

Versión para consulta pública

Asociaciones Gremiales y Libre Competencia

Guía para la Acción



Enero, 2011

ANTECEDENTES DEL PROCESO DE CONSULTA

A. Documento consultado	Esta consulta se refiere a la propuesta de la FNE de publicar una Guía para la Acción que oriente a las Asociaciones Gremiales sobre cómo cumplir con la ley de competencia.
B. Objetivo de esta consulta	La consulta tiene por objeto dar a las partes interesadas la oportunidad de expresar sus opiniones y presentar comentarios sobre el alcance y el contenido de esta Guía para la actuación de las Asociaciones Gremiales en su relación con la libre competencia.
C. A quién va dirigida esta consulta	El proceso de consulta y esta Guía están principal -pero no únicamente- dirigidas a las Asociaciones Gremiales, incluyendo sus directores, asesores legales y miembros, así como también a todos aquellos estudios jurídicos, centros de estudios y representantes del mundo académico que estén interesados en la defensa y promoción de la libre competencia.
D. Período de consulta	El período de la consulta se extenderá desde el miércoles 26 de enero hasta el lunes 28 de marzo de 2011, a las 18:00 hrs.
E. Información de contacto	Ante cualquier inquietud en relación al proceso de consulta o los contenidos de este documento, favor contactar a: Javier Tapia C. o Marcia Pardo G. División de Estudios y Promoción Fiscalía Nacional Económica Agustinas 853, Pisos 2 y 12 Región Metropolitana www.fne.gob.cl consultapublica@fne.gob.cl Teléfonos: (2) 753 5639 - 5645 Fax: (2) 753 5607 - 5608
F. Cómo responder esta consulta	Todo comentario sobre cualquiera de los aspectos contenidos en este documento es bienvenido. Los temas específicos sobre los que la FNE busca su opinión están contenidos en el Anexo 1 en formato de preguntas. Por favor responda tantas preguntas como desee, proporcionando en lo posible antecedentes que sirvan de apoyo o fundamento a las opiniones expresadas

	<p>Adicionalmente, le animamos a formular libremente observaciones y sugerir cambios en el documento.</p> <p>Las respuestas a esta consulta pública se recibirán por vía electrónica o escrita (carta o fax), utilizando la información de contacto detallada anteriormente.</p> <p>Al responder a esta consulta, por favor indique:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Si está respondiendo en calidad de persona natural o si representa los puntos de vista de una organización. En este último caso, por favor, identifique el nombre de la organización a la cual representa. <p>Si desea que sus comentarios sean tratados como confidenciales o que la identidad de quien comenta sea mantenida bajo reserva</p>
<p>H. Etapas siguientes</p>	<p>Una vez cerrado el proceso de consulta, todas las respuestas recibidas serán debidamente evaluadas por la FNE. Luego de ello la FNE publicará la Guía definitiva.</p>

PRESENTACIÓN

La elaboración y difusión de este documento representa un esfuerzo de la Fiscalía Nacional Económica (FNE) por promover la libre competencia entre los agentes económicos, al entregar lineamientos para apoyar el cumplimiento del D.L. N° 211.

Si bien la FNE reconoce que las asociaciones gremiales (A.G.) juegan un importante rol estratégico en el desarrollo de su sector, también entiende que su propia naturaleza (cual es, la reunión de agentes económicos que en la mayor parte de los casos son competidores en el mercado en el que participan) hace que ellas representen un riesgo latente para la libre competencia. Por otro lado, el hecho que las A.G. estén conformadas por miembros heterogéneos, también les permite cumplir un papel importante en la educación de sus asociados en temas específicos. En este sentido, este documento pretende ser un instrumento para que las A.G. eduquen y promuevan a sus asociados en el cumplimiento de los principios de defensa de la libre competencia contenidos en el D.L. N° 211.

Las conductas y prácticas de los agentes económicos son complejas. Por esto, los criterios y ejemplos contenidos en este documento son meramente indicativos y no prejuzgan el análisis que la FNE pueda hacer en un caso específico. El análisis y evaluación de los hechos de los que la FNE toma conocimiento en el curso de sus investigaciones y sus efectos sobre la libre competencia en los mercados son realizados caso a caso. Asimismo, este documento no es vinculante y, por consiguiente, no compromete ni al Tribunal de Defensa de la Libre Competencia ni a la Corte Suprema.

Felipe Irrazabal Ph.
Fiscal Nacional Económico

CONTENIDOS

Presentación	3
1. Introducción	5
2. Actuaciones y prácticas de las Asociaciones Gremiales	8
A. Colaboración entre competidores asociados	8
B. Intercambio de información	11
C. Recomendaciones	16
D. Participación en reuniones	19
E. Registro de reuniones y conservación de documentación	22
F. Boicot	24
G. Criterios y condiciones de afiliación	25
H. Prestación de servicios a no afiliados	27
I. Autorregulación y Códigos de conducta	29
J. Fijación de estándares técnicos	30
K. Publicidad	33
L. Contratos tipo	34
3. Cómo contactar a la FNE	36
Anexo 1 – Preguntas centrales a tener presente al comentar esta Guía	38
Anexo 2 – Criterios generales para los miembros de una A.G.	39

1. INTRODUCCIÓN

La FNE considera las **asociaciones gremiales** (A.G.) desde una perspectiva amplia. Para efectos de esta guía, se incluyen no sólo aquellas asociaciones empresariales, asociaciones profesionales, grupos de asociaciones (confederaciones y federaciones) y colegios profesionales regidos por el Decreto Ley N° 2.757 de 1979 y sus posteriores modificaciones, sino también otras personas naturales o jurídicas de naturaleza y fines análogos desde el punto de vista de la libre competencia.

En Chile, las A.G. son numerosas y están presentes en todos los ámbitos la actividad económica nacional¹. Ellas cumplen un rol importante y legítimo, al promover el desarrollo y protección de las actividades e intereses comunes de sus miembros “*en razón de su profesión, oficio o rama de producción o de los servicios [...]*”². Sin embargo, dado que estas actividades involucran algún grado de cooperación entre competidores, las A.G. están permanentemente expuestas al riesgo de transgredir las reglas del derecho de libre competencia.

En este sentido, por ejemplo, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) ha indicado que:

“Las asociaciones gremiales están, por su propia naturaleza, expuestas a los riesgos de cometer ilícito anticompetitivos, a pesar de que tienen muchos aspectos pro competitivos. La participación en actividades de una asociación gremial o profesional entrega una amplia gama de oportunidades para que empresas que están en la misma línea de negocios se reúnan periódicamente y discutan sobre asuntos comerciales de interés común. Tales reuniones y conversaciones, aún cuando se den en el marco del cumplimiento legítimo de los objetivos de la asociación, dan espacio a la reunión de competidores directos, y les entrega oportunidades regulares para intercambiar sus impresiones sobre el mercado, lo cual los puede fácilmente llevar a una coordinación ilegal. Las conversaciones casuales sobre precios, cantidades y futuras estrategias de negocio pueden llevar a acuerdos o entendimientos informales que claramente transgreden las disposiciones de libre competencia. Es por esta razón que las

¹ De acuerdo a estadísticas del Ministerio de Economía, cerca de cuatro mil asociaciones gremiales están actualmente inscritas ante este servicio, representando a empresas y profesionales de todos los sectores de la actividad económica nacional (www.asociacionesgremiales.cl).

² Art. 1 del Decreto Ley N° 2.757 / 1979.

asociaciones y sus actividades están sujetas a un cuidadoso escrutinio por parte de las autoridades de competencia de todo el mundo” (la traducción es nuestra)³.

En efecto, las A.G. ofrecen numerosas y legítimas oportunidades de encuentro para agentes económicos que compiten directamente entre sí, en la medida que éstas estén referidas a materias de interés para sus asociados y no persigan fines comerciales. Pero puede llevar también al desarrollo de actividades y conductas contrarias a lo establecido en la ley de defensa de la competencia, el Decreto Ley N° 211/1973 y sus modificaciones (en lo que sigue, D.L. N° 211).

Incluso puede suceder que los asociados, erróneamente, no tengan plena conciencia de las consecuencias que su conducta genera para el ordenamiento vigente en materia de libre competencia, lo cual de modo alguno excluye su responsabilidad. En este sentido, debemos advertir desde ya que hasta las más informales comunicaciones o conversaciones sobre precios, cantidades y calidades del bien producido, o estrategias de negocios u otras variables competitivas, pueden ser susceptibles de facilitar, o traducirse en, acuerdos o prácticas concertadas u otros ilícitos anticompetitivos. Es el propio marco legal que rige a las A.G. el que considera especialmente reprochable el que éstos incurran en ilícitos anticompetitivos⁴, lo que ha sido recogido expresamente por el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC) en sus decisiones⁵.

³ OECD (2008), *Pro-Competitive and Anti-Competitive Aspects of Trade/Business Associations* (DAF/COMP(2007)45), November. Ver <http://www.oecd.org/dataoecd/40/28/41646059.pdf>.

