

Manual de Libre Competencia

1. Propósito

Este manual ha sido preparado para reforzar los conocimientos de todos los ejecutivos y funcionarios del Grupo Parque Arauco ("PASA") acerca de los principales principios que inspiran la libre competencia en los países en que tiene presencia (Chile, Perú y Colombia).

Además, este manual busca desarrollar pautas internas de identificación de posibles conductas anticompetitivas mediante la incorporación de un catálogo explicativo de algunas conductas eventualmente atentatorias en contra de la libre competencia.

Este manual también tiene por objeto fomentar una cultura pro-competitiva que inspire a los funcionarios de PASA en decisiones y acciones consistentes con la normativa aplicable en cada país, en atención al valor que la libre competencia importa para el bienestar de los consumidores, los clientes de PASA y los mercados en general.

El manual debe ser dado a conocer a todos los funcionarios y ejecutivos de PASA, en especial a aquellas personas que se vean expuestas a mayores riesgos en razón de la labor que llevan a cabo en la empresa. El desenvolvimiento, conductas y actividades de todos los ejecutivos y funcionarios de PASA deben siempre respetar la libre competencia.

Entre otras cosas, en este manual se pide a los ejecutivos y funcionarios de PASA que, ante la menor duda acerca de si una conducta puede ser anticompetitiva, eleven el asunto ante sus superiores, a la Gerencia Corporativa Legal, consulten especialistas y/o utilicen el canal de denuncias *EthicsPoint*.

Finalmente, y sin perjuicio de los principios relacionados a la libre competencia que se señalan en este manual, Chile, Perú y Colombia cuentan con sus respectivas normativas en dicha materia. De esta manera, en caso que algún ejecutivo o funcionario de PASA tenga dudas acerca de si una conducta puede ser considerada anticompetitiva, el asunto

debe ser analizado no sólo tomando en consideración este manual sino que, además, la normativa específica de cada país.

2. La libre competencia

La libertad de competencia es el conjunto de esfuerzos que desarrollan los agentes económicos que, actuando independientemente, rivalizan buscando la participación efectiva de sus bienes y servicios en un mercado determinado. De este modo, la libre competencia se traduce en diversos beneficios para los consumidores tales como la disminución de los precios, una mejora en la calidad de bienes y servicios y el desarrollo de nuevos productos.

3. Conductas atentatorias a la libre competencia

Para efectos de este manual dividiremos las conductas que generalmente son, o pueden ser (según el caso y a la luz de cada legislación), consideradas anticompetitivas, haciendo énfasis en aquellas especialmente sensibles en los mercados relevantes en los que interviene PASA.

- (a) Conductas de carácter horizontal, esto es, acuerdos expresos o tácitos alcanzados entre distintos competidores que les confieran poder de un mercado con el fin de limitar la competencia, fijar precios de venta, de compras u otras condiciones de comercialización, asignarse zonas o cuotas de mercado, excluir competidores o afectar el resultado de procesos de licitación. El principal ejemplo de estas prácticas son los casos de colusión entre competidores mediante un cartel.

- (b) Conductas de carácter vertical, esto es, acciones desplegadas por una compañía con poder de mercado para, abusando de su posición dominante, afectar el proceso competitivo; como por ejemplo, la fijación de precios predatorios, la imposición de exclusividades, la negativa a contratar, entre otros.

Es importante tener presente que estas conductas pueden materializarse de diversas formas, ya sea mediante la actuación individual de una compañía o un conjunto de ellas, y no es necesario que consten por escrito ni que medie formalidad alguna.

3.1. Conductas de carácter horizontal

Estas conductas son las más graves pues generan efectos perniciosos muy relevantes en los mercados, los clientes y los consumidores. Por lo mismo, ante la menor duda acerca de lo que se indica a continuación, los ejecutivos y funcionarios de PASA deben consultarlo con sus superiores y con la Gerencia Corporativa Legal de la compañía.

