



POLÍTICA DE CUMPLIMIENTO DE LA LEY SOBRE LIBRE COMPETENCIA



POLÍTICA DE CUMPLIMIENTO DE LA LEY SOBRE LIBRE COMPETENCIA

1. ¿Qué es la Libre Competencia?

La libre competencia es considerada el motor de la economía, en tanto asegura el derecho de todas las empresas y personas a participar con eficiencia y en igualdad de condiciones en las actividades económicas, pudiendo así ofrecer productos y servicios con la mejor combinación precio, calidad, seguridad, variedad e innovación, maximizando el bienestar de los consumidores y de la sociedad en general.

La permanente preocupación de Collahuasi por fortalecer una cultura pro competencia constituye uno de los pilares esenciales de su compromiso con un actuar ético. Sólo desde esta base es posible que las decisiones y acciones que se tomen apunten a hacer lo correcto. Esto implica que todos los colaboradores sean conscientes del real valor de la libre competencia para el bienestar de las personas y la estabilidad económica del país.

2. ¿Por qué es importante respetar la ley de libre competencia?

La libre competencia es importante porque se encuentra en la base de una economía de libre mercado saludable, donde la competencia vigorosa pero justa, resulta en bienes y servicios más convenientes para las personas. Por ello, Collahuasi, mantiene un compromiso irrestricto con el respeto a la libre competencia, y las leyes y normativas que la resguardan.

La meta última de la ley de libre competencia es establecer un sistema de libre emprendimiento donde cada compañía tome sus decisiones de negocios de manera independiente, pero sin restringir o distorsionar la competencia, coludiéndose o involucrándose en prácticas de negocios anticompetitivas o derechamente ilegales. La ley se encarga de regular y promover la libre competencia que debe existir en los intercambios comerciales, mediante:

- Prohibición de determinados acuerdos entre competidores que tengan por objeto fijar precios (de venta o de compra), fijar condiciones de comercialización, limitar la producción, asignarse zonas o cuotas de mercado, excluir competidores o afectar el resultado de procesos de licitación (fijación de precios, repartición de cuotas o zonas de mercado, entre otros).

POLÍTICA DE CUMPLIMIENTO DE LA LEY SOBRE LIBRE COMPETENCIA

- Última jurisprudencia del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC) y redacción actual del proyecto de ley: la colusión se sancionará como un ilícito per se, es decir, no será necesario que la conducta produzca o tenga la potencialidad de producir un efecto anticompetitivo en el mercado relevante, sino que bastará para que sea sancionado que exista un acuerdo anticompetitivo que tenga por objeto fijar precios (de venta o de compra), fijar condiciones de comercialización, limitar la producción, asignarse zonas o cuotas de mercado, excluir competidores o afectar el resultado de procesos de licitación.

Es decir, se elimina el poder de mercado como elemento normativo del tipo “colusión”, con lo cual se pretende hacer más fácil la persecución, prueba y sanción de los carteles.

No se requiere que la actividad concertada en cuestión logre efectivamente reducir la competencia. Las compañías pueden ser sancionadas por violar la ley incluso si sus acuerdos no han tenido efectos en el mercado.

Lo anterior no significa que no puedan existir acuerdos entre competidores, como es en el caso de los Joint Ventures, sino que lo relevante es que dichos acuerdos deben tener objetivos lícitos y los intercambios de información que se produzcan a su alero no pueden versar sobre determinadas materias que son de carácter relevante, como estructuras de costos, listas de precios, clientes, entre otros.

- Prohibición de acciones que puedan distorsionar el mercado o intervenir la libre competencia (abuso de posición dominante, abuso a proveedores).

Las normas sobre Libre Competencia tienen carácter territorial, es decir, tanto el TDLC como la Fiscalía Nacional Económica (FNE) buscan la promoción y protección de la libre competencia en los mercados chilenos. Distinto es que conductas anticompetitivas ejecutadas en el extranjero podrían tener efectos en territorio chileno, caso en el cual los organismos de libre competencia nacional han entendido que tienen competencia para investigarlas y juzgarlas.

POLÍTICA DE CUMPLIMIENTO DE LA LEY SOBRE LIBRE COMPETENCIA

Sanciones actuales del DL 211:

- Modificar o poner término a actos, contratos, convenios, etc. que sean contrarios al DL 211.
- Modificación o disolución de las personas jurídicas que hubieran intervenido en los actos o contratos contrarios al DL 211.
- Multas de hasta 20.000 UTA (aproximadamente US\$ 15.500.000) en casos de abusos de posición dominante, precios predatorios, competencia desleal o infracciones en general, y de hasta 30.000 UTA (aproximadamente US\$ 24.000.000) en caso de colusión

Sanciones contempladas en el proyecto de ley:

Sanción general para las infracciones a la libre competencia, que puede consistir en:

- Una multa por el doble del beneficio económico reportado por la infracción, o una multa hasta por el 30% de las ventas del infractor correspondientes a la línea de productos y/o servicios asociada a la infracción durante el período por el cual ésta se haya extendido.
- En caso de no poder determinarse el beneficio económico ni las ventas, una multa por hasta 30.000 UTA (aproximadamente US\$ 24.000.000).
- Especial mención merece la pena de cárcel en caso de colusión, que va de 5 años y 1 día a 10 años, con al menos 1 año de presidio efectivo. Sólo una vez transcurrido este año, podrán aplicarse penas sustitutivas y otra clase de beneficios carcelarios.
- También en caso de colusión, prohibición de contratar con órganos de la Administración del Estado por hasta 5 años desde que la sentencia definitiva quede ejecutoriada.

POLÍTICA DE CUMPLIMIENTO DE LA LEY SOBRE LIBRE COMPETENCIA

3. Objetivo de la Política de Libre Competencia de Collahuasi

Esta política pretende entregar criterios y ser una guía de discernimiento para que cualquiera de los colaboradores de Collahuasi pueda distinguir y reconocer situaciones de riesgo que requieran cuidado y, posiblemente, consejo legal. Al mismo tiempo, se propone promover conscientemente una cultura de libre competencia.