⁴ El Decreto Ley N° 2.757/1979 del Ministerio del Trabajo y Previsión Social, que establece normas sobre asociaciones gremiales, señala «Artículo 26.- *La realización o celebración por una asociación gremial de los hechos, actos o convenciones sancionados por el artículo 1° del decreto ley N° 211, de 1973, constituirá circunstancia agravante de la responsabilidad penal de los que participen en tal conducta.*»

⁵ Por ejemplo, considérese:

- Sentencia TDLC N° 82, *FNE vs. Asociación Gremial de Buses Interbus y otros*, del 22 de enero de 2009: «*Que, también a mayor abundamiento, y tal como se explicará más adelante, el artículo 26g del citado Decreto Ley N° 2.757, consideraba como agravante de la antigua responsabilidad penal por atentados a la libre competencia, el hecho que fuera una asociación gremial quien los cometiera, lo que demuestra que la aplicabilidad de las normas de defensa de la libre competencia a las asociaciones gremiales es una circunstancia reconocida y establecida desde hace tiempo en nuestro ordenamiento jurídico [...]*» [Considerando Sexto] y «*[...] Por otro lado, este Tribunal considerará, al momento de determinar la multa, el hecho que nuestro ordenamiento jurídico considere que un atentado a la libre competencia cometido por una asociación gremial debería ser susceptible de mayor reproche, según se desprende del artículo 26° del Decreto Ley N° 2.757*» [Considerando Cuadragésimo segundo].
- Sentencia TDLC N° 35, *Instituto Profesional de Chile vs. Colegio de Kinesiólogos de Chile A.G.*, del 27 de diciembre de 2005: «*[...] Que si bien es cierto que el Colegio ha actuado en defensa de los fueros de la profesión, función que le compete según sus estatutos, no es menos cierto sin embargo que el artículo 26 del D.L. N°2.737, de 1979, considera que los actos contrarios a la libre competencia que puedan llevar a*

De acuerdo a lo indicado en el D.L. N° 211, la promoción y defensa de la libre competencia corresponden a la Fiscalía Nacional Económica (FNE) y al TDLC. En el marco de sus respectivas atribuciones, las prácticas o actuaciones de las organizaciones gremiales pueden ser investigadas por la FNE y dar origen a la interposición de un requerimiento o a la presentación de una consulta ante el TDLC⁶ y, en caso que éste determine que dichas prácticas constituyen una infracción o atentado a la libre competencia conforme el Art. 3° de dicha ley, podrán dar lugar a las sanciones que el TDLC o eventualmente, la Corte Suprema, defina⁷.

Por las razones expuestas, y siguiendo las mejores prácticas internacionales⁸, la FNE ha elaborado este documento especialmente dirigido a las A.G., poniendo así a su disposición pautas generales que, a nuestro juicio, apoyan el cumplimiento del D.L. N° 211. En su elaboración hemos puesto especial atención al rol estratégico que estas organizaciones cumplen en materia de educación respecto de sus miembros y a la invaluable contribución que, dado ese rol, pueden desempeñar en la promoción de la competencia en sus mercados respectivos.

Este documento se enmarca dentro de las actividades de la FNE en materia de difusión y promoción de la libre competencia, y de manera alguna es vinculante para el TDLC o la Corte Suprema en sus decisiones. Su objeto es simplemente ofrecer un marco analítico general aplicable a determinadas prácticas y actuaciones de las A.G., a fin de evitar que estas puedan facilitar o cometer algún ilícito anticompetitivo.

cabo las Asociaciones Gremiales -calidad que tiene el Colegio demandado- son particularmente reprochables, atendida la naturaleza de sus funciones [...]» [Considerando Décimo séptimo].

⁶ FNE, “Guía Interna para el Desarrollo de las Investigaciones y para las Actuaciones Judiciales”, diciembre de 2008, los numerales 32 y 33.

⁷ En relación a las sanciones, señala el Art. 26° del D.L. N° 211 que el TDLC podrá «...[A]plicar multas a beneficio fiscal hasta por una suma equivalente a veinte mil unidades tributarias anuales y, en el caso de sancionar una conducta prevista en la letra a) del artículo 3°, hasta por una suma equivalente a treinta mil unidades tributarias anuales. Las multas podrán ser impuestas a la persona jurídica correspondiente, a sus directores, administradores y a toda persona que haya intervenido en la realización del acto respectivo [...]». A octubre de 2010, la multa máxima aplicable es equivalente a 28 millones de dólares. No obstante, las sanciones establecidas pueden ser aún mayores, por cuanto en conformidad al literal b) del mismo artículo, el TDLC podrá «[o]rdenar la modificación o disolución de las sociedades, corporaciones y demás personas jurídicas de derecho privado que hubieren intervenido en los actos, contratos, convenios, sistemas o acuerdos [...]».

⁸ Tienen directrices similares a ésta (guías internas o material de promoción) las agencias de competencia de Australia (2010), Nueva Zelanda (2010), Unión Europea (2010 y 2004), España (2009), Irlanda (2009), Canadá (2008), Holanda (2008), Reino Unido (2004) y Japón (2001). Una lógica similar también se recoge en OECD (2008). En el caso de Estados Unidos, si bien no tiene una guía o directriz general, su Departamento de Justicia ha emitido numerosas cartas de revisión a empresas, en relación a propuestas de intercambio de información consultadas por distintas asociaciones empresariales, las que están disponibles en: <http://www.usdoj.gov/atr/public/busreview/letters.htm>.

2. ACTUACIONES Y PRÁCTICAS DE LAS A.G.

La FNE entenderá las **actuaciones y prácticas de una asociación gremial (A.G.)** de manera amplia, esto es, considerando todas aquellas decisiones y acciones que sean vinculantes para los asociados así como también aquellas que, sin ser vinculantes, son observadas por éstos y constituyen una expresión razonable de la voluntad de la asociación que puede afectar la conducta o posición de sus miembros sobre temas que afecten el desempeño del o los mercados en los que participan.

También se consideran como actuación de la asociación aquellas acciones que son presentadas como recomendaciones a sus asociados y que sean materializadas por cualquier vía, aún cuando éstas no sean obligatorias, sin tener en consideración el número de miembros que haya efectivamente seguido dicha recomendación.

La FNE colocará especial atención en aquellas actuaciones y prácticas que tengan efecto directo sobre los mercados en las que las A.G. o sus miembros participan. En particular, aquellas que generen la coordinación de sus miembros en los mercados afectados o tiendan a dicha coordinación, serán materia de una exhaustiva evaluación por parte de la FNE en relación a su impacto sobre la competencia.

A continuación se ofrece una revisión, desde la perspectiva de la competencia, de aquellas actuaciones y prácticas más comunes de las A.G. La revisión no es exhaustiva y, por tanto, pueden existir otras conductas eventualmente reprochables no contempladas en ellas.

A. Colaboración entre competidores

La colaboración entre agentes económicos que participan en el mercado no es un estado natural de las firmas. Al menos desde la perspectiva más básica de la competencia, esta última implica un cierto grado de rivalidad entre competidores. Sin embargo, cierto tipo de colaboración puede producir beneficios. En el marco de las A.G., por ejemplo, la colaboración se centra en la promoción y desarrollo de su sector y en la defensa colectiva de interés comunes. Aún cuando la colaboración no involucre a todos los asociados, los beneficios para la sociedad pueden ser igualmente alcanzados si el resultado de dicha colaboración es el incremento de la eficiencia en el mercado.

No obstante, el principio es que **la colaboración entre competidores siempre representa un riesgo para la competencia**. Por tanto, ella es y será una fuente constante de preocupación para la FNE.

Como regla general, la FNE entenderá que toda colaboración entre dos o más competidores, respecto de la cual exista o no constancia escrita, y que produzca o tienda a producir: la fijación de precios actuales o futuros de venta o compra; la determinación las condiciones de comercialización; la limitación de volúmenes de producción; la asignación de zonas o cuotas de mercado; la exclusión de competidores; o la afectación del resultado de procesos de licitación, constituye una infracción a la libre competencia conforme lo establecido por el D.L. N° 211.

En este sentido, cumpliendo su rol investigador, acusador y fiscalizador, la FNE podrá interponer acciones ante el TDLC respecto de cualquier acuerdo de colaboración de esta naturaleza entre competidores.

Asimismo, cuando la FNE tome conocimiento de que competidores (ya sea la totalidad o un grupo de los asociados de una A.G.) han acordado algún mecanismo de colaboración de una naturaleza distinta a la señalada anteriormente, analizará en detalle cuáles son las circunstancias que pueden originar y dar contexto a este acuerdo, y cuáles son los efectos que éste puede tener, o tiene, sobre el mercado.

En particular la FNE evaluará, entre otras, las siguientes circunstancias:

- La participación de mercado y posición de las partes involucradas en el acuerdo de colaboración;
- El grado de concentración en el mercado (número y tamaño de empresas);
- La naturaleza del producto;
- Las razones que promovieron dicho acuerdo (especialmente aquellas referidas a mayores niveles de eficiencia); y
- Los efectos actuales y potenciales en los mercados afectados.

Caso Hipotético 1

Notando una caída del precio internacional de un determinado producto, una asociación de productores de este bien (que reúne al 100% de los oferentes en el mercado local) acordó que la mejor forma de hacer frente a las menores ganancias o incluso pérdidas que existirían en las exportaciones del mismo, sería reducir el volumen de producción el año siguiente en 20%, de modo que la relativa escasez del bien en el mercado local (donde las importaciones por este bien no eran habituales) llevara a un aumento en el precio, con el consiguiente beneficio compensatorio para todos.

➡ En este caso, esta acción de “colaboración” entre todos los productores del bien no es inocua para la competencia y, por el contrario, gatilló en un acuerdo que reduce la oferta del producto, lo que es una infracción expresa al D.L. N°211.

En atención a lo anterior, los competidores que desarrollen o pretendan desarrollar acciones de cooperación deben⁹:

- **Considerar especialmente el propósito de la colaboración propuesta;**
- Cuando sea posible, **dejar documentados los aspectos relacionados a mejoras en la eficiencia** que los involucrados esperan alcanzar.
- **Recibir asesoría especializada** para evitar que el acuerdo de colaboración transgreda los límites establecidos por el D.L. N° 211.
- **Poner especial cuidado en su participación de mercado** conjunta, y en el tamaño de mercado que la organización gremial representa. Mientras mayor sea dicha participación, menos probable es que las justificaciones pro-competitivas compensen los riesgos para la competencia que el acuerdo conlleva.
- **Limitar la actividad conjunta exclusivamente a lo que sea necesario para alcanzar la mayor eficiencia propuesta** como objetivo del acuerdo.

⁹ Similares recomendaciones han sido dadas por el Colegio de Abogados de Estados Unidos (*American Bar Association, ABA*).

