

# MANUAL PROMOCION DE LA LIBRE COMPETENCIA

NS AGRO Y SUS FILIALES

Abril 2016



# ÍNDICE

- ▶ 1. IMPORTANCIA DE LA LIBRE COMPETENCIA.
- ▶ 2. CONCEPTOS RELEVANTES EN LIBRE COMPETENCIA
- ▶ 3. CONDUCTAS QUE ATENTAN CONTRA LA LIBRE COMPETENCIA
- ▶ 4. EFECTOS DE LAS PRACTICAS ATENTATORIAS LIBRE COMPETENCIA
- ▶ 5. COMPROMISO DE LA EMPRESA

# IMPORTANCIA

- ▶ Es una política y preocupación constante de nuestra empresa y sus filiales el respeto y promoción de todas las normas y actividades tendientes al respeto de la libre competencia, tanto por parte de los órganos de administración como de nuestros ejecutivos y trabajadores. Recordemos que la libre competencia es el cimiento de nuestro sistema económico de mercado y como tal todas aquellas actividades que se desarrollen en contravención a ésta ponen evidentemente en peligro la estabilidad económica, social y política de nuestro país.
- ▶ Por lo anterior el presente manual constituye una guía para que todos los administradores, ejecutivos y trabajadores de nuestra empresa promuevan y respeten la libre competencia de manera, contribuyendo así a la integración y desarrollo individual de las personas y a la producción de bienes de mayor calidad.

# IMPORTANCIA

- ▶ La libre competencia exige que las empresas en el desarrollo de su negocio actúen de manera independiente del resto de sus competidores, evitando cualquier tipo de acuerdo, abuso de su posición dominante o traspaso de información sensible que signifique impedir, restringir o entorpecer la libre competencia.
- ▶ Para determinar si alguna conducta puede ser contraria a la libre competencia no es solo importante mirar la forma como la empresa actúa o se relaciona con la competencia, sino que es fundamental verificar y estar atentos a los resultados de la empresa en relación al mercado y en virtud de ello ver si el accionar de la compañía puede estar influido por alguna conducta atentatoria a la libre competencia.
- ▶ En toda acción de la empresa hay que velar por que las decisiones sean tomadas en forma independiente de los competidores y sin abusar de la posición que se pueda tener en el mercado.

# IMPORTANCIA

- ▶ Se considerarán, entre otros, como hechos, actos o convenciones que impiden, restringen o entorpecen la libre competencia o que tienden a producir dichos efectos, los siguientes:
- ▶ 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) La explotación abusiva por parte de un agente económico, o un conjunto de ellos de una posición dominante en el mercado, fijando precios de compra o de venta, imponiendo a una venta la de otro producto, asignando zonas o cuotas de mercado o imponiendo a otros abusos semejantes.
- ▶ c) Las prácticas predatorias, o de competencia desleal, realizadas con el objeto de alcanzar, mantener o incrementar una posición dominante.

# Conceptos relevantes en materia de Libre Competencia

## I. MERCADO RELEVANTE

El mercado relevante es importante porque conociéndose se puede:

- ▶ saber cuáles son los productos que se ofrecen en ese mercado,
- ▶ determinar quiénes producen ese producto y finalmente,
- ▶ determinar la participación o cuota que ocupan esos actores en el mercado.

*La determinación del mercado relevante es esencial para todo análisis de libre competencia, ya que lo que se busca es determinar los efectos que la operación de concentración produce en la competencia de los mercados relevantes.*

# Conceptos relevantes en materia de Libre Competencia

## II. PARTICIPACION DE MERCADO

- ▶ Consiste en la identificación de las empresas que participan en un mercado relevante, preferentemente pero no exclusivamente, en función de sus ventas monetarias anuales.
- ▶ El porcentaje de participación de una empresa en el mercado relevante va a ser una variable fundamental para establecer si determinadas actuaciones de ésta están vulnerando las normas y/o principios de la libre competencia.