Uno de los más importantes rasgos de una política de libre competencia bien implementada es que no basta con cumplir las leyes y normativas en este ámbito, sino que es necesario proyectar el compromiso ético de la compañía con la probidad y buenas prácticas en estas materias, tanto en clientes como en competidores, proveedores y autoridades.

El incumplimiento o transgresión a las leyes de libre competencia puede conllevar graves consecuencias para Collahuasi y, por supuesto, para cualquier colaborador de la compañía que esté involucrado. Estos delitos podrían incluir multas significativas y daño reputacional, por lo que es responsabilidad de todos los colaboradores cumplir con las disposiciones de dicha política.

La ignorancia de las leyes, normativas y buenas prácticas de libre competencia no constituye un atenuante de las penas que el delito acarrea frente a los reguladores y la justicia. Por ello, aunque no se espera que los colaboradores de Collahuasi sean expertos en este tema, considerando que la ley se presume conocida por todos desde su publicación en el Diario Oficial, sí es fundamental que se hagan responsables de comprender el alcance de sus disposiciones, que reconozcan situaciones de riesgo y puedan preguntar cuando haya dudas o se requiera asesoría legal.

La excusa de “todos lo hacen”, NO constituye un argumento válido. Más bien, es una señal de infracción a la ley, que debiera ser debidamente denunciada.

POLÍTICA DE CUMPLIMIENTO DE LA LEY SOBRE LIBRE COMPETENCIA

4.- Glosario de términos de Libre Competencia

- 1.** Abuso de posición dominante: es una conducta contraria a la libre competencia consistente en el uso abusivo o antijurídico del poder de mercado de una empresa o un conjunto de empresas con el fin de explotar o preservar una renta monopólica en un mercado relevante determinado.
- 2.** Benchmarking: estudio destinado a comparar productos, servicios y procesos en diferentes organizaciones, entregando como resultado prácticas sobre el área en estudio.
- 3.** Bid- rigging: es una colusión entre oferentes en licitaciones públicas, destinado a hacer fracasar el proceso competitivo para obtener un beneficio mayor que el que obtendrían en competencia efectiva.
- 4.** Boicot: cualquier acuerdo o entendimiento, formal o informal, entre dos o más competidores, con el fin de boicotear clientes o proveedores para excluirlos del mercado. Es considerada una práctica anticompetitiva, sancionada por ley.
- 5.** Colusión: Acuerdos expresos o tácitos entre competidores, o prácticas concertadas entre ellos, que les confieren poder de mercado y que consisten 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.
- 6.** Competidores: cualquier persona u organización que ofrezca o esté efectivamente dispuesto a ofrecer productos o servicios de la misma naturaleza de Collahuasi o que sean sustitutos o complementos de éstos.
- 7.** Fijación de precios: cualquier acuerdo o entendimiento, formal o informal, entre dos o más competidores con el fin de fijar el precio de compra o venta de un producto. Es importante destacar que no constituye un atenuante al delito que los precios fijados sean menores o “más justos” de lo que eran antes. Es per sé considerada una práctica anticompetitiva, sancionada por ley. También la fijación de precios se puede dar como un acuerdo vertical en la relación proveedor/distribuidor, lo cual está prohibido.

POLÍTICA DE CUMPLIMIENTO DE LA LEY SOBRE LIBRE COMPETENCIA

- 8.** Información sensible o confidencial: toda aquella que pertenece o ha sido confiada a la compañía y que no es de dominio público, incluida la información que en el corto plazo se hará pública, cuya divulgación puede inducir a un competidor a ajustar su comportamiento competitivo de manera perjudicial para los intereses de Collahuasi o de terceros. Es también información sensible o confidencial aquella que está sujeta a restricciones legales o contractuales que impiden o restringen su libre divulgación.
- 9.** Joint Ventures: acuerdos comerciales de inversión conjunta o de operaciones entre dos o más empresas.
- 10.** Leyes de Libre competencia: son leyes que prohíben las prácticas anticompetitivas entre empresas, conocidas también como “Leyes de libre competencia” o “leyes antimonopolio”.
- 11.** Limitación o reducción de capacidad de producción: cualquier acuerdo o entendimiento, formal o informal, entre dos o más competidores, con el fin de limitar o controlar la producción, la capacidad de producción o el volumen de los bienes disponibles para la venta. Es considerada una práctica anticompetitiva, sancionada por ley.
- 12.** Repartición de mercados o clientes por zona geográfica: cualquier acuerdo o entendimiento, formal o informal, entre dos o más competidores con el fin de repartirse mercados o clientes entre competidores, ya sea por territorio, tipo o tamaño del cliente, o bien tipo de productos. Es considerada una práctica anticompetitiva, sancionada por ley.

5. Buenas prácticas ligadas a una cultura de libre competencia

En Collahuasi estamos comprometidos con el fomento y protección de una cultura de libre competencia. Por ello, se recomienda:

SIEMPRE

- Siempre respetar las leyes y disposiciones vigentes. Éstas se aplican a todos los niveles del negocio y combaten prácticas ilegales como el abuso de posición dominante, la competencia desleal y la colusión en la fijación de precios, así como la repartición de mercado, arreglo de licitaciones u otros.

