



**POLÍTICA DE CUMPLIMIENTO NORMAS DE LIBRE COMPETENCIA**  
**CORPORACIÓN CHILENA DE LA MADERA A.G.**

**I. ANTECEDENTES GENERALES.**

La Corporación Chilena de la Madera (CORMA A.G.) es una asociación gremial, fundada en 1952, cuyo objetivo es promover el desarrollo del sector forestal, la industria basada en recursos renovables más importantes del país, que reúne a cerca de 180 actores del sector forestal privado.

Dentro de su compromiso por promover el desarrollo sustentable, se preocupa de promover entre sus asociados y realizar acciones tendientes a fomentar una actividad productiva moderna, innovadora y en armonía con el medio ambiente y las buenas prácticas con la comunidad y sus trabajadores.

En el esfuerzo constante de promover un desarrollo sustentable, armónico y sostenido de la industria, CORMA A.G. pone un gran énfasis en promover el conocimiento de la industria y del marco normativo que la regula, a sus miembros y a la sociedad civil. En este contexto, CORMA A.G. ha desarrollado un especial interés en la educación de sus miembros respecto de la legislación antimonopólica existente en nuestro país.

En Chile la legislación antimonopólica se encuentra contenida en el Decreto Ley N° 211 del año 1973 (DL 211), cuya última modificación corresponde a la de 30 de agosto de 2016. El DL 211, norma que es aplicable a todas las personas, naturales o jurídicas, públicas o privadas, define los parámetros de lo que se debe entender por libre competencia, establece sanciones para el caso de infracción de la misma, y crea el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC) y la Fiscalía Nacional Económica (FNE).

El bien jurídico protegido por la referida ley es la libre competencia, cuya finalidad es resguardar el interés de los distintos actores del mercado, es decir, productores, proveedores, comerciantes y consumidores, con el fin último de beneficiar a la comunidad entendida como un todo, dentro de la cual, lógicamente el consumidor cumple un rol fundamental.

Al señalar que la finalidad de la legislación antimonopólica es la protección y fomento de la libre competencia, hay que entender que es tal, en cuanto la libre competencia tiende a salvaguardar el interés de la comunidad consistente en que se produzcan más y mejores bienes, y se presten más y mejores servicios, a precios más convenientes, lo cual sólo se podrá conseguir asegurando la libertad de todos los agentes económicos que participan en los mercados.

Como consecuencia de que esta normativa tenga por objeto promover y defender la libre competencia en los mercados, cualquier atentado contra la misma, debe ser corregido, prohibido o sancionado. Para lo anterior, se creó al TDLC y la FNE. Mientras la principal función del primero, será prevenir, corregir y sancionar los atentados a la libre competencia, la principal función de la FNE es investigar los casos en que pudiera existir una violación a la legislación antimonopólica.

El DL 211 define **atentado a la libre competencia** como: "*cualquier hecho, acto o convención que impida, restrinja o entorpezca la libre competencia, o que tienda a producir dichos efectos*"

A pesar de la amplitud de este concepto, los atentados contra la libre competencia se pueden agrupar en tres grandes categorías. La primera se refiere a ciertos acuerdos anticompetitivos que pueden alcanzar los agentes del mercado (acuerdos verticales u horizontales); la segunda, a ciertos actos unilaterales que puede realizar un agente del mercado que tenga una posición dominante en el mismo (prácticas de abuso de posición dominante); y la tercera, a ciertos actos de competencia desleal, si los mismos son realizados con el objeto de alcanzar, mantener o incrementar una posición dominante en el mercado.

A estos tres grandes grupos se suman algunas infracciones objetivas contempladas en el DL 211, como aquella que prohíbe la participación simultánea de una persona en cargos ejecutivos relevantes o de director en dos o más empresas competidoras entre sí, si esas empresas tienen ingresos anuales superiores a cierto monto (interlocking); o aquella que prohíbe la materialización de una operación de concentración sin someterla a un procedimiento de consulta previo, si dicha operación supera ciertos umbrales.

#### **A. Acuerdos anticompetitivos.**

En primer término, en lo que dice relación con los acuerdos que alcancen ciertos agentes del mercado, estos pueden ser de dos tipos: *Acuerdos Horizontales*, los cuales tienen lugar entre dos o más competidores; y *Acuerdos Verticales*, los cuales pueden tener lugar a modo de ejemplo, entre un productor y un distribuidor.