## III. BARRERAS DE ENTRADA

- ▶ La Fiscalía Nacional Económica define las barreras de entrada como:  
*“Todo impedimento al ingreso de competidores o la ventaja de costos que posee una empresa establecida en el mercado frente a una firma que desee entrar. Al existir barreras de entrada se impide que entren nuevos competidores y ello implica que se produzcan conductas contrarias a la libre competencia”*

# Conceptos relevantes en materia de Libre Competencia

## IV. POSICIÓN DOMINANTE

- ▶ La posición dominante es la capacidad de una empresa de poder actuar o comportarse con independencia de sus competidores, clientes y consumidores. El DL 211 no sanciona la posición dominante, sino que sanciona el ABUSO de la misma.
- ▶ Aquellas empresas que tienen una posición dominante en el mercado tienen una carga especial, y por tanto deben tener un nivel de cuidado superior respecto de aquellas empresas que no tienen poder dominante. Al tener una posición dominante tienen la aptitud de constituir un ilícito contrario a la libre competencia y por tanto, su estándar de fiscalización es mucho más alto que para otras empresas.



# Conceptos relevantes en materia de Libre Competencia

## Concepto de Integración VERTICAL Y HORIZONTAL

### Integración Vertical

- ▶ Corresponde a mecanismos de operación entre agentes económicos independientes, situados en diferentes niveles de una cadena productiva (estructura vertical), a través de los cuales se regulan las condiciones con que estos compran, venden o revenden ciertos productos o servicios

### Integración Horizontal

- ▶ Corresponde a mecanismos de operación entre agentes económicos independientes, situados en un mismo nivel de una cadena productiva (estructura horizontal), a través de los cuales se regulan las condiciones con que estos venden ciertos productos o servicios. También se da en casos de fusión de 2 o más empresas que pasa a tener un mismo controlador, desarrollando un mismo proceso productivo.

# CONDUCTAS QUE ATENTAN CONTRA LA LIBRE COMPETENCIA

## I. PRÁCTICAS HORIZONTALES COLUSIVAS

- ▶ Se genera en la práctica a través de distintos acuerdos directos o indirectos efectuados por empresas que compiten dentro de un mismo mercado, llamados actos de colusión, generándose así los carteles.
- ▶ Según lo señala la Fiscalía Nacional Económica la colusión es: *“Una situación en que 2 o más empresas acuerdan no competir con el objeto de incrementar sus beneficios”*.
- ▶ Los actos colusivos pueden adoptar diferentes formas:
  - ✓ - Acuerdos de precio.
  - ✓ - Acuerdos de cantidades de producción.
  - ✓ - Acuerdo de reparto de zonas o de cuotas de mercado.

# CONDUCTAS QUE ATENTAN CONTRA LA LIBRE COMPETENCIA

*SEÑALES QUE CONSTANTEMENTE DEBEN SER REVISADAS Y QUE PUEDEN SER INDICATIVAS DE LA PRESENCIA DE UN CARTEL, COLUSIÓN, O ACTOS CONCERTADOS*

- ▶ a.- **Participaciones de mercados fijas en el tiempo**: No se pueden realizar acuerdos en donde los competidores se reparten, dividen, comparten, controlen, limiten o excluyan a otras empresas del mercado en: productos, niveles o cuotas de producción, territorio, clientes, líneas de negocios o cualquier otra forma.
- ▶ b.- **Variaciones de precios simultáneas de varias empresas**: Si la variación de los precios son simultáneas y similares entre competidores puede evidenciar una colusión. No se pueden realizar acuerdos entre los competidores donde se determina la variación de precios de los productos.
- ▶ c.- **Mecanismos de intercambio de información entre competidores**: Está prohibido cualquier tipo de intercambio de información sensible, regular y permanente entre competidores como puede ser en materia de precios, condiciones comerciales, promociones, costos, información estratégica, participación de mercado entre otras. Ellas pueden ser consideradas como actos de colusión.

