



CÓDIGO DE LIBRE COMPETENCIA

SUPERMERCADOS DE CHILE A.G.



En su constante preocupación por guardar el más estricto apego a las disposiciones legales y regulatorias que le son aplicables y, en específico, con el objeto de prevenir las conductas atentatorias de la Libre Competencia, la Asociación Gremial de Supermercados de Chile (la "Asociación") ha dictado el presente Código de Libre Competencia ("Código") el cual recoge de manera integral y actualizada los principios y directrices por los cuales se guiarán sus asociados al interior de la Asociación.

I. NORMATIVA DE LIBRE COMPETENCIA

En nuestro sistema normativo, el artículo 3 del Decreto con Fuerza de Ley N°1, de 2005, del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado del Decreto Ley N°211 de 1973 (“DL 211”) se encarga de señalar qué conductas se consideran un *atentado contra la libre competencia*, dando algunos ejemplos de ellas.

I.1. Atentados contra la Libre Competencia

Se considera un atentado contra la libre competencia cualquier hecho, acto o convención que impide, restringe o entorpece la libre competencia, o que tienda a producir dichos efectos. En ese contexto, se considerarán como hechos, actos o convenciones que impiden, restringen o entorpecen la libre competencia o que tienden a producir dichos efectos, entre otros, los siguientes:

- (a) Los acuerdos o prácticas concertadas que involucren a competidores entre sí, y que consistan en fijar precios de venta o de compra, 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.
- (b) La explotación abusiva por parte de un agente económico, o un conjunto de ellos, de una posición dominante en el mercado, fijando precios de compra o de venta, imponiendo a una venta la de otro producto, asignando zonas o cuotas de mercado o imponiendo a otros abusos semejantes.
- (c) Las prácticas predatorias, o de competencia desleal, realizadas con el objeto de alcanzar, mantener o incrementar una posición dominante.
- (d) La participación simultánea de una persona en cargos ejecutivos relevantes o de director en dos o más empresas competidoras entre sí, siempre que el grupo empresarial al que pertenezca cada una de las referidas empresas tenga ingresos anuales por ventas, servicios y otras actividades del giro que excedan las cien mil unidades de fomento en el último año calendario.

Como se advierte, en general la prohibición abarca: (i) ciertos actos horizontales (acuerdos o prácticas concertadas entre competidores); y (ii) ciertos actos unilaterales (abuso de posición dominante y competencia desleal), además de la nueva conducta consistente en compartir altos ejecutivos entre empresas competidoras, conocida también como interlocking.

I.2. Acuerdos o Prácticas Concertadas entre Competidores

Los acuerdos horizontales o prácticas concertadas a las que se refiere el artículo 3° del DL 211, son conductas desarrolladas en forma conjunta o coordinada por dos o más competidores. En el caso de los acuerdos o prácticas concertadas que consisten en fijar precios de venta o de compra, limitar la producción, asignarse zonas o cuotas de mercado o afectar el resultado de procesos de licitación, no tiene relevancia si ellas confieren o no poder de mercado, por cuanto la conducta es sancionable por el solo hecho de realizarla. En el caso de los acuerdos o prácticas concertadas que consistan en determinar condiciones de comercialización o excluir a actuales o potenciales competidores, para que sean sancionables, se requiere además que ellas les confieran poder de mercado a los agentes que las realizan.

El concepto de *acuerdo* tiene un sentido amplio para estos efectos: puede ser formal o informal, escrito u oral; puede encontrarse contenido en un documento, en correos electrónicos, una llamada telefónica o haberse establecido en el curso de una negociación; puede resultar de una comunicación directa o por comunicaciones desarrolladas a través de una tercera parte en común; a través de un “acuerdo de caballeros” o conversaciones informales.

El concepto de *prácticas concertadas*, implica una forma de coordinación entre competidores que, sin llegar a ser un acuerdo, substituye a sabiendas la competencia espontánea por un mecanismo coordinado. En el fondo, se trata de sustituir la incertidumbre propia de la competencia por cierta coordinación que afecta la dinámica competitiva individual.

