



Política de Cumplimiento Normas de Libre Competencia

CORPORACIÓN CHILENA DE LA MADERA A.G.

I. ANTECEDENTES GENERALES.

En Chile la legislación antimonopólica encuentra su fuente en el Decreto con Fuerza de Ley N° 1, del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, que Fija el Texto Refundido, Coordinado y Sistematizado del Decreto Ley N° 211 del año 1973, cuya última versión corresponde a la de 11 de octubre de 2009, el cual 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 la Libre Competencia y la Fiscalía Nacional Económica.

El bien jurídico protegido por la referida ley es la libre competencia, la cual no sólo tiene por objeto salvaguardar el interés de los consumidores de los distintos bienes y servicios, sino que también tiene por finalidad 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 el bien jurídico protegido de la legislación antimonopólica es 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 produzca más y mejores bienes, y se presten más y mejores servicios, a precios más convenientes, lo cual únicamente se podrá conseguir asegurando la libertad de todos los agentes económicos que participan del mercado.

Como consecuencia de que la ley en comento tenga por objeto promover y defender la libre competencia en los mercados, cualquier atentado contra la misma, debe ser corregido, prohibido o reprimido. Para lo anterior, se creó el *Tribunal de la Libre Competencia (TDLC)* y la *Fiscalía Nacional Económica (FNE)*. Mientras la principal función del primero es aplicar la referida ley y conocer de eventuales infracciones, con el objeto de resguardar la libre competencia, la principal función de la FNE es investigar los casos en que pudiera existir una violación a la legislación antimonopólica.

La FNE considera como un **atentado a la libre competencia** todo aquel "*que ejecute o celebre, individual o colectivamente, cualquier hecho, acto o convención que impida, restrinja o entorpezca la libre competencia, o que tienda a producir dichos efectos.*"

De la amplitud del concepto entregado por el Legislador, se desprende que los atentados contra la libre competencia, pueden ser clasificados en dos grandes categorías. La primera, ciertos acuerdos que realicen los agentes del mercado, y la segunda, ciertos actos unilaterales que realice un agente del mercado en particular.

En primer término, en lo que dice relación con los acuerdos que realicen 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 proveedor y un comerciante.

1. Acuerdos Horizontales.

Constituyen un atentado a la libre competencia, los acuerdos entre competidores que tengan por objeto "**prácticas colusorias**", las que, en palabras sencillas, son acuerdos o conductas, desarrolladas en forma conjunta o coordinada por dos o más competidores, las cuales sean capaces de afectar la libre competencia. Asimismo, constituyen atentado a la libre competencia, las denominadas "**conductas concertadas**", las que si bien no son acuerdos propiamente tales, son igualmente ilícitas, puesto que implican una forma de coordinación entre competidores, eliminando la competencia espontánea y reemplazándola por un mecanismo coordinado.

Existirán prácticas colusorias en todos aquellos acuerdos en que dos o más competidores fijen precios de compra o venta, limiten la producción de sus productos o la venta de sus servicios, y en aquellos en que se asignen zonas o cuotas de mercado. Es decir, en palabras simples, siempre que se afecte la economía de mercado, ya sea disminuyendo 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 ley, se entiende 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.

Luego, junto con recomendar evitar los contactos vía e-mail, telefónicos, reuniones, etc., entre las empresas asociadas a CORMA con su competencia, las que puedan ser interpretados como "acuerdos"; debemos recomendar a los asociados que los contactos se hagan con el máximo cuidado posible, evitando frases que pudiesen ser malinterpretadas, exageraciones, no enviar listas de precios o las condiciones de contratación, etc., todo lo cual debe ser analizado con los ojos de cómo si uno fuese la autoridad.

En este sentido, resulta necesario evitar y prohibir la práctica de las siguientes conductas de los asociados con sus competidores, todas las cuales en caso de existir o ser aplicadas, aún en forma indirecta, constituirían acuerdos horizontales:

- Todos los acuerdos 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.

- La limitación 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, cuya limitación evite mayores beneficios para los demás agentes del mercado.
- 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 comerciantes y proveedores, entre distribuidores y proveedores, etc., cuando éstos tengan un efecto significativo en el mercado, restringiendo la competencia. Sin embargo, para determinar acertadamente si existe o no vulneración a la ley, como consecuencia de un acuerdo vertical, se debe analizar cada caso en particular; análisis en el cual se considerarán diversos factores, tales como, participación en el mercado, cual es la finalidad del acuerdo, etc.