Temas para la reflexión

En la A.G. de la que usted es parte o que usted representa, y en relación con las **distintas instancias de colaboración entre sus miembros o con las diferentes actividades que lleva a cabo la A.G.:**

- ¿Se analiza explícitamente que tales instancias no constituyan una transgresión a los principios de libre competencia en los mercados en que los asociados participan?
- En caso de una respuesta afirmativa, ¿cuáles son el mecanismo y criterio que se emplea para evaluar si se cumple o no con estos principios?
- ¿Existe una estrategia o línea de acción desde la A.G. para difundir y promover el cumplimiento de las disposiciones del D.L. N° 211?

B. Intercambios de información

Una de las funciones más relevantes de las asociaciones y gremios es la recolección de información de interés común acerca de su industria y su difusión entre los miembros, a objeto de proporcionar, de una forma más eficiente y rápida que si cada uno de éstos lo hiciera por sí solo, información pertinente acerca del funcionamiento de la industria o del sector de la actividad económica a la que pertenecen. Esto lleva a una frecuente solicitud e intercambio de información entre los asociados y entre éstos y la A.G.

Para objeto de esta revisión, la FNE entenderá el **intercambio de información** entre competidores de manera amplia, esto es, sin consideraciones especiales respecto de si éste tiene lugar verbalmente, por escrito, vía medios electrónicos u otros.

El intercambio de información realizado dentro del marco de una A.G. no conlleva necesariamente problemas para la competencia, pues los mercados funcionan más eficazmente cuanto más información esté a disposición de los participantes. Sin embargo, según la naturaleza de la información intercambiada y la oportunidad en que el intercambio tenga lugar, esta práctica sí puede tener consecuencias negativas sobre la competencia. El intercambio de información entre competidores que se da en una A.G. no es una práctica habitual entre agentes económicos que compiten en un mercado. La entrega de información por parte de un asociado requiere que la firma actúe contra-intuitivamente al

entregar acceso a información comercial que, bajo otras circunstancias, mantendría reservada. Tal entrega se realiza bajo la expectativa de que, a cambio, se recibirá información equivalente de los rivales (aunque, habitualmente esta venga presentada de una forma agregada). Por cierto, el deseo de participar en este intercambio está fundado en la asignación de valor a la información de los rivales, la cual es considerada a la hora de tomar decisiones estratégicas.

De este modo, el intercambio de información entre firmas competidoras por medio de la A.G. puede producir dos tipos de problemas para la competencia en los mercados. En primer lugar, puede facilitar el acuerdo o concertación de prácticas entre competidores que son parte de la A.G., principalmente brindando un sistema de monitoreo recíproco a los participantes del acuerdo. En segundo lugar, el intercambio puede aumentar la transparencia del mercado hasta el punto que, aún sin una coordinación entre los competidores, la incertidumbre disminuye y el proceso de toma de decisiones independientes de los agentes económicos se ve afectado, deteriorando de este modo el nivel de competencia en el mercado.

La existencia de instancias de intercambio de información entre competidores ha sido expresamente reconocida por la FNE como una situación que genera riesgos para la competencia (específicamente, riesgos de coordinación)¹⁰. Por tanto, para la evaluación de los efectos que el intercambio de información tenga o pueda tener para la competencia entre asociados de una A.G., ya sea en el marco de la misma o fuera de éste, la FNE tomará en consideración todas las circunstancias en las que el intercambio de información ha tenido lugar. Lo mismo ocurrirá respecto de la determinación de si este intercambio configura o no un ilícito anticompetitivo.

La FNE centrará su análisis especialmente en:

- **las características del mercado afectado;**
- **la naturaleza de la información intercambiada;**
- **los intervinientes en dicho intercambio;**

¹⁰ Específicamente, la FNE la referida al «[...] flujo de información de competidores existentes en el mercado, que pueda facilitar el monitoreo recíproco, lo que puede verse facilitado, por ejemplo, por la existencia de asociaciones gremiales o sociedades de que formen parte competidores (especialmente las que posean y/o administren insumos o infraestructuras esenciales).» FNE, “Guía Interna para el Análisis de Operación de Concentración Horizontales”, octubre de 2006.

- **la frecuencia del mismo;**
- **el mecanismo de intercambio utilizado;**
- **los efectos que hayan tenido en el mercado analizado; y**
- **cualquier otro elemento que se estime necesario** tener en consideración para el adecuado cumplimiento de la función investigadora.

En particular, aquellos mercados en los que participan pocos agentes (mercados oligopólicos), que se encuentran muy concentrados y en los que la entrada de nuevos competidores no es expedita, los intercambios de cierto tipo de información comercial pueden reducir la incertidumbre acerca de las respuestas competitivas de los rivales, disminuyendo así el grado de competencia en el mercado. Cuando los productos son relativamente homogéneos y las empresas compiten a través de otras variables, los riesgos de tales intercambios de información se acrecientan significativamente.

Para estos efectos, la FNE entenderá por **información comercial sensible** toda aquella información relativa a políticas de precios (precios actuales o futuros), estructuras de costos, volúmenes de producción, planes de expansión e inversiones, políticas de importaciones, participaciones de mercado de los miembros de una industria o sector, listas de clientes, políticas de descuentos, términos y condiciones de pago, estrategias comerciales, y técnicas para el diseño y contenido de las ofertas o propuestas para licitaciones futuras, entre otras.

En consecuencia, tanto las A.G. como sus asociados **deben evitar el intercambio de información comercial sensible entre competidores**, toda vez que esta práctica puede constituir un acuerdo de fijación de precios o de reparto de mercado o de otras condiciones comerciales, los que corresponden a ilícitos anticompetitivos según lo establecido en el D.L. N° 211.

Caso Hipotético 2

A lo largo del país existen cuatro productores de artículos electrónicos que participan en el mercado desde hace varios años y no se prevé la aparición de nuevos competidores (principalmente porque la demanda por estos productos ha permanecido relativamente estable en el tiempo y las dos empresas más grandes han logrado construir una gran lealtad de marca entre sus clientes). El desincentivo a la entrada de nuevos actores al mercado se ve aún más agravado por el hecho que todos los proveedores actuales ofrecen una amplia red para entregar servicio post venta a sus clientes.

Años atrás, tres de los productores formaron la APAE (*Asociación de Productores de Artículos Electrónicos*), entre ellos las dos mayores firmas de la industria. Una de las actividades tradicionales de la APAE es la producción de información para que sus asociados sigan el ritmo de la actividad de la industria. Para ello, se estableció una red de intercambio de información, en la que APAE reúne la información de las ventas mensuales de sus asociados (en unidades físicas y monetarias), la agrupa y sistematiza, y la “devuelve” en la forma de boletines estadísticos quincenales en que se presentan cuadros con las ventas totales y desagregadas por tipo de producto y región, en unidades físicas y monetarias.

Uno de los asociados notó que, aún cuando el boletín no identifica las ventas de cada empresa, dada la naturaleza concentrada del mercado no es difícil inferirla (tomando como base la información propia, quiénes son los más grandes, quién atiende a determinados clientes regionales, la localización regional de las empresas y cuál es el *pool* de productos que oferta cada cuál), pudiendo así estimar las participaciones de mercado individuales.

➡ De lo anterior se tiene que, aún cuando la decisión de crear y distribuir este boletín con información estadística no tiene por objeto restringir la competencia, es probable que puedan tener este efecto o que puedan servir como una instancia de monitoreo recíproco entre los asociados y, por esta vía, facilite la implementación de prácticas concertadas. La naturaleza y periodicidad de la información intercambiada es tal que crea excesiva transparencia en este mercado, la que puede resultar nociva para la competencia. En este caso, la existencia o no de una infracción al D.L.N°211 dependerá del análisis de los efectos que este intercambio de información produzca o tienda a producir en el mercado.

Por su parte, sin dejar de reconocer el efecto positivo de los servicios de información provistos habitualmente por las A.G. (en la elaboración de bases de datos, informes, memorias, anuarios estadísticos, etc., a partir de antecedentes proporcionados por los asociados), estas organizaciones deben extremar las precauciones durante las etapas de recolección, producción y difusión de datos sobre participaciones de mercado, costos, niveles de producción, planes estratégicos o de comercialización y otros similares.

Como recomendación general para reducir los riesgos que la producción y/o recolección de este tipo de información conlleva para la competencia, la FNE sugiere las medidas detalladas a continuación. Con todo, estas medidas sólo disminuyen los riesgos que el intercambio de información tiene para la competencia, pero no los elimina completamente.

- **Recopilar y/o mantener sólo información histórica y reducir la frecuencia con que esto se lleva a cabo.** Mientras mayor sea la frecuencia de los intercambios de información y la actualidad de los datos intercambiados, mayor será el riesgo de que se generen instancias para la coordinación anticompetitiva o se facilite la implementación de prácticas concertadas entre los asociados. La recolección de información de precios históricos genera menos peligro para la competencia que el levantamiento de información relativa a los precios actuales y futuros.
- **Difundir información de los asociados sólo en forma agregada y para materias generales, sin permitir individualizar agentes, áreas geográficas específicas o líneas de productos específicos.** Mientras más general sea la información, menos probable es que ésta tenga o produzca un efecto anticompetitivo. La información difundida no debería revelar ni sugerir datos de asociados individualmente identificables o de transacciones específicas, puesto que mientras más detallada sea la información entregada, mayor será el grado de transparencia en el mercado afectado. La difusión de datos agregados reduce la probabilidad que su difusión o uso tenga un efecto negativo sobre la competencia.
- **La recolección de información no debe ser obligatoria para los asociados o miembros.** Los miembros de las organizaciones gremiales no deben estar obligados a intercambiar información o a proporcionar datos.
- **Externalizar la recolección y procesamiento de información.** Una forma que contribuye a mantener el anonimato de los datos individuales de los asociados es externalizar la recolección, procesamiento de la información y producción de las estadísticas agregadas a una empresa independiente de la A.G. y sus asociados. Las condiciones en que esta recolección y procesamiento de información se realice debe cautelar la confidencialidad de la misma y su correcto manejo, idealmente a través de contratos que establezcan los resguardos necesarios para evitar la difusión de información individualizada de entes específicos.