(a) Carteles o colusiones propiamente tales

Un cartel es un conjunto de empresas pertenecientes a un mismo mercado que operan concertadamente con el objeto de, generalmente, fijar precios de venta, precios de compra, precios máximos o mínimos, rangos de precios o incrementos de precios, repartirse la demanda, limitar la producción de bienes o la oferta de servicios, repartirse zonas geográficas, incurrir en prácticas predatorias en contra de otros competidores y negarse coordinadamente a hacer negocios con algún o algunos clientes.

Estos acuerdos pueden incluso ser tácitos, sin ser necesario que consten por escrito.

Los carteles son especialmente perjudiciales para una economía de mercado pues evitan los beneficios de la competencia entre los agentes económicos, rivalidad que permite que los consumidores accedan a menores precios y a una mayor variedad y calidad de productos.

(b) Asociaciones gremiales y colusión

Un foco importante de eventuales acuerdos colusorios son las asociaciones gremiales. Todas las asociaciones gremiales cumplen un rol importante y legítimo

consistente en promover el desarrollo y protección de actividades e intereses comunes de sus miembros. Sin embargo, en cuanto instancias de encuentro entre competidores son fiscalizadas con especial énfasis por las autoridades.

Cabe tener presente que hasta las más informales comunicaciones o conversaciones sobre precio, cantidades y calidades de un bien o servicio determinado, las estructuras de costos entre los miembros de un mercado, las estrategias de negocios o variables competitivas, entre otros factores, pueden ser susceptibles de facilitar acuerdos o prácticas concertadas, o bien, traducirse en ellos. Todo esto incluso cuando sus asociados no tengan plena conciencia de las consecuencias que su conducta genera para la libre competencia.

Por consiguiente, los funcionarios de PASA deben ser especialmente cuidadosos cuando representen a la compañía en asociaciones gremiales (como la Cámara Chilena de Centros Comerciales A.G.), evitando revelar información que pueda ser relevante para configurar una acción contraria a la libre competencia. En este sentido, sugerimos adoptar las siguientes recomendaciones (sin perjuicio de las que cada país adopte en consideración a sus respectivas legislaciones):

- (i)** Si a PASA se le ofrece algún tipo de colaboración, considerar especialmente el propósito de dicha colaboración y sus efectos actuales y potenciales. Asimismo, verificar con especialistas sobre la materia, si dicha colaboración es o no contraria a la libre competencia.
- (ii)** Limitar la actividad conjunta entre competidores exclusivamente a lo que sea estrictamente necesario para alcanzar objetivos lícitos.
- (iii)** Aprobar la recolección de información sólo de carácter histórica, general y no referida a variables competitivamente sensibles. Para lo anterior, se debe excluir información de precios actuales o futuros, estructuras de costos, participaciones de mercado de los miembros de una industria o sector, márgenes, carteras de clientes y proveedores, políticas de descuentos, términos

y condiciones de pago, estrategias comerciales, estrategias de participación en licitaciones y planes de inversión.

- (iv)** Condicionar la entrega de información a su difusión en forma agregada (esto es, sin permitir individualizar agentes, áreas geográficas específicas o líneas de productos determinados, o que éstos se puedan deducir fácilmente), de forma tal que los receptores de la misma no puedan identificar información de alguna empresa en particular. No permitir que se realicen estudios de benchmarking o investigaciones de mercado que puedan redundar en que los competidores obtengan información recíproca que pueda ser luego utilizada de forma anticompetitiva.
- (v)** Cualquier recomendación relativa a variables competitivamente sensibles debe quedar estrictamente prohibida.
- (vi)** No informar ni discutir en las reuniones de la asociación gremial sobre variables competitivamente sensibles.
- (vii)** No incurrir en acuerdos excluyentes o discriminatorios respecto de o con competidores, operadores, locatarios y proveedores, ni acuerdos sobre condiciones comerciales o de variables de la competencia.
- (viii)** Solicitar con anterioridad a las reuniones la tabla con los temas específicos a tratar, oponiéndose a que se incluyan temas como “varios” u “otros” que impidan saber con exactitud el objeto de la reunión, y proponer que dichas materias sean revisadas por un asesor especializado en libre competencia.
- (ix)** Exigir la necesidad de llevar lista de asistencia y levantar un acta completa de las reuniones (o su registro por medios virtuales, esto es conversaciones telefónicas y videoconferencias), que incluya los aspectos de las discusiones originadas y los temas abordados, evitando la realización de resúmenes ejecutivos.

