

“Las empresas pueden ser sancionadas por errores de sus empleados en materia de competencia”

- El profesor y expresidente del Tribunal de Defensa de la Competencia Amadeo Petitbò advierte que ignorar la legislación puede resultar caro y suponer un alto coste reputacional
- El experto disertó sobre ‘¡Cuidado! La CNMC me puede sancionar’ en una nueva edición de los Encuentros Degussa

Madrid, 2 de julio de 2019. Las empresas deben saber que pueden ser sancionadas por cualquier actividad prohibida que realicen sus empleados en materia de competencia y que las multas pueden ser de hasta el 10% de sus cifras de ventas del año anterior. Ese fue el contundente mensaje que quiso transmitir Amadeo Petitbò, exvocal y expresidente del Tribunal de Defensa de la Competencia, durante su intervención en la última edición de los Encuentros Degussa, celebrada hoy en la sede de esta compañía en Madrid bajo el título ‘¡Cuidado! La CNMV me puede sancionar’.

El profesor Petitbò explicó de forma muy didáctica y utilizando casos reales una serie de conductas prohibidas de las que muchas veces “no son conscientes ni directivos ni empleados”. Unas conductas con las que, señaló, “hay que tener mucho cuidado porque el incumplimiento de la legislación que regula la competencia, que supervisa la Comisión Nacional de los Mercados y Competencia, puede resultar caro y tener un alto coste reputacional”.

Amadeo Petitbò realizó un pequeño recorrido histórico sobre los orígenes de las normativas de defensa de la competencia y señaló que todos los países avanzados la regulan y que los pioneros fueron Estados Unidos y Canadá a finales del siglo XIX por motivos políticos. Una época en la que los economistas crearon los principios teóricos que la sustentan. “Y también en esos primeros momentos ya se dieron cuenta de que no todos los acuerdos entre empresas son conductas anticompetitivas”, añadió, introduciendo uno de los aspectos que más repitió a lo largo de su exposición.

Pero, ¿por qué esa defensa de la competencia? El ponente lo explicó de forma muy clara: “si el precio baja, la cantidad demandada sube y todo esto supone un beneficio para el interés general”. Los principales enemigos de la competencia son, en su opinión, los monopolios, cuya principal aspiración es la “tranquilidad”, algo que choca con lo que quiere el consumidor.

No obstante, opinó que existe mucha regulación ineficiente y también muchos acuerdos entre empresas que no suponen un ataque a la competencia. En este sentido, aludió al ejemplo de uniones temporales de empresas (UTES’s), que pactan para abordar grandes obras en las que cada una realiza la parte en la que está especializada. Para evitar cometer errores por parte de la autoridad de la Competencia, el profesor Petitbò recomendó reiteradamente tener en cuenta antes de multar si los acuerdos han tenido efectos y recordó que la propia Ley de Defensa de la Competencia contempla en su artículo 1 la prohibición de los que producen o puedan producir efectos sobre la competencia.

Por este motivo, advirtió que, sobre todo, las grandes empresas deben tener un especial cuidado con los acuerdos que realicen verbalmente algunos empleados, de los que ni siquiera se entera la cúspide de la compañía, y a los que luego aluden en correos electrónicos, porque, aunque no se materialicen, la empresa puede ser acusada de cártel en caso de ser objeto de una inspección. Si es considerada culpable, se enfrenta a multas de hasta el 10% de las ventas del año anterior, “algo que, en algunos casos, puede ser superior a los beneficios obtenidos en un año”.

Para evitar estas infracciones ‘inconscientes’, recomendó que las compañías formen, “o, al menos, informen”, a sus empleados sobre la Ley de Defensa de la Competencia y el peligro de realizar acuerdos que puedan suponer restricciones a la misma.

Entre los pactos que suponen una ilegalidad están los que se hacen para fijar precios, para distribuirse los mercados o los abusos de posición de dominio. Acciones contra las que la Comisión Nacional de Mercados y Competencia actúa cada vez más como consecuencia de una denuncia, según el ponente. Otras veces las descubre de *motu proprio*. También “entre sus funciones se encuentra la de examinar las operaciones de concentración que superen un determinado umbral”, explicó Petitbó ante un público que se mostró muy interesado y abordó diferentes aspectos del asunto en el turno de preguntas.

Además de expresidente y exvocal del Tribunal de Defensa de la Competencia (1992-2000), Amadeo Petitbó es académico emérito de la Real Academia Europea de Doctores y Economista de Mérito por el Colegio de Economistas de Cataluña. Está en posesión de la Gran Cruz de la Orden del Mérito Civil, de la Distinción por Méritos del Ministerio de Economía y de la Medalla de Servicios Prestados a la Universidad. Ha sido director de la Fundación Rafael del Pino (2000-2013) y, actualmente, es patrono independiente de esta fundación.

Los Encuentros Degussa son un espacio de divulgación e intercambio de ideas, que cuentan con la participación de destacados directivos, académicos, políticos y profesionales. Su objetivo es fomentar “un diálogo genuino en el que participen clientes, socios, amigos y proveedores”, explica Tomás Epeldegui, director de la empresa alemana en España. En ellos se abordan asuntos de actualidad, análisis de coyuntura económica y otros vinculados a la propia actividad de Degussa, la inversión en metales preciosos.

Sobre Degussa Goldhandel

Degussa Goldhandel GmbH se fundó en 2010 aunque sus orígenes se remontan a 1843 en Frankfurt, Alemania, cuando el Senado de esta ciudad arrendó la refinería de metales preciosos a Friedrich Ernst Roessler. Él fue quien pondría la primera piedra de lo que acabaría convirtiéndose en Degussa AG. Desde ese momento, Degussa, con central en Frankfurt, centra su actividad en los metales preciosos de inversión.

Con delegaciones en más de 14 ciudades del mundo, es la empresa de referencia en Europa en el comercio de Oro de Inversión y cada día asesora a miles de clientes. Lleva años ofreciendo confianza, transparencia y seguridad.

Degussa ofrece inversión en metales preciosos en forma de los clásicos lingotes de oro, plata, platino, paladio, rodio; monedas y artículos de regalo en oro y plata con el símbolo del sol y la luna.

Desde febrero de 2015 tiene presencia en Madrid, donde abre su nueva sede española. Ubicada al lado del Parque del Retiro, en la calle Velázquez 2, con casi 400 m2 de superficie, se convierte así en la más grande de la compañía.

Además de la comercialización de estos productos, Degussa ofrece, por un lado, el servicio de recompra de metales antiguos en forma de joyas, artículos de plata, lingotes y monedas de oro, plata, platino y paladio; y por otro, puede custodiar cualquier artículo, ya que posee cajas fuertes personales en alquiler.

Asimismo, cuenta con tienda online las 24 horas del día los siete días de la semana, ofreciendo precios actualizados continuamente a los mercados internacionales de metales preciosos.

Para más información:

PROA COMUNICACIÓN

Cristina García Alonso

cristina.garcia@proacomunicacion.es

Tel.:608 80 64 50/606 26 92 13