# CONDUCTAS QUE ATENTAN CONTRA LA LIBRE COMPETENCIA

*SEÑALES QUE CONSTANTEMENTE DEBEN SER REVISADAS Y QUE PUEDEN SER INDICATIVAS DE LA PRESENCIA DE UN CARTEL, COLUSIÓN, O ACTOS CONCERTADOS*

- ▶ d.- **Licitaciones**: Es relevante que los que participan en ellas no se coludan, estando prohibida cualquier forma de coordinación que pueda afectar dichos procedimientos. Si una misma empresa tiene muchas licitaciones en una misma zona, se puede presumir que se están asignando los bienes licitados.
- ▶ e.- **Boicots**: Consiste en el acuerdo de ciertos competidores para evitar relacionarse con ciertos clientes o proveedores.
- ▶ f.- **Entrega de información sensible al mercado**: Hay que tener precaución cuando las empresas entregan información sensible al mercado ya que ello puede ser considerado como una manera de entregar información indirecta a la competencia.

# CONDUCTAS QUE ATENTAN CONTRA LA LIBRE COMPETENCIA

## II. PRÁCTICAS VERTICALES COLUSIVAS

- ▶ Corresponden a los acuerdos colusivos que se producen normalmente entre empresas que están en distintos niveles de la cadena de producción o distribución, como pueden ser la de una empresa y sus proveedores o entre compradores y vendedores.
- ▶ Los actos colusivos pueden adoptar diferentes formas:
  - ▶ - Acuerdos de precio.
  - ▶ - Acuerdo de reparto de zonas o de cuotas de mercado.
  - ▶ - Imposiciones de condiciones diferenciadas.

# CONDUCTAS QUE ATENTAN CONTRA LA LIBRE COMPETENCIA

*SEÑALES QUE CONSTANTEMENTE DEBEN SER REVISADAS Y QUE PUEDEN SER INDICATIVAS DE LA PRESENCIA DE UN CARTEL, COLUSIÓN, O ACTOS CONCERTADOS*

- ▶ **a.- Acuerdos o cláusulas de exclusividad:** Por si mismos no son constitutivos de un atentado a la libre competencia, pero dependiendo de sus efectos y en ciertas circunstancias pueden provocar la exclusión de competidores o ser constitutivos de colusión o abusos.
- ▶ **b.- Fijación de precios de reventa:** Consisten en la coordinación con un proveedor o cliente de la forma como establecer un precio de compra o venta con el objeto de disminuir a los competidores mejorando así la posición en el mercado. Está prohibido negociar o discutir con los proveedores o clientes la fijación de precios máximos o mínimos de venta, márgenes de venta, incrementos de precios, costos, condiciones comerciales o cualquier otro tema que pueda influir en la fijación de precios. Está prohibido a su vez impedir a los clientes la reventa de productos o restringir los negocios que se desarrollen con terceros tanto dentro como fuera del país.

# CONDUCTAS QUE ATENTAN CONTRA LA LIBRE COMPETENCIA

*SEÑALES QUE CONSTANTEMENTE DEBEN SER REVISADAS Y QUE PUEDEN SER INDICATIVAS DE LA PRESENCIA DE UN CARTEL, COLUSIÓN, O ACTOS CONCERTADOS*

▶ c.- **Establecimiento de precios no lineales.** Esto se puede dar en:

- El trato de un precio fijo más un pago variable por cada venta; o,
- Casos en que el proveedor realiza rebajas en el precio por las ventas efectuados por el distribuidor o por lograr ciertas metas.

Per se, no es contrario a la libre competencia pero es necesario analizar que ellos no puedan generar efectos contrarios a ésta.

▶ d.- **Denegación de venta.** Negación de trato o condicionamiento de la venta por parte de un productor o distribuidor con el objeto de, entre otros:

- ▶ - De respetar acuerdos de precio;
- ▶ - De distribución exclusiva, o,
- ▶ - De reservar la venta a determinados consumidores o zonas geográficas.

