



U.S. Departamento de Justicia de EE.UU.

Washington, DC 20530

La coacción antimonopolios y el Consumidor

Muchos consumidores nunca han oído acerca de las leyes antimonopolios; sin embargo, cuando se hacen valer estas leyes de manera eficiente y responsable, pueden ahorrarles millones y hasta miles de millones a los consumidores en cargos excesivos ilegales. La mayoría de los estados tienen leyes antimonopolios, y también las tiene el gobierno federal. Esencialmente, estas leyes prohíben prácticas comerciales que priven irrazonablemente a los consumidores de los beneficios de la competencia, con precios más altos para productos y servicios inferiores como resultado.

Este panfleto fue preparado para alertar a los consumidores sobre la existencia e importancia de las leyes antimonopolios y para explicar lo que usted puede hacer para hacerlas valer y para usted mismo.

1. ¿Qué hacen las leyes antimonopolios para el consumidor?

Las leyes antimonopolios protegen la competencia. La competencia libre y abierta beneficia a los consumidores al asegurar precios más bajos y productos nuevos y mejores. En un mercado libremente competitivo, en general, cada empresa competidora tratará de atraer a los consumidores al bajar sus precios y mejorar la calidad de sus productos o servicios. La competencia y las oportunidades de ganancias que brinda también estimulan a las empresas a encontrar nuevos, innovadores y más eficientes métodos de producción.

La competencia les brinda a los consumidores el beneficio de precios más bajos y mejores productos y servicios. Las compañías que no comprendan o no reaccionen ante las necesidades del consumidor pronto pueden encontrarse en desventaja en la batalla competitiva.

Cuando los competidores aceptan fijar precios, arreglar licitaciones, o repartirse (distribuir) los clientes, los consumidores pierden los beneficios de la competencia. Cuando los competidores se ponen de acuerdo de estas maneras, los precios resultantes son artificialmente altos y no reflejan con precisión el costo, distorsionando, por lo tanto, la distribución de los recursos de la sociedad. El resultado es una pérdida no solo para los consumidores y contribuyentes estadounidenses, sino también para la economía de EE.UU.

Cuando el sistema competitivo funciona de manera eficiente, no es necesaria la injerencia del gobierno. La ley reconoce que ciertos arreglos entre empresas— como, por ejemplo, la colaboración entre competidores para realizar proyectos de investigación y desarrollo conjuntos— pueden beneficiar a los consumidores al permitir a las empresas que realizaron el acuerdo competir de manera más efectiva contra otras empresas. La ley no condena todos los acuerdos entre empresas; solo los que representan una amenaza de mayores precios para los consumidores o la privación de los consumidores de productos nuevos y mejores.

Sin embargo, cuando empresas que compiten se reúnen para fijar precios, arreglar licitaciones, repartirse negocios, o realizar otros arreglos anticompetitivos que no brinden ningún beneficio a los consumidores, el gobierno actuará de inmediato para proteger los intereses de los consumidores estadounidenses.

2. ¿Qué son las leyes federales antimonopolios y qué prohíben?

Existen tres principales leyes federales antimonopolios:

- La Ley Antimonopolios Sherman
- La Ley Clayton
- La Ley de la Comisión Federal de Comercio

La Ley Antimonopolios Sherman

La Ley Antimonopolios Sherman existe desde 1890 como la principal ley que expresa nuestro compromiso nacional hacia una economía de mercado libre en la que la competencia libre de limitaciones privadas y gubernamentales permite los mejores resultados para los consumidores. El Congreso creyó con tal vehemencia en este compromiso que solo hubo un voto contra la Ley.

