Asociación Mexicana de Distribuidores de Automotores, A.C.

México D.F. a 8 de octubre de 2015

COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA
Avenida Santa Fe número 505, piso 14,
Col. Cruz Manca, Deleg. Cuajimalpa, 05349,
México, D.F.

Me refiero al Anteproyecto de la Guía para el Intercambio de Información entre Agentes Económicos publicado en el Diario Oficial de la Federación el pasado 28 de agosto de 2015 con el objeto de realizar consulta pública.

Sobre el particular y siguiendo la secuencia establecida en el documento en comento nos permitimos realizar, en el tiempo y forma establecidas en la consulta, las siguientes observaciones contenidas en el documento anexo.

Agradeciendo de antemano la atención que sirvan otorgar a la presente, nos reiteramos a sus órdenes para cualquier información sobre el particular.

ING. GUILLERMO ROSALES ZÁRATE
DIRECTOR GENERAL ADJUNTO

c.c.p. Lic. Guillermo Prieto Treviño.- Presidente Ejecutivo, Asociación Mexicana de Distribuidores de Automotores, A.C.

Mercaderes 134, San José Insurgentes,
C. P. 03900, México D. F.
Tel: 3688-3650
www.amda.mx

ANEXO
COMENTARIOS A GUÍA PARA EL INTERCAMBIO DE INFORMACIÓN ENTRE AGENTES ECONÓMICOS

I. Introducción
"13. Los intercambios de información, aun no constituyéndose como prácticas monopólicas absolutas o relativas, pueden causar un perjuicio o restringir el proceso de competencia y la libre concurrencia mediante la configuración de barreras a la competencia y libre concurrencia. Por ello, cuando la Comisión tenga noticia de estos intercambios podrá investigarlos."

No se precisa cómo es que un intercambio de información puede llegar a constituir una barrera a la competencia. Sería necesario esquematizar o ejemplificar detalladamente cómo es que el intercambio de información aún no constituyéndose como una práctica monopólica absoluta o relativa, puede configurarse como una barrera a la competencia definida como "cualquier característica estructural del mercado, hecho o acto de los agentes económicos que tenga por objeto o efecto impedir el acceso de competidores o limitar su capacidad para competir en los mercados; que impidan o distorsionen el proceso de competencia y libre concurrencia, así como las disposiciones jurídicas emitidas por cualquier orden de gobierno que indebidamente impidan o distorsionen el proceso de competencia y libre concurrencia".

IV. Intercambio de Información entre Competidores
C. Elementos a considerar en los intercambios de información
C.1. Naturaleza y características de la información y del intercambio
ii. Agregación de la información
54. Los agentes económicos deberán considerar que generalmente a mayor desagregación de la información a intercambiarse, mayor será el riesgo de dañar la competencia. Asimismo, el intercambio de información desagregada sobre precios y cantidades, reciente, actual o futura, generará más riesgos a la competencia que otro tipo de información.

La recopilación y publicación de datos de mercado agregados que llevan a cabo asociaciones empresariales o empresas de información de mercado, pueden beneficiar tanto a proveedores y consumidores, al darles una idea más fehaciente de la situación económica del sector, al mismo tiempo que puede ofrecer a los competidores mayores elementos para tomar decisiones individuales que les permitan adaptar más eficientemente su estrategia a las condiciones del mercado.

Dado lo anterior, se considera conveniente establecer una zona de seguridad que permita abiertamente el intercambio y publicación de información agregada cuando ello ocurra en mercados con múltiples participantes; esto, sin que se entienda que tratándose de información desagregada y/o mercados con pocos participantes, la COFECE habrá de considerar que el intercambio necesariamente tiene un objeto o efecto prohibido, pues de cualquier forma será necesario evaluar los demás elementos de análisis que se proponen.

Se considera pertinente definir si la desagregación geográfica (ventas por producto en ciudades, Estados o regiones) de productos de alto valor agregado pudiera ser considerada como riesgosa

de compartirse, y en su caso, cuál es el nivel de desagregación geográfica "umbral" para considerarse riesgosa de compartirse.