POLÍTICA DE CUMPLIMIENTO DE LA LEY SOBRE LIBRE COMPETENCIA

- Siempre promover, desde la alta dirección, una competencia libre y leal en el mercado, creando conciencia y generando los mecanismos para que todos los colaboradores comprendan la importancia de respetar las leyes y normativas al respecto.
- Siempre promover un sistema de incentivos, compensaciones y otros beneficios para los trabajadores —así como metas comerciales— compatibles con la normativa de libre competencia en general, y con la prevención de los riesgos detectados en particular.
- Siempre hacerse cargo de los cambios culturales corporativos necesarios, evitando justificaciones como: “siempre se ha hecho así” o “los otros lo hacen así”.
- Siempre adoptar mejores prácticas en libre competencia, yendo más allá de lo que la ley exige.
- Siempre mantener criterios objetivos, independientes y transparentes en la determinación e implementación de los precios, costos, condiciones de comercialización y venta de cualquier producto o servicio, evitando acciones que pudieran implicar coordinación con la competencia o intercambio de información sensible con ésta, por cualquier vía, ya sea directa o indirecta, formal o informal.
- Siempre considerar y evaluar las consecuencias de interactuar con un competidor en un entorno personal, debiendo evitar hablar sobre temas comerciales.
- Siempre excusarse y retirarse si durante alguna conversación con un competidor surgen temas que atenten contra la libre competencia. Cerciorarse de que la partida sea advertida por otras personas y aclarar las inquietudes con la Gerencia Legal de Collahuasi .
- Siempre aportar todos los antecedentes solicitados por la autoridad competente, en el caso de una investigación de libre competencia.
- Siempre contemplar la posibilidad de establecer contratos regulatorios para imponer, de modo vinculante, a proveedores y otros públicos de interés, altos estándares de libre competencia.
- Siempre consultar a la Gerencia Legal de Collahuasi, en el cual debe existir un oficial de cumplimiento de la normativa de libre competencia, es decir, alguien que se haga cargo específicamente de temas de libre competencia.

POLÍTICA DE CUMPLIMIENTO DE LA LEY SOBRE LIBRE COMPETENCIA

NUNCA

- Nunca mantener conversaciones con competidores —directamente o con intermediación de terceros— sobre temas competitivamente sensibles, tales como precios, costos, capacidades, ventas, compras, ofertas, licitaciones, márgenes de beneficios, métodos de distribución o algún otro parámetro que determine o inflencie el comportamiento competitivo de la compañía.
- Nunca tratar con los competidores temas relativos a proveedores, clientes o contratistas de la empresa; a qué mercados vende o pretende vender y en qué condiciones.
- Nunca ponerse de acuerdo —directamente o por vía de la intervención de terceros— con los competidores, para fijar, aumentar, disminuir o estabilizar precios de los bienes vendidos o comprados; ni fijar otras condiciones competitivas como fórmulas de precios, descuentos, rebajas, recargos, márgenes, comisiones o condiciones de crédito. Cualquiera de estas acciones puede ser entendida como colusión, un acto sancionado por la ley chilena.
- Nunca mantener acuerdos limitativos con empresas de la competencia para competir en determinados mercados o para repartirse clientes o cuentas, proveedores, territorios geográficos o programas de producción.
- Nunca manipular o coordinar licitaciones u ofertas para licitaciones o concursos, ya sean estas formales o informales.
- Nunca acordar con otros boicotear a un tercero, actual o potencial.
- Nunca generar acuerdos con los competidores para reducir, limitar o estabilizar la producción o capacidad productiva.
- Nunca solicitar u obtener información de la competencia a través de medios lícitos o ilícitos.
- Nunca obstruir la acción de las autoridades de libre competencia, una vez iniciada una investigación en este ámbito.
- Nunca suministrar información falsa o engañosa; ocultar o destruir documentos, o bien alertar a terceros sobre la investigación antimonopolio en curso.

POLÍTICA DE CUMPLIMIENTO DE LA LEY SOBRE LIBRE COMPETENCIA

CUIDADO CON

- Generar efectos de exclusión en los competidores por abuso de posición dominante en el mercado, a través de beneficios o incentivos económicos a los distribuidores. Evaluar detenidamente, con la Gerencia Legal de Collahuasi, cualquier estrategia que, bajo algunas circunstancias, pudiera dar lugar a ilícitos. Algunas de ellas son:
 - Venta atada y empaquetamiento.
 - Negativa de venta y estrangulamiento de márgenes.
 - Exclusividades y descuentos condicionales.
 - Fijación de precios de reventa.
 - Precios predatorios.
 - Competencia desleal (abuso de litigios, publicidad comparativa sin fundamentos acreditables, desacreditación de competidores, entre otros).
 - Imposición de otras barreras artificiales a la entrada (cláusulas de no competencia por plazos excesivos, registros de marcas de la competencia, entre otros).
- Los intercambios de información. Estos pueden reducir la incertidumbre acerca de las respuestas competitivas de los rivales. Por ello, se sugiere, especialmente en asociaciones gremiales u otros contextos sensibles:
 - Levantar sólo información histórica y reducir la frecuencia de intercambios.
 - Difundir sólo información agregada y sobre materias no sensibles.
 - Aclarar que la solicitud de información es voluntaria.
 - Externalizar la recolección y procesamiento de información bajo estándares de confidencialidad.

POLÍTICA DE CUMPLIMIENTO DE LA LEY SOBRE LIBRE COMPETENCIA

- Agenda y registro de reuniones. Las empresas (en asociaciones gremiales y otros contextos sensibles) pueden necesitar reunirse para conversar y tomar decisiones sobre temas que preocupan legítimamente a la industria. Sin embargo, dichas reuniones no pueden ser —formal ni informalmente— una instancia para intercambiar información de carácter relevante y que la FNE en su Guía sobre Asociaciones Gremiales y Libre Competencia define como “toda aquella información estratégica de una empresa que, de ser conocida por un competidor, influiría en sus decisiones de comportamiento en el mercado. En términos generales, la información relevante posibilita que las decisiones en el mercado sean adoptadas de manera no individual en relación a la actividad de los competidores, lo que hace que normalmente ésta no sea entregada a las otras firmas que participan en el mercado”. Ejemplos: estructuras de costos, listas de clientes, listas de precios, entre otros.

- Por ello, se sugiere:
 - Adoptar una política de registro y conservación de documentos.
 - Grabar o levantar actas completas de los temas tratados.
 - Realizar una revisión con asesoría legal especializada.
 - No asistir con funcionarios de áreas comerciales.