En general, cualquier acuerdo o práctica concertada entre competidores implica un *intercambio de información*. En efecto, dicho intercambio de información puede ser un mecanismo para monitorear el cumplimiento de un acuerdo colusivo, para que éste se mantenga en el tiempo, o bien, puede ser el motivo por el cual las empresas que participan de dicho intercambio de información, se inhiban de competir, adoptando un

comportamiento coordinado y distinto de aquel que habrían tenido espontáneamente en el mercado de no contar con esa información.

De allí que el intercambio de información entre competidores sea un tema que debe tratarse con extrema cautela pues su sola constatación, bajo determinadas condiciones, bastaría para concluir que las empresas involucradas han incurrido en una conducta contraria a la libre competencia.

I.3. Consecuencias para Quienes Incurran en Atentados a la Libre Competencia

Las contravenciones a las normas de libre competencia son sancionadas cada vez con más severidad, contemplando la normativa contenida en el DL 211 las siguientes sanciones:

- (a) Modificar o poner término a los actos, contratos, convenios, sistemas o acuerdos que sean declarados como contrarios al DL 211;
- (b) Ordenar la modificación o disolución de compañía, corporaciones y demás organizaciones que hubieren intervenido en los actos, contratos, convenios, sistemas o acuerdos declarados ilegales; y/o
- (c) Imponer multas que pueden alcanzar montos de hasta una suma equivalente al 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. En el evento de que no sea posible determinar las ventas ni el beneficio económico obtenido por el infractor, el Tribunal podrá aplicar multas hasta por una suma equivalente a 60.000 Unidades Tributarias Anuales por infracción, incluyendo responsabilidades personales -vía pago de multas de hasta la misma cantidad- para los individuos responsables de tales infracciones (consejeros, directores, gerentes, ejecutivos o trabajadores involucrados en la realización del acto respectivo).
- (d) En los casos de colusión, se puede imponer además la prohibición de contratar a cualquier título con órganos de la administración centralizada o descentralizada del Estado, con organismos autónomos o con instituciones, organismos, empresas o servicios en los que el Estado efectúe aportes, con el Congreso Nacional y el Poder Judicial, así como la prohibición de adjudicarse cualquier

concesión otorgada por el Estado, hasta por el plazo de cinco años contado desde que la sentencia definitiva quede ejecutoriada.

- (e) Por último, y tras las modificaciones introducidas al DL 211 en el año 2016, se podrá aplicar la pena de presidio menor en su grado máximo a presidio mayor en su grado mínimo (3 años y un día a 10 años) a quien celebre u ordene celebrar, ejecute u organice un acuerdo que involucre a dos o más competidores entre sí, para fijar precios de venta o de compra de bienes o servicios en uno o más mercados; limitar su producción o provisión; dividir, asignar o repartir zonas o cuotas de mercado; o afectar el resultado de licitaciones realizadas por empresas públicas, privadas prestadoras de servicios públicos, u órganos públicos.

Aparejada a dicha pena, se establece la inhabilitación absoluta temporal, en su grado máximo (siete años y un día a diez años) para ejercer el cargo de director o gerente de una sociedad anónima abierta o sujeta a normas especiales, el cargo de director o gerente de empresas del Estado o en las que éste tenga participación, y el cargo de director o gerente de una asociación gremial o profesional.

Los atentados a la libre competencia también pueden dar lugar a acciones civiles por los perjuicios causados a terceros, tales como competidores, proveedores o clientes.

Por último, infringir la libre competencia acarrea perjuicios comunicacionales y de imagen, no solamente para el agente económico involucrado, sino que también para los colaboradores que participaron o se beneficiaron de los ilícitos.

En virtud de lo anterior, violar la normativa de libre competencia no debiera ser visto nunca como una solución aceptable o beneficiosa. Más aun, invocar el desconocimiento de dicha normativa no constituye una justificación aceptable.

Dado que Supermercados de Chile A.G. es una entidad gremial que *reúne competidores*, el principal riesgo al que se ve expuesta es a una eventual coordinación entre sus socios. De allí que su Política de Libre Competencia rechaza un comportamiento de esa naturaleza junto con establecer ciertas directrices generales para aminorar el riesgo mencionado.

II.

POLÍTICA DE LIBRE COMPETENCIA DE SUPERMERCADOS DE CHILE A.G.