- (x) Evitar almuerzos, comidas y reuniones con amigos y personas que trabajen para la competencia.
- (xi) Promover que las reglas de autorregulación sean transparentes y objetivas.
- (xii) Oponerse a que las reglas de autorregulación contemplen medidas disciplinarias infundadas o arbitrarias, o que sus procedimientos permitan una aplicación discriminatoria de las mismas.
- (xiii) Promover que las reglas de autorregulación establezcan un procedimiento de fiscalización transparente e imparcial para garantizar a los asociados el cumplimiento del debido proceso en la aplicación de sanciones disciplinarias.
- (xiv) Oponerse a que las reglas de autorregulación incluyan el ejercicio de acciones tendientes a la exclusión de otra empresa del mercado.
- (xv) Promover que las reglas de autorregulación no creen restricciones infundadas o arbitrarias y/o que signifiquen barreras de entrada en el mercado.
- (xvi) Sugerir a las asociaciones gremiales en que participe PASA realizar un manual de libre competencia aplicable a sus miembros.
- (xvii) Oponerse a que las asociaciones gremiales impongan contratos tipo, salvo que sea la autoridad la que los sugiera o autorice y que la decisión de adscribirse al uso de términos de condiciones generales sea totalmente voluntaria.
- (xviii) De existir, es recomendable que los términos y condiciones generales promovidas por las asociaciones gremiales y/o sus asociados no se refieran a parámetros importantes para la competencia, tales como precios, descuentos, recargos y condiciones de pago.

(c) Boicots

Consiste en la acción coordinada que lleva a cabo un conjunto de agentes económicos para perjudicar a otro agente económico actual o potencial. Puede revestir diferentes formas, siendo la más usual la exclusión, pero además está dada por diversos comportamientos de hostigamiento.

El boicot -o su amenaza- puede ser usado para reforzar términos que resultan ventajosos a determinados agentes de un mercado, pero que atentan contra la eficiencia económica y la libre competencia.

Los funcionarios de PASA no deben incurrir en acciones que tengan por objeto excluir o discriminar a un competidor, operador locatario o proveedor, ni discutir o acordar interrumpir actividades comerciales con determinadas compañías, o los términos en que se negociará con ellos. Tampoco se debe permitir que la discusión se refiera a compañías específicas o tipos de compañías que son vistas como amenaza competitiva.

(d) Colusión en licitaciones

Los riesgos de colusión no desaparecen por el hecho que las compras se efectúen mediante un proceso de licitación. Es decir, no porque se lleve a cabo un proceso en el marco de una licitación, pública o privada, quien la organiza y quienes participan quedan a resguardo de incurrir en algún ilícito anticompetitivo.

Por ejemplo, uno o varios competidores en una licitación pueden acordar no competir efectivamente, por ejemplo, definiendo una estrategia común que indique quién ganará cada licitación, cómo se logrará lo anterior y cómo serán distribuidos los beneficios de la maniobra.

La colusión atenta contra el presupuesto básico de toda licitación, esto es, la independencia de las posturas. Si así ocurre, los beneficios esperados, que habían

justificado los esfuerzos de diseño y demás costos asociados a su gestión, se ven reducidos o anulados por completo.

Por esta razón, la colusión en licitaciones es considerada una conducta anticompetitiva extremadamente grave.

A continuación analizaremos las distintas formas que pueden adoptar los acuerdos entre oferentes para manipular licitaciones:

- (i) Intercambios de información sensible sobre las posturas que cada cual presentará en la subasta.
- (ii) No presentación de posturas por uno o más de los postulantes.
- (iii) Retiro de las posturas ya presentadas.
- (iv) Presentación de posturas manifiestamente destinadas al fracaso. Ellas serán seguramente descartadas en razón de que, por ejemplo, su precio es muy alto para ser aceptado o los términos son con toda certeza inaceptables para el comprador.
- (v) En licitaciones repetidas en el tiempo, los participantes frecuentes en una categoría de licitaciones pueden repartirse los contratos entre sí o turnarse en la posición de ganador o adjudicatario.