6. Políticas y directrices

Es importante comprender que la ley de libre competencia prohíbe los acuerdos entre dos o más empresas sobre cómo comportarse en el mercado.

En la ley, los conceptos de “actividad concertada” y “colusión” son más amplios de lo que refleja el lenguaje común. No están limitados a los acuerdos formales o a las ofertas de contratos. Contemplan cualquier tipo de arreglo, formal e informal, escrito u oral o incluso no verbal. Un simple intercambio de información o sugerencia a un competidor en un cóctel, seguido de un incremento de precios u otro comportamiento en la misma dirección, podría ser suficiente para sentar la sospecha de una actividad concertada ilegalmente.

POLÍTICA DE CUMPLIMIENTO DE LA LEY SOBRE LIBRE COMPETENCIA

Más aún, no se requiere que la actividad concertada en cuestión logre efectivamente el resultado deseado, esto es, reducir la competencia. Las compañías pueden ser sancionadas por violar la ley incluso si sus acuerdos no han tenido efectos en el mercado. Por eso se dice que en temas de libre competencia no sólo hay que ser probo sino también parecerlo.

6.1 Intercambio de Información sensible o confidencial

El intercambio de información entre competidores con el propósito de, o que lleve o induzca a, la coordinación del mercado, o a que las compañías se comporten del mismo modo, constituye una violación a la libre competencia.

Dicho intercambio directo o suministro de Información estratégica con los competidores está prohibido por las leyes de libre competencia, ya que podría servir de base para que las empresas, en virtud de un acuerdo expreso o tácito, den lugar a prácticas concertadas ilícitas. Por lo tanto, ningún trabajador de Collahuasi puede revelar o intercambiar Información sensible para la compañía con ningún miembro –de cualquier nivel jerárquico- de la competencia, así como tampoco con empresas competidoras. Entre accionistas de la compañía, el intercambio de dicha información también está prohibido, ya que podría atentar contra la libre competencia.

Una violación de la libre competencia puede agravarse cuando una tercera parte, ya sea un consultor, proveedor, cliente o asociación gremial, es usada como el conducto a través del cual la información sensible o confidencial es intercambiada con los competidores.

Como regla general, la información considerada confidencial o sensible para Collahuasi, nunca debiera ser provista o recibida de parte de un competidor, accionista o empresa colaboradora.

Si dicho intercambio de información, incluso no sensible ni confidencial, es seguido de movimientos paralelos de precios entre competidores, las autoridades de libre competencia podrían asumir que los precios han sido fijados, aunque los movimientos antes mencionados sean mera coincidencia. De ahí el cuidado que es necesario tener en instancias sociales, gremiales, comerciales u otras.

POLÍTICA DE CUMPLIMIENTO DE LA LEY SOBRE LIBRE COMPETENCIA

SE RECOMIENDA

Todo trabajador de Collahuasi debe ser cuidadoso en el anuncio, entrega y difusión directa o indirecta de información de cualquier tipo hacia la competencia o empresas colaboradoras, y –del mismo modo- en la obtención de dicha información.

Si alguna Información sensible es enviada por un competidor a un colaborador de Collahuasi, éste deberá inmediatamente informar a su gerencia respectiva, Gerencia Legal y/o Gerencia de Riesgos.

Bajo ninguna circunstancia se debe utilizar dicha información o compartirla con otros (de la misma compañía o externos a ella).

Recopilación y confidencialidad de la información

Siempre es importante conocer las condiciones del mercado y la industria, sin embargo, debemos ser cuidadosos al momento de elegir la forma en que accedemos a estos datos.

Para la recopilación de información de la competencia, se recomienda utilizar fuentes de carácter público, es decir, aquellas que estén contenidas en memorias de las compañías, páginas de internet, publicaciones, entre otras. O bien a través de empresas dedicadas a estos estudios, por cierto, en el marco de la ley.

La fuente de información NO es irrelevante. Jamás hay que recopilar información directa o indirectamente de un competidor.

6.1.1 Benchmarking

El benchmarking competitivo es la comparación de acciones de la propia empresa con los competidores y puede contener información sobre procesos clave, beneficios, ingeniería, tecnología usada, facturación, cobranza, recursos humanos, estrategias de negocios, entre otros. Es decir, Información sensible y relevante de la compañía, que no debe ser intercambiada ni revelada.

POLÍTICA DE CUMPLIMIENTO DE LA LEY SOBRE LIBRE COMPETENCIA

En algunos casos, los ejercicios de benchmarking realizados para conocer prácticas de negocios, pueden resultar en una transgresión a las leyes de libre competencia . Sin embargo, en cuanto tenga fines procompetitivos no existe problema, es decir, puede resultar incluso beneficioso para una sana y dura competencia en el mercado.

SE RECOMIENDA

Todos los ejercicios de benchmarking que comprendan información proveniente de competidores deben ser aprobados previamente por el superior jerárquico y realizarse conforme a un plan y, en lo posible, por una empresa externa dedicada a estas actividades.

Antes de entregar o recibir información de la competencia para un benchmark, es recomendable revisar con la Gerencia Legal de la compañía que los procedimientos elaborados para recibir o entregar la información sean los apropiados para las unidades de negocio relevantes en estas materias, mitigando con ello cualquier riesgo potencial de coordinación de precios o manipulación de los precios del benchmark.

Las características fundamentales de procesos de este tipo son:

- Precisión en el reporte (que no den pie a especulaciones)
- Entregar información completa y no selectiva.
- Mantener el control de que solo empleados autorizados, que hayan recibido entrenamiento apropiado, puedan reportar precios, entre otra información necesaria para el benchmark. Asimismo, la información obtenida debe provenir de fuentes de acceso público.
- Reportes independientes de precios y otros datos clave para el benchmark. Jamás deben ser realizados en cooperación o coordinación con la competencia.