La Ley Sherman declara ilegal todo contrato, combinación y conspiración que limite irrazonablemente el comercio interestatal y extranjero. Esto incluye acuerdos entre competidores para fijar precios, arreglar licitaciones y repartirse clientes. La Ley Sherman también declara ilegal la monopolización de cualquier parte del comercio interestatal. El monopolio ilegal existe cuando solo una empresa controla el mercado respecto de un producto o servicio, y ha obtenido ese poder de mercado, no porque su producto o servicio es superior a otros, sino al suprimir la competencia con conducta anticompetitiva. La Ley no se viola simplemente cuando la competencia enérgica de una empresa y precios más bajos le quitan ventas a competidores menos eficientes—eso es la competencia funcionando como debe.

Las violaciones a la Ley Sherman asociadas a acuerdos entre competidores suelen castigarse como delitos penales mayores. Solo el Departamento de Justicia tiene poder para entablar enjuiciamientos penales bajo la Ley Sherman. Para delitos cometidos antes del 22 de junio de 2004, se puede multar a violadores individuales en hasta 350,000 dólares y los mismos pueden ser sentenciados a hasta 3 años en prisión federal por cada delito, y se puede multar a las empresas en hasta 10 millones de dólares por cada delito. Para delitos cometidos a partir del 22 de junio de 2004, inclusive, se puede multar a violadores individuales en hasta 1 millón de dólares y los mismos pueden ser sentenciados a hasta 10 años en prisión federal por cada delito, y se puede multar a las empresas en hasta 100 millones de dólares por cada delito. Bajo algunas

circunstancias, las multas máximas pueden ser aún superiores a los máximos de la Ley Sherman, hasta el doble de las ganancias o pérdidas en cuestión.

La Ley Clayton

La Ley Clayton es una ley civil (no conlleva penalidades penales) que se aprobó en 1914 y fue objeto de importantes enmiendas en 1950. La Ley Clayton prohíbe fusiones o adquisiciones que puedan disminuir la competencia. Bajo la Ley, el gobierno disputa las fusiones que un cuidadoso análisis económico demuestre que probablemente resulten en aumentos de precios para los consumidores. Todas las personas que consideren una fusión o adquisición más allá de un cierto tamaño deben notificar tanto a la División Antimonopolios como la Comisión Federal de Comercio. La Ley también prohíbe otras prácticas comerciales que, bajo ciertas circunstancias, podrían perjudicar a la competencia.

La Ley de la Comisión Federal de Comercio

La Ley de la Comisión Federal de Comercio prohíbe los métodos injustos de competencia en el comercio interestatal, pero no conlleva penalidades penales. También creó a la Comisión Federal de Comercio para que vigile las violaciones de la Ley.

El Departamento de Justicia también suele utilizar otras leyes para combatir las actividades ilegales, incluidas leyes que prohíben las declaraciones falsas a dependencias federales, perjurio, obstrucción de la justicia, conspiraciones para defraudar a los Estados Unidos y fraude postal y telegráfico. Cada uno de estos delitos conlleva sus propias multas y penas de prisión que pueden ser agregados a las multas y penas de prisión por violaciones de la ley antimonopolios.

3. ¿Cómo se hacen valer las leyes antimonopolios?

Existen tres maneras principales en que se hacen valer las leyes federales antimonopolios:

- Acciones de coacción penal y civil iniciadas por la División Antimonopolios del Departamento de Justicia
- Acciones de coacción civil iniciadas por la Comisión Federal del Comercio
- Demandas por daños y perjuicios entabladas por partes privadas

El Departamento de Justicia utiliza una serie de herramientas para investigar y enjuiciar las violaciones penales de las leyes antimonopolios. Los abogados del Departamento de Justicia suelen trabajar con agentes del Buró Federal de Investigaciones [Federal Bureau of Investigation (FBI)] u otras agencias de investigaciones, para obtener pruebas. En algunos casos, el Departamento puede utilizar allanamientos de empresas autorizados por la justicia y grabaciones secretas de llamadas telefónicas y reuniones realizadas por informantes. El Departamento puede otorgar inmunidad contra el enjuiciamiento a personas o empresas que brinden información oportuna, necesaria para enjuiciar a otros por violaciones a las leyes antimonopolios, tales como arreglar licitaciones o fijar precios.

