



URIBE • YÁÑEZ

---

A s e s o r e s   L e g a l e s

# DISTANCIAMIENTO PÚBLICO



URIBE y YÁÑEZ



# SER Y PARECER



[Tap Here](#)



# TABLA DE CONTENIDOS

1

¿QUÉ ES EL  
DISTANCIAMIENTO PÚBLICO?

2

ESCENARIOS POSIBLES

3

RIESGOS

4

¿QUÉ HACER EN  
REUNIONES CON  
COMPETIDORES?

5

¿QUÉ TIPO DE INFORMACIÓN  
SE PUEDE INTERCAMBIAR  
ENTRE COMPETIDORES?

6

EJEMPLO

7

SANCIONES



1

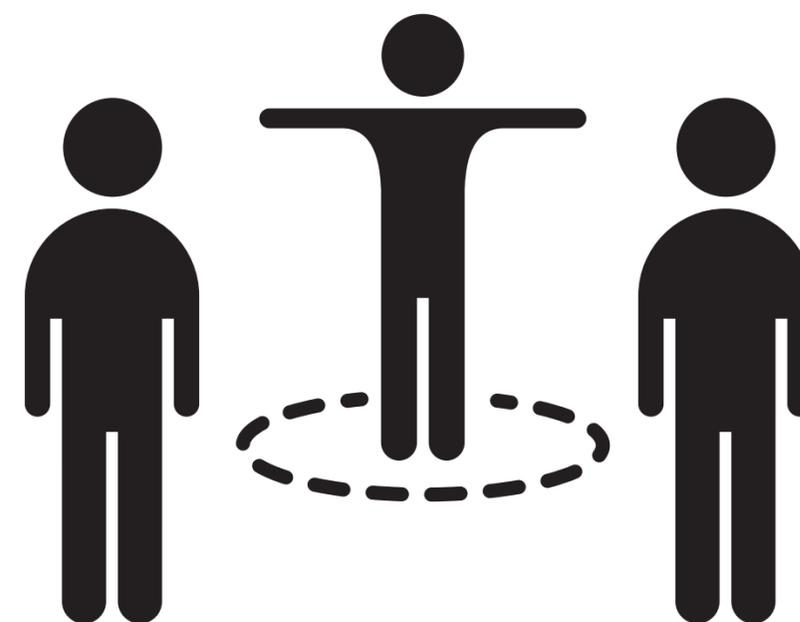
# ¿QUÉ ES EL DISTANCIAMIENTO PÚBLICO?





El distanciamiento público es la acción de rechazar expresamente cualquier tipo de conducta o propuesta ilegal, incluidos actos restrictivos de la competencia.

Ante una conducta ilegal, **guardar silencio no es una opción**, debe expresar su posición y la de la empresa de forma clara y pública: **“No estoy de acuerdo con eso, no corresponde a las políticas de la compañía”**.

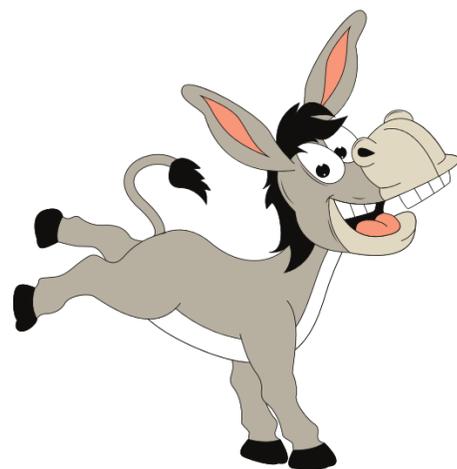




2

# ESCENARIOS POSIBLES





En reuniones de asociaciones o gremios, es posible que alguno de los asistentes proponga actos ilegales o no sea claro respecto de estos.

En estos casos usted debe rechazar la conducta ilegal de forma pública y enfática. ¡Deja la timidez!

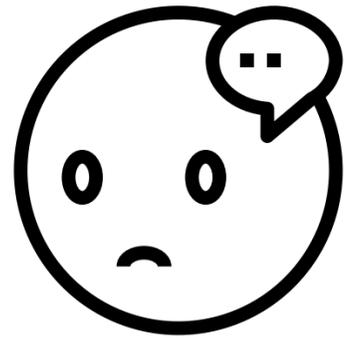




Discutir secretos empresariales, información privilegiada, estratégica y futura de la compañía o de competidores, dentro de una asociación o gremio.

En estos casos usted debe rechazar que se hable sobre ese tema y exigir que se cambie el asunto o materia de la conversación.