POLÍTICA DE CUMPLIMIENTO DE LA LEY SOBRE LIBRE COMPETENCIA

6.1.2 Asociaciones gremiales

Las asociaciones gremiales son escenarios potencialmente propicios para la coordinación o intercambio de información sensible que, eventualmente, pudiera facilitar acuerdos anticompetitivos entre actores que compiten entre sí en el mercado.

SE RECOMIENDA

Levantar sólo información histórica y reducir la frecuencia de intercambios.

Difundir sólo información agregada y sobre materias no sensibles.

Aclarar que la solicitud de información es voluntaria.

Externalizar la recolección y procesamiento de información bajo estándares de confidencialidad.

Adoptar una política de registro y conservación de documentos.

Grabar o levantar actas completas de los temas tratados.

Realizar una revisión con asesoría legal especializada.

No asistir con funcionarios de áreas comerciales.

Evitar radicalmente acuerdos restrictivos entre una asociación y sus miembros, o bien en favor de algunos miembros y terceras partes, que restrinjan la competencia.

Evitar radicalmente conversaciones que traten sobre Información sensible o confidencial, tales como: precios o costos presentes o futuros, estrategias competitivas; clientes o información que por sí misma pueda implicar una limitación a la libre competencia.

POLÍTICA DE CUMPLIMIENTO DE LA LEY SOBRE LIBRE COMPETENCIA

Si bien en asociaciones gremiales y otros contextos, las empresas pueden necesitar reunirse para conversar y tomar decisiones sobre temas que preocupan legítimamente a la industria, dichas reuniones no pueden ser -formal ni informalmente - una instancia para intercambiar información comercial o sensible desde el punto de vista de la competencia.

Asociaciones gremiales, eventos y conferencias de la industria

La asistencia a reuniones de asociaciones gremiales, eventos y/o conferencias de la industria minera suele involucrar riesgos, ya que se generan instancias que permiten la discusión o intercambio informal de información, así como el tratamiento de asuntos comerciales sensibles o confidenciales entre competidores. Es fundamental que quienes asistan a dichas instancias lo hagan con el compromiso y la convicción de evitar acciones, conversaciones, acuerdos o intercambios de información sensible (comercial o estratégica), que pueda afectar la libre competencia.

De preferencia, es recomendable asistir a estas instancias acompañado por algún profesional de la Gerencia Legal o de Compliance de la compañía y, por el contrario, evitar la presencia de personas del área comercial.

Si el ambiente del evento o conferencia promueve conversaciones sobre temas sensibles o estratégicos, es mejor retirarse y simplemente no participar. Es fundamental, en estos casos, notificar la retirada y reportar el hecho a la Gerencia Legal de la empresa.

6.1.3 Acuerdos o actividades concertadas con la competencia

Como ya hemos enfatizado a lo largo de este documento, cualquier contacto directo o indirecto con competidores puede proveer las bases para una acusación de actividad concertada.

La ley de libre competencia prohíbe tratar con rivales o competidores temas referentes a:

- Negociaciones pasadas, presentes o futuras realizadas con clientes, contratistas o proveedores (términos y condiciones de ventas /compras, contratos).

POLÍTICA DE CUMPLIMIENTO DE LA LEY SOBRE LIBRE COMPETENCIA

- Actividades de colusión:
 - Fijación de precios
 - Manipulación de ofertas y/o descuentos en conjunto
 - Asignación de mercados o clientes por zonas geográficas
 - Limitación o reducción de capacidad de producción
 - Intercambio de información sensible con competidores

Desde el punto de vista de la ley de libre competencia, pueden ser considerados situaciones de riesgo las discusiones o contactos con competidores, ya sea en el contexto de una asociación gremial, ferias o eventos comerciales, conferencias de la industria, eventos deportivos o reuniones sociales de diferente índole.

Dicho riesgo puede verse incrementado si una tercera parte –un consultor, proveedor, cliente o asociación gremial- es usado como el conducto a través del cual se realiza el contacto con el competidor. Cabe destacar que hay formas de actividades concertadas entre competidores que son legales, por ejemplo, afrontar de manera coordinada asuntos como:

- Creación de una legislación, modificación de una ley existente o reacción ante una propuesta legislativa.
- Programas que traten asuntos de interés general de la industria, por ejemplo, políticas medioambientales, de seguridad, entre otros.
- Programas a nivel de industria relacionados con control de calidad, educación y capacitación. Compilación de estudios de la industria.

POLÍTICA DE CUMPLIMIENTO DE LA LEY SOBRE LIBRE COMPETENCIA

Lo anterior podría volverse ilegal si el real propósito de la coordinación entre competidores es:

- Generar efectos adversos para la libre competencia.
- Si hay de por medio discusiones, acuerdos o intercambios de información sensible desde el punto de vista de la competencia.
- Si se acuerdan estándares de la industria, excluyendo a uno o más participantes de ella.

¿Qué hacer en caso de contacto o reuniones con los competidores?

Las reuniones con competidores siempre acarrear un riesgo de incumplimiento de la ley de libre competencia, ya que dichos contactos pueden ser oportunidades propicias para la divulgación o intercambio de Información sensible. Por ello es fundamental ser cauto y siempre tomar providencias.

SE RECOMIENDA

Las reuniones con competidores deben limitarse a acuerdos comerciales legítimos o a iniciativas de la industria que se enmarquen dentro de las siguientes categorías:

- Reuniones formales de la industria o asociación gremial.
- Discusión de una nueva ley o regulación para la industria; negociación de una fusión o adquisición; creación o administración de un Joint Venture.
- En los Joint Ventures con competidores, las reuniones deben restringirse a las asambleas generales de los socios o accionistas, a las sesiones de directorio, consejo de administración o comités oficiales en los que solamente deben tratarse temas relativos a dichos acuerdos, los cuales idealmente deben tener administraciones independientes.