Una disposición de la Ley Clayton también permite que partes privadas perjudicadas por una violación de las leyes antimonopolios entable una demanda en el tribunal federal por el triple de los daños efectivos sufridos, más costas judiciales y honorarios legales. Los secretarios de justicia estatales pueden entablar demandas civiles bajo la Ley Clayton en nombre de los consumidores perjudicados en sus estados, y grupos de consumidores suelen iniciar demandas por sí mismos. Dichas demandas civiles después de acciones de coacción penal pueden ser un factor de disuasión muy eficaz.

La mayoría de los estados también tienen leyes antimonopolios similares a las leyes antimonopolios federales. En general, las leyes estatales cubren las violaciones que ocurren integralmente en un solo estado. Típicamente, estas leyes se hacen valer a través de las oficinas de los secretarios de justicia estatales.

4. ¿Cómo engañan los violadores de las leyes antimonopolios a los consumidores?

Los peores delitos antimonopolios son las violaciones de cártel, tales como:

- **Fijación de precios:** La fijación de precios ocurre cuando dos o más proveedores competidores acuerdan qué precios cobrar, como, por ejemplo, acuerdan que aumentarán los precios a cierta suma o que no venderán a precios inferiores a una cierta suma.
- **Arreglo de licitaciones:** El arreglo de licitaciones ocurre mayormente cuando dos empresas o más acuerdan presentar propuestas de tal manera que una empresa designada presente la licitación ganadora, típicamente para contratos con los gobiernos federal, estatales o locales.
- **Distribución de clientes:** Los acuerdos de distribución de clientes consisten en algunos arreglos entre los competidores para repartirse los clientes, como por ejemplo, por área geográfica, para reducir o eliminar la competencia.

Dichos acuerdos de fijación de precios, arreglo de licitaciones y distribución de clientes, distinto a los acuerdos conjuntos para investigación, no brindan ningún beneficio compensatorio plausible a los clientes. Asimismo, estos acuerdos son generalmente secretos, y los participantes engañan y defraudan a los clientes al seguir dando la impresión de que son competidores, a pesar de su acuerdo de no competir.

No existen dudas de que la fijación de precios, el arreglo de licitaciones y la distribución de clientes perjudican a los consumidores y contribuyentes, haciendo que paguen más por productos y servicios y privándolos de otros derivados de la verdadera competencia. Tampoco existen dudas en las mentes de los transgresores de que su conducta es ilícita. Se ha estimado que dichas prácticas pueden elevar el precio de un producto o servicio en más de un 10 por ciento y a veces mucho más, y que los consumidores y contribuyentes estadounidenses ponen miles de millones de dólares cada año en los bolsillos de los miembros de cárteles. Las personas que toman el dinero del consumidor y contribuyente de esta manera son ladrones.

5. ¿Qué tipos de casos ha entablado el Departamento de Justicia?

Debido al daño que causan las violaciones cometidas por los cárteles, la mayor prioridad antimonopolios del Departamento de Justicia es el enjuiciamiento penal de dichas actividades. El Departamento ha logrado condenas por fijación de precios, arreglo de licitaciones o distribución de clientes en los ramos de las gaseosas, vitaminas, transporte de basura, construcción de caminos y contratistas eléctricos, entre otros, por miles de millones de dólares en el comercio. Y, en años recientes, grandes jurados en todo el país han investigado posibles violaciones asociadas al papel para fax, materiales de exhibición, explosivos, suministros de plomería, puertas, extrusiones de aluminio, alfombras, pan y muchos productos y servicios más. El Departamento también investiga y enjuicia el arreglo de licitaciones en conexión con las compras gubernamentales.