> *55. Sin perjuicio de lo anterior, otros factores relacionados con las condiciones del mercado, como el número de participantes de la industria, deberán ser considerados en la evaluación de la Comisión. En este sentido, aun cuando la información se encuentre agregada, si en el mercado existe un pequeño número de participantes, el intercambio de esa información corre el riesgo de ser considerado como facilitador de la colusión.*
>
> > *Ejemplo:*
> > *En una industria con bienes heterogéneos (distintos) con más de 30 participantes en el mercado, una asociación publica semestralmente un listado de las ventas del sector. La desagregación de la información es a nivel mensual. La información no permite identificar individualmente a los miembros. Dadas las condiciones del mercado y la agregación de la información, el intercambio tiene bajas posibilidades de ser considerado anticompetitivo*

Se sugiere incorporar que cuando se trata de información agregada, debería descartarse en principio que el intercambio tiene un objeto o efecto prohibido, a menos que se verifique entre los miembros de un oligopolio muy restringido y estable. Esto es así, pues suponiendo que exista un acuerdo colusorio, aun tratándose de información agregada, el intercambio puede permitir a los involucrados en dicho acuerdo detectar que alguien ha incumplido el acuerdo y adoptar represalias.

No obstante, aún cuando se trate de un oligopolio, debe considerarse siempre el tipo de producto, pues en productos de alto valor agregado, con importantes componentes e inversiones en tecnología y altamente diferenciados, aun en estructura oligopólica, la información compartida desagregada es poco probable que implique riesgo para el proceso de competencia dado el carácter cambiante y dinámico de una industria de esas características.

Vale decir que el ejemplo indicado no parece adecuado debido a que en algunas industrias, la información estadística es muy importante para conocer el comportamiento del mercado dada la sensibilidad de la demanda con respecto a sus determinantes y las condiciones macroeconómicas nacionales y globales.

En estas industrias, el intercambio de información referente a bienes heterogéneos de productos es necesario, si no es que indispensable, ya que así se conoce cómo están comprando los consumidores de distintos segmentos de mercado.

No obstante, las marcas se asocian inmediatamente por el consumidor y por los agentes económicos con sus respectivos agentes económicos titulares, dado que las marcas son plenamente conocidas. De allí que las cifras estadísticas de estos productos, por referirse indispensablemente a sus marcas, pese a su utilidad para el mercado, no pueden desvincularse de sus agentes económicos titulares.

Se considera que existiendo bienes heterogéneos, poca concentración, constante innovación y dinamismos, el nivel de desagregación de información a marcas y productos en una industria de alto valor agregado en tecnología y con una demanda totalmente sensible a los ciclos macroeconómicos nacionales y globales no debe representar riesgos anticompetitivos pues la

información ya no es útil para monitorear la demanda global nacional ni su reacción frente a sus determinantes.

En resumen, es necesario considerar siempre el tipo de producto, ya que en productos de alto valor agregado, con importantes componentes e inversiones en tecnología y altamente diferenciados, aun en estructura oligopólica, la información compartida desagregada es poco probable que implique riesgo para el proceso de competencia y libre concurrencia.

Por otro lado, la recopilación y publicación de datos de mercado agregados que llevan a cabo agentes económicos de información de mercado, pueden beneficiar tanto a proveedores y consumidores, al darles una idea más fehaciente de la situación económica del sector, al mismo tiempo que puede ofrecer a los competidores mayores elementos para tomar decisiones individuales que les permitan adaptar más eficientemente su estrategia a las condiciones del mercado.

Manifestamos la imperiosa necesidad de proporcionar un ejemplo que contemple la importancia que representa la información estadística para algunas industrias para conocer el comportamiento del mercado.

En un entorno de mercado complejo, se necesita un intercambio constante y mayor de información para llegar a un entendimiento común sobre las condiciones de la coordinación y controlar las desviaciones: es más fácil establecer un resultado colusorio para el precio de un único producto homogéneo, que para muchos precios en un mercado con muchos productos diferentes.

Así, la diferenciación de productos resulta sumamente relevante pues la doctrina económica reconoce que si los productos difieren en atributos importantes para los consumidores tales como calidad, uso, confort o seguridad, se vuelve más difícil para los agentes económicos el detectar variaciones en ventas o distinguirlas de cambios en los gustos de los consumidores.

Es claro entonces que los mercados con productos homogéneos deben ser objeto de mayor preocupación que aquellos donde existe amplia diferenciación de productos. De hecho en mercados con amplia diferenciación de productos el acceso a información suficientemente específica y desagregada respecto a competidores no es siquiera útil para predecir el comportamiento futuro de la competencia y en consecuencia no contribuir de forma alguna a incrementar los efectos coordinados en los mercados.