La presente política de libre competencia es una herramienta fundamental para cumplir los fines de Supermercados de Chile A.G., específicamente el fin de propiciar el desarrollo y perfeccionamiento de la industria supermercadista, en un ambiente de sana y libre competencia, para maximizar con ello el bienestar social.

En efecto, los valores y principios de la libre competencia son fundamentales para que las economías de mercado logren su mayor potencial de creación de bienestar y riqueza para la sociedad en su conjunto. A través de ésta se motiva a las empresas a producir bienes y servicios de la manera más eficiente posible, mejorando su calidad y disminuyendo los precios, lo que mejora las condiciones económicas de los consumidores y de la sociedad toda. Los costos de infringir estas normas y principios son sustanciales, tanto para la sociedad como un todo, como para los agentes económicos involucrados directamente. Por ello, las conductas contrarias a estos principios se encuentran en directa colisión con el bienestar general de la comunidad.

Supermercados de Chile A.G. es parte de la comunidad que integra, lo que conlleva el deber de contribuir positivamente a su bienestar. En términos concretos, en lo que a su política de libre competencia respecta, ello se traduce en el irrestricto respeto a las normas y principios que la protegen, contenidas en el DL 211 y en las decisiones de los organismos encargados de velar por el cumplimiento de estas normas.

II.1. Aplicación y Alcance de la Política de Libre Competencia

Esta política es de cumplimiento obligatorio para las siguientes personas naturales o jurídicas:

- (a) Los socios de Supermercados de Chile A.G.;
- (b) Las personas naturales que participen en Supermercados de Chile A.G., en cualquier instancia, en representación de uno cualquiera de sus socios; y,
- (c) Los trabajadores de Supermercados de Chile A.G.

II.2. NO a Conductas Coordinadas

Una de las conductas más graves en materia de libre competencia es la conducta coordinada de competidores en materias comerciales, conductas que también son conocidas como prácticas colusivas. Las prácticas colusivas pueden coordinarse a través de acuerdos, propiamente tales, o a través de prácticas concertadas. La diferencia entre estas dos categorías estriba básicamente en qué tan explícita es la voluntad de actuar coordinadamente, cuestión que, en todo caso, en nada cambia la reprochabilidad de la conducta, ni la sanción aplicable.

II.2.1. Decisiones comerciales

Dado lo anterior, las decisiones comerciales deberán ser siempre adoptadas de manera independiente y unilateral por quienes participan en la industria supermercadista. Jamás deberán ser acordadas por los socios de Supermercados de Chile A.G.

Son decisiones comerciales y, por lo mismo, especialmente sensibles en materia de competencia, entre otras, las que se refieren a:

- Precios de venta de productos;
- Precios de compra de insumos;
- Cantidades de venta de productos;
- Cantidades de compra de insumos;
- Calidades de los productos que se venden;
- Calidades de los productos que se compran;
- Condiciones comerciales de venta de productos, en general;
- Condiciones comerciales de compra de insumos, en general;
- Condiciones de los contratos de trabajo; e,
- Inversiones futuras.

Las decisiones comerciales deben ser el resultado exclusivo de la interacción entre la oferta y la demanda, en procesos de negociación individuales entre cada empresa que participa en la industria supermercadista con cada uno de sus respectivos proveedores, con cada uno de sus respectivos clientes y con cada uno de sus respectivos trabajadores.

II.2.2. Comunicaciones e intercambio de información entre socios

Las comunicaciones entre competidores facilitan los acuerdos y prácticas colusorias. Tales comunicaciones no requieren de ninguna formalidad para que sean reprochables. Así, una coordinación puede materializarse a través de comunicaciones verbales, escritas, presenciales o no presenciales, electrónicas, e incluso por medio de terceros.

Pueden derivar en coordinaciones punibles incluso comunicaciones que no expliciten de manera alguna la intención de coordinarse. Así, por ejemplo, el mero traspaso de información estratégica en determinados contextos puede derivar en prácticas concertadas que tienen el mismo efecto que acuerdos colusorios explícitos.