POLÍTICA DE CUMPLIMIENTO DE LA LEY SOBRE LIBRE COMPETENCIA

En las reuniones con competidores se sugiere levantar un acta de lo discutido (si es posible obtener las firmas de los participantes). Cualquier información compartida debe estar directamente relacionada y ser necesaria para el propósito del negocio en discusión.

Las reuniones con competidores fuera de las categorías antes señaladas deben ser aprobadas previamente por el superior jerárquico o la Gerencia Legal.

En el caso de contactos informales, deberá evitarse tratar temas que involucren Información sensible o confidencial.

6.1.4 Competidores que son clientes o proveedores

La naturaleza de la industria minera complejiza las relaciones entre competidores, ya que algunas veces estos son clientes e incluso proveedores de su competencia. Los tratos comerciales con estos actores son compatibles con la ley de libre competencia, siempre y cuando se tomen las providencias y se establezcan las disposiciones necesarias, en el área legal de la compañía, para evitar intercambio de información estratégica, coordinaciones comerciales, acceso a otros proveedores o clientes clave, o cualquier otra acción que restrinja, de cualquier modo, la libre competencia.

SE RECOMIENDA

- Tener particular cuidado con la información brindada a o recibida de un competidor que es, al mismo tiempo, cliente o proveedor. Dicha cautela debe multiplicarse por los factores de riesgo: es decir, resguardar con mayor rigor la información intercambiada o recibida en la calidad de competidor y también en calidad de cliente o proveedor.
- En el caso en que una división de la compañía detente información comercial sensible obtenida a partir del trato con un competidor/cliente o proveedor, que pudiera ser utilizada inapropiadamente por otras divisiones, como por ejemplo ventas, se debe contar con disposiciones apropiadas que delimiten rigurosamente el intercambio de información entre áreas, de modo de evitar y controlar el traspaso de información sensible o confidencial desde y hacia los competidores/clientes o proveedores.

POLÍTICA DE CUMPLIMIENTO DE LA LEY SOBRE LIBRE COMPETENCIA

- Dada la complejidad del tema, las disposiciones antes mencionadas deben ser realizadas con asesoría de la Gerencia Legal de Collahuasi .

6.1.5 Joint Ventures, acuerdos de compras conjuntas y negocios conjuntos con competidores en general

La minería requiere enormes capitales para explotar recursos naturales, razón por la cual a veces dos o más competidores terminan realizando Joint Ventures en proyectos específicos. En este escenario, el riesgo de atentar contra la libre competencia se agudiza.

Las restricciones verticales pueden resultar pro-competitivas atendida su aptitud para incrementar los niveles de eficiencia productiva y asignativa, beneficiando tanto a quienes las suscriben o adoptan como a los consumidores finales.

Guía para el análisis de restricciones Verticales, FNE, Junio 2014

Los Joint Ventures entre competidores son compatibles con las leyes de libre competencia, en la medida en que dicha alianza no sea usada como vehículo para coordinar estrategias comerciales relacionadas con actividades ajenas o que no conciernan al Joint Venture en cuestión.

Los acuerdos de compras conjuntas con competidores constituyen otro escenario de negocio que eventualmente puede contener riesgos para la sana y leal competencia entre actores, específicamente en el mercado de los bienes y servicios que están siendo comprados o en aquel en el cual las partes del acuerdo, o sus afiliados, compiten. Los riesgos antes mencionados pueden darse en contextos formales o estructurados –cuando hay de por medio un acuerdo de compra conjunta- o en escenarios menos estructurados, como son los contactos informales con compradores competidores. Por lo tanto, las áreas sensibles son varias, incluyendo acuerdos, contactos, Joint Ventures o participación en negocios conjuntos, entre otros.

Cuando las partes involucradas en el negocio mencionado anteriormente realizan la mayor parte de sus compras de manera conjunta, pueden surgir conductas anticompetitivas en el mercado en que dichos actores compiten, ya que se reduce significativamente el incentivo para competir en dicho mercado, pudiendo incluso coordinar sus movimientos. Dichos acuerdos pueden repercutir en el mercado donde

POLÍTICA DE CUMPLIMIENTO DE LA LEY SOBRE LIBRE COMPETENCIA

los bienes y servicios son vendidos, ya sea a través de un gran poder comprador de las partes competidoras, que los lleve a excluir o limitar el acceso de otros competidores a las fuentes de suministro, o bien forzando a los proveedores a reducir la calidad y cantidad de productos.

A lo anterior podría sumarse la posibilidad de compartir información competitivamente sensible y confidencial con los competidores, en instancias como los comités creados para abordar las compras conjuntas. Todas estas potenciales acciones que impliquen recibir o proveer información acerca de las estructuras de costos y que faciliten una acción concertada en el mercado constituyen una grave infracción a la ley de libre competencia.

SE RECOMIENDA

- Ante la presencia de conflicto de interés con accionistas/socios/asociados, éstos deben resolverse en los estatutos, acuerdos o pactos con los accionistas/ socios/asociados, a fin de evitar el flujo inadecuado de información competitivamente sensible entre los participantes, de manera que no se produzcan actos de competencia desleal ni se restrinja la libre competencia.
- Contar con procedimientos detallados de Compliance y estrategias para el manejo de los contextos antes señalados. Dada la complejidad del tema, es necesario incluir a la Gerencia legal en cualquier acuerdo, procedimiento o disposición que se defina.
- Este tipo de tratos con la competencia debe ser decidido y definido caso a caso, al más alto nivel de la compañía, de acuerdo con las leyes y las directrices corporativas internas.
Ante reuniones y comunicaciones con los accionistas/ socios/asociados, se sugiere:
 - Reuniones formales: podrán tratarse las materias que se indiquen en la citación o agenda previamente establecida y circulada en borrador, la que deberá limitarse a los intereses específicos de esa sociedad, asociación, negocio conjunto o Joint Venture.
 - Reuniones gerenciales operativas donde se traten temas específicos relacionados a los negocios de la sociedad, asociación, negocio conjunto o Joint Venture.