Pueden existir otros mecanismos que permitan o faciliten la colusión en este tipo de procesos. Sin embargo, el resultado es siempre el mismo: entorpecer, restringir o eliminar la libre competencia (o tender a que ello suceda).

En caso que se pretenda postular a una licitación en consorcio con otro competidor, consulte a sus superiores y a la Gerencia Corporativa Legal de la compañía acerca de los potenciales riesgos que puedan haber en relación a la libre competencia.

3.2. Conductas de carácter vertical y abusos de posición dominante

Un acuerdo del tipo vertical dice relación con una empresa (o grupo de empresas) que tiene presencia en los distintos eslabones de la cadena de producción; o bien dicha presencia es alcanzada mediante acuerdos tipo *joint ventures* (o similares) con empresas que no pertenecen al mismo grupo empresarial.

Además, existen casos en que un agente económico goza de una posición dominante respecto de otro y abusa de dicha posición, configurándose una práctica anticompetitiva. Por ejemplo, así podría ocurrir respecto de un proveedor o de un cliente.

En general, para que exista posición dominante de un agente económico se requiere que tenga una alta participación de mercado. Sin embargo, éste no es el único elemento a considerar, pues también influyen las participaciones de mercado de sus competidores, si existen bienes o servicios sustitutos y barreras de entrada, entre otros.

A continuación se analizan algunos casos respecto de los cuales los ejecutivos y funcionarios de PASA deben ser especialmente cuidadosos. Determinar si alguna de las siguientes conductas es o no anticompetitiva debe hacerse caso a caso, por lo que, ante la menor duda, los ejecutivos y funcionarios de PASA deben consultarlo con sus superiores y con la Gerencia Corporativa Legal de la compañía.

(a) Acuerdos de exclusividad

Estos acuerdos pueden tener distintas formas y decir relación con proveedores o clientes.

En general, un acuerdo de exclusividad consiste en que un proveedor de bienes o servicios prohíbe a su distribuidor que venda los productos elaborados por sus competidores. También podría ser el caso en que un proveedor de bienes o servicios le impone a sus clientes la prohibición de adquirir bienes o servicios a sus competidores.

(b) Contratos o ventas atadas

Por medio de esta práctica, un agente del mercado abusa de su posición de dominio condicionando la celebración de un contrato a la aceptación de prestaciones adicionales que no se relacionan con el contrato original. En otras palabras, la venta de un producto es subordinada a la compra de otro producto.

(c) Precios predatorios

La práctica de los precios predatorios es aquella por la cual un oferente comercializa sus productos o servicios por debajo de sus costos, a fin de impedir la entrada de nuevos competidores o de eliminar a uno ya existente. Una vez eliminada la competencia, la compañía que ejerció la práctica predatoria estará en condiciones de aplicar precios monopólicos y recuperar las pérdidas en las que debió incurrir para eliminar la competencia.

(d) Discriminación de precios

La discriminación de precios es una práctica comercial que implica vender unidades similares de un bien o servicio a diferentes precios. Dicha práctica puede tener lugar entre unidades adquiridas por el mismo comprador o bien por compradores distintos. Sin embargo, para que la diferencia de precios pueda calificarse de “discriminatoria”, ésta debe obedecer a causas que no estén relacionadas con los costos diferenciales. Estamos en presencia de una discriminación de precios cuando un vendedor cobra precios diferentes a distintos agentes, sin que existan razones de costos u otras que justifiquen la aplicación de un precio distinto entre los mismos.

(e) Negativa a contratar

El principio general de nuestro ordenamiento es el de la *libre contratación*, que rige en una economía de mercado como la nuestra y que se manifiesta en la libertad de las personas para celebrar un contrato y determinar su contenido.

Desde la perspectiva de la libre competencia, incurre en esta práctica anticompetitiva quien, contando con un activo indispensable o esencial del proceso de producción, niega su uso a sus competidores, para así impedir o eliminar la competencia (entre otros casos).

4. Compromisos de los ejecutivos y funcionarios de PASA

En consideración a lo anterior, y sin perjuicio de lo que señalan los ordenamientos jurídicos de Chile, Perú y Colombia, los funcionarios de PASA:

- (a) No deberán mantener conversaciones con competidores (o sus funcionarios) – directamente o con intermediación de terceros- sobre temas competitivamente sensibles 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.
- (b) No deberán tratar con los competidores (o sus funcionarios) temas relativos a proveedores, operadores, locatarios o contratistas de la empresa, a qué mercados vende o pretende vender la empresa y en qué condiciones.
- (c) No deberán ponerse de acuerdo –directamente o por vía de la intervención de terceros- con los competidores (o sus funcionarios) para fijar, aumentar, disminuir o estabilizar precios de los bienes o servicios vendidos o comprados; ni fijar otras condiciones, como fórmulas de precios, descuentos, rebajas, recargos, márgenes, comisiones o condiciones de crédito. Cualquiera de estas acciones podría ser entendida como colusión.

- (d) No deberán realizar acuerdos limitativos con empresas de la competencia para repartirse clientes o cuentas, proveedores, territorios geográficos o programas de producción.
- (e) No deberán acordar boicotear a un tercero, actual o potencial.
- (f) No deberán generar acuerdos con los competidores para reducir, limitar o estabilizar la producción o capacidad productiva.
- (g) No deberán obtener información de la competencia a través de medios ilícitos o ilegítimos.
- (h) Deberán comportarse con total independencia respecto de sus competidores en los procesos de licitación.
- (i) No deberán acordar tratar a una empresa en particular o a un cierto grupo de clientes de modo discriminatorio.
- (j) No harán anuncios respecto de lo que PASA pueda o no hacer en el futuro, sea en relación a los términos de las transacciones con ciertas clases de clientes, licitaciones, el desarrollo de proyectos o cualquier otra información de propiedad exclusiva de su firma, la cual, de ser compartida o divulgada, pueda limitar la competencia.
- (k) No deberán obstruir la acción de las autoridades de libre competencia, una vez iniciada una investigación en este ámbito.
- (l) No deberán suministrar información falsa o engañosa, ocultar o destruir documentos, o bien alertar a terceros sobre una investigación en curso.

A mayor abundamiento, los funcionarios de PASA deben tener en consideración que, de ser sorprendidos infringiendo alguna de las recomendaciones anteriormente descritas o incurriendo en alguna de las conductas atentatorias a la libre competencia descritas en el párrafo 3 precedente, podrán ser sancionados por la compañía y/o desvinculados de la empresa.

5. Canal de denuncias EthicsPoint

Como es de conocimiento de los ejecutivos y funcionarios de PASA, este canal de denuncias es abierto a todos los públicos de interés de la empresa (clientes, locatarios, usuarios, colaboradores, proveedores, inversionistas, accionistas, vecinos y comunidad en general) para la realización de denuncias en forma anónima y confidencial sobre materias que puedan implicar irregularidades y/o eventuales violaciones al ordenamiento jurídico de Chile, Perú y/o Colombia, entre otros.

De esta manera, se trata de una herramienta especialmente relevante para que los ejecutivos y funcionarios de PASA denuncien libremente aquellas prácticas que puedan considerar que son anticompetitivas y/o sospechosas.

Estas denuncias son recibidas por el Comité de Ética, la Vicepresidencia Ejecutiva y los miembros del Comité de Directores. Según el tipo de información de que se trate, se iniciará una investigación o se solicitarán antecedentes que permitan evaluar la situación. El Comité de Ética está a cargo de las eventuales investigaciones, cuyos resultados le comunicará al Comité de Directores y a la Vicepresidencia Ejecutiva.

El Comité de Ética está compuesto por el Gerente Corporativo de Personas & Organización, el Gerente Corporativo Legal y el Gerente Corporativo de Contraloría.

Para acceder a este canal de denuncias siga las siguientes instrucciones:

- En los sitios web de nuestros activos. Sección Código de Conducta Empresarial

- En nuestro sitio web corporativo: www.parauco.com. Sección Gobierno Corporativo / Prácticas de Gobernabilidad y Transparencia / Denuncias Anónimas
- En la intranet Corporativa dispuesta para todos los colaboradores en Chile, Perú y Colombia.