Son prácticas ilícitas, todos aquellos acuerdos verticales que tengan por objeto, 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.
- Los acuerdos que tengan por objeto la fijación de los precios de venta de los productos o servicios, a terceros. La fijación de precios generalmente se encuentra prohibida, motivo por el cual un proveedor no puede exigir la venta del bien o servicio a un determinado precio, sólo podrá sugerirlos.
- 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 embargo, se debe tener presente que atenta contra la libre competencia la imposición de un precio de compra, la fijación del precio de compra debe realizarse de acuerdo a las buenas prácticas. Sí está sancionado el "acuerdo" con empresas de la competencia para imponer o fijar condiciones a un proveedor o cliente.
- Constituye también infracción el acceso a información de competidores a través del proveedor común.

3. Abuso de Posición Dominante y Competencia Desleal.

Constituye 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 que goce en el mercado, causando un consiguiente perjuicio a los proveedores, competidores o consumidores.

Si bien **posición dominante** no se encuentra adecuadamente definida, podemos afirmar que para que una empresa pueda gozar de dicha denominación, es necesario que se encuentren en una posición en la cual puedan 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, relación precio-costo, relaciones con los proveedores, elasticidad, capacidad de fijación de precios en el mercado relevante, barreras de entrada, etc.

Sin embargo, no por el sólo hecho de ostentar de 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 y anticompetitivas, comparado con aquellas que se obtendrían en un mercado competitivo.

El abuso de la posición dominante puede ser colectivo, mediante un cartel de empresas, o individual.

Puede darse el caso que el abuso colectivo de una posición dominante en el mercado, sea consecuencia de una colusión previa de competidores, mediante la cual formaron un cartel, que luego abusó de su posición, existiendo una doble infracción, que debe ser sancionada como tal.

Existe abuso de posición dominante en el mercado, la cual atentará contra la Libre Competencia, al menos, en los siguientes casos:

- En la fijación de precios de compra o de venta, lógicamente abusando de la posición.
- En la fijación de precios predatorios, es decir, precios bajo el costo, con la finalidad de eliminar uno o más competidores. Los precios deben ser fijados con la finalidad que la empresa sea competitiva.

Sólo se pueden fijar precios bajo el costo en circunstancias especiales, como por ejemplo, para determinadas promociones u otras causas temporales debidamente justificadas.

- En la imposición en la venta de un producto, la de otro, es decir, condicionar la venta de un producto a la compra de otro (ventas atadas).

- En la sujeción al cumplimiento de determinadas condiciones para la venta o prestación de determinados bienes o servicios, o en la imposición de condiciones abusivas, tales como, cobros de derechos, limitaciones artificiales en las cantidades vendidas, cláusulas indebidas de liberaciones de responsabilidad, etc.
- En la asignación de cuotas o zonas de mercado.
- Asimismo, cualquier acuerdo horizontal podría ser calificado como abuso de posición dominante.
- En la terminación de una relación contractual con un proveedor, con fines ilícitos, tales como presionar al mercado, eliminar al proveedor del mercado, obtener mejores precios, etc.
- En el trato discriminatorio de los proveedores, por ejemplo, ofrecer mejores condiciones a uno, que a otro, sin fundamento alguno, tales como costos, volúmenes de venta, etc.
- En la negativa de venta o de celebración de una determinada convención, con la finalidad de sacar del mercado a algún agente.

Finalmente, constituye también violación de las normas de la libre competencia, la **competencia desleal**, entendiendo por ella, todos los actos de competencia contrarios a los usos honestos en materia industrial o comercial.

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 que pudiese afectar la libre competencia.
- La desarticulación de un competidor, ya sea comercial o laboral.

II. OBJETIVO DE CORMA ANTE LA EXISTENCIA DE LAS RECOMENDACIONES DE LA FISCALÍA NACIONAL ECONÓMICA.

La presente política de cumplimiento tiene por objeto poner en conocimiento de todos los miembros de la Corporación Chilena de la Madera A.G. (en adelante, "CORMA") la normativa vigente en materia de Libre Competencia, entregar conceptos y las directrices básicas de comportamiento y relación que debe mantenerse entre los miembros de CORMA, sus Asociados, Directores, Gerentes y Empleados.