Considere un importante ejemplo de una acción de coacción antimonopolios exitosa—los

casos penales entablados por la División Antimonopolios contra productores de vitaminas. La División inició una investigación a fines de la década de 1990, de un cártel internacional de vitaminas que afectaba al comercio de EE.UU. en más de 5 mil millones de dólares. Las pruebas encontradas demostraron que los miembros del cártel habían realizado acuerdos en todo desde cuánto producto cada empresa produciría, cuánto cobraría y a qué clientes proveería. Las víctimas que compraron directamente de los miembros del cártel incluyeron a empresas con nombres conocidos como General Mills, Kellogg, Coca-Cola, Tyson Foods y Procter & Gamble. Sin embargo, estas compañías fueron apenas las primeras en sentir los efectos de esta conspiración. Al final, durante casi una década, cada consumidor estadounidense—cualquiera que tomó una vitamina, bebió un vaso de leche, o tomó un tazón de cereales—acabó pagando más para que la conspiración pudiera rendir cientos de millones de dólares en ganancias adicionales.

La investigación de las vitaminas permitió la condena de empresas estadounidenses, suizas, alemanas, canadienses y japonesas, entre otras, y una serie de altos ejecutivos acabaron en la cárcel. Solo en el año fiscal 1999, se emitieron más de 850 millones de dólares en multas a miembros del cártel de vitaminas, incluida la multa récord de 500 millones de dólares impuesta contra F. Hoffmann-La Roche, Ltd. y una multa de 225 millones de dólares contra BASF AG.

La imposición de multas sin precedentes contra empresas extranjeras y sentencias de cárcel contra ciudadanos extranjeros que viven fuera de este país transmite un mensaje disuasivo poderoso de que los Estados Unidos se empeñan enérgicamente en aplicar las leyes antimonopolios contra los cárteles que afecten al comercio estadounidense, independientemente de donde se encuentren los participantes.

6. ¿Qué puede hacer usted para hacer valer las leyes antimonopolios y para usted mismo?

Debido a que son de naturaleza secreta, las conspiraciones para fijar precios, arreglar licitaciones y repartirse clientes son difíciles de detectar y probar. Por dicho motivo, los agentes de las fuerzas del orden público dependen de quejas e información recibidas de consumidores y competidores. Un gran porcentaje de todas las investigaciones federales antimonopolios son el resultado de quejas recibidas de consumidores o de empresarios, ya sea por teléfono, por correo o en persona.

En el ámbito federal, usted puede comunicarse con la oficina de Washington de la División Antimonopolios, o cualquiera de sus oficinas locales en las principales áreas metropolitanas de todo el país. (Se proveen direcciones y números de teléfono al final de este panfleto). La sede principal de la División Antimonopolios está ubicada en el Edificio Judicial Principal [Main Justice Building] en 10th Street y Pennsylvania Avenue, NW, en Washington, D.C. También puede comunicarse con la División Antimonopolios a través de cualquiera de las oficinas de secretarías de justicia estatales en la mayoría de las grandes ciudades de los Estados Unidos.

7. ¿Cómo puede saber si se están violando las leyes antimonopolios?

Si cualquier persona sabe o sospecha que competidores, proveedores o, incluso, un empleador están violando las leyes antimonopolios, dicha persona debe alertar a las autoridades antimonopolios para que puedan determinar si se requiere investigar.

Es más probable que ocurran las conspiraciones de fijación de precios, arreglo de licitaciones y distribución de clientes donde existan relativamente pocos proveedores que tengan que ponerse de

acuerdo. Cuanto mayor el grupo de proveedores, más difícil es llegar a un acuerdo y ponerlo en funcionamiento.