Temas para la reflexión

En la A.G. de la que usted es parte o que usted representa, y en relación con **el intercambio de información**, ya sea directamente entre sus miembros o entre estos y la A.G.

- ¿Ha existido alguna instancia para analizar los riesgos para la competencia que surgen de dicho intercambio?
- En caso de una respuesta afirmativa, ¿cuál es el mecanismo que se emplea o ha empleado para evaluar que la información intercambiada y/o difundida no transgreda en sí misma los principios de la libre competencia ni tenga efectos contrarios sobre la competencia en los mercados?
- La información producida por la A.G. a partir de información de sus asociados ¿está disponible también para los no asociados? ¿Cuál es la naturaleza de la información que sólo está a disposición de los miembros de la A.G.?
- La información producida o mantenida por la A.G. y que está disponible para los miembros ¿es de carácter general o particular?

C. Recomendaciones a los asociados

Una de las preocupaciones más relevantes en la relación entre la defensa de la competencia y las A.G. se refiere a las recomendaciones sobre distintos ámbitos de la actividad comercial que éstas o sus dirigentes puedan hacer a sus asociados.

En la mayoría de los casos, los miembros de una organización gremial se relacionan entre sí como competidores. En un mercado competitivo los agentes económicos determinan de manera independiente las condiciones comerciales de una transacción (precio, volumen, calidad, entre otras) u otras decisiones estratégicas. Entonces, cualquier recomendación que la A.G. o sus dirigentes hagan a sus asociados en relación con alguna variable comercial estratégica –por ejemplo, el precio a cobrar, a través de precios sugeridos de lista–, restringe y distorsiona la competencia, pudiendo llegar a tener efectos anticompetitivos.

Específicamente, los precios de lista sugeridos a los asociados pueden ser asimilables en sus efectos a los acuerdos de fijación de precios, al crear una suerte de precio por defecto para

los bienes o servicios vendidos al que convergen los asociados. En este caso, dicha sugerencia o lista de precios hace las veces de elemento facilitador para un acuerdo de precios entre competidores.

Cuando una A.G. indica a sus miembros cuál debería ser su comportamiento, debe cuidar que esto no resulte restrictivo para la competencia¹¹. Para minimizar este riesgo, dichas recomendaciones deben:

- **Abstenerse de hacer referencia a precios y políticas comerciales**, los que deben ser determinados independientemente por los agentes económicos, sin estar alineados a los de sus competidores.
- **Ser de adscripción voluntaria**. La A.G. debe aclarar expresamente a sus miembros que cualquier guía o recomendación sugerida es meramente informativa y referencial, por lo que su adopción es voluntaria. Cualquier sugerencia o recomendación de manera más o menos obligatoria que una A.G. haga a sus asociados y que afecte o pueda afectar su comportamiento competitivo, será entendida por la FNE como contraria a los principios de la competencia y como una potencial infracción al D.L. N° 211.
- **No considerar la imposición de sanciones o acciones de ningún tipo a quienes no adopten las recomendaciones propuestas**. Los miembros deben ser y sentirse libres para acatar la directriz sugerida o no hacerlo, sin temor a ser compelidos o sancionados. Cualquier actuación en contrario de una A.G. hacia sus asociados será entendida por esta

¹¹ Esto ha sido establecido por la jurisprudencia de competencia chilena en las siguientes decisiones:

- «*No obstante, esta Comisión estima que los anuncios sobre aumentos en el precio [...] atendida su calidad de dirigentes de este gremio, constituyen una intromisión indebida en el mercado... y podrían sus declaraciones incitar al acuerdo de precios entre [...], situación que contraviene el Decreto Ley N° 211, sobre libre competencia*» y «*En mérito de lo anterior, [...] que en lo sucesivo se abstengan de realizar vaticinios o pronósticos acerca de las variaciones en el precio*» (Comisión Preventiva Central, Dictamen N° 1128 / 2002).
- «*[N]o puede afirmarse por ahora que sus declaraciones [de dirigentes gremiales] formuladas a la prensa constituyen un atentado contra la libre competencia. Sin embargo, en todo caso, han sido inconvenientes, cuando se aproxima un alza de tarifas. Aún cuando el objeto de dichas declaraciones sea formar conciencia en los usuarios y en las autoridades acerca de la necesidad de un alza de las tarifas, debido al aumento en los precios de los insumos [...] el hecho de formularlas antes de que se produzca dicha alza, induce a los asociados a aumentar el precio de sus servicios, en forma coincidente o concertada*» (Comisión Preventiva Central, Dictamen N° 589/1987).
- «*Los gremios no pueden, en modo alguno, sugerir ni a sus asociados ni a terceros, costos específicos ni precios o tarifas de bienes y servicios, por constituir ello un atentado a la libre competencia [...]*» Comisión Preventiva Central, Dictamen N° 365/1982.

FNE como contrarias a los principios de la competencia y como una potencial infracción al D.L. N° 211.

La FNE reconoce que algunas organizaciones gremiales –especialmente las asociaciones de profesionales– a veces generan y difunden para sus miembros guías o listas de aranceles referenciales para diferentes prestaciones o servicios, por ejemplo, con el fin de orientar a los consumidores respecto a los “precios de mercado”, proveyendo información sobre tarifas promedio en el mercado respectivo. Aunque para la A.G. tales guías de precios o aranceles referenciales pueden cumplir un rol netamente informativo, y aun cuando no evidencien de alguna manera la intención de imponer una determinada estructura o regla de precios a los asociados, ellas pueden contravenir los principios de la libre competencia en los mercados al restringir (potencial o efectivamente) la competencia entre sus empresas afiliadas. En efecto, estas últimas pueden ver disminuidos sus incentivos para incrementar su eficiencia, afectando a los consumidores y limitando su capacidad de elección.

Caso Hipotético 3

Un colegio profesional de alcance regional circula entre sus asociados un listado de precios en relación a un conjunto detallado de servicios profesionales que usualmente se prestan. En un segundo momento, un dirigente de este colegio toma conocimiento que algunos profesionales habrían estado prestando dichos servicios a precios menores que los que han sido recomendados, por lo que la A.G. decide comunicarles que, de continuar con esta práctica, serían sancionados y su afiliación será cancelada.

➡ En este caso, la actuación de la A.G. es asimilable a la fijación de un precio mínimo para el conjunto de servicios que están recogidos en la lista de precios recomendados. En la práctica, a nivel regional (que sería el ámbito geográfico para el mercado de prestación de servicios profesionales), esta recomendación de precios es equivalente a una fijación de precios que transgrede los principios de la competencia, y dependiendo de la participación de mercado conjunta de los socios de la A.G. en la región y de si existen o no restricciones al ejercicio libre de la profesión para los no asociados, esta práctica puede constituir una infracción al D.L. N° 211.

Asimismo deben considerarse los efectos que las guías de precios o tarifas referenciales tienen sobre los riesgos de coordinación en el mercado total (y no sólo en el grupo de empresas adscritas a la respectiva A.G.). Si, por ejemplo, una A.G. difunde públicamente recomendaciones sobre las políticas de precios de sus miembros, esto permite que otras

empresas no afiliadas se alineen y utilicen esa política como un *benchmark* para la determinación de su propio precio, con los consecuentes efectos negativos en todo el mercado (equivalentes al de una coordinación en precios).

Sobre este punto, en caso que la FNE tome conocimiento de esta práctica en el marco de una investigación, analizará cuidadosamente los hechos asociados a su elaboración, sus mecanismos de implementación y los efectos que ésta tenga pueda tener en el mercado analizado, a fin de evaluar las acciones o vías a seguir.

D. Participación en reuniones

En la medida que las A.G. brindan a sus asociados la oportunidad de reunirse periódicamente y discutir temas de interés con sus competidores, existe el riesgo latente de que los temas abordados por las partes digan relación con aspectos vinculados a las áreas en que compiten en el mercado.

Una simple conversación entre competidores da la oportunidad para el intercambio de información comercial sensible, lo que puede llevar a una práctica concertada contraria a la libre competencia. Esto puede producirse incluso en ausencia de cualquier acuerdo formal de actuaciones futuras en el mercado de parte de las empresas involucradas¹².

Es altamente probable que aquellas firmas que tomen y hayan tomado parte en reuniones en las que se ha intercambiado información comercial sensible y que sigan teniendo una participación activa en el mercado, tendrán en cuenta la información intercambiada con sus competidores a la hora de tomar decisiones y determinar su comportamiento en el mercado; más aún cuando estas reuniones son realizadas de manera regular y se han llevado a cabo durante un período de tiempo sostenido.

En el caso que la FNE llegare a la convicción que existe un ilícito anticompetitivo, además de la responsabilidad que le cabe a los directamente involucrados y en virtud del contexto en que este ilícito tuvo lugar, la responsabilidad podría eventualmente hacerse extensiva a la A.G., por la participación que le puede caber en el fomento o facilitación de un acuerdo anticompetitivo o práctica concertada que incumple el D.L. N° 211.

¹² Este punto es extensible no sólo a los miembros de una A.G. o a actividades promovidas por la A.G., sino a cualquier instancia que reúna a dos o más agentes económicos que son competidores en el o los mercados en que participan.

De esta forma, la FNE recomienda:

- **La contratación de asesoría especializada para el cumplimiento del D.L. N° 211.** Aquellas A.G. que mantengan reuniones periódicas en las que exista el riesgo de que se discutan temas comerciales sensibles, deben contar con asesoría especializada para asegurar que las interacciones entre los asociados permanecen dentro de los parámetros impuestos por la ley de competencia.

Es recomendable que el asesor asista a todas las reuniones en que se puedan discutir temas sensibles para la libre competencia. Asimismo, es también deseable que, previo al inicio de la reunión, el asesor recuerde a los participantes cuáles son los lineamientos a seguir para garantizar dicho cumplimiento.