Las dificultades de comparar productos diferenciados hace además que la información sea difícil de individualizar y por lo tanto de interpretar.

iii. Antigüedad de la información

57. La calificación sobre si la información es histórica y, en consecuencia, de los riesgos que representa para la competencia, no puede realizarse en abstracto, por lo que dependerá de diversas características del mercado afectado, entre ellos, la dinámica del mercado, el número de participantes en el mercado, la simetría entre competidores y el lapso de la renegociación de los contratos en la industria. Asimismo, dependerá de otras características de la misma información, por ejemplo, si es agregada o individualizada.

Se estima que el intercambio de datos históricos no debe, en principio, constituir un indicio de objeto o efecto prohibido, pues no es probable que estos datos sean indicativos de la conducta futura de los agentes económicos que realizan el intercambio o faciliten un entendimiento común en el mercado y, por lo tanto, tampoco es probable que dicho intercambio de lugar a una colusión. Por otra parte, la información histórica no resulta útil para dar seguimiento al cumplimiento del acuerdo colusorio pues no resulta útil para detectar a tiempo las desviaciones, de tal forma que genere una amenaza creíble de pronta represalia.

Con base en lo anterior, se considera que cuando el intercambio no verse sobre información presente o futura, los criterios de la COFECE deberían establecer una presunción *iuris tantum* de que el intercambio tiene un objeto y/o efecto legítimo, que pueda desvirtuarse sólo a la luz del análisis de los demás elementos recomendados por la Comisión Europea.

Asimismo, se considera necesario abundar sobre el concepto "lapso de renegociación de los contratos en la industria"; por un lado, el tema tiene que ver con la adquisición de insumos para la producción del producto o servicio; y, también podría tener que ver con la frecuencia en que los consumidores adquieren los productos y servicios de que se trate.

En bienes de consumo duradero, es claro que el consumidor invierte mayor tiempo realizando análisis en su compra; busca información que le puede ser útil para tomar sus decisiones puesto que no renovará el bien probablemente en muchos años. Así, el que tenga información reciente de la industria es importante para el consumidor mismo y para nuevos entrantes.

La información reciente en bienes de consumo duradero genera más competencia no menos.

No existe un umbral específico a partir del cual se pueda considerar que la información es histórica, es decir, lo suficientemente antigua como para no generar un riesgo a la competencia. La Comisión Europea considera que el carácter histórico de determinada información depende del contexto del mercado al que pertenece y, particularmente, de la frecuencia de las renegociaciones de precios en el sector. La determinación de un umbral a partir del cual se puede hablar de información histórica debe tomar en cuenta también la naturaleza de la información, su nivel de agregación, la frecuencia con que se hace el intercambio y las características del mercado relevante en que ésta tiene lugar (por ejemplo, su estabilidad y transparencia).

Se concluye la necesidad de obtener una definición más clara de lo que significa "lapso de renegociación de los contratos en la industria".

iv. Frecuencia del intercambio de información

59. El impacto de este elemento dependerá de las condiciones del mercado y de los demás elementos relacionados con la naturaleza y características de la información. Los intercambios frecuentes podrían representar un bajo riesgo cuando se trate de mercados inestables y dinámicos, o cuando los contratos tienen una duración corta; y un mayor riesgo en mercados maduros o estables, o cuando los contratos son de largo plazo.

Este criterio parece sustentarse en la lógica de que en mercados en donde la interacción de agentes económicos es más frecuente se esperaría que haya más eficacia de los acuerdos colusorios que en mercados en que la interacción es menos frecuente. Ello debido a que hay más probabilidad de detectar desviaciones del acuerdo y castigarlas en aquellos con menos interacción

y que el costo del castigo es mayor que la ganancia del desvío. En este sentido, a mayor interacción de los agentes económicos que intercambian información, mayor probabilidad de eficacia de un acuerdo colusorio.

El análisis de la frecuencia con la que se intercambia la información es pertinente para evaluar la posibilidad de que el intercambio produzca resultados colusorios, en la medida en que facilite un mayor entendimiento común en el mercado y el control de las desviaciones. No obstante, esa lógica generalizante pierde de vista el cómo se da esa interacción, su contexto, el tipo de funcionarios de los agentes económicos que participan en la interacción (*clean teams* y funcionarios de áreas no comerciales) y los fines que se persiguen con la interacción.

Es necesario establecer en primer lugar que la interacción por sí misma no es causa ni debe serlo, de sospecha de intercambios de información con el objeto o efecto restrictivo de la competencia.

En segundo lugar, es necesario y pertinente establecer que si la interacción tiene lugar entre agentes económicos con protocolos para el manejo de información, se generaría una presunción de la legitimidad y licitud de esa interacción.

Y en tercer lugar, si la interacción tiene lugar en foros como Cámaras y Asociaciones que también cuentan con protocolos para el manejo de información, la presunción debe ser más fuerte de la ausencia de objeto o efecto restrictivo de la competencia.

Asimismo, a menor interacción debería generarse una presunción *iuris tantum* de que no hay un efecto prohibido, pues es poco probable que puedan afectarse efectivamente las condiciones de competencia ante la dificultad de llegar a un entendimiento con la poca interacción de los agentes económicos.

También, en los mercados con contratos a corto plazo indicativos de frecuentes renegociaciones de precios un intercambio de información menos frecuente podría ser absolutamente ineficaz para alcanzar un resultado colusorio.

Consideramos conveniente que los criterios de la COFECE reconozcan que existe una baja probabilidad de que los intercambios poco frecuentes en mercados inestables, tengan un objeto o efecto prohibido.

Lo anterior, sin perjuicio de que la frecuencia requerida para que el intercambio produzca un resultado colusorio, también depende de la naturaleza, la antigüedad y la agregación de la información.

C.2 Características del mercado
a) Transparencia (disponibilidad de información) en el mercado
69. En un mercado donde existe un gran número de competidores y sus productos son diferenciados, la colusión es poco probable. Sin embargo, si en dichos mercados se intercambia información desagregada sobre precios y ventas recientes o futuras, y lo hace frecuentemente, dicho intercambio incrementa en gran medida la transparencia y facilita la colusión.

A menor grado de transparencia después del intercambio de información *vis-a-vis* con la trasparencia previa al intercambio o a falta de cambio en la trasparencia del mercado, debería generarse una presunción iuris tantum de que no hay objeto prohibido, pues si no se aumenta la transparencia después del intercambio, es razonable la hipótesis de que el objeto pudo haber tenido cualquier otro objeto lícito (por eso es también relevante evaluar las características del mercado para determinar el objeto, no sólo el efecto del intercambio).

Asimismo, a menor grado de transparencia resultante o falta de cambio en la trasparencia del mercado debería generarse una presunción iuris tantum de que no hay efecto prohibido, que se explicaría por sí misma.

Adicionalmente es necesario definir lo que se entiende por disponibilidad o información disponible.

La Comisión Europea considera que, por lo general, no es probable que los intercambios de "información verdaderamente pública" produzcan efectos anticompetitivos. Al respecto, señala que la "información verdaderamente pública" es aquella a la que por lo general todos los competidores y clientes tienen acceso fácilmente (en términos de costos de acceso).

Para que la información sea verdaderamente pública, su obtención no debe ser más costosa para los compradores y las empresas no participantes en el sistema de intercambio que para las empresas que intercambian la información. Por este motivo, los competidores no optarán en general por intercambiar datos que puedan obtener en el mercado con la misma facilidad y, por lo tanto, es poco probable que en la práctica se produzcan intercambios verdaderamente públicos. Por el contrario, aunque los datos intercambiados entre competidores sean lo que se suele denominar "de dominio público", no serán verdaderamente públicos si los costos de la obtención de los datos disuaden a otras empresas y a los consumidores de conseguirlos. La posibilidad de obtener la información en el mercado, por ejemplo, de los clientes, no significa necesariamente que esa información consista en datos comerciales fácilmente accesibles para los competidores.

Incluso aunque los datos estén disponibles al público (por ejemplo, información publicada por los reguladores), la existencia de un intercambio de información adicional por los competidores puede restringir la competencia si disminuye aún más la incertidumbre estratégica en el mercado. En este caso, es la información adicional la que es vital para inclinar el equilibrio de mercado hacia un resultado colusorio.

Resulta peligrosa la referencia a "ventas recientes" pues es muy vaga dado el tema de antigüedad de la información, previamente analizado. En algunos mercados las ventas recientes no son un tema de preocupación.

Asimismo, no se toma en cuenta que lo que debería analizar la COFECE es el aumento de la trasparencia después del intercambio.

d) Características del producto

74. Es posible que el intercambio de información pueda usarse para enviar señales y adoptar referencias que faciliten elementos para coordinar precios, incluso cuando existe una gama amplia de productos. Sin embargo, esta Comisión considera que, en términos generales, la homogeneidad del producto constituye un mayor riesgo para la colusión y,

por lo tanto, el intercambio de información en ese contexto hace más probable que sea considerado como un riesgo a la competencia.

Es claro que los mercados con productos homogéneos deben ser objeto de mayor preocupación que aquellos donde existe amplia diferenciación de productos. De hecho, en mercados con amplia diferenciación de productos el acceso a información suficientemente específica y desagregada respecto a competidores no es siquiera útil para predecir el comportamiento futuro de la competencia (máxime en mercados completamente sensibles incluso a pequeñas variaciones en la demanda las condiciones macroeconómicas nacionales y globales [producción e ingreso, tasa de interés, tipo de cambio, demanda exterior, etc.]) y en consecuencia no contribuir de forma alguna a incrementar los efectos coordinados en los mercados.

Las dificultades de comparar productos diferenciados hace además que la información sea difícil de individualizar y por lo tanto de interpretar. De hecho la teoría en materia de carteles reconoce que la diferenciación de productos y servicios existentes en un mercado, vuelve muy difícil un acuerdo de precios (inclusive cuando se puede individualizar la información pero tiene una agregación suficiente a nivel nacional y/o regional y a nivel de versiones de producto).

A mayor diferenciación de productos, se sugiere respetuosamente a la Comisión que considere que en un mercado, se considerará que existe una presunción *iuris tantum* de que el intercambio de información no tiene un objeto prohibido pues es perfectamente razonable esperar que el fin sea alguno otro lícito. Asimismo, se considerará que existe una presunción iuris tantum de que no hay un efecto prohibido pues es poco razonable esperar que puedan afectarse efectivamente las condiciones de competencia debido a la dificultad práctica de la coordinación y de las sanciones por desviaciones.

La diferenciación de productos resulta sumamente relevante pues la doctrina económica reconoce que si los productos difieren en atributos importantes para los consumidores tales como calidad, uso, confort o seguridad, se vuelve más difícil para los agentes económicos el detectar variaciones en ventas o distinguirlas de cambios en los gustos de los consumidores.

Consideramos conveniente que los criterios de la COFECE reconozcan que a mayor diferenciación de productos en un mercado, se considerará que existe una presunción *iuris tantum* de que el intercambio de información no tiene un objeto prohibido pues es perfectamente razonable esperar que el fin sea alguno otro lícito debido a la dificultad práctica de la coordinación y de las sanciones por desviaciones.

V. Situaciones que pueden favorecer el contacto entre Competidores y Recomendaciones para los Agentes Económicos que realizan Intercambios de Información
A. Cámaras y asociaciones
99. Las cámaras empresariales y asociaciones profesionales son agentes económicos que pueden ayudar a la promoción y protección de la competencia y la apertura de los mercados. Algunas de las prácticas que son impulsadas por las asociaciones comerciales y que generalmente tienen efectos positivos para la competencia son las siguientes:

f. Crédito.- Las asociaciones o cámaras pueden crear burós de crédito financiados por sus agremiados en beneficio de ellos mismos

Se estima la pertinencia de que la COFECE aclare este tema. Es necesario que se precisen los efectos positivos para la competencia a que se refiere la COFECE en relación con la creación de burós de crédito financiados por sus agremiados

> *104. En relación con lo anterior, algunas de las actividades que pueden generar sospecha respecto de los efectos adversos que pueden causar a la competencia económica son:*
> *a) Las reglas diseñadas para contener o disuadir que los miembros compitan unos contra otros. Esto, en su extremo, puede implicar, por ejemplo, la fijación de precios al que ofrecen bienes y servicios los miembros. Asimismo, otros tipo de acciones de la asociación que también pueden servir a los mismos fines; por ejemplo, la emisión de códigos de conducta con reglas que desincentiven ciertos comportamientos competitivos de los miembros.*

Consideramos necesario describir con mayor claridad "ciertos" comportamientos.

Es necesario que los criterios de la COFECE en relación con las actividades que pueden generar sospecha respecto de los efectos adversos que puede causar a la competencia económica la emisión de códigos de conducta con reglas que desincentiven ciertos comportamientos competitivos de los miembros. Es importante que se describan con claridad "ciertos" comportamientos con la finalidad de otorgar mayor certidumbre jurídica.

> *i. Información sobre estrategias de precios, descuentos, términos o condiciones sobre la venta o compra de los productos*
> *v. Acceso y condicionamiento de membresía*
> *115. De manera adicional, en relación específica con los intercambios de información que pueden realizarse al seno de las cámaras y asociaciones, se recomienda lo siguiente:*
>> *a) En términos generales, la asociación o cámara no debe servir como vehículo para un intercambio de información sobre aspectos que puedan interferir con la actuación independiente de sus agremiados. En caso de ser necesario el intercambio de información, ésta debe ser pública y abierta a los agentes económicos que no sean miembros de la cámara o asociación.*
>> *b) Cuando se realicen intercambios de información, ésta deberá ser recolectada y administrada de preferencia por un tercero independiente a los miembros de la asociación. Este tercero deberá evitar proporcionar información desagregada a los miembros de la asociación y dar recomendaciones que pudieran dar origen a alguna infracción a la LFCE.*

Se considera que la COFECE podría emitir una recomendación formal a las Cámaras y Asociaciones en el sentido de adoptar e implementar protocolos en el manejo de información estratégica, cuyo conocimiento por parte de agentes económicos en lo individual respecto de sus competidores, podría ser peligroso.

La recomendación formal por parte de COFECE sobre la adopción e implementación de protocolos sería también, por sí misma una política disuasiva de incursión en intercambios de información restrictivos de la competencia. En este sentido esa recomendación provocaría actitudes de autorregulación en beneficio del funcionamiento eficiente de los mercados.

a) Debe señalarse que la información debe ser estratégica para ser peligroso su intercambio.

b) Se estima que las Cámaras que sigan protocolos estrictos en la recopilación y difusión de información y que cumplan con la presente guía no deben generar sospecha a la COFECE, el respaldo a la existencia de protocolo a través de programa de cumplimiento ayudaría mucho a difundir su utilidad.

Es conveniente que COFECE reconociese que aquellas Asociaciones y Cámaras que adopten e implementen protocolos para el manejo de información estratégica, actúan de buena fe y en tanto, esa adopción e implementación de protocolos podría ser considerada como: (i) una presunción *iuris tantum* de que un intercambio de información no tiene el objeto de restringir la competencia, o (ii) una atenuante en la responsabilidad que eventualmente pudiere atribuírseles por el intercambio de información en términos del artículo 53.V de la LFCE.

116. En relación con las solicitudes de información que las autoridades públicas formulen a las cámaras empresariales asociaciones profesionales sobre sus miembros y afiliados, se recomienda lo siguiente:

a) Cuando la autoridad pública solicite información estratégica, se sugiere que ésta sea requerida de forma agregada, salvo que sea estrictamente necesaria su desagregación para el cumplimiento de sus funciones públicas.

b) Se recomienda que cuando las cámaras y asociaciones entreguen a alguna autoridad pública información reciente y de forma desagregada, la autoridad pública adopte las precauciones necesarias para evitar que los miembros y afiliados relacionados tengan acceso a la información recabada en formato desagregado.

c) La cámara o asociación deberá evitar que una vez entregada la información desagregada a la autoridad pública, ésta información sea difundida en el mismo formato al interior de su organización

La COFECE debería apoyar la creación de protocolos internos que impidan que información estratégica sea intercambiada entre competidores, las cámaras que cumplen con estrictos protocolos son aliadas de COFECE en este tema.

Es importante aclarar que no es correcto que por el sólo hecho de ser cámaras o asociaciones COFECE quiera derivar un indicio de intercambio indebido cuando se requiere.

Impulsar que la COFECE reconociese que aquellas Asociaciones y Cámaras que adopten e implementen protocolos para el manejo de información estratégica, actúan de buena fe y en tanto, esa adopción e implementación de protocolos podría ser considerada como:(i) una presunción iuris tantum de que un intercambio de información, o (ii) una atenuante en la responsabilidad.