La presente política, así como las herramientas que entrega para su cumplimiento, deberá ser cumplida en todo momento por todos miembros o personas vinculadas a CORMA, 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.

Tal como se explica en el material de promoción de la Fiscalía Nacional Económica (FNE), denominado "Asociaciones Gremiales y Libre Competencia", referente a las actuaciones de las asociaciones gremiales (A.G.) desde la perspectiva de la libre competencia. En él se incluyen las asociaciones gremiales empresariales o profesionales, las federaciones y confederaciones, todas las que se rigen por el Decreto Ley N° 2.757 de 1979 y sus modificaciones posteriores.

Las A.G. tienen por finalidad promover el desarrollo y protección de las actividades e intereses comunes de sus miembros. Por la naturaleza de sus funciones y actividades, la FNE considera que están permanentemente expuestas a transgredir las reglas del derecho de la libre competencia.

La FNE busca que el material de promoción sea una ayuda a la formación de una cultura de cumplimiento de las normas de competencia al interior de las A.G., dado que en ocasiones la actuación de una A.G. puede facilitar o dar lugar a comportamientos anticompetitivos.

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 a 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."*¹

Se debe 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.

¹ 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>

IV. PRÁCTICAS DE LAS A.G. EVENTUALMENTE REPROCHABLES.

Según se explica en el material de promoción denominado "Asociaciones Gremiales y Libre Competencia", se hace especial énfasis en ciertas actuaciones o prácticas que tienen o puedan tener, un efecto directo en los mercados en los que participan, lo que no limita exclusivamente a éstas las actuaciones y prácticas potencialmente riesgosas para la libre competencia.

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 A.G., representan un riesgo para la competencia, lo mismo que otras acciones de coordinación facilitadas u organizadas por el actuar de la A.G.

La FNE evaluará 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 los competidores que desarrollen o pretendan desarrollar acciones de cooperación, la FNE 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.

2.- Intercambio de información.

Las A.G. dentro de sus funciones tiene 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 A.G.

El intercambio de información relevante por parte de un asociado y un competidor o entre firmas competidoras por medio de una A.G. puede producir dos tipos de problemas para la competencia en los mercados. En primer lugar, puede facilitar el acuerdo o concentración de prácticas entre competidores asociados a la A.G., principalmente otorgando un sistema de monitoreo recíproco a los participantes en el acuerdo. Del mismo modo, 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.

La FNE entiende por **información relevante** *toda aquella información estratégica de una empresa que, de ser conocida por un competidor, influiría en sus decisiones de comportamiento en el mercado. La información relevante posibilita que las decisiones en el mercado sean adoptadas de manera no individual en relación a la actividad de los competidores, lo que hace que normalmente ésta no sea entregada a las otras firmas que participan en el mercado.*²

La FNE recomienda que las A.G. como sus asociados eviten el intercambio de información relevante entre competidores, toda vez que esta práctica puede ser considerada como una conducta reñida con lo dispuesto en el D.L. N° 211.

Por lo anterior es recomendable que las A.G. 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 la FNE 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 de información debiera ser voluntaria para los asociados o miembros.
- Externalizar la recolección y procesamiento de información.

La investigación de la FNE, centrará su análisis de los intercambios de información en los siguientes temas:

- 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.

3.- Recomendaciones a los asociados.

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

LA FNE recomienda en este tema:

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

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

4.- Participación en reuniones.

Una de las mayores críticas que realiza la FNE a las A.G., 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. Lo que podría generar la oportunidad para el intercambio de información relevante.

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

- Se lleve 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 los principios de conservación de documentos, tales como: lista de asistencia, actas completas, registro de acuerdo, de documentos entregados, etc.

5.- Boicot.

Las A.G. no pueden sugerir o llevar a cabo un boicot que produzca o tiendan a producir la exclusión de un competidor en el mercado.

6.- Criterios y condiciones de afiliación.

Es común que las A.G. soliciten un mínimo de requisitos de ingreso a sus asociados, los cuales no pueden transgredir las reglas de libre competencia.