Tanto la debida capacitación a los socios y representantes de empresas asociadas en el cumplimiento de la normativa de competencia, como el registro fidedigno de las reuniones que se lleven a cabo (según se describe en la sección siguiente) pueden sustituir la participación directa del asesor legal de la A.G. cuando éste se ausente por distintas razones –tales como restricciones presupuestarias o conflicto por programación de actividades paralelas– y no sea posible monitorear el desarrollo de la reunión.

- **Llevar un control de los temas abordados en las reuniones.** Las reuniones de las A.G. deben estar definidas tanto en lo que respecta a su agenda o tabla (temas específicos a tratar) como a los tiempos considerados, y deberían ser revisadas por el asesor previo a su circulación entre los participantes de la correspondiente reunión. En caso de cambios en la agenda original, estas modificaciones también deberían ser visadas por el asesor. Estas sesiones no deben convertirse en un foro o espacio abierto para la discusión de información comercial sensible, la que deberá quedar radicalmente eliminada de los tópicos discutidos.

Esta recomendación también es aplicable a las reuniones, conversaciones o discusiones informales entre todos o algunos de los competidores asociados, sean o no en el marco de reuniones programadas por la A.G.¹³

¹³Por cierto, la recomendación es también extensiva a las reuniones entre competidores que no son miembros de una A.G.

- **Que el material complementario de las reuniones sea visado.** Es aconsejable que las A.G. soliciten a su asesor la revisión previa no sólo de los temas de tabla, sino también de todo el material que circule en función de la reunión; por ejemplo, presentaciones y minutas. Las versiones en borrador de dicho material no debieran circular entre los miembros de la A.G. antes de ser revisados por el asesor.
- **Aplicar a las reuniones virtuales (conferencias telefónicas y videoconferencias) por los mismos principios que a las reuniones presenciales.**
- **Que no exista exclusión o discriminación en la participación de asociados.** En cuanto a la participación de los asociados en actividades y reuniones de las A.G., desde la perspectiva de la competencia es recomendable que estas organizaciones permitan a todos los miembros interesados o afectados por los temas a tratar el participar en las reuniones o actividades, evitando excluir de las mismas a un grupo o segmento específico de sus asociados.

Caso Hipotético 4

Al igual que todos los meses, el Sr H., gerente de producción de la empresa *AutosChile* (firma de manufactura automotriz que opera en el mercado nacional) asiste a la reunión del Comité de Producción de la asociación industrial del sector, la *VEMOCh A.G.* La reunión se ha venido desarrollando conforme a la tabla de temas que se hiciera circular una semana atrás junto con la citación a esta reunión. No obstante, al llegar al punto “Varios”, el ejecutivo representante de *Autos de Ciudad* (firma líder de la industria) comenzó a expresar su preocupación por las consecuencias del aumento del precio de los neumáticos –insumo clave para la producción automotriz– y solicitó a los participantes que discutieran las posibles vías de solución a este problema.

El Sr. H interrumpió esta intervención expresando que en su opinión, ese tema no debería ser discutido en una reunión de la A.G. y recordó el decálogo de conducta para ejecutivos de *AutosChile* y las recomendaciones que les fueran advertidas por su asesor legal. Luego de ello se retiró de la reunión.

➡ En este caso, la reacción del Sr. H fue la correcta, toda vez que los precios de los insumos y las estrategias que las empresas siguen frente a ellos, son entendidos como información comercial sensible.

Temas para la reflexión

En la A.G. de la que usted es parte o que usted representa, y en relación con la **participación en reuniones** de distinto tipo que son propias de las actividades que lleva a cabo de la A.G.:

- ¿Existen prácticas que tiendan a cautelar que tanto en la organización de la reunión como en el transcurso de la misma, no se generen instancias que permitan que la totalidad de los asistentes o un grupo de ellos puedan incurrir en conductas contrarias a la libre competencia (especialmente, en cuanto a promover acuerdos anticompetitivos o compartir información comercial sensible)?
- ¿Existen o han existido acciones de educación dirigidos hacia los asociados que expliquen claramente los riesgos de incurrir en acciones anticompetitivas y sus consecuencias?
- ¿Existen o han existido acciones de capacitación hacia funcionarios de la A.G. en orden a identificar qué constituye una actuación anticompetitiva de parte de los asociados y cómo prevenir que éstas tengan lugar en el marco de reuniones o actividades llevadas a cabo por la A.G.?

E. Registro de reuniones y conservación de documentación

Las A.G. deberían definir y seguir cuidadosamente una política de registro de reuniones propias de la actividad de la A.G. y de conservación de documentos. Dicha política debiera establecer qué registros deben ser mantenidos y por cuánto tiempo, en particular, aquellos que den cuenta de actividades que no estén expresamente normadas por el D.L. N° 2.557¹⁴, tales como seminarios y conferencias organizadas o convocadas por la organización gremial, entre otras.

En el curso de una investigación que afecte directa o indirectamente a una A.G., la FNE podrá requerir de ella toda la información y antecedentes que estime necesarios. Asimismo podrá: llamar a declarar o pedir declaración por escrito a sus dirigentes o representantes, funcionarios, asociados o cualquier otra persona que pudiese tener conocimiento de hechos o actos que son objeto de esa investigación, o de otros de cualquier naturaleza; y/o ejercer las facultades intrusivas de allanamiento e interceptación telefónica de conformidad al D.L. N°

¹⁴ Artículos 15, 16 y 18 de este cuerpo legal.

211, en la medida que su ejercicio sea necesario para el cumplimiento de sus funciones¹⁵. Adicionalmente, conforme dispone la ley, la FNE también puede solicitar la colaboración de la Unidad de Asociaciones Gremiales del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, en su rol de fiscalizador.

Para facilitar el adecuado registro de información, la FNE recomienda:

- **Grabar las reuniones.** En la medida de lo posible, es deseable registrar en formato audiovisual o de audio las reuniones y otras actividades de la organización gremial, especificando fecha, hora de inicio y finalización de la misma. Esto es particularmente relevante para aquellos casos en que no exista presencia de un asesor que cautele el cumplimiento del D.L. N° 211.
- **Levantar actas completas de las actividades de la organización gremial y no sólo los principales acuerdos alcanzados.** Mientras mayor es el detalle y completitud de los registros, mayores son las posibilidades de determinar la real naturaleza de la información. Para esto, cuando el registro de las actividades de la organización gremial sea sólo mediante actas escritas, es recomendable que dichas actas registren la discusión completa de los puntos de la tabla y no sólo los acuerdos alcanzados, precisando a través de la debida identificación, la posición de los integrantes, asociados y/o terceros invitados que participen en el debate.
- **Tener listas de asistencia.** Dejar registro de los asistentes de cada actividad de la organización gremial; identificando y registrando el horario de aquellos participantes que se integren tardíamente, y aquéllos que se retiren antes de que la actividad finalice.
- **Aplicar a las reuniones virtuales (conferencias telefónicas o videoconferencias) los mismos principios que a las reuniones presenciales,** dejando constancia de su programación (por ejemplo, a través del registro en de agenda electrónica), tabla de temas tratados, participantes, acuerdos alcanzados y materiales electrónicos que se hagan circular.

¹⁵ FNE, “Guía Interna para el Desarrollo de las Investigaciones y para las Actuaciones Judiciales”, diciembre de 2008, numerales 24 y 25.

Temas para la reflexión

En la A.G. de la que usted es parte o que usted representa, y en relación con el **registro de reuniones y la conservación de documentos** propios de las actividades que lleva a cabo de la A.G.:

- ➔ ¿Existe una política clara de conservación de documentos?
- ➔ Los mecanismos que hoy día existen para registrar las actividades que lleva a cabo la A.G. ¿siguen las recomendaciones entregadas por esta Guía?

F. Boicot

La FNE considera que todo boicot¹⁶ que produzca o tienda a producir la exclusión de un competidor en el mercado es una práctica concertada que configura un ilícito anticompetitivo de acuerdo al Art. 3º, a) del D.L. N° 211¹⁷. Por tanto, las A.G. no deberían llevar a cabo o sugerir un boicot a un competidor actual o potencial.

En el caso de proveedores o clientes, el boicot o la amenaza de boicot puede ser usados como un mecanismo por el cual la A.G. o sus asociados imponen o refuerzan términos que les resultan ventajosos dentro de la relación comercial. En este caso, para la evaluación de la naturaleza anticompetitiva del hecho la FNE tomará en consideración tanto las características del mercado afectado (entre otras, la naturaleza del producto, el grado de concentración y la participación que las partes involucradas tengan en éste, la existencia de barreras y condiciones de entrada, etc.), como los efectos que se produjeran o pudieran producirse a causa del mismo hecho.

¹⁶La FNE entiende por boicot aquella acción de presión coordinada que lleva a cabo un conjunto de agentes económicos a objeto de perjudicar directamente a otro agente económico actual o potencial. El boicot puede expresarse de distintas formas, siendo la más usual la exclusión, que no sólo afecta la participación de un actor en el mercado, sino que también entrega una señal negativa a otros actores o agentes potenciales con características similares.

¹⁷ Véase Sentencia N° 102 del TDLC, *FNE vs Asociación Gremial de Mini Buses Aqmital*, de fecha 11 de agosto de 2010, «Que, como conclusión general, la estrategia de precios y horarios analizada [...] y los actos de hostigamiento en contra de un rival [...] no tienen sentido económico para la requerida, salvo por el objetivo de perjudicar el proceso competitivo en el mercado. En otros términos, son manifestaciones del ejercicio abusivo del poder de mercado que adquirieron los miembros de la requerida al adoptar una decisión en tal sentido en la asociación gremial que los coordina, y que busca ampliarlo y prolongarlo» [Considerando Sexagésimo cuarto].