##### **1. Acuerdos Horizontales o Acuerdos Colusivos.**

Los acuerdos horizontales o acuerdos colusivos, esto es, aquellos acuerdos expresos o tácitos, alcanzados en forma conjunta o coordinada por dos o más competidores, con el objeto o efecto de afectar la libre competencia, constituyen un grave atentado a la libre competencia, ya que eliminan la competencia espontánea y la reemplazan por un mecanismo coordinado que evita la incertidumbre que es propia de ella.

Las prácticas colusorias se definen en el DL 211 como aquellos "*acuerdos o prácticas concertadas que involucren a competidores entre sí, y que consistan en fijar precios de compra o venta, limitar la producción, asignarse zonas o cuotas de mercado o afectar el resultado de procesos de licitación, así como los acuerdos o prácticas*

*concertadas que, confiriéndoles poder de mercado a los competidores, consistan en determinar condiciones de comercialización o excluir a actuales o potenciales competidores".* Es decir, en palabras simples, siempre que exista un acuerdo o práctica concertada que afecte la economía de mercado, ya sea disminuyendo artificialmente la oferta o la demanda, ya sea afectando la libre determinación de los precios de los diferentes bienes y servicios.

Sin embargo, ¿qué debemos entender por "acuerdo"?

La palabra "acuerdo", para los efectos de la libre competencia, debe entenderse en el sentido más amplio posible. En efecto, los acuerdos pueden ser escritos u orales, formales o informales, expresos o tácitos, directos, es decir, entre los participantes de tal convención, o indirectos, es decir, a través de un tercero, etc.

En consecuencia, las empresas asociadas a CORMA deben evitar, salvo que sea necesario con fines legítimos de la asociación, los contactos con su competencia, ya sean vía *e-mail*, telefónicos, en reuniones, etc., dado que pueden ser interpretados como "acuerdos". En el caso que sean necesarios con fines legítimos, recomendamos a los asociados que estos contactos se hagan con el máximo cuidado posible, evitando frases que pudiesen ser malinterpretadas o que puedan interpretarse como que los asociados no toman sus decisiones comerciales o de negocios de manera unilateral e independiente.

Por lo anterior, se encuentran prohibidas las siguientes conductas por parte de los asociados con sus competidores:

- Todo tipo de los acuerdo de precio y otras condiciones de venta y compra celebrados entre competidores, dentro de lo cual se encuentra considerada cualquier discusión, comunicación, entendimiento, plan o arreglo con un competidor, concerniente a precios de venta, precios de compra, cambio de precios, márgenes de venta, niveles de descuentos, promociones, descuentos por fidelidad, términos y condiciones de venta, costos, utilidades, entregas, distribución, transporte, condiciones de crédito, estrategia comercial futura, ubicación futura de locales, y cualquier otra materia que pueda afectar la competencia entre empresas.
- El establecimiento de límites o cuotas de la producción de bienes o de la prestación de servicios. Dentro de este concepto, se entienden incorporados los acuerdos que pudiesen estar destinados a limitar el nivel de inversión a desarrollar por los asociados y sus competidores, cualquiera sea el destino de la misma.
- La asignación de zonas o cuotas de mercados. Dentro de esta práctica prohibida se debe considerar la prohibición de los asociados de acordar con competidores el hecho de si participar o no en procesos licitatorios o concursos, afectando de esta forma el resultado del respectivo proceso.

## **2. Acuerdos Verticales.**

Constituirán un atentado a la libre competencia los acuerdos entre agentes económicos independientes, situados en diferentes niveles de una cadena de producción (por ejemplo, entre productores y distribuidores), cuando éstos debiliten la intensidad de la competencia dentro de esa misma relación o dentro de una relación vertical de empresas competidoras. Sin embargo, para determinar si existe o no vulneración a la libre competencia, se deben analizar, diversos factores tales como, el porcentaje, nivel y tipo de participación en el mercado, la finalidad del acuerdo, las eficiencias del mismo, entre otros.

Como consecuencia de lo anterior, podrían ser consideradas como prácticas ilícitas, todos aquellos acuerdos verticales que tengan por objeto o efecto, entre otros, los siguientes:

- La exclusión de un competidor del mercado, lo cual se puede conseguir, por ejemplo, pactando exclusividad con un proveedor, exigiendo al proveedor que eleve los precios de venta de los productos a los competidores o que modifique otras políticas comerciales o de marketing respecto de otros competidores.
- La fijación de los precios de reventa de los productos o servicios a terceros, cuando exista en el mercado una limitación de la competencia. En lo que dice relación con la fijación de los precios de compra, no existe problema con que ello se negocie, puesto que el comerciante o el distribuidor tiene derecho a obtener el respectivo producto en las mejores condiciones económicas posibles. Sin perjuicio de lo anterior, sí está prohibido el "acuerdo" con empresas de la competencia para imponer o fijar condiciones a un proveedor o cliente.
- El acceso a información estratégica o relevante de competidores a través de un proveedor común.

### **B. Abuso de Posición Dominante.**

Constituye una violación de las normas de la libre competencia, la explotación abusiva por parte de un agente económico (o un conjunto de ellos) de una posición dominante en el mercado.

Si bien el concepto de **posición dominante** no se encuentra definido en el DL 211, podemos afirmar que una empresa goza de una posición dominante cuando puede determinar libremente su comportamiento, pudiendo actuar sin tomar en consideración a los consumidores, competidores y proveedores.

Para determinar si un determinado agente goza de una **posición dominante** se debe estar a una serie de elementos indiciarios de ésta, como por ejemplo, número de empresas que operan en el mercado relevante, participación de la empresa en mercado relevante, tamaño absoluto de la empresa, la relación que exista entre el precio que cobra por sus bienes o servicios y el costo de proveerlos, sus relaciones

con los proveedores, la elasticidad de su precio, capacidad de fijación de precios en el mercado relevante, la existencia o ausencia de barreras de entrada, etc.

Sin embargo, no por el sólo hecho de tener este tipo de posición en el mercado, se atenta contra la legislación antimonopólica. En efecto, para ello es necesario que exista un abuso de la posición que se goza en el mercado, el cual lesione o haga peligrar la libre competencia, mediante la obtención de ventajas extraordinarias e ilegítimas, comparado con aquellas que se obtendrían en un mercado competitivo.

Por otro lado, el abuso de posición dominante puede ser colectivo, esto es, en conjunto con otras empresas, o individual.

Según las circunstancias, podría configurarse un abuso de posición dominante si una empresa, con una posición dominante en el mercado, realiza algunas de las siguientes conductas:

- La imposición de barreras a la entrada, buscando consolidar su posición dominante, evitando o retrasando el ingreso de competidores que puedan llegar a disputar su posición.
- La fijación de precios predatorios, son precios que se fijan por debajo de los costos, con el objeto de forzar a que los competidores actuales se retiren del mercado o disuadir la entrada de nuevos competidores. En este sentido, cabe señalar que sólo se pueden fijar precios bajo el costo en circunstancias especiales, como, por ejemplo, para determinadas promociones u otras causas temporales debidamente justificadas.
- La imposición de ventas atadas, corresponden a una práctica anticompetitiva que busca empujar la adquisición de un producto adicional o la prestación de un servicio que no es el deseado por la contraparte. Es decir, condicionando la transacción que originalmente motiva la intención de compra a la suscripción de ambos contratos. Por lo que el segundo producto o servicio es llamado "bien atado".
- La imposición del cumplimiento de determinadas condiciones arbitrarias o abusivas para la venta o prestación de determinados bienes o servicios, tales como, el cobro de ciertos derechos, las limitaciones artificiales en las cantidades vendidas, cláusulas indebidas de liberaciones de responsabilidad, etc.
- La imposición de ciertas cuotas o la asignación de ciertas zonas de mercado limitado.
- La terminación de una relación contractual con un proveedor o cliente, con fines ilícitos, tales como presionar al mercado, eliminar al proveedor del mercado, obtener mejores precios, etc.
- El trato discriminatorio de los proveedores, por ejemplo, ofrecer mejores condiciones a uno que a otro, sin una justificación, como diferencias en los costos, volúmenes de venta, etc.

- En la negativa injustificada de venta o de celebración de una determinada convención, con la finalidad de sacar del mercado a algún agente.

### **C. Competencia Desleal.**

Finalmente, constituye también una violación de las normas de la libre competencia las prácticas de competencia desleal, cuando son realizadas con el objeto de alcanzar, mantener o incrementar una posición dominante en el mercado.

La Ley Nº 20.169 define los actos de competencia como: “*toda conducta contraria a la buena fe o a las buenas costumbres que, por medios ilegítimos, persiga desviar clientela de un agente del mercado*”.

Son ejemplos de esta clase de infracción, los siguientes:

- Actos aptos para crear confusión en los consumidores, respecto de una empresa, los productos que ésta venda o la actividad comercial o industrial de un competidor.
- Las aseveraciones falsas capaces de desacreditar a un competidor, ya sea respecto de sus productos, servicios, establecimiento, de la actividad que desarrolla, etc.
- Las indicaciones o aseveraciones que pudiesen inducir a error sobre los competidores, sus productos o servicios, o cualquier otro factor.
- La desarticulación de un competidor, ya sea comercial o laboral.

### **D. Sanciones.**

En caso de constatar la existencia de una infracción a la libre competencia, el TDLC puede aplicar graves sanciones a empresas y a los directores, gerentes y trabajadores los involucrados.

Estas sanciones incluso pueden comprender penas de cárcel para los infractores en casos de colusión.

Para las demás infracciones, las sanciones pueden llevar aparejadas elevadas multas que pueden llegar hasta el 30% de las ventas del infractor correspondientes a la línea de productos o servicios asociada a la infracción durante el período por el cual ésta se haya extendido, o hasta el doble del beneficio económico reportado por la infracción. Para el caso que no se puedan aplicar estos principios, las multas pueden elevarse hasta 60.000 Unidades Tributarias Anuales (aprox. USD 50.000.000)

Cabe señalar que la ley dispone que las multas aplicadas a personas naturales no podrán pagarse por la persona jurídica en que ejercieron funciones, como tampoco

por otras entidades pertenecientes al mismo grupo empresarial, ni por los socios o accionistas de una u otras.

Adicionalmente, el TDLC tiene la facultad de imponer otras medidas destinadas a corregir, prohibir o prevenir atentados a la libre competencia, tales como la modificación o terminación de actos y contratos, la modificación y disolución de sociedades, etc.

Por último, se debe tener presente, sin perjuicio de las multas y demás sanciones que puedan imponerse, tanto la empresa como las personas que hayan participado en una infracción a la libre competencia, pueden enfrentar demandas civiles de indemnización de perjuicios por parte de aquellos que pudieron haber resultado afectados por la conducta.

## **II. OBJETIVO DE LA POLÍTICA DE CUMPLIMIENTO DE LIBRE COMPETENCIA DE CORMA A.G.**

La presente política de cumplimiento tiene por objeto poner en conocimiento de todos los miembros de CORMA A.G. la normativa vigente en materia de Libre Competencia, entregar los conceptos y las directrices básicas de comportamiento y relación que debe mantenerse entre los miembros de CORMA A.G., sus asociados, directores, gerentes y empleados.

La presente política deberá ser cumplida en todo momento por todos los miembros o personas vinculadas a CORMA A.G., incluyendo a sus asociados, directores, gerentes y a cada uno de sus trabajadores, puesto que la afectación de la libre competencia puede verificarse en todos los niveles de la Asociación Gremial.

## **III. POLÍTICA.**

Las asociaciones gremiales tienen por finalidad promover el desarrollo y protección de las actividades e intereses comunes de sus miembros. Pero por la naturaleza de sus funciones y actividades, éstas pueden estar expuestas a transgredir las reglas del derecho de la libre competencia, principalmente porque ofrecen numerosas oportunidades de encuentro para agentes económicos que compiten entre sí.

En este sentido, la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), ha señalado que:

*"Las asociaciones gremiales están, por su propia naturaleza, expuestas a los riesgos de cometer ilícitos 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, aun 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 puede fácilmente llevar una*

*coordinación ilegal. Las conversaciones causales 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 asociaciones y sus actividades están sujetas a un cuidadoso escrutinio por parte de las autoridades de competencia de todo el mundo.”<sup>1</sup>*

Por lo anterior, el año 2011 la FNE dictó su Material de promoción N° 2 sobre “Asociaciones Gremiales y Libre Competencia”, en el que se establecen lineamientos sobre las actuaciones de las asociaciones gremiales desde la perspectiva de la libre competencia, con el objeto de ayudar a la formación de una cultura de cumplimiento de estas normas al interior de estas organizaciones.

En este línea, es muy importante crear conciencia en los miembros de los gremios, que hasta las comunicaciones o conversaciones más informales sobre precios, cantidades o calidades del bien producido, estrategias de negocios u otras variables competitivas, pueden ser susceptibles de facilitar acuerdos o prácticas concertadas u otros ilícitos anticompetitivos.

#### **IV. PRÁCTICAS POTENCIALMENTE RIESGOSAS DESDE LA PERSPECTIVA DE LA LIBRE COMPETENCIA.**

El mercado del sector privado en que participa CORMA A.G. representa más del 55% de las hectáreas plantadas del país y el 85% de las exportaciones forestales. Por lo que es considerada un actor relevante de nuestra economía. Es por esto, que para sus dirigentes y miembros es de gran importancia, que se conozca y respeten las recomendaciones efectuadas en esta Política de Cumplimiento de Normas de Libre Competencia. Lo anterior, es tan relevante, que no basta con cumplirlo individualmente por empresas, sino que también, se hace necesario un trabajo conjunto como asociación gremial.

En el Material de Promoción sobre “Asociaciones Gremiales y Libre Competencia”, la FNE, se hace especial énfasis en ciertas actuaciones o prácticas de las asociaciones gremiales que tienen, o puedan tener, un efecto directo en los mercados en los que participan, aunque no limita exclusivamente a éstas las actuaciones y prácticas potencialmente riesgosas para la libre competencia.

Estas actuaciones o prácticas son:

##### **1.- Colaboración entre competidores.**

La coordinación entre competidores puede producir efectos anticompetitivos. Por su naturaleza, los encuentros entre competidores, facilitados por las reuniones en el seno de una asociación gremial, representan un riesgo para la competencia, lo mismo que otras acciones de coordinación facilitadas u organizadas por el actuar de la asociación.

---

<sup>1</sup> OECD (2008), Pro-Competitive and Anti-Competitive Aspects of Trade/Business Associations (DAF/COMP(2007)45), November. Disponible en: <http://www.oecd.org/dataoecd/40/28/41646059.pdf>

La FNE podrá evaluar 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; y
- Los efectos actuales y potenciales en los mercados afectados;

Para los casos en que competidores desarrollen o pretendan desarrollar acciones de cooperación, se recomienda:

- Considerar el propósito de la colaboración propuesta y sus efectos actuales y potenciales;
- Cuando sea posible, dejen documentados los aspectos relacionados a mejoras que los involucrados esperan alcanzar;
- Limiten la actividad conjunta exclusivamente a lo que sea estrictamente necesario para alcanzar el objetivo del acuerdo.

En el caso de CORMA A.G. la colaboración de sus miembros, está orientada a representar la visión del sector forestal privado ante los Poderes Ejecutivo, Legislativo y organismos regulatorios e impulsar diversas iniciativas acordes al compromiso gremial de promover el desarrollo sustentable de la industria. A lo anterior, se suma un trabajo activo en el desarrollo de las Pymes del sector, la promoción de la madera, y en el trabajo constante en la prevención y combate de los incendios.

## **2.- Intercambio de información.**

Las asociaciones gremiales, dentro de sus funciones, tienen la de recolectar información de interés común para la industria y su difusión entre sus miembros, quienes de esa forma la obtienen de modo más rápido y eficiente que de forma individual. Esto implica un intercambio constante de información entre los asociados y entre estos y la asociación gremial.

En principio, el intercambio de información realizado dentro del marco de una asociación gremial no conlleva necesariamente problemas para la competencia, pues en general, los mercados funcionan más eficientemente cuanto más información esté a disposición de los participantes. Sin embargo, dependiendo de la naturaleza de la información y de la forma y oportunidad en que el intercambio tenga lugar, esta práctica puede tener consecuencias negativas en la competencia.

El intercambio de información relevante entre firmas competidoras, directamente o a través de la asociación gremial, puede producir dos tipos de problemas para la competencia en los mercados. En primer lugar, puede facilitar la mantención de un acuerdo anticompetitivo, principalmente otorgando un sistema de monitoreo recíproco a los participantes del mismo. Asimismo, el intercambio de información puede aumentar la transparencia del mercado hasta el punto que, aun 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 el nivel de competencia.

Por esta razón, la FNE recomienda especialmente tanto a las asociaciones gremiales como a sus asociados evitar el intercambio de información relevante entre competidores, entendiendo por tal *"toda aquella información estratégica de una empresa que, de ser conocida por un competidor, influiría en sus decisiones de comportamiento en el mercado"*<sup>2</sup>.

Por lo anterior, es recomendable que las asociaciones gremiales extremen las precauciones durante las etapas de recolección, producción y difusión de datos, de manera que puedan reducir los riesgos que el intercambio de información tiene para la competencia. Para esto se recomienda:

- Recopilar y/o mantener sólo información de carácter histórico.
- Difundir información de los asociados sólo en forma agregada y para materias generales, sin individualizar agentes, áreas geográficas específicas o líneas de productos determinados.
- La recolección e intercambio de información debiera ser voluntaria para los asociados o miembros.
- Externalizar la recolección y procesamiento de información.

En este sentido, el análisis de los intercambios de información se centrará en los siguientes aspectos:

- Las características del mercado afectado;
- La naturaleza de la información intercambiada;
- Los intervinientes en dicho intercambio;
- La frecuencia y temporalidad del mismo;
- El mecanismo de intercambio utilizado; y
- Los efectos que haya tenido o que pueda tener en el mercado analizado.

---

<sup>2</sup> Asociaciones Gremiales y Libre Competencia, Material de Promoción N° 2, agosto 2011, P. 14.

Por estas razones, CORMA A.G. recolecta la información de sus asociados, manteniendo estricta confidencialidad de los resultados individuales de sus asociados y sólo da a conocer esta información dentro de del contexto de sus estudios. También, ofrece a sus socios el servicio de información sobre leyes y normativas de interés para el sector.

### **3.- Recomendaciones a los asociados.**

En general los miembros de una asociación gremial se relacionan entre sí como competidores, por lo anterior, las recomendaciones que realizan estas asociaciones a sus miembros en relación con alguna variable comercial (como serían el precio a cobrar, precios sugeridos o la cantidad a producir), puede generar efectos anticompetitivos.

Por lo anterior, se recomienda que en estas recomendaciones a los asociados:

- No se hagan referencia a precios, cantidades ni políticas comerciales.
- Se señale que cualquier guía o recomendación sugerida es meramente informativa y referencial, por lo que su adopción es voluntaria.
- No se considere la imposición de sanciones o acciones de ningún tipo a quienes no adopten las recomendaciones propuestas.

Por estas razones, CORMA A.G. desde sus orígenes se ha enfocado en políticas de Estado, en las políticas públicas del sector forestal, en el mejoramiento y crecimiento del sector, manteniendo una política interna a favor de la libre competencia y evitando en todos sus estamentos, tales como en la Asamblea de Socios, Consejo Directivo, Comité Ejecutivo, Consejos Regionales y Gerencias Regionales analizar, mencionar o recomendar temas relacionados a los precios, cantidades, o políticas comerciales de sus asociados.

### **4.- Participación en reuniones.**

Una de las principales aprensiones de las autoridades de libre competencia con las asociaciones gremiales, es que constituyen la instancia en que competidores de un mismo rubro puedan reunirse periódicamente y discutir temas de interés, por lo que existe un riesgo inminente de que los temas abordados por los asociados digan relación con aspectos vinculados a áreas en que compiten en el mercado. Esto podría generar la oportunidad para el intercambio de información relevante.

Por lo anterior, se recomienda a las asociaciones gremiales:

- Llevar un control de los temas abordados en las reuniones.
- Que el material complementario de las reuniones sea revisado por un asesor especializado.

- Aplicar a las reuniones virtuales, los mismos principios que las reuniones presenciales.
- Que no exista exclusión o discriminación en la participación de asociados.
- Seguir principios de conservación de documentos, tales como: lista de asistencia, actas completas, registro de acuerdo, de documentos entregados, etc.

CORMA A.G. desde sus inicios ha mantenido un registro detallado e histórico de sus actas. De esta forma se tiene un registro de las Asambleas de Socios, del Consejo Directivo y del Comité Ejecutivo, en las que se señala su fecha y la hora, quienes asistieron y las distintas materias tratadas.

Es deber de cada asociado que asista a alguna sesión o reunión de trabajo velar para que estas actas sean llevadas de la manera más completa posible, dejando registro del lugar, día, hora de inicio, materia y asistentes, y procurando que sean firmadas por los asistentes y al menos por uno de los funcionarios de CORMA A.G. que haya asistido.

#### **5.- Boicot.**

Las asociaciones gremiales no pueden sugerir o llevar a cabo acciones de boicot que produzca o tiendan a producir la exclusión de un competidor actual o potencial en el mercado.

#### **6.- Criterios y condiciones de afiliación.**

Es común que las asociaciones gremiales soliciten un mínimo de requisitos de ingreso a sus asociados, los cuales no deben transgredir las reglas de libre competencia.

Por lo anterior, se recomienda:

- Establecer criterios de afiliación que estén basados en los legítimos objetivos de la asociación gremial, es decir, deben estar claramente establecidos en algún documento oficial de la misma.
- Establecer criterios de afiliación que sean objetivos, transparentes y que se apliquen a todos los potenciales asociados, de manera que no sean arbitrarios ni discriminadores.
- En caso de existir criterios subjetivos de evaluación a postulantes, estos deben corresponder a intereses legítimos de la asociación gremial y que no dañen la competencia en el mercado o la industria específica.
- Verificar que los requisitos de afiliación sean sostenibles en el tiempo.

- Asegurarse que los requisitos de afiliación no sean irrazonablemente restrictivos.
- Asegurarse que los criterios para la expulsión de un afiliado no sean arbitrarios.
- Establecer un procedimiento transparente para la admisión y permanencia en la asociación gremial.

En razón de lo anterior, CORMA A.G. ha establecido dentro de sus estatutos normas claras respecto que quienes pueden ser sus socios, estableciendo que pueden serlo las personas naturales o jurídicas que se encuentren vinculadas con el sector forestal, en cualquiera de sus manifestaciones.

### **7.- Prestación de servicios a no afiliados.**

Las asociaciones gremiales suelen ofrecer a sus asociados una serie de servicios y beneficios, como anuarios, estadísticas del sector, programas especiales, organización de ferias y exhibiciones comerciales, etc. estos servicios suelen ser ofrecidos de manera preferencial a sus afiliados y en ciertos casos se ofrecen estos mismos servicios a terceros, pero a tarifas diferenciadas. Esto podría llegar a constituir una infracción a la libre competencia.

Por lo anterior, se recomienda:

- Cuando los productos o servicios provistos por la asociación gremial, son esenciales para la competencia en el mercado, éstos debieran ser puestos a disposición de socios y no socios.
- Si conforme a la naturaleza del servicio prestado, resulta razonable dar acceso a éste mediante el cobro diferenciado entre socios y no socios de la asociación gremial, es recomendable que las tarifas cobradas a los no asociados no sean excesivas.

### **8.- Autorregulación.**

La autorregulación permite que aquellos agentes que poseen un mayor y mejor conocimiento de la industria establezcan las reglas del juego más básicas. Lo anterior, en ocasiones puede resultar nocivo, como cuando la misma asociación gremial adopta reglas o estándares que dificultan la competencia en desmedro de los consumidores.

Por lo anterior, se recomienda que las reglas de autorregulación:

- 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 ningún tipo.
- Establezcan un procedimiento de fiscalización transparente e imparcial para garantizar a los asociados el cumplimiento del debido proceso en la aplicación de sanciones disciplinarias.
- No incluyan el ejercicio de acciones tendientes a la exclusión de otra empresa del mercado.
- No creen restricciones infundadas o arbitrarias a la entrada en el mercado.

### **9.- Fijación de estándares técnicos.**

El establecimiento unilateral de estándares técnicos por parte de una asociación gremial, puede afectar negativamente la competencia en una industria, si ello tiene o puede tener por efecto la restricción de la entrada de nuevos competidores, o bien si obstaculiza o puede obstaculizar la innovación.

Por esto, se debe analizar caso a caso si una recomendación de estándares técnicos por parte de la asociación gremial, daña o no la competencia en función de los siguientes criterios:

- La definición de los estándares y normas técnicas de una industria debiese estar basada en elementos objetivos.
- Dichas normas o estándares técnicos no deben ser utilizados como un medio para restringir la oferta de productos o servicios en el mercado.
- La participación en programas de certificación de cumplimiento de normas técnicas debe ser voluntaria.
- Si los programas de certificación de cumplimiento de las normas técnicas definidas son desarrollados por la asociación gremial, la participación en estos no discriminará entre asociados y no asociados.

### **10.- Publicidad.**

En materia de publicidad se recomienda a las asociaciones gremiales:

- Abstenerse de realizar cualquier publicidad gremial que contenga recomendaciones de precios o de otras condiciones comerciales.
- Evitar imponer restricciones o prohibiciones a la forma en que sus miembros desarrollen su publicidad.

## **11.- Contratos tipo.**

Se recomienda a las asociaciones gremiales que se abstengan de imponer contratos tipo, y la decisión de adscribirse al uso de términos de condiciones generales será totalmente voluntaria.

## **V. RECOMENDACIONES GENERALES DE LA FISCALÍA NACIONAL ECONÓMICA.**

A fin de evitar vulnerar la libre competencia en las relaciones entre los asociados de CORMA A.G., éstas siempre deben ser regidas por la transparencia e independencia, evitando cualquier tipo de relación que sea o pareciere ser encubierta y/o secreta, y, asimismo, deben ser lo más objetivas posibles, evitando que puedan ser equivocadamente interpretadas como la manifestación de un acuerdo anticompetitivo o una práctica abusiva.

En este sentido, las actuaciones de todos los miembros de CORMA A.G. deben ser regidas por la transparencia, independencia, objetividad, prudencia y, en especial, por el respeto de la libre competencia.

Por esto, se recomienda que las reuniones de socios sean en lo posible en las instalaciones y oficinas de CORMA A.G., ante un funcionario de la asociación, y que se lleve un registro de los temas tratados. En caso de las comunicaciones entre asociados o entre los asociados y CORMA A.G., éstas deberán realizarse por vías institucionales, como es el caso del correo electrónico de la empresa socia y con copia a un funcionario de la asociación. En el caso de comunicarse por cartas, se deberá llevar un registro de despacho y recepción de éstas.

Sin perjuicio del amplísimo espectro de posibles conductas atentatorias de la libre competencia, a fin de aminorar al máximo cualquier eventual riesgo, los miembros de CORMA A.G. deberán seguir las siguientes directrices:

- Todos los miembros de CORMA A.G. deberán conocer adecuadamente la normativa que rige el respeto y defensa de la libre competencia, a fin de detectar oportunamente cualquier riesgo en el ejercicio de sus funciones.
- Sólo se encuentra permitido comunicarse a través de medios formales, mediante el uso de los recursos entregados por CORMA A.G., tales como correos electrónicos y teléfonos institucionales.
- Se prohíbe tratar temas propios de CORMA A.G. utilizando recursos propios, tales como correos electrónicos o teléfonos celulares personales. Asimismo, se encuentra prohibido para estos fines el uso de sistemas personales de mensajería instantánea o redes sociales –distintos a los institucionales- tales como WhatsApp, Facebook, etc.

### **Requerimientos mínimos que deben ser cumplidos respecto del uso del correo electrónico institucional:**

- El uso del correo electrónico, de las redes y de los sistemas informáticos proporcionados por CORMA A.G., debe guardar relación con el ámbito de competencia de la asociación y tener como finalidad el ejercicio de las funciones propias e inherentes para las cuales el usuario ha sido contratado o se ha convenido su prestación de servicios. Los usuarios se deberán abstener de enviar por e-mail contenidos que no tengan relación con su trabajo.
- Los usuarios deberán identificar en el correo sus datos (nombre, apellido, unidad) para que el receptor del mensaje pueda determinar con certeza la identidad del remitente y la unidad de su procedencia.
- Para efectos de uso personal, el usuario debe tener cuentas de correos distintas a la institucional, utilizando servicios diferentes al proporcionado por CORMA A.G.
- Toda casilla de correo electrónico está directamente vinculada al funcionario para el cual fue creado, siendo este responsable del contenido escrito o adjuntado a él.
- Los usuarios son los únicos responsables de todas las actividades realizadas en sus cuentas de correo electrónico, debiendo cumplir en todo momento la normativa vigente.
- La información intercambiada por este medio deberá restringirse a propósitos institucionales y CORMA A.G. estará facultada para aplicar todas las medidas necesarias para garantizar la estabilidad del servicio y su uso de conformidad a la ley vigente.
- Los usuarios deberán usar un lenguaje respetuoso en sus mensajes con usuarios internos o externos y estos mensajes de ninguna forma podrán ser de contenido difamatorio, insultante, ofensivo, sexista, etc.
- Se prohíbe emitir opiniones personales en foros de discusión, listas temáticas u otras instancias de naturaleza polémica con la cuenta de correo electrónico de CORMA A.G.
- Se prohíbe el envío de cualquier tipo de publicidad o aviso comercial, cadenas de correo electrónico, comercialización de productos (compra y venta), pirámides, donaciones, peticiones de firmas o cualquier asunto que constituya un mal uso del correo electrónico, salvo que se realice con motivo del cumplimiento de las funciones que le sean propias.

- Se prohíbe la utilización de servidores de correos distintos a los utilizados por CORMA A.G. para el envío o recepción de documentos electrónicos propios de la institución.

**Requerimientos mínimos que deben ser cumplidos respecto de la participación en las reuniones con fines institucionales:**

- Las reuniones que se realicen en las dependencias de CORMA A.G. o en las que participen funcionarios, directores o asociados de CORMA A.G., sólo son permitidas cuando no afecten la libre competencia, se conduzcan de modo transparente y se lleve un registro de éstas.
- De dichas reuniones deberá levantarse un acta que contenga los nombres y cargos de los asistentes a la misma, la fecha y lugar en que tuvo lugar, un resumen de los temas tratados y de los acuerdos alcanzados. Dicha acta deberá ser entregada al Gerente Regional dentro del plazo máximo de tres días. Lo anterior es igualmente aplicable para el caso de reuniones intempestivas, como pueden ocurrir con ocasión de un evento social.

Por lo expuesto, se han establecido protocolos y registros que permiten a los Gerentes Regionales y a la Gerente Nacional de CORMA A.G., tener información fehaciente de los temas y materias tratadas, asistentes, acuerdos alcanzados, los que constan en el Anexo I y II de este documento.

\* \* \* \* \*