POLÍTICA DE CUMPLIMIENTO DE LA LEY SOBRE LIBRE COMPETENCIA

- La información que obtenga el representante o personal de la compañía en sus contactos con accionistas/socios/asociados debe ser manejada con especial cuidado, de manera de que no se filtre a otros interesados ajenos al negocio en que participa. Esta información solo puede ser conocida, discutida y analizada internamente por la gerencia de la compañía, en subsidiarias de propiedad exclusiva o por asesores profesionales de la compañía. Asimismo, esta información no puede ser compartida ni discutida con otros accionistas/socios/asociados que la compañía tenga en otra sociedad, asociaciones, negocios conjuntos ocasionales o Joint Ventures que no tengan la misma estructura de participación.
- Es importante que las reuniones y comunicaciones cuenten con la asesoría y/o participación de la Gerencia Legal de Collahuasi.

En caso de procesos de investigación llevados por parte de la FNE los puntos que probablemente esta evaluará y tendrá en consideración son:

- a. la participación de mercado que tienen los agentes económicos sujetos a la restricción.
- b. los efectos anticompetitivos, actuales o potenciales, derivados de la restricción vertical (en adelante “efectos” y “riesgos”).
- c. las eficiencias emanadas de la misma que no se pueden lograr a través de medidas menos restrictivas de la competencia.

**para mayor detalle sobre estos puntos consultar Guía para el análisis de restricciones Verticales, FNE, Junio 2014
<http://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2014/06/Gu%C3%ADa-Restricciones-Verticales.pdf>*

7. Relación con proveedores y contratistas

Es fundamental ser cuidadoso en la relación que se establece con proveedores, contratistas, y al interior de los comités respectivos de la compañía relacionados con contratos, proveedores y proyectos, evitando por cualquier medio que con ello se entorpezca u obstruya la libre competencia.

POLÍTICA DE CUMPLIMIENTO DE LA LEY SOBRE LIBRE COMPETENCIA

SE RECOMIENDA

- No discriminar arbitrariamente a los proveedores de insumos, bienes o servicios.
- Los contratos con proveedores de bienes o servicios no deben contener restricciones que no sean inherentes a la naturaleza del suministro o servicio contratado.

8. Relación con clientes

Es fundamental que la relación de todos los colaboradores de Collahuasi con los clientes, esté alineada con las leyes, normativas y mejores prácticas que amparan la libre competencia. De este modo, no podrán abordarse temas sensibles, estratégicos o confidenciales, tales como términos comerciales, entre otros.

Collahuasi no podrá, directa o indirectamente, fijar el valor o establecer mínimos para el precio de venta que aplicarán sus clientes/agentes en sus ventas. Tampoco podrá restringir los términos de reventa a menos que existan razones calificadas que así lo ameriten.

Puede ser ilegal, en ausencia de una justificación objetiva, desarrollar las siguientes conductas:

- Discriminación arbitraria de precios u otras condiciones
- Negativa de venta sin existir razones calificadas
- Ventas Atadas

A continuación se especifican las situaciones que podrían surgir en la relación con clientes, y recomendaciones para evitar incurrir en transgresiones a la libre competencia:

POLÍTICA DE CUMPLIMIENTO DE LA LEY SOBRE LIBRE COMPETENCIA

Diferenciación de precios y condiciones:

Los contratos pueden establecer precios y condiciones diferentes entre clientes, pero no deben establecer precios efectivos o condiciones que sean arbitrariamente discriminatorios entre ellos, incluyéndose todas las variables que los afectan. Para que una diferenciación no sea discriminatoria, las diferencias deben obedecer a razones objetivas relacionadas con los costos, plazos, calidad, riesgos, transporte, seguros, entre otros.

Restricciones contractuales:

Los contratos con clientes, brokers u otros, no deben contener restricciones a la libre disponibilidad de los bienes/servicios vendidos o intermediados (especialmente en lo que respecta al precio de reventa actual o mínimo), o a su libre circulación. De existir restricciones, éstas deben obedecer a razones objetivas, comprobables y jamás arbitrariamente discriminatorias.

Negativa de ventas:

Salvo consideraciones especialmente calificadas, no se puede negar o condicionar arbitrariamente la venta a un cliente o broker si la compañía tiene un poder de mercado significativo. Esta negativa no puede producirse, directa ni indirectamente, a través de diferenciaciones de precios efectivos o cláusulas restrictivas u otras modalidades que limiten la competencia en ese mercado o el acceso a él, o bien reserven tal mercado o una cuota de él para determinada empresa.

Abusos de posición dominante

En los mercados donde existe el riesgo de que Collahuasi pueda ser considerado como poseedor de un poder de mercado significativo, ya sea solo o en común con otros (por ejemplo, donde tiene una cuota de mercado individual significativa o donde el mercado es concentrado -con dos o tres participantes grandes que poseen un porcentaje mayoritario de cuota de mercado combinada-, se debe ser especialmente cuidadoso para evitar que la conducta de la compañía pueda ser interpretada como abusiva.

POLÍTICA DE CUMPLIMIENTO DE LA LEY SOBRE LIBRE COMPETENCIA

9. Abuso de posición dominante

El abuso de posición dominante es una conducta contraria a la libre competencia consistente en el uso abusivo o antijurídico del poder de mercado de una empresa o un conjunto de empresas con el fin de explotar o preservar una renta monopólica en un mercado relevante determinado. Lo anterior dependerá de numerosos factores como la estructura del mercado, solidez financiera, recursos técnicos, barreras de entrada al mercado, entre otros.

Quizás el principal indicador de dominación apunta a compañías que poseen una participación de más del 35% de un mercado relevante, especialmente si los competidores más cercanos poseen menos de la mitad de dicha participación.

En el caso eventual de que Collahuasi tuviera una posición dominante en el mercado relevante, es importante contar con asesoría legal permanente, de modo de no incurrir en infracciones a la ley de libre competencia.