Si la FNE llegare a la convicción que existe un ilícito anticompetitivo, sin perjuicio de la responsabilidad de los directamente involucrados, evaluará el inicio de acciones en contra de la A.G. por la participación que le puede caber en el fomento o facilitación de un acuerdo anticompetitivo o práctica concertada que incumple el D.L. N° 211.

Temas para la reflexión

En la A.G. de la que usted es parte o que usted representa, y en relación con el **boicot a otros actores del mercado**:

- ¿Ha amparado la A.G. acciones de sabotaje contra un competidor potencial, un cliente o un proveedor?
- ¿Qué acciones desarrolla la A.G. para evitar este tipo de infracción a las disposiciones vigentes en materia de libre competencia?

G. Criterios y condiciones de afiliación

En general, las personas naturales o jurídicas que se afilian a una A.G. comparten intereses. Por ello, existe una serie de beneficios asociados a la implementación de esfuerzos conjuntos, como por ejemplo la defensa colectiva de los intereses comunes de los asociados. Asimismo, la afiliación a una A.G. puede también ser utilizada como un mecanismo de señalización por el afiliado, en el entendido que dicha afiliación le permite gozar de algún tipo de reconocimiento o certificación validada y valorada en el mercado (como por ejemplo, sobre la calidad del producto o servicio que ofrece, o actuando como sello de aprobación para acceder a un registro de proveedores, entre otras).

Por su parte, también es habitual que las organizaciones gremiales establezcan un mínimo de requisitos de ingreso a sus asociados. La determinación de los criterios de afiliación de una A.G. es una decisión que emana de los derechos de los agentes económicos a organizarse a sí mismos. Sin embargo, este derecho no puede transgredir las reglas de la libre competencia cuando su ejercicio tiene efectos adversos sobre un determinado mercado.

A fin de evitar que los requisitos de ingreso o permanencia en la asociación no se constituyan en una barrera que impida la afiliación, ni que por esta vía se restrinja la competencia en el mercado o industria específica, se sugiere:

- **Establecer criterios de afiliación que estén basados en los legítimos objetivos de la organización gremial.** Para esto, a lo menos dichos objetivos deberían estar claramente establecidos en algún documento oficial de la A.G., y los criterios de admisión deberían referirse claramente a la industria, tipo de actividad o área de negocios en los que los asociados de la A.G. se insertan, así como también al alcance geográfico en el que la A.G. opera.
- **Establecer criterios de afiliación objetivos, transparentes y que se apliquen a todos los potenciales asociados,** de manera que no resulten arbitrarios (*i.e.*, susceptibles a ser aplicados de manera subjetiva) ni discriminatorios. De este modo, la afiliación es accesible a todos los que satisfagan las condiciones establecidas, las cuales deben ser de conocimiento público.
- Que en caso de existir **criterios subjetivos de evaluación a postulantes** (como por ejemplo, recomendaciones, patrocinio de asociados o revisión de pares), éstos **se correspondan a intereses legítimos de la A.G., y que no dañen la competencia en el mercado o industria específica.**
- **Verificar que los requisitos de afiliación sean sostenibles en el tiempo.** Esto es, dichos requisitos deberían ser consistentes y regir tanto para los potenciales miembros como para los actuales asociados.
- **Asegurarse que los requisitos de afiliación no sean irrazonablemente restrictivos,** por ejemplo, siendo excesivamente onerosos en cuanto a sus costos o recursos exigidos.
- **Asegurarse que los criterios para la expulsión de un afiliado no sean arbitrarios.**
- **Establecer un procedimiento transparente para la admisión y permanencia en la A.G.,** con el fin de garantizar a los potenciales miembros y a los actuales asociados el cumplimiento del debido proceso en la afiliación y en la aplicación de sanciones disciplinarias como la expulsión. Para esto, debiera contemplarse al menos la

comunicación fundada y oportuna de las negativas de admisión o decisión de expulsión, y la creación de un mecanismo de apelación.

Temas para la reflexión

En la A.G. de la que usted es parte o que usted representa, y en relación con **los criterios y condiciones de afiliación** de la A.G.:

- De existir criterios de admisión subjetivos ¿existe alguna justificación o fundamento para ello que diga relación con los fines perseguidos por la A.G.?
- ¿Ha recibido comentarios o reclamos de parte de potenciales miembros, en relación a las exigencias que los criterios de afiliación imponen?
- ¿Ha llevado a cabo alguna evaluación de si existen o no restricciones de acceso al mercado para aquellos actores no miembros de la A.G.?
- Los criterios y condiciones que hoy día existen ¿siguen las recomendaciones entregadas por esta Guía?

H. Prestación de servicios a no afiliados

A menudo las A.G. ofrecen una serie de servicios y beneficios a sus asociados, tales como programas de acreditación, anuarios del sector con información estadística, organización de ferias y exhibiciones comerciales, entre otros. En la mayoría de los casos, las A.G. prestan también dichos servicios para no asociados, cobrando una tarifa superior al cobro preferencial que pagan sus socios. No obstante, también existen casos o ciertos servicios que son exclusivos para socios.

El hecho que la A.G. decida no prestar servicios a no asociados, o los ofrezca a una tarifa diferenciada, no es *a priori* un problema desde la perspectiva de la libre competencia. La FNE llevará a cabo una evaluación caso a caso, para lo cual considerará elementos de contexto como la naturaleza del servicio, la participación de mercado de la A.G. en la prestación de éste, la estructura de costos en que incurre la A.G. para la provisión del mismo, entre otros.

No obstante, es posible identificar algunos principios que deberían ser seguidos por las A.G. para cautelar que sus actuaciones no constituyan una infracción a la competencia:

- **Cuando los productos o servicios provistos por la A.G. son esenciales para la competencia en el mercado, éstos deberán ser puestos a disposición de socios y no socios.**
- Si conforme a la naturaleza del servicio prestado resulta razonable dar acceso a éste mediante un cobro diferenciado entre socios y no socios de la A.G., **las tarifas cobradas a los no asociados no deben ser excesivas.**

Para analizar si la negativa de una A.G. de ofrecer servicios a no asociados constituye o no un ilícito anticompetitivo, o si el cobro por dicho servicio es o no excesivo, la evaluación de la FNE tendrá a la vista tanto las características del mercado en cuestión –en particular, la existencia de sustitutos–, como el hecho que si la decisión de no afiliación es voluntaria o existe algún tipo de restricción al acceso.

Temas para la reflexión

En la A.G. de la que usted es parte o que usted representa, y en relación con la **prestación de servicios a los no afiliados** a la A.G.:

- ➡ ¿Existe una política clara que defina cuáles servicios serán exclusivos para los asociados y a cuáles también tendrán acceso los no asociados?
- ➡ En caso de existir, ¿sigue las recomendaciones entregadas por esta Guía?

I. Autorregulación y Códigos de conducta

Un número de A.G., especialmente las vinculadas a profesiones liberales, contribuyen a desarrollar la autorregulación de la industria al establecer normas y reglamentos respecto del comportamiento o conducta profesional de sus miembros, imponiendo sanciones si los estándares previstos no se satisfacen. En muchos casos, por ejemplo, las A.G. establecen un código de conducta o de ética, cuyo cumplimiento está a su cargo.

Usados correctamente, estos códigos internos persiguen fines legítimos y son beneficiosos tanto para los asociados como para los consumidores¹⁸. Sin embargo, las A.G. deben asegurarse que tanto el diseño como la aplicación de estas reglamentaciones no tengan o puedan tener efectos anticompetitivos.

En especial, es recomendable que las reglas:

- Sean **transparentes y objetivas**.
- **No impliquen la imposición de políticas de precios, oferta de servicios o condiciones comerciales** de cumplimiento obligatorio de ningún tipo.
- **No contemplen medidas disciplinarias infundadas o arbitrarias**, ni sus procedimientos permitan una aplicación discriminatoria de las mismas.
- Establezcan **un procedimiento de fiscalización transparente e imparcial** para garantizar a los asociados el cumplimiento del debido proceso en la aplicación de sanciones disciplinarias. Para esto, debe existir una **comunicación fundada y oportuna de las medidas disciplinarias a los afectados**, además de ofrecer la opción de apelar la decisión.
- Contemplan **medidas que no sean excluyentes** en ninguna forma, esto es, que no restrinjan ni reduzcan la competencia en la industria.

¹⁸ Para los consumidores, los códigos de conducta pueden resultar beneficiosos si contribuyen a disminuir las asimetrías de información, por ejemplo, proporcionando información veraz y confiable sobre productos o servicios. Por su parte, para los asociados, los beneficios principalmente están asociados a mejoras en la reputación.

- **No incluyan el ejercicio de acciones administrativas y/o judiciales tendientes a la exclusión de otra empresa del mercado**
- **No creen restricciones a la entrada en el mercado**, tales como barreras a la acreditación.

Temas para la reflexión

En la A.G. de la que usted es parte o que usted representa, y en relación con la **autorregulación y la existencia de códigos de conducta** que rijan a los miembros de la A.G.:

- ¿De qué manera previene que la A.G. como organización, o sus asociados en el marco de ésta, prevengan las infracciones a la libre competencia?
- ¿Tiene o considera tener un programa o guía de cumplimiento en materias de libre competencia*?
- ¿Siguen las recomendaciones entregadas por esta Guía?

* Conocidos internacionalmente como “*compliance program*”, se refieren a aquellas políticas corporativas que tienen por objeto asegurar que tanto las empresas como sus directores, ejecutivos y empleados, cumplan con las normativas de competencia. Los programas de cumplimiento pueden adoptar diversas formas, por ejemplo, cursos de capacitación o la elaboración de guías prácticas de comportamiento o códigos de conducta para los empleados, entre otros.

J. Fijación de estándares técnicos

Como parte de sus objetivos o tareas, algunas organizaciones gremiales tienen a su cargo o participan en el desarrollo de estándares que deben cumplir los productos o servicios en la industria en cuanto a aspectos de seguridad o calidad, entre otros. En muchos casos esto puede llegar a ser eficiente desde el punto de vista de la competencia, por cuanto puede contribuir a disminuir costos de búsqueda o los costos de acceder a nuevos mercados.