Manténgase alerta para señales reveladoras, incluidos, por ejemplo:

- Cualquier indicio de que dos o más proveedores competidores de productos similares han acordado fijar precios para sus productos de cierta manera, vender solo cierta cantidad de su producto o solo vender en ciertas áreas o a ciertos clientes.
- Importantes cambios de precios por más de un proveedor de productos muy similares de distintas marcas, especialmente si los cambios de precios son por la misma cantidad y ocurren aproximadamente al mismo tiempo.
- Declaraciones sospechosas de un proveedor que sugieran que solo una empresa puede vender a un cliente o tipo de cliente específicos.
- Menos competidores que lo normal presentan propuestas para un proyecto.
- Competidores presentan propuestas idénticas.
- La misma compañía ha sido repetidamente el proponente con el precio más bajo en contratos por un cierto producto o servicio o en un área específica.
- Los proponentes parecen ganar las licitaciones en un patrón alternado fijo.
- Existe una diferencia grande, inusual e inexplicable en dólares entre la propuesta ganadora y todas las demás propuestas.
- El mismo proponente presenta precios sustancialmente más altos en algunas licitaciones y no en otras, sin que exista ninguna razón de costos lógica que explique la diferencia.

Estas señales no son de ninguna manera pruebas conclusivas de violaciones a las leyes antimonopolios. Se requeriría investigación adicional realizada por abogados e investigadores capacitados para determinar esto. Sin embargo, pueden ser una indicación de colusión, y las personas que hacen valer las leyes antimonopolios quieren enterarse de estos hechos.

8. ¿Cuál es el papel del público en hacer valer las leyes antimonopolios?

Una coacción antimonopolios eficaz requiere apoyo público. La ignorancia y apatía del público pueden debilitar la coacción antimonopolios en mayor medida que cualquier otra cosa. Ya sea que usted sea un empresario o un consumidor, si nota comportamientos comerciales que parecerían violar las leyes antimonopolios, no hesite en informar a las autoridades de coacción de sus sospechas. Esta suele ser la única manera en que se pueden descubrir las violaciones, y el dejar de descubrir y castigar las violaciones antimonopolios no solo penaliza a los consumidores y contribuyentes, sino que también a la vasta mayoría de la gente de negocios honesta que respeta escrupulosamente las leyes antimonopolios.

Si usted detecta una violación de las leyes antimonopolios, puede realizar un servicio público triple: puede ayudar a acabar con una conducta ilícita que puede estar costándoles millones o hasta miles de millones de dólares a los consumidores; (2) puede aportar dinero al tesoro federal en la forma de multas penales; y (3) puede ayudar a recuperar otros cargos ilícitos, ya que el gobierno o los consumidores afectados pueden iniciar una demanda antimonopolios para cobrar daños y perjuicios.

Usted puede escribir o llamar a la División Antimonopolios del Departamento de Justicia en cualquiera de los siguientes lugares:

Sede Central de la División

Oficina del Secretario de Justicia Auxiliar Adjunto de Operaciones

Antitrust Division, U.S. Dept. of Justice
950 Pennsylvania Avenue NW, Suite 3218
Washington, DC 20530
202-514-3543

Centro de Quejas de los Ciudadanos

Antitrust Division, U.S. Dept. of Justice
950 Pennsylvania Avenue NW, Suite 3322
Washington, DC 20530
1-888-647-3258 (llamada sin cargo en
EE.UU. y Canadá)
202-307-2040

Oficinas locales

Oficina Local de Chicago

Antitrust Division, U.S. Dept. of Justice
Rookery Building
209 South LaSalle Street, Suite 600
Chicago, IL 60604-1204
312-353-7530

Sección Nacional de Coacción Penal

Antitrust Division, U.S. Dept. of Justice
450 Fifth Street NW, 11th Floor
Washington, DC 20530
202-307-6694

Oficina Local de Nueva York

Antitrust Division, U.S. Dept. of Justice
26 Federal Plaza, Room 3630
New York, NY 10278-0140
212-264-0390

San Francisco Field Office

Antitrust Division, U.S. Dept. of Justice
450 Golden Gate Avenue, Room 10-0101
Box 36046
San Francisco, CA 94102-3478
415-436-6660