la formulación de los descargos y un nuevo cómputo del plazo legal que corresponde a la tramitación del procedimiento.
3. Un mes antes de finalizar el período de prueba, la Comisión de Libre Competencia informará a las partes de dicha circunstancia.
4. Dentro de un plazo no mayor de diez (10) días hábiles contados a partir de la notificación a que se refiere el numeral anterior, las partes que lo consideren pertinente podrán presentar, como pruebas adicionales, únicamente documentos, de lo que se correrá traslado a todas las partes del procedimiento.
5. Al finalizar el período de prueba, la Comisión de Libre Competencia informará a las partes que la etapa probatoria a su cargo terminó, por lo que ya no admitirá la presentación de medios probatorios adicionales.

## De la Información Pública y Confidencial

### Artículo 10

#### Acceso al expediente

En cualquier momento del procedimiento, y hasta que éste concluya en sede administrativa, únicamente la parte investigada, quien haya presentado una denuncia de parte o terceros con interés legítimo que también se hayan apersonado al procedimiento, tienen derecho a conocer el estado de tramitación del expediente, acceder a éste y obtener copias de los actuados, siempre que la Comisión no hubiere aprobado su reserva por constituir información confidencial.

### Artículo 11

#### Información confidencial

1. A solicitud de parte o tercero con interés legítimo, incluyendo a una entidad pública, la Comisión declarará la reserva de aquella información que tenga carácter confidencial, ya sea que se trate de un secreto comercial o industrial, información que afecte la intimidad personal o familiar, aquella cuya divulgación podría perjudicar a su titular.

La solicitud de declaración de reserva sobre un secreto comercial o industrial será concedida, siempre que:

- a) Dicha información sea un conocimiento que tenga carácter de reservado o privado sobre un objeto determinado;
  - b) Quienes tengan acceso a dicho conocimiento tengan la voluntad e interés consciente de mantenerlo reservado, adoptando las medidas necesarias para mantener dicha información como tal; y,
  - c) La información tenga un valor comercial, efectivo o potencial.
2. Sólo podrán acceder a la información declarada bajo reserva los miembros de la Comisión y los vocales del Tribunal, sus Fiscales Técnicos y las personas debidamente autorizadas por éstos que laboren o mantengan una relación contractual con la Autoridad Nacional De Competencia.
  3. En los casos en que la Comisión o el Tribunal conceda el pedido de reserva formulado, tomará todas las medidas que sean necesarias para garantizar la reserva de la información confidencialidad, bajo responsabilidad.
  4. Para que proceda la solicitud de declaración de reserva, el interesado deberá precisar cuál es la información confidencial, justificar su solicitud y presentar un resumen no confidencial sobre dicha información. Para evaluar si la información tiene carácter confidencial, la Comisión evaluará la pertinencia de la información, su no divulgación previa y la eventual afectación que podría causar su divulgación.

5. Tratándose de una visita de inspección o una entrevista, y en el momento de realizarse esta diligencia, el interesado podrá solicitar la reserva genérica de toda la información o documentación que esté declarando o suministrando a la Comisión de Libre Competencia. Ésta, con posterioridad, deberá informar al interesado qué información o documentación resulta pertinente para la investigación, otorgando un plazo razonable para que el interesado individualice, respecto de la información pertinente, la solicitud de confidencialidad conforme a lo establecido en el párrafo anterior.
6. La autoridad podrá declarar de oficio la reserva de información vinculada a la intimidad personal o familiar.
7. Los procedimientos y plazos para la declaración de reserva de información confidencialidad serán establecidos por Directiva conforme lo prevé la Ley de Organización y Funciones de la Autoridad Nacional De Competencia.

### **De la Sanciones por la Infracción Administrativa**

#### **Artículo 12**

##### El monto de las multas

1. Las conductas anticompetitivas serán sancionadas por la Comisión, sobre la base de Unidades Impositivas Tributarias (UIT)<sup>6</sup>, con las siguientes multas:
  - a) Si la infracción fuera calificada como leve, una multa de hasta quinientas (500) UIT, siempre que dicha multa no supere el ocho por ciento (8%) de las ventas o ingresos brutos percibidos por el infractor, o su grupo económico, relativos a todas sus actividades económicas, correspondientes al ejercicio inmediato anterior al de la expedición de la resolución de la Comisión;
  - b) Si la infracción fuera calificada como grave, una multa de hasta mil (1 000) UIT, siempre que dicha multa no supere el diez por ciento (10%) de las ventas o ingresos brutos percibidos por el infractor, o su grupo económico, relativos a todas sus actividades económicas, correspondientes al ejercicio inmediato anterior al de la resolución de la Comisión; o,
  - c) Si la infracción fuera calificada como muy grave, una multa superior a mil (1 000) UIT, siempre que dicha multa no supere el doce por ciento (12%) de las ventas o ingresos brutos percibidos por el infractor, o su grupo económico, relativos a todas sus actividades económicas, correspondientes al ejercicio inmediato anterior al de la resolución de la Comisión.
2. En caso de tratarse de colegios profesionales o gremios de empresas, o agentes económicos que hubieran iniciado sus actividades después del 1 de enero del ejercicio anterior, la multa no podrá superar, en ningún caso, las mil (1 000) UIT.

<sup>6</sup> Una Unidad Impositiva Tributaria equivale a W/. 3, 500.00.