Caso Hipotético 5

Electronics©, una empresa que fabrica artículos electrónicos, acaba de lanzar exitosamente al mercado su INFO2011, una versión de bajo costo para un dispositivo de almacenamiento de información digital. Estos bajos costos surgen porque en su diseño se consideraron sólo dos unidades de Mod1A en lugar de tres –como es lo habitual en los productos que compiten con este dispositivo en el mercado–, sin afectar por ello su desempeño o calidad.

Electronics© sigue el estándar GSt1 para los procesos de fabricación de sus productos, lo cual está acreditado pues goza de la certificación “TOP”, la que es entendida por los consumidores como un sello de calidad.

Al segundo mes de su lanzamiento el INFO2011 se ha vuelto popular, lo que ha llevado a *Electronics©* a incrementar su participación de mercado y a esperar que sus ventas sigan aumentando.

Otros productores de artículos electrónicos no están felices y han expresado su sentir en la reunión mensual de la APAE (*Asociación de Productores de Artículos Electrónicos*), la asociación que los agrupa y a la que *Electronics©* no está asociada. Dado que la APAE tiene una activa participación en el comité técnico que apoya al Instituto Chileno de Normalización en la definición de estándares técnicos para normas chilenas, en una de las sesiones la mayoría de los miembros de la APAE tomó el acuerdo de promover la modificación del estándar GSt1, incluyendo el requisito que todo artículo electrónico para almacenamiento de información deba utilizar tres unidades de Mod1A en su elaboración.

➡ De la lectura del caso, se desprende que este acuerdo para modificar el estándar técnico tiene por objeto excluir a un competidor que participa en el mercado con un producto de bajo costo y no sigue criterios pro eficiencia. Por tanto, el acuerdo alcanzado en el marco de esta asociación atenta contra los principios de la competencia y es una potencial infracción al D.L.N°211.

No obstante la determinación de estándares técnicos puede afectar negativamente la competencia en la industria, si ello tiene o puede tener por efecto la restricción de la entrada de nuevos competidores o si obstaculiza o puede obstaculizar la innovación.

La FNE evaluará si la participación de una A.G. en la definición de estándares técnicos y normas para la industria daña o no la competencia en los mercados afectados en función de los siguientes criterios:

- **La definición de los estándares y normas técnicas de una industria debe estar basada en elementos objetivos** y en los méritos de las opciones disponibles al momento de tomar la decisión, y no debe ser utilizada para el beneficio de la A.G. o de partes

interesadas (que pueden ser o no asociadas) que ejerzan mecanismos de presión para incidir sobre la decisión.

- Dichas normas o estándares técnicos **no deben ser utilizados como un medio para restringir la oferta de productos o servicios** en el mercado.
- La definición de normas técnicas **no debe implicar la imposición de programas de certificación de cumplimiento de éstas, en especial si dichos programas son desarrollados exclusivamente por la A.G.** La participación en programas de certificación de cumplimiento de normas técnicas debe ser voluntario.
- **Si los programas de certificación de cumplimiento de las normas técnicas definidas son desarrollados por la A.G., la participación en estos no deberá discriminar entre asociados y no asociados**, y la selección de los participantes deberá seguir los principios de la competencia.

Temas para la reflexión

En la A.G. de la que usted es parte o que usted representa, y en relación con la **fijación de estándares técnicos** promovidos por la A.G.:

- ➡ ¿De qué manera se previene actualmente que el proceso de fijación de estándares sea utilizado como un medio para transgredir los principios de la competencia?
- ➡ ¿Se han seguido las recomendaciones entregadas por esta Guía?

K. Publicidad

Los beneficios para la competencia y los consumidores derivados de la publicidad son numerosos. Por ejemplo, la publicidad incrementa el conocimiento del consumidor acerca de los precios o las características de los productos que se transan en el mercado, lo que fortalece la competencia.

Normalmente las actividades en materia de publicidad de las A.G. se enmarcan en dos categorías: la publicidad hecha por la misma organización, y las guías o normas sobre publicidad adoptadas por la organización gremial para sus miembros¹⁹. La publicidad que efectúe una A.G. a menudo se enfocada en promover la industria a la cual representa. Así, las A.G. pueden llevar a cabo campañas de publicidad conjunta para sus asociados, con el fin de promover los productos, servicios o los intereses colectivos de una industria, creando más demanda para el mercado en general o enviando un determinado mensaje común a todos los consumidores o clientes. Este tipo de publicidad no afecta negativamente a la libre competencia en la medida en que no imponga restricciones a los asociados que contratan o desarrollan su propia publicidad y no sea usada como una forma de señalización que conlleve finalmente a la coordinación anticompetitiva.

Por lo anterior, la FNE recomienda a las A.G.:

- **Abstenerse de realizar cualquier publicidad gremial que contenga recomendaciones de precios** (como las referidas en la sección B de esta guía) **o de otras condiciones comerciales estratégicas** referidas a la relación con los clientes finales, otros competidores o proveedores, ya que esto limita la actuación independiente e individual de los miembros de la organización. En la medida que este tipo de publicidad gremial tenga efectos negativos sobre la competencia en el mercado, puede constituir en una infracción al D.L. N° 211.
- **Evitar imponer restricciones o prohibiciones a la forma en que sus miembros desarrollen su publicidad.** En consecuencia, las guías, normas o reglamentos de una A. G. no deben restringir el tipo, cantidad o contenido de la publicidad que sus asociados pueden llevar a cabo respecto de sus productos o servicios.²⁰ Tales instrumentos no

¹⁹ Estas últimas ya han sido tratadas en la letra I de esta guía.

²⁰ Tal como lo ha reconocido la Comisión de Ética y Códigos de Buenas Prácticas Profesionales del Colegio de Abogados de Chile en su “Propuesta Normativa sobre Formación de Clientela y Relación de los Abogados con los Medios de Comunicación” (disponible en <http://www.colegioabogados.cl/cgi->

deben estar dirigidos a restringir a la capacidad del asociado para competir libremente en el mercado.

Temas para la reflexión

En la A.G. de la que usted es parte o que usted representa, y en relación con la **publicidad**:

- ➡ ¿Desarrolla su A.G. publicidad conjunta para sus asociados? ¿Cuál es la naturaleza de la publicidad que realiza?
- ➡ ¿Impone algún tipo de condición a la publicidad de sus asociados o sigue los criterios recomendados en esta Guía?

L. Contratos tipo

En algunos casos, las A.G. pueden participar en la formulación de condiciones estándar aplicables por sus miembros en sus relaciones contractuales con terceros (consumidor final o proveedor). Estas condiciones estándar o contratos tipo, en general, simplifican términos contractuales que de otro modo podrían ser complicados para la contraparte y contribuyen a clarificar las condiciones de la transacción. Además, en las transacciones comerciales con consumidores, los contratos tipo pueden contribuir a la protección de éstos últimos.

Sin embargo, el hecho que las A.G. impongan a sus miembros la inclusión de términos y condiciones estándares en los contratos de compra o venta que estos últimos celebren puede llegar a restringir la libre competencia. **Las A.G. deberán abstenerse de imponer contratos tipo, y la decisión de adscribirse al uso de términos de condiciones generales debe ser totalmente voluntaria.** Es menos probable que exista o pueda existir un efecto negativo en la competencia cuando los miembros de las asociaciones son libres para adoptar condiciones contractuales diferentes si así lo desean.

bin/procesa.pl?plantilla=/cont_listado.html&idcat=134&nseccion=Comisiones%20%3a%20c9tica%20y%20C%20f3digos%20de%20Buenas%20Pr%e1cticas%20Profesionales%20%3a%20c9tica%20y%20C%20f3digos%20de%20Buenas%20Pr%e1cticas%20Profesionales, consulta: 25.01.11), las restricciones a la publicidad pueden suponer una barrera a la entrada y actuar en detrimento de los consumidores.

De existir, **los términos y condiciones generales promovidos por las A.G. y/o sus asociados no deben referirse a parámetros importantes para la competencia**, tales como precios y tarifas, descuentos, recargos y condiciones de pago, u otros que sean específicos al mercado en cuestión o al bien o servicio transado²¹.

Temas para la reflexión

En la A.G. de la que usted es parte o que usted representa, y en relación con los **contratos tipo**:

- ➡ ¿Desarrolla o ha desarrollado o promueve el uso de términos y condiciones generales o contratos tipo entre sus asociados?
- ➡ En caso de existir contratos tipo o de ser promovidos por la A.G. ¿sigue los criterios recomendados en esta Guía?

²¹ Un ejemplo es el período de garantía ofrecida u otro.

3. CÓMO CONTACTAR A LA FNE

Las Asociaciones Gremiales y sus miembros, así como toda persona natural o jurídica, o cualquier organismo o institución perteneciente al sector público, pueden contactar a la Fiscalía Nacional Económica para denunciar la ocurrencia de hechos o actos que, a su juicio, pudieran atentar o estén atentando contra la libre competencia en los mercados. Para ello no es necesario contar con el patrocinio de un abogado.

Para presentar la denuncia, no se requiere más formalidad que indicar con claridad:

- La identificación del denunciante, quien puede solicitar reserva de su identidad
- El mercado específico en el que se desarrollan los hechos
- La individualización de los agentes económicos involucrados
- Los hechos que potencialmente constituyen conductas contrarias a competencia

Además deberá adjuntarse, en lo posible, toda documentación relativa al asunto que obre en poder del denunciante.

En caso de ser presentada una denuncia, todos los antecedentes e información provistos serán tratados con estricta **confidencialidad**. La FNE no discutirá o comentará públicamente sobre sus investigaciones, ni revelará la identidad de informante en el transcurso de la investigación o proporcionará información de una investigación en curso a medios de comunicación.