En dicho caso, es importante:

- No impedir la competencia efectiva, por ejemplo, obstaculizando la entrada de nuevos actores al mercado.
- No explotar a proveedores o clientes
- No utilizar precios discriminatorios

Conductas a cautelar:

- 1.** Precios discriminatorios: una compañía que cuenta con una posición dominante no puede discriminar a clientes o proveedores de similares características, en lo que respecta a precios cobrados y/o pagados y a los términos de negociación. En definitiva, no se debe operar un esquema de precios que ponga en desventaja a algún proveedor o cliente, a menos que existan diferencias en los costos que justifiquen la diferenciación de precios.

POLÍTICA DE CUMPLIMIENTO DE LA LEY SOBRE LIBRE COMPETENCIA

2. Precios excesivos: si bien no existen directrices claras para definir lo que es un precio excesivo, un precio que genere márgenes de ganancia irracionalmente altos, puede ser catalogado de esta manera. Para una posición dominante en el mercado es arriesgado seguir una estrategia de precios donde –por idénticos productos- se cobre un precio más bajo en un sector geográfico, donde la competencia existe, que en otro donde el negocio ejerce dominio. Si el legislador detecta precios excesivos en el mercado bajo dominio, dictaminará que son abusivos a menos que existan justificaciones objetivas para dicha diferencia. Entre los argumentos válidos están costos de transportes, costos de aduana, impuestos, tipo de cambio, entre otros.
3. Precios predatorios: el término refiere a precios inusualmente bajos cobrados por un negocio dominante con el objetivo o efecto de eliminar o ejercer coerción sobre los competidores o nuevos actores en el mercado. Precios que se encuentren bajo los costos variables son normalmente considerados precios predatorios. Asimismo, precios que están bajo los costos totales son predatorios si tienen objetivo eliminar a un competidor.
4. Descuentos de fidelidad y negocios exclusivos: los descuentos por concepto de fidelidad, u otros similares, garantizados por un negocio dominante a cambio de asegurar o incrementar la proporción de los negocios con clientes, podrían infringir la ley en los siguientes casos:
 - Cuando el cliente compra todo o una gran proporción de lo requerido a un solo proveedor por causa de un pacto de exclusividad o de un descuento por fidelización.
 - Los descuentos en los precios no reflejan la estructura de costos.
 - La estructura de descuentos crea desincentivos a comprar productos de la competencia.
 - Los descuentos ofrecidos están calculados sobre el total de compras de productos en los diferentes mercados.

Estos descuentos pueden infringir la ley, incluso si el cliente acepta voluntariamente la obligación o presiones que el proveedor le impone a cambio de dichas ventajas.

POLÍTICA DE CUMPLIMIENTO DE LA LEY SOBRE LIBRE COMPETENCIA

5. Negocios exclusivos a largo plazo: el que una posición dominante realice un contrato de exclusividad a largo plazo puede constituir un abuso donde los efectos del acuerdo sean excluir competidores o impedir la entrada de nuevos actores al mercado, o donde tales acuerdos forman una red de similares condiciones orientadas a restringir la competencia.
6. Negativa de abastecimiento: bajo circunstancias normales, cualquier negocio es libre de decidir a quién vender sus productos, sin embargo, si se ostenta una posición dominante sólo es posible negarse a vender a un cliente si existen justificaciones objetivas que respalden el hecho (por ejemplo: escasez o falta de disponibilidad de los productos requeridos o insuficiente solvencia del cliente).
 - No hay que negarse a abastecer a un cliente, cuando éste es, o puede llegar a ser, un competidor de un negocio dominante en un “mercado descendente” (*) o cuando la negativa de proveerlo obstruiría su entrada al mercado. No es un argumento suficiente para negarse a abastecer a un cliente, el hecho de que este se transforme en un competidor importante para la empresa que ostenta la posición dominante.
7. Imposición de condiciones adicionales a clientes o proveedores
 - Un negocio dominante no debe explotar dicha condición imponiendo a sus clientes o proveedores condiciones adicionales que, por su naturaleza o de acuerdo al uso comercial, no tengan relación con las materias de estos contratos. Incluso más, un negocio dominante no puede forzar, junto con la venta de un producto en el que ostenta un sitio de predominio, la de otros productos o servicios de su compañía (venta atada).

() El término se emplea para referirse al mercado para el cual el insumo denegado es necesario para fabricar.*

POLÍTICA DE CUMPLIMIENTO DE LA LEY SOBRE LIBRE COMPETENCIA

10. Denuncias y dudas

Cuando exista sospecha de que puede darse o se está dando una infracción a la libre competencia, la recomendación general para cualquier colaborador de Collahuasi es comunicar el hecho a su superior jerárquico (jefe directo) o a través de la Línea Abierta de la compañía, de modo que se inicie la investigación correspondiente.

La Línea Abierta es un canal de comunicación adicional a los ya existentes en Collahuasi, de naturaleza telefónica y confidencial, cuyo propósito es facilitar a colaboradores, contratistas, u otras personas que tengan relación con Collahuasi, el reporte de información acerca de situaciones, prácticas o conductas de negocios que atenten contra la ética o que constituyan una infracción a la ley. El número de esta línea es 800 360 550.

Es importante destacar que esta política no pretende cubrir todos los casos, contextos y situaciones que podrían afectar a la libre competencia, ya que ello sería imposible. Pero sí se propone ayudar a formar criterios de discernimiento en todos los colaboradores –independiente de sus funciones y responsabilidades– que les permitan tener claridad de cuándo y cómo se puede estar en presencia de una potencial o flagrante transgresión a la ley o a la ética en el ámbito de la libre competencia.

Por eso la recomendación, siempre, es consultar al jefe directo, al encargado de prevención de delitos o a la Gerencia Legal ante cualquier duda, interrogante, acción o situación observada. Más vale prevenir que lamentar los altos costos que una transgresión de esta índole puede acarrear a la compañía en lo general y a sus colaboradores en lo particular.