3. Además de la sanción que a criterio de la Comisión corresponde imponer a los infractores, cuando se trate de una persona jurídica, sociedad irregular, patrimonio autónomo o entidad, se podrá imponer una multa de hasta cien (100) UIT a cada uno de sus representantes legales o a las personas que integran los órganos de dirección o administración según se determine su responsabilidad en las infracciones cometidas.
4. La reincidencia se considerará circunstancia agravante, por lo que la sanción aplicable no deberá ser menor que la sanción precedente.
5. Para calcular el monto de las multas a aplicarse de acuerdo a la presente Ley, se utilizará la UIT vigente a la fecha de pago efectivo o ejecución coactiva de la sanción.
6. La multa aplicable será rebajada en un veinticinco por ciento (25%) cuando el infractor cancele su monto con anterioridad a la culminación del término para impugnar la resolución de la Comisión que puso fin a la instancia y en tanto no interponga recurso impugnativo alguno contra dicha resolución.

### **Artículo 13**

Criterios para determinar la gravedad de la infracción y graduar la multa

La Comisión tendrá en consideración para determinar la gravedad de la infracción y la aplicación de las multas correspondientes, entre otros, los siguientes criterios:

- a) El beneficio ilícito esperado por la realización de la infracción;
- b) La probabilidad de detección de la infracción;
- c) La modalidad y el alcance de la restricción de la competencia;
- d) La dimensión del mercado afectado;
- e) La cuota de mercado del infractor;
- f) El efecto de la restricción de la competencia sobre los competidores efectivos o potenciales, sobre otras partes en el proceso económico y sobre los consumidores;
- g) La duración de la restricción de la competencia;
- h) La reincidencia de las conductas prohibidas; o,
- i) La actuación procesal de la parte.

### **Artículo 14**

Prescripción de la sanción

1. La acción para exigir el cumplimiento de las sanciones prescribe a los tres (3) años contados desde el día siguiente a aquél en que la resolución por la que se impone la sanción quede firme.
2. Interrumpirá la prescripción de la sanción, la iniciación, con conocimiento del interesado, del procedimiento de ejecución coactiva. El cómputo del plazo se

volverá a iniciar si el procedimiento de ejecución coactiva permaneciera paralizado durante más de treinta (30) días hábiles por causa no imputable al infractor.

### Artículo 15

#### Exoneración de sanción

1. Sin perjuicio de lo establecido en el artículo precedente, cualquier persona podrá solicitar a la Comisión de Libre Competencia que se le exonere de sanción a cambio de aportar pruebas que ayuden a identificar y acreditar la existencia de una práctica ilegal. De estimarse que los elementos de prueba ofrecidos son determinantes para sancionar a los responsables, la Comisión de Libre Competencia podrá proponer, y el Tribunal aceptar, la aprobación del ofrecimiento efectuado. Para ello la Comisión de Libre Competencia cuenta con todas las facultades de negociación que fuesen necesarias para establecer los términos del ofrecimiento.
2. El compromiso de exoneración de sanción será suscrito por el interesado y la Comisión de Libre Competencia y contendrá la obligación de guardar reserva sobre el origen de las pruebas aportadas. El incumplimiento de la obligación de reserva generará en el funcionario las responsabilidades administrativas y penales previstas para el caso de información declarada reservada por el Tribunal. La suscripción del compromiso y el cumplimiento de lo acordado por parte del interesado, lo exonera de sanción respecto de la conducta llevada a cabo, no pudiendo el Tribunal, ni ninguna otra autoridad administrativa o jurisdiccional, seguirle o iniciarle procedimiento administrativo o proceso judicial por los mismos hechos.
3. Si son varios los agentes económicos que solicitan la exoneración de sanción, sólo el primero que haya aportado pruebas de la existencia de la conducta anticompetitiva y de la identidad de los infractores, será beneficiado con la exoneración. Otros agentes económicos que aporten información relevante podrán ser beneficiados con la reducción de la multa, si dicha información es distinta a la que posee la autoridad de competencia, ya sea por propias investigaciones o por la solicitud de exoneración presentada con anterioridad. El Tribunal analizará en cada caso la pertinencia de la reducción de la multa.
4. La aprobación de exoneración de sanción no elimina ni limita la responsabilidad civil de los denunciados por los daños y perjuicios ocasionados, de ser el caso.

### Artículo 16

#### Medidas correctivas

1. Además de la sanción que se imponga por infracción a la presente Ley, la Comisión podrá dictar medidas correctivas que estén destinadas a restablecer el proceso competitivo (**medidas correctivas complementarias**) o revertir los

efectos que la conducta infractora hubiera ocasionado (**medidas correctivas reparadoras**), las que podrán ser solicitadas a pedido de parte o de oficio.

2. Las medidas correctivas reparadoras tienen el objeto de resarcir las consecuencias patrimoniales directas e inmediatas ocasionadas al denunciante por la infracción administrativa.
3. El extremo de la resolución final que ordena el cumplimiento de una medida correctiva reparadora a favor del consumidor constituye título ejecutivo conforme con lo dispuesto en el Código Procesal Civil, una vez que quedan consentidas o causan estado en la vía administrativa.
4. Las medidas correctivas reparadoras no tienen naturaleza indemnizatoria.
5. Las medidas correctivas complementarias tienen el objeto de restablecer el proceso competitivo, las mismas que, entre otras, podrán consistir en:
  - a) El cese o la realización de actividades, inclusive bajo determinadas condiciones;
  - b) De acuerdo con las circunstancias, la obligación de contratar, inclusive bajo determinadas condiciones; o,
  - c) La inoponibilidad de las cláusulas o disposiciones anticompetitivas de actos jurídicos; o,
  - d) El acceso a una asociación u organización de intermediación.
6. Las medidas correctivas solo podrán solicitarse a pedido de parte en la denuncia.
7. El Tribunal tiene las mismas facultades atribuidas a la Comisión para el dictado de medidas correctivas.