Conforme al mérito de la denuncia y los antecedentes aportados, el Fiscal Nacional Económico resolverá si dar o no inicio a una investigación de la conducta en el mercado respectivo. En caso que los hechos correspondan al ámbito de competencia de otro servicio, la FNE los derivará mediante oficio.

En todos sus asuntos y decisiones, la FNE está enfocada en defender y promover la libre competencia en los mercados en representación del interés público en el orden económico. En este sentido, la FNE no actuará en representación de terceros ni brindará asistencia legal.

Para mayor información, contáctenos en:

Fiscalía Nacional Económica
Gobierno de Chile
Agustinas 853, pisos 2 y 12
Región Metropolitana
www.fne.gob.cl
contactenos@fne.gob.cl
Teléfono: (2) 753 5600 - 5631
Fax: (2) 753 5607 - 5608



ANEXO 1

PREGUNTAS CENTRALES A TENER PRESENTE AL COMENTAR ESTA GUÍA

1. A su juicio, ¿considera esta Guía un espectro lo suficientemente amplio de actuaciones propias de las A.G. en Chile? Si no, por favor explique por qué y desarrolle cómo este aspecto podría ser mejorado.
2. ¿Da cuenta esta Guía de la mayor parte de los posibles problemas para la competencia que se pueden derivar de las actuaciones de las A.G. y de sus miembros, en el marco de ésta? Si no, por favor explique por qué y desarrolle cómo este aspecto podría ser mejorado.
3. ¿Considera esta Guía de manera adecuada los factores pro-competitivos que pudieran atenuar los riesgos de actuaciones propias de las A.G. sobre la libre competencia en los mercados? Si no, por favor explique por qué y desarrolle cómo este aspecto podría ser mejorado.
4. ¿Cree Ud. que existen factores legítimos para justificar un acuerdo entre competidores? Si es así, ¿cuáles son?
5. Por favor, entregue sus comentarios sobre cualquier otro aspectos de esta Guía sujeta a consulta que usted considere apropiado

ANEXO 2

CRITERIOS GENERALES PARA LOS MIEMBROS DE UNA A.G.

El siguiente cuadro sistematiza una serie de criterios generales y recomendaciones que, a juicio de la FNE, ayudan a que empresarios, representantes de empresas o profesionales miembros de una A.G., de cualquier naturaleza y tamaño, cautelen que su participación en las actividades de una A.G. se ajusta a los principios de la libre competencia.

SÍ <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>
<p>SÍ participe de una A.G. cuya misión y objetivos consten por escrito y sean legítimos desde el punto de vista de la libre competencia. Si tiene dudas respecto de ello, SÍ consulte la opinión de un asesor legal que verifique lo anterior.</p>	<p>NO se asocie a una A.G. si ésta no tiene una definición clara y por escrito de su misión y los objetivos que persigue, o si estos fueran o tuvieran un efecto anticompetitivo.</p> <p>NO siga asociado a una A.G. cuyas acciones no respeten cuidadosamente la misión y objetivos definidos por escrito o que ampara, promueve y/o lleva a cabo actividades contrarias a la competencia</p>
<p>SÍ recuerde que las empresas deben tomar sus propias decisiones de manera independiente, sin discutir con sus competidores respecto de cómo ofrecer o vender sus productos o servicios, o a qué precio o bajo qué condiciones.</p>	<p>NO trate temas o acuerde acciones con sus competidores –en el marco de la A.G. o fuera de éste– independiente de si es en forma verbal, escrita u otra forma de acción no verbal en relación a:</p>
<p>SÍ evite todo tipo de intercambios de información comercial con competidores y otros miembros de la A.G., dentro o fuera del marco de ésta, ya sea que este intercambio se de por escrito, oralmente o a través de acciones no verbales.</p>	<ul style="list-style-type: none">- cartera de clientes, cartera de proveedores u otros competidores, o respecto a la individualización de alguno de ellos;- precios vigentes u futuros, políticas de precios o método de cálculo de éstos, o períodos de cambios de precios y políticas de descuentos;- costo presente de productos o servicios o estimaciones de costos futuros, márgenes presentes o estimaciones futuras de márgenes;- cualquier condición comercial de compra o venta (condiciones de crédito, de pago, descuentos, cobro de servicios o términos para la entrega de productos);- presupuestos de productos, componentes, repuestos y servicios;- productos o servicios ofrecidos, o propuestas o participación en licitaciones.

SÍ <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
<p>SÍ participe de reuniones de la A.G. en las que, en todo momento, los temas de discusión y debate sean de naturaleza pro-competitiva, como por ejemplo, mejoras en normas de seguridad o la adopción de códigos de seguridad, cambios a los estándares técnicos existentes o la adopción de leyes y regulaciones.</p>	<p>NO participe en reuniones de la A.G. u otras reuniones entre competidores, que tengan la intención explícita de limitar la competencia en el mercado o cuyos efectos afecten la competencia en el mercado.</p>
<p>SÍ defina previamente qué empleados de la empresa pueden participar en las reuniones de la A.G., evitando en lo posible que aquéllos que trabajan directamente en áreas de comercialización o ventas asistan. Cuando éstos asistan SÍ es aconsejable que vayan acompañados del asesor legal de la empresa.</p>	
	<p>NO sostenga comunicaciones con sus competidores –ya sea de tipo formal o informal, en horarios de oficina o fuera de este horario– sobre información comercial sensible.</p>
<p>SÍ solicite y tome conocimiento anticipado de la agenda o tabla de temas de toda reunión de la A.G., ya sea reuniones ampliadas o de comités o comisiones, y SÍ asista solamente a aquellas que cubran temas apropiados para tratar con competidores.</p>	<p>NO asista ni participe en reuniones de la A.G. u otras reuniones entre competidores si no sabe de antemano cuál es el objeto de la reunión ni que temas se pretenden abordar.</p>
<p>SÍ objete inmediatamente si en el transcurso de una reunión o evento de la A.G. se levantan o surgen temas de discusión sobre información comercial sensible o que conlleve efectos anticompetitivos. SÍ manifieste clara y enfáticamente las razones de su objeción, y, en caso que la conducta prosiga, abandone inmediatamente la reunión, haciendo notar por alguna vía que usted está dejando el lugar o pidiendo expresamente que quede constancia o registro de ello en actas. SÍ comunique al asesor legal de su empresa de lo ocurrido y/o manifieste su disconformidad por escrito a la A.G., dejando copia de esta comunicación en sus registros. SÍ acuda a la FNE a presentar los antecedentes.</p>	<p>NO prosiga en una conversación o comunicación con cualquier competidor si él inicia una discusión o pide su opinión respecto de temas potencialmente anticompetitivos.</p> <p>NO permita que su silencio lleve a que otros infieran o asuman su consentimiento, acuerdo y/o participación respecto de declaraciones o acciones o conductas anticompetitivas.</p>

SÍ <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
<p>SÍ tome notas personales de los temas discutidos y acuerdos alcanzados en las reuniones y sesiones de la A.G. a las que asista, para futuras referencias.</p> <p>SÍ guarde copias de las agendas, actas, materiales entregados y minutas de todas las reuniones de la A.G., así como de todo intercambio de correspondencia con ésta, a fin de que esté disponible en caso de ser solicitada por el área legal de su empresa o la FNE.</p>	
<p>SÍ utilice la información provista por su A.G. que promueva fines legítimos y pro-competitivos. En caso contrario, SÍ informe a los asesores legales de la empresa y/o comuníquese por escrito con la A.G., explicando los motivos por los que su empresa no está interesada en recibir ese tipo de información, y guarde una copia de esta comunicación en sus registros. SÍ acuda a la FNE a presentar estos antecedentes.</p>	<p>NO solicite información provista por la A.G. que involucre información comercial sensible de los asociados, y en caso de recibirla, no la utilice.</p>
<p>SÍ utilice información provista por su A.G., elaborada por ella o por terceros a su nombre, cuando:</p> <ul style="list-style-type: none"> - presente datos agregados de la industria o considere análisis de estos; - se refiera a información histórica de los asociados, presentada como promedios o rangos, sin identificar a ninguno de ellos; - considere cualquier información de dominio público, debidamente sistematizada - ofrezca estimaciones para el sector elaboradas en base a datos de dominio público y/o cifras agregadas de la industria, e identifique cómo estas estimaciones fueron obtenidas. 	

SÍ <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
<p>SÍ proporcione información a su A.G., en la medida que ésta haya sido evaluada por los asesores legales de su empresa, o como regla general, se refiera a datos históricos de la empresa, en la forma más agregada posible.</p>	<p>NO proporcione ninguna información a su A.G. o a terceras partes en nombre de ésta (por ejemplo, consultores) sin que este requerimiento de información haya sido evaluado por los asesores legales de la empresa. Como regla general, NO entregue a su A.G. (o a terceros en su representación) información sobre aquellos temas comerciales sensibles ya definidos.</p>
	<p>NO participe de estudios de mercado, encuestas o ejercicios comparativos que lleve a cabo la A.G. (o terceros en su nombre) que por su diseño permita individualizar a los informantes y por esta vía, que tanto su información como la de sus competidores que participen del estudio, pueda ser identificada.</p>
<p>SÍ utilice respecto de terceras partes, como por ejemplo empresas consultoras, los mismos principios generales que rigen su relación con la A.G. y otros competidores, en particular en lo que respecta a compartir información y otros tipos de comunicaciones.</p>	<p>NO utilice terceras partes (por ejemplo, consultores o proveedores) para transmitir información a sus competidores, si ésta no puede ser comunicada directamente sin resultar impropia o ilegal.</p>
<p>SÍ proponga y promueva el cumplimiento de las disposiciones legales en materia de libre competencia al interior de su A.G., recomendando, apoyando y fomentando que ésta desarrolle actividades y programas de capacitación sobre este tema para sus asociados al menos una vez al año y cuente, en lo posible, con un programa de cumplimiento de las normas de libre competencia</p>	

Fuente: Elaboración propia a partir de la revisión de material extranjero de diferentes programas de cumplimiento de normas de competencia de empresas y asociaciones.