Por lo anterior la FNE recomienda:

- Establecer criterios de afiliación que estén basados en los legítimos objetivos de la A.G. es decir, deben estar claramente establecidos en algún documento oficial de la A.G.
- 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 correspondan a intereses legítimos de la A.G. 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 A.G.

7.- Prestación de servicios a no afiliados.

Las A.G. 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. Los que 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 la FNE recomienda:

- Cuando los productos o servicios provistos por la A.G., 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 A.G., 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, cuando la misma A.G. adopta reglas o estándares que dificultan la competencia en desmedro de los consumidores.

Por lo anterior, la FNE 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 la A.G., 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.

La FNE evaluará caso a caso si la recomendación de estándares técnicos por parte de la A.G., 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 debiese ser voluntaria.
- 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.

10.- Publicidad.

En materia de publicidad la FNE recomienda a las A.G.:

- 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.

La FNE recomienda a las A.G., que se abstengan de imponer contratos tipo, y que la decisión de adscribirse al uso de términos de condiciones generales sea totalmente voluntaria.

V. RECOMENDACIONES GENERALES DE LA FISCALÍA NACIONAL ECONOMICA.

A fin de evitar vulnerar la libre competencia en las relaciones entre los asociados de CORMA, 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 suspicacias. En este sentido, las actuaciones de todos los miembros de CORMA deben ser regidas por la prudencia, dilucidando previamente los riesgos que su actuación implica en lo referente a la libre competencia.

Especial consideración se debe tener en lo anterior, en los casos en que el asociado respectivo ostenta un respetable poder de mercado (capacidad para incrementar el precio de bienes o servicios por sobre del precio de equilibrio competitivo –fijado por la oferta y demanda- mediante la reducción del nivel de producción) y, por ende, posición dominante (posición que un agente económico detenta en un mercado

relevante para actuar de modo independiente y sin consideración de sus competidores, proveedores y/o clientes), toda vez que en dicho escenario resulta fácilmente sostenible que alguno de los asociados de CORMA pudiera sea capaz de afectar el respectivo mercado, vulnerando la libre competencia.

Atendido lo anteriormente expuesto, cualquier tipo de contacto (vía e-mail, telefónico, reuniones, etc.) de los miembros de CORMA con sus asociados deberá ser regido por la transparencia, independencia, objetividad, prudencia y, en especial, por el respeto de la libre competencia.

Sin perjuicio del amplísimo espectro de conductas atentatorias de la libre competencia, a fin de aminorar al máximo el riesgo, los miembros de CORMA deberán seguir las siguientes directrices:

- Todos los miembros de CORMA 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 de modo transparente e inocuo respecto de la libre competencia, mediante el uso de los recursos entregados por CORMA, tales como correos electrónicos y teléfonos fijos.
- Se encuentra prohibido el uso de recursos propios del Director, Gerente o Empleado, tales como teléfonos celulares y correos electrónicos personales. Asimismo, se encuentra prohibido el uso de sistemas de mensajería instantánea –distintos a los correos electrónicos institucionales- tales como WhatsApp, Facebook, etc.

A. Respecto al uso de correos electrónicos, los requerimientos mínimos que deben ser cumplidos respecto del uso del correo electrónico institucional son los siguientes:

- El uso del correo electrónico, de las redes y de los sistemas informáticos proporcionados por CORMA, debe guardar relación con el ámbito de competencia de CORMA 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/recibir 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 identifique con certeza la identidad del remitente y la unidad de su procedencia.
- Para efectos del uso personal de los correos electrónicos, el usuario debe tener cuentas de correos distintas a la institucional, utilizando servicios diferentes al proporcionado por CORMA.
- Toda casilla de correo electrónico está directamente vinculada al funcionario para el cual fue creado, siendo este responsable implícito 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 estará facultada para aplicar todas las medidas necesarias para garantizar la estabilidad del servicio y su uso correcto 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.
- 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 se circunscriba al 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 para el envío o recepción de documentos electrónicos propios de la institución.

B. Los 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 o en las que participen funcionarios, Directores o Asociados de CORMA, 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 una minuta 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; la cual 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.
- Se deben establecer protocolos y registros que permitan a los Gerentes Regionales y a la Gerente Nacional de CORMA, tener información fehaciente de los temas y materias tratadas, asistentes, acuerdos alcanzados.

* * * * *