


|   |  |                           |
|---|--|---------------------------|
|  | <b>MODELO DE PREVENCIÓN DE DELITOS</b><br><b>LEY 20.393 y DL 211</b> | <b>PC-MPD-06</b>          |
|   | <b>POLÍTICA DE RELACIÓN CON LA COMPETENCIA</b>                       | VERSIÓN 1.2<br>01/07/2014 |

## POLÍTICA DE RELACIÓN CON LA COMPETENCIA

### 1. OBJETIVO

El objetivo de esta política es establecer ciertas pautas de comportamiento y desempeño referido a las relaciones que la compañía puede sostener con agentes de la competencia.

Es importante tener presente que dada la amplitud de conductas que eventualmente pueden ser sancionadas en el ámbito de la libre competencia, también esta extensión se ve reflejada en el o los agentes posibles de ser identificados en el ámbito de las relaciones inter empresas, razón por la cual se debe tener especial cuidado en el cumplimiento de las directrices que más adelante se señalarán.

El establecimiento de esta política buscará entregar herramientas prácticas en desempeño habitual de los diversos actores que conforman la compañía, teniendo especial consideración con el hecho de que, en el presente caso, las posibilidades de verificar alguna conducta que pudiese afectar la libre competencia es transversal, pues afecta desde los niveles superior de la empresa como los integrantes del directorio de la empresa y gerentes, hasta los sectores medios e inferiores como agentes de ventas, empleados administrativos, operarios etc.

Esta política está alineada con el Código de Conducta de Empresas CODELPA, y da cumplimiento a las obligaciones legales de la compañía.

### 2. ALCANCE

Este procedimiento es únicamente de uso interno de Empresas CODELPA.

### 3. RESPONSABILIDAD

La actualización de este procedimiento de Compliance es responsabilidad del Oficial de Cumplimiento.

### 4. DOCUMENTOS RELACIONADOS

#### 4.1. Código de Conducta

|   |   |  |
|---|---|--|
|  | <br><b>EDUARDO BENAVIDES I.</b><br>OFICIAL DE CUMPLIMIENTO | <br><b>ALEJANDRO GEVERT D.</b><br>GERENTE GENERAL |
| Preparado por   | Revisado por  | Aprobado por   |

|   |  |                  |            |
|---|--|------------------|------------|
|  | <b>MODELO DE PREVENCIÓN DE DELITOS</b><br><b>LEY 20.393 y DL 211</b> | <b>PC-MPD-06</b> |            |
|   | POLÍTICA DE RELACIÓN CON LA COMPETENCIA                              | VERSIÓN 1.2      | 01/07/2014 |

## 5. DEFINICIONES

- 5.1. **Decreto Ley 211:** Cuerpo normativo que establece las conductas que afectan la libre competencia, señala sus sanciones y establece el procedimiento para conocer y juzgar tales acciones ante el Tribunal de defensa de la Libre Competencia. Regula además la organización y competencia de la Fiscalía Nacional Económica.
- 5.2. **Agentes económicos:** Cualquier unidad administrativa, productiva o consumidora que participe en la economía. Se trata en general de Empresas Públicas, Empresas Privadas, representadas como oferentes, proveedores, distribuidores, intermediarios y clientes. También se incluyen en general a Organismos Descentralizados, Productores de Mercancías, Instituciones de Seguridad Social, Organismos Descentralizados Productores de Servicios Sociales y Comunales, Instituciones Privadas sin fines de lucro, Particulares, Estados y Municipios, y el Exterior.
- 5.3. **Conducta anticompetitiva:** Cualquier acto, hecho o convención realizada de manera individual o colectiva, que impida, restrinja o entorpezca la libre competencia o que tienda a producir dichos efectos.
- 5.4. **Colusión:** acuerdo en que dos o más empresas de un mercado determinado definen que cada una actuará de manera concertada respecto del resto de las demás empresas. El fin de este tipo de acuerdos es que cada una de las empresas participantes en la colusión tome control de una determinada porción del mercado en el cual operan, y actuar de manera monopólica impidiendo a otras empresas entrar al mercado.
- 5.5. **Prácticas Concertadas:** Proviene del concepto de conspiración es decir, de una tentativa de comportarse de manera concertada. En este caso, dichas prácticas pueden no tomar la forma de un "contrato común" y por lo tanto, se pueden deducir del comportamiento de la empresa (sin que exista una prueba material o por escrito de una reunión entre empresas o que demuestre la concertación de un determinado comportamiento).
- 5.6. **Poder de mercado:** Capacidad de una empresa de incrementar el precio por encima del nivel de equilibrio competitivo mediante la reducción de su nivel de producción.
- 5.7. **Posición dominante:** Es aquella que detenta un agente económico pudiendo actuar de manera independiente en un determinado mercado, sin tener en cuenta a sus competidores, proveedores o clientes.
- 5.8. **Acuerdos y prácticas colusorias:** Son acuerdos, decisiones o recomendaciones colectivas así como también las prácticas concertadas conscientemente paralelas aún cuando entre ellos no se establezca acuerdo expreso alguno, que produzcan el efecto de limitar, restringir o afectar la competencia en todo o parte del mercado de referencia. (Colusión, Carteles).

|   |  |                    |                   |
|---|--|--------------------|-------------------|
|  | <b>MODELO DE PREVENCIÓN DE DELITOS</b><br><b>LEY 20.393 y DL 211</b> | <b>PC-MPD-06</b>   |                   |
|   | <b>POLÍTICA DE RELACIÓN CON LA COMPETENCIA</b>                       | <b>VERSIÓN 1.2</b> | <b>01/07/2014</b> |

## 6. POLÍTICA

Uno de los pilares fundamentales que informa esta materia y que debe estar presente cada vez que se enfrenten situaciones vinculadas a las relaciones con la competencia es la transparencia. Cualquier tipo de relación que aparezca encubierta o secreta genera de manera inmediata la sospecha de la ocurrencia de una conducta que puede afectar la libre competencia. En general, los actos reprimidos que están inmersos en este capítulo, dicen relación con los actos colusivos y prácticas concertadas, razón por la cual, mantener una postura transparente e independiente en el mercado, genera seguridad y confianza tanto en éste como en la autoridad fiscalizadora.

En este capítulo se deben tener presente dos presupuestos normativos respecto de los cuales es factible derivar las directrices a seguir en este campo:

**1.- El artículo 3° inciso 1° del decreto Ley 211**, debiendo tenerse especialmente presente, la frase inicial de la citada norma, que señala lo siguiente:

*El que ejecute o celebre, individual o colectivamente, cualquier hecho, acto o convención que impida, restrinja o entorpezca la libre competencia, o que tienda a producir dichos efectos.*

- Basta que una sola persona (individual) mantenga algún tipo de relación con la competencia para que se genere inmediatamente un riesgo de verificar alguna de las conductas sancionadas en la ley.
- La eventual conducta atentatoria puede estar constituida por cualquier hecho, acto o convención, es decir, las hipótesis fácticas son amplias, de manera tal que cualquier actuación riesgosa o sospechosa en relación al ámbito de la libre competencia que pueda o vaya a desarrollar algún funcionario, debe ser previamente cotejada de manera tal de evitar cualquier riesgo al respecto.

Finalmente, para entender verificada una conducta infraccional, pues no sólo puede reaccionar y sancionar un acto o hecho cuando se afecta concreta y directamente a la libre competencia, sino también, cuando es factible advertir que podría eventualmente producir estos efectos (o que tienda a producir dichos efectos), por tanto, se debe poner especial cuidado en aquellos actos que en principio parecen inocuos pero que, bajo ciertas circunstancias, podrían generar ciertos riesgos vinculados al mercado.

**2. Un segundo capítulo normativo atingente a la presente política dice relación con lo señalado en el artículo 3 a) del Decreto Ley 211.**

La citada norma establece lo siguiente:

- a) *Los acuerdos expresos o tácitos entre competidores, o las prácticas concertadas entre ellos, que les confieran poder de mercado y que consistan en fijar precios de venta, de compra u otras condiciones de comercialización, limitar la producción, asignarse zonas o cuotas de mercado, excluir competidores o afectar el resultado de procesos de licitación.*

|   |  |                    |                   |
|---|--|--------------------|-------------------|
|  | <b>MODELO DE PREVENCIÓN DE DELITOS</b><br><b>LEY 20.393 y DL 211</b> | <b>PC-MPD-06</b>   |                   |
|   | <b>POLÍTICA DE RELACIÓN CON LA COMPETENCIA</b>                       | <b>VERSIÓN 1.2</b> | <b>01/07/2014</b> |

Conforme a lo anterior, no sólo se considera aquella concertación expresa entre competidores sino también la tácita, es por ello que las posibles comunicaciones no sólo con la competencia sino también con aquellos agentes que podrían incidir en la dinámica del mercado deben ser absolutamente transparentes y objetivas, a objeto de evitar cualquier presunción o sospecha de algún tipo de concertación que pudiese afectar a la libre competencia.

Es necesario hacer presente, que este tipo de conductas son necesariamente sensibles cuando la compañía posee un apreciable poder de mercado y posición dominante, pues bajo ambos conceptos se desprende que el actor sustenta el potencial suficiente para alterar, influir, o en definitiva afectar al mercado de referencia en que participa.

Considerando los anteriores alcances, se deben tener presente los siguientes conceptos:

- a) **Transparencia:** Tal como lo señalamos en un principio, este factor es esencial pues genera seguridad en el mercado no sólo respecto de los procedimientos internos de la compañía sino también en la forma como ésta se relaciona con el resto de los agentes económicos.
- b) **Cautela y Prudencia:** Todos los integrantes de la compañía deben ser capaces de interiorizar y sopesar los riesgos que se pueden generar en cualquier actuación que implique un contacto con la competencia u otros agentes económicos relacionados con el mercado de referencia.
- c) **Discrecionalidad:** Toda persona vinculada a la empresa debe guardar especial discreción respecto de los procedimientos, consideraciones y factores que considera la compañía para determinar su posicionamiento en el mercado, estrategias de venta, relación con distribuidores, relación con proveedores, clientes en general, etc.

Sin perjuicio de lo anterior, es factible enumerar algunas conductas que en la práctica permiten concretar los conceptos antes señalados.

#### **En términos prácticos:**

- a) Cualquier tipo de forma de comunicación como la telefónica, email, mensajes de texto etc., son factibles de ser pesquisados por el órgano fiscalizador de manera tal que cualquier tipo de conexión que se haga por estas vías debe ser absolutamente transparente e inofensiva en relación al mercado.
- b) Es conveniente que, de generarse alguna reunión conversación o cualquier otro tipo de interacción con la competencia, se realice de la manera más transparente posible y en base a un protocolo previamente acordado al interior de la empresa, que posibilite justificar de manera razonable y objetiva, la interacción producida (Ej: Venta de insumos entre competidores).
- c) Todos los funcionarios deben conocer la normativa de libre competencia para que puedan interiorizar e identificar cuando puede existir un riesgo latente, al momento de desarrollar cualquier acto o conducta relacionada con la competencia.

|   |  |  |                  |            |
|---|--|--|------------------|------------|
|  | <b>MODELO DE PREVENCIÓN DE DELITOS</b><br><b>LEY 20.393 y DL 211</b> |  | <b>PC-MPD-06</b> |            |
|   | POLÍTICA DE RELACIÓN CON LA COMPETENCIA                              |  | VERSIÓN 1.2      | 01/07/2014 |

- d) Debe existir un adecuado sistema de registros y protocolos (Ej: proceso mediante el cual la compañía fija sus precios) que permitan acreditar en cualquier momento, la independencia con que Empresas CODELPA compañía enfrenta sus estrategias de mercado y las relaciones con los demás agentes económicos.
- e) Si la empresa determina ajustar alguna conducta en razón de la actividad de la competencia (paralelismo inconsciente), deben existir los antecedentes necesarios (informes financieros, ventas, costos etc.) que permitan acreditar y fundamentar aquello.
- f) Si la empresa decide generar diálogo con algún competidor para efectos de generar alguna alianza estratégica, fusión, adquisición, joint venture etc., se debe registrar de manera exhaustiva todo el avance de tal negociación. Igualmente analizar las consecuencias que tal proceder puede generar en el mercado. Finalmente determinar, si es conveniente o no, someter a la aprobación del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, la eventual vinculación (Fusión, adquisición etc.) con otra empresa.
- g) Si algún funcionario de Empresas CODELPA asiste o debe asistir a alguna reunión con funcionarios o representantes de empresas de la competencia (Ej. Reunión gremial), deberá informar al Oficial de Cumplimiento del día y hora de la reunión, asistentes y temas a tratar. Una vez realizada la misma, deberá elaborar un documento en el cual se contenga la tabla de temas tratados, el nombre de los asistentes y la empresa de donde provienen y los eventuales acuerdos o compromisos alcanzados.

En caso de que alguna de las situaciones previamente descritas se presente de forma inevitable, como por ejemplo, una actividad social en la cual le corresponde compartir mesa con un empleado de la competencia, a la brevedad posible (máximo 1 semana), reporte Ud. esta situación al Oficial de Cumplimiento.

## 7. REGISTROS DE CALIDAD

No hay

## 8. ANEXOS

No hay

## 9. CONTROL DE CAMBIOS

| Fecha Modificación | Versión Modificada | Descripción del Cambio   |
|--------------------|--------------------|--|
| 14/05/2013         | -                  | Elaboración inicial  |
| 20/02/2014         | 1.1                | Modificación nombres: Gerente General y Oficial de Cumplimiento. |
| 01/07/2014         | 1.2                | Modificación nombres: Gerente General                            |