Se considerará, entre otros, información estratégica y, por lo mismo, especialmente sensible para la competencia, la siguiente:

- Políticas de precios (precios actuales o futuros);
- Actividades promocionales;
- Servicios contratados o por contratar;
- Orden de puesta en marcha de nuevos productos;
- Estructuras de costos;
- Volúmenes de producción;
- Planes de desarrollo;
- Participaciones de mercado de los miembros de una industria o sector;
- Políticas de importaciones;
- Listas de clientes;
- Políticas de descuentos;
- Términos y condiciones de pago;
- Condiciones comerciales;
- Desarrollos particulares;
- Estrategias comerciales;
- Días y horarios de funcionamiento; y,
- Técnicas para el diseño y contenido de propuestas para licitaciones futuras.

En razón de lo anterior, se encuentra estrictamente prohibido comunicar, por cualquier vía o medio, información estratégica de los socios de Supermercados de Chile A.G., salvo que dicha información sea histórica o de fuente pública.

II.2.3. *Protocolo de reuniones*

Al interior de la Asociación se realizan diferentes tipos de reuniones, entre ellas, asambleas de asociados, reuniones de Directorio, comités y grupos de trabajo. Éstas, al reunir competidores, pueden facilitar instancias de riesgo mediante el intercambio de información sensible. Por lo anterior, la Asociación ha establecido la obligatoriedad del cumplimiento de las siguientes medidas en resguardo de la Libre Competencia.

- a) Citación y Agenda: Previo a las reuniones o sesiones de comité, cada asistente deberá ser citado a través del correo electrónico previamente registrado en la Asociación. En dicha citación se deberá incluir la agenda con las materias concretas que serán abordadas, las que deberán seguirse estrictamente. Se dejará constancia en actas de las materias previstas en la agenda, las efectivamente abordadas y, en el caso excepcional que se trate algún tema que no haya sido incluido en la agenda previamente, la explicación que justifique dicha situación. Lo anterior, tiene como principal finalidad informar a los asistentes los asuntos a debatir a objeto de que puedan preparar de forma adecuada su intervención y, al mismo tiempo, permitir la revisión por parte de los mismos de aquellas materias que puedan generar dudas respecto al respeto a la libre competencia. Se encuentra prohibido para los asistentes a las reuniones el circular cualquier tipo de documentación privada relativa a la reunión. La Asociación deberá llevar un registro oficial de las citaciones y agendas.

- b) Conducta en reuniones:
 - i) *Asistencia abogado experto en libre competencia*: Tanto en las reuniones de Directorio como de Comités o grupos de trabajo, deberá asistir un abogado experto en libre competencia. Sus principales funciones serán: (a) velar por que las discusiones se centren exclusivamente en lo establecido en la agenda; (b) levantar acta de los temas tratados en la reunión o asamblea; (c) absolver consultas de libre competencia. Al inicio de cada reunión, la persona a cargo deberá dar lectura a la agenda previamente enviada. En dicha instancia, podrán los asistentes advertir sobre dudas relativas a la Libre competencia o cualquier otra normativa particular las cuales serán resueltas por el abogado experto. Si el abogado presenciare una conducta que considere pudiere ser riesgosa desde la perspectiva de la libre competencia, deberá representarlo, dejando constancia en actas de ello y de las medidas que adoptadas por los asociados al respecto.
 - ii) *Prohibición absoluta de intercambiar*

información sensible o estratégica de los asociados: Estará absolutamente prohibido intercambiar información sensible o estratégica de los asociados. Para efectos de esta política y de la libre competencia, se entiende que es información sensible o estratégica, aquella información no pública que de ser conocida por un competidor podría influir en sus decisiones de comportamiento en el mercado. El intercambio de información sensible conlleva el riesgo de conductas coordinadas o prácticas concertadas entre competidores, las que son de extremada gravedad para libre competencia.

II.2.4. *Relación con la Autoridad*

En función del artículo tercero, letra c) de los estatutos, la Asociación tiene el deber de representar al Gremio ante cualquier autoridad o persona natural o jurídica. Por lo anterior, tanto la Asociación como sus asociados y personal están obligados a siempre mantener relaciones con la autoridad basadas exclusivamente en la estricta observancia de las normas legales y reglamentarias aplicables, especialmente con aquellos entes públicos que los regulan y fiscalizan.