# CONDUCTAS QUE ATENTAN CONTRA LA LIBRE COMPETENCIA

## III. ABUSO DE PODER EN EL MERCADO

- ▶ A diferencia de las colusivas, se refieren esencialmente a conductas de carácter unilateral, las cuales implican un ejercicio abusivo del poder de mercado o de posición dominante.
- ▶ El poder o la posición dominante de una empresa, se da cuando ésta puede *tomar sus decisiones con independencia de su competencias, clientes y proveedores, dada su alta participación en el mercado, participación que puede estar determinada por el tamaño de sus competidores, el nivel de sustitución de los productos o servicios que entrega, las barreras de entrada existentes en el mercado, el nivel de especialización, el grado de demanda existente, entre otros elementos.*



# CONDUCTAS QUE ATENTAN CONTRA LA LIBRE COMPETENCIA

## III. ABUSO DE PODER EN EL MERCADO

Entre las figuras que podemos observar se encuentran las siguientes:

a.- Abusos o Discriminación explotativa: Puede ser:

- ▶ Un abuso o discriminación de precio o en las condiciones comerciales;
- ▶ Eventualmente una venta atada o de bloque (Situación que se da cuando una empresa que tiene un poder dominante en un determinado bien, que es el producto vinculante le exige a los compradores que adquieran un segundo bien “bien vinculado”, en el cual no tenga posición dominante, con esto busca traspasar la posición dominante a aquel bien en el cual no lo tiene);
- ▶ Pago por acceso a góndola: El proveedor le paga al distribuidor por la venta de sus productos.
- ▶ ¿Por qué una discriminación puede ser explotativa? Un proveedor va a poder discriminar al que no tiene un poder en el mercado, que no tiene poder de compra, en este sentido atendido su carácter particular puede terminar explotándolo, cobrándole precios excesivamente superiores a la del resto

# CONDUCTAS QUE ATENTAN CONTRA LA LIBRE COMPETENCIA

## III. ABUSO DE PODER EN EL MERCADO

### b.- Prácticas de exclusión: Dentro de ella encontramos:

- Negativas de venta;
  - Imposición de acuerdos de compra exclusiva a los clientes;
  - Precios predatorios (venta a precios inferiores a los del mercado); y,
  - Requerimientos mínimos de ventas.
- ▶ Son una restricción competitiva en la medida que obligue a un agente en el mercado, o impida acceder libremente y en igualdad de condiciones con sus competidores al abastecimiento de bienes o de servicios esenciales para el desarrollo de una actividad económica.
- ▶ Es deber de todo trabajador de la empresa informarse las implicancias que puede tener la venta de productos a un precio que está por debajo al costo de producción o cualquier tipo de descuento. Con ello nos aseguraremos que no se está incurriendo en alguna práctica contraria a la libre competencia.

# EFECTOS DE LAS PRÁCTICAS ATENTATORIAS A LA LIBRE COMPETENCIA.

- ▶ Como se señaló las prácticas antes descritas no son per se necesariamente contrarias a la libre competencia. Ellas serán sancionadas si producen alguno de los efectos que nuestra legislación trata de evitar, como:
  - ▶ La promoción o facilitación de la colusión o coordinación a nivel de proveedores o distribuidores;
  - ▶ El bloqueo o retardo a la entrada o expansión de otros competidores alcanzándose posiciones dominantes o con miras a ésta.
- ▶ Mire y consulte si las acciones o decisiones que Usted o sus colaboradores están tomando, pueden producir alguno de los efectos señalados.
- ▶ En caso de duda, exponga el caso con su superior.
- ▶ Puede usar el canal de denuncia anónimo si lo estima necesario.

# COMPROMISO DE LA EMPRESA Y DEBER DE INFORMAR

- ▶ Fundamental para el cumplimiento de la normativa de la libre competencia es el compromiso de todos los trabajadores, gerentes, administradores, directores y accionistas de nuestra compañía.
- ▶ Toda persona o grupo que forme parte de la empresa debe informar inmediatamente a su superior jerárquico sobre cualquiera situación que pueda atentar en contra de la libre competencia. Dicha información debe ser entregada por escrito con copia al Gerente General de la Compañía.
- ▶ Puede usar el canal de denuncia anónimo si lo estima necesario ([eticansagro@kpmg.com](mailto:eticansagro@kpmg.com)).