Usted puede **recibir** por equivocación información estratégica, desagregada, presente o futura, secreta o confidencial de un competidor.

En estos casos usted debe eliminar dicho correo y advertirle al remitente que eliminó dicha información, la cual usted supone que recibió por equivocación.





Usted puede **enviar** por equivocación información estratégica, desagregada, presente o futura, secreta o confidencial de un competidor.

En estos casos usted debe escribirle a quien recibió la información y solicitarle que elimine dicha información. Si su correo tiene la herramienta, usar la opción de recuperar correo.





3

# RIESGOS





El intercambio de información y las reuniones entre competidores aumentan el riesgo de incurrir en acuerdos o actos restrictivos de la competencia.



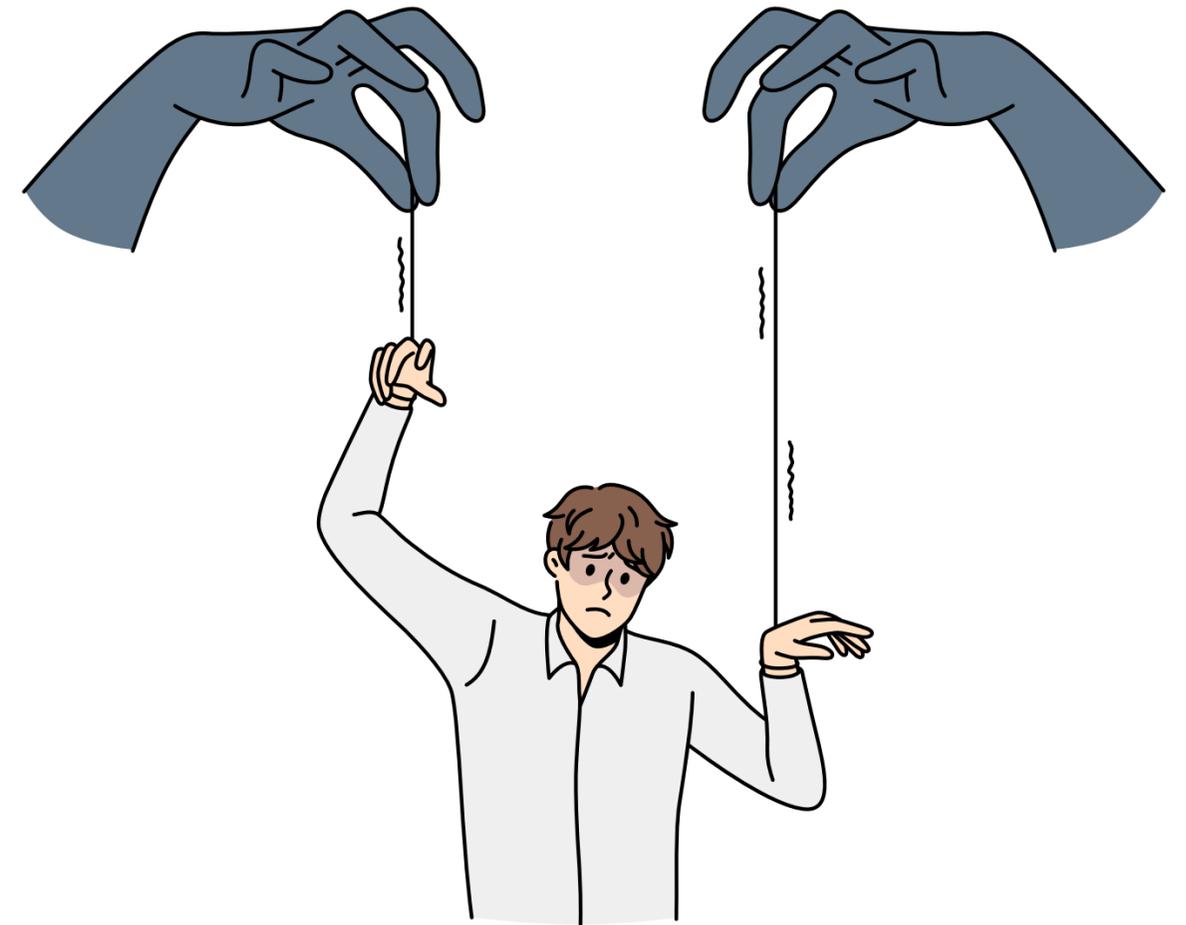


En las interacciones con competidores pueden promoverse directa o indirectamente acuerdos contrarios a la libre competencia, o servir de puente para que los participantes de las reuniones coordinen ciertas actuaciones en el mercado.





De igual forma, en estas reuniones entre competidores existe el riesgo de influenciar a los demás competidores asistentes para que pacten o ejecuten dichos acuerdos, lo cual está prohibido y excluye a los competidores que no asisten a dichas reuniones.





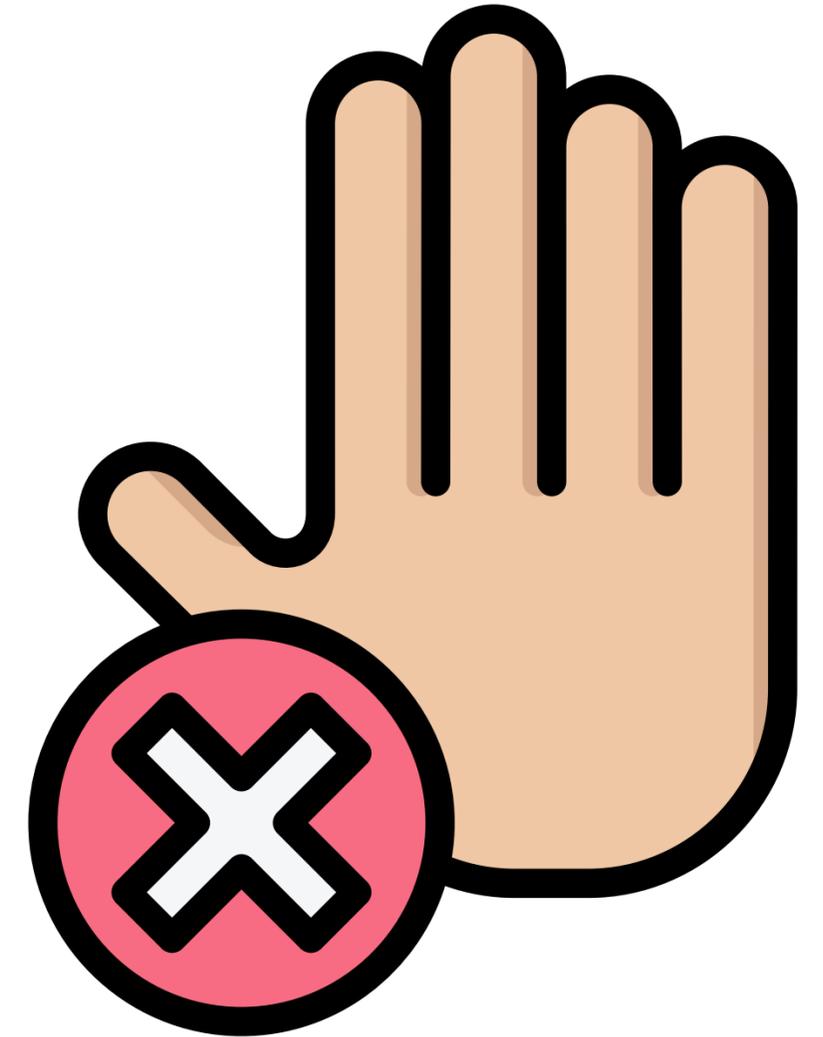
4

# ¿QUÉ HACER EN REUNIONES CON COMPETIDORES?



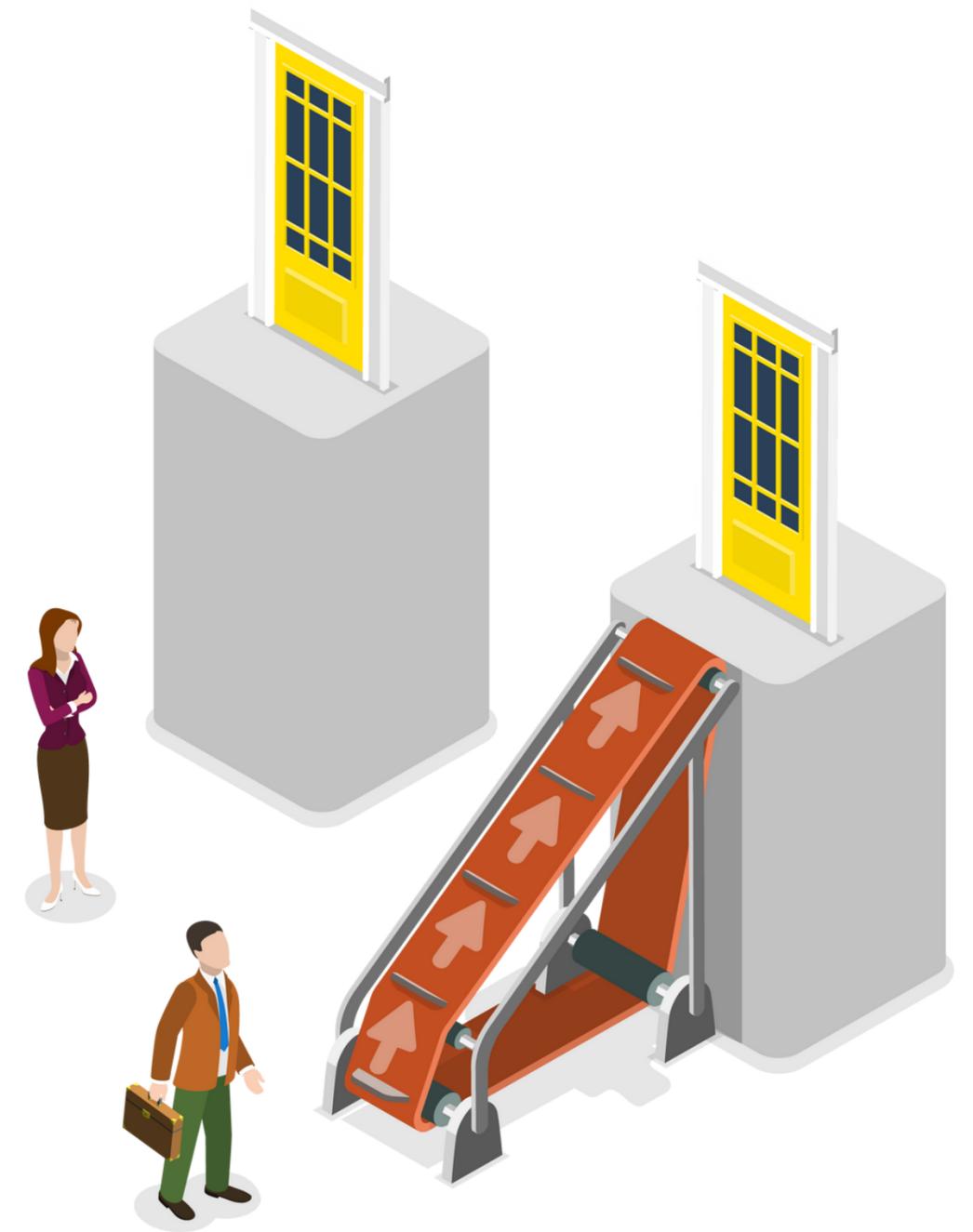
En caso de tener encuentro o reuniones donde haya interacción e intercambio de información entre competidores, es muy importante que:

- Se rechace expresamente algún tipo de actuación que sea restrictiva de la competencia y dejar constancia (preferiblemente escrita) de su posición.
- No acordar ni hablar de áreas, clientes, zonas, regiones exclusivas o protegidas o términos similares.





- Dejar constancia de lo que se discute en cada una de las reuniones, como un acta que pruebe cada tema discutido.
- 
- Que las reuniones realizadas tengan un orden del día previamente conocido por los participantes en la reunión.
- 
- Que los datos que se pongan en conocimiento de los asistentes no correspondan a información relacionada con precios actuales o futuros podría incentivar la comisión de conductas anticompetitivas.





5

**¿QUÉ TIPO DE INFORMACIÓN  
PUEDE INTERCAMBIARSE  
ENTRE COMPETIDORES?**



La información compartida entre competidores será permitida teniendo en cuenta las condiciones de tiempo, tipo, conocimiento y agrupación de la información que se comparta.

- Tiempo: pasado, presente o futura.
- Tipo: sensible o irrelevante.
- Conocimiento: confidencial o pública.
- Agrupada: Agregada o desagregada.





La Superintendencia de Industria y Comercio, en general, no tendrá objeciones frente al intercambio de información que sea:

- Histórica (es decir, que no pueda influir en las estrategias comerciales de los participantes).
- Anónima y agregada (es decir, que no permita a quien la recibe identificar de quién proviene la información).
- Pública (es decir, que los datos estén disponibles para competidores que no hayan participado en el intercambio, para personas que no sean sólo los asistentes y para consumidores).





**URIBE y YÁÑEZ**

Asesores Legales

Bogotá - Colombia

info@uribeyanez.com; gerencia@uribeyanez.com

Cra. 19B No. 83-02 oficina 304, Edificio Time Square

**WWW.URIBEYANEZ.COM**