Consecuentemente, el trato con funcionarios públicos deberá ser de manera respetuosa, pública y transparente. Finalmente, para el caso en que la autoridad requiera información de la Asociación por cualquier causa, ésta invitará a sus asociados a entregar sus posturas, las que serán recogidas para su entrega, con estricta sujeción a la sección II.2.5 del presente Código.

II.2.5. *Entrega de información a terceros que no son competidores*

Supermercados de Chile A.G. muchas veces contrata estudios con terceros que, para ser elaborados, requieren de la entrega de información por parte de sus socios, la que podría ser información estratégica.

En dicho caso, se debe tener presente que la entrega de dicha información será siempre de carácter voluntario para los socios de Supermercados de Chile A.G. La referida información deberá ser entregada directamente por su titular al tercero que vaya a elaborar el estudio, sin copiar a trabajadores de la asociación gremial ni a personas que representen a otros socios de Supermercados de Chile A.G. Además, dicha información deberá ser entregada bajo confidencialidad y con la obligación de procesarla dando lugar a resultados que cumplan las siguientes directrices de libre competencia:

- Difundir información de los asociados sólo en forma agregada y para materias generales, sin permitir individualizar agentes, áreas geográficas específicas o líneas de productos determinados, o que éstos se puedan deducir fácilmente; y,
- La información difundida no debería revelar ni sugerir datos de asociados individualmente identificables o de transacciones específicas.

II.2.6. *Comunicación estratégica del gremio y vocerías*

Supermercados A.G. muchas veces se ve enfrentada a tener que dar su opinión ante los medios de comunicación. Además, para cumplir las finalidades que le son propias y fomentar el desarrollo de la industria, en reiteradas oportunidades se ve en la necesidad de divulgar su posición respecto de los problemas que afectan al mercado supermercadista.

A este respecto, los voceros, debidamente designados, son las únicas personas autorizadas para emitir comunicación estratégica en representación de Supermercados Chile A.G. La vocería deberá recaer en el Presidente de la asociación. Sin perjuicio de ello, el Directorio de Supermercados de Chile A.G. podrá designar voceros adicionales en caso de ser necesario, definiendo la oportunidad y modo específico en que cumplirán su labor. La postura comunicacional de Supermercados de Chile A.G. será siempre adoptada por su Directorio, en base a los factores comunes que afecten a la totalidad de sus socios.

Los voceros deberán evitar incurrir en las siguientes prácticas: i) referirse a aspectos comerciales de cada uno de los socios, ii) realizar recomendaciones respecto de variables comerciales futuras.

II.3. **Acciones de Información, Promoción y Reforzamiento de la Política de Libre Competencia. Entre ellas: Asesoría Legal Especializada y Guía Práctica de Comportamiento en Supermercados de Chile A.G.**

Es deber del Directorio de Supermercados de Chile A.G. informar, promover y reforzar la presente política de libre competencia.

Dentro de las medidas que ha implementado el Directorio de Supermercados de Chile A.G., en el sentido antes señalado, se encuentran, por una parte, la de contar con la colaboración permanente de un *abogado experto en temas de libre competencia*, quien podrá ser consultado por las personas individualizadas en el numeral II.1 anterior, en caso de dudas sobre la sujeción de determinadas acciones a esta política; y, por otra parte, la de contar con una *Guía Práctica de Conductas Permitidas y Prohibidas* al interior de Supermercados de Chile A.G., la cual se adjunta en calidad de Anexo A.

III. INVESTIGACIONES DE LA FISCALÍA NACIONAL ECONÓMICA

La Fiscalía Nacional Económica (“FNE”) es la autoridad responsable de velar por el cumplimiento de la normativa de libre competencia en Chile, para lo cual debe instruir investigaciones destinadas a comprobar si han existido o no atentados a la libre competencia.

Con el objeto de que los directores, miembros de los comités y trabajadores de Supermercados de Chile A.G. cuenten con información útil sobre tales investigaciones, concretamente sobre las facultades de la FNE en el marco de una investigación (especialmente tratándose de investigaciones por supuestos acuerdos o prácticas concertadas entre competidores), como también sobre los derechos de quienes sean investigados, se adjunta en calidad de Anexo B un *Manual sobre Investigaciones FNE*.

Lo anterior permitirá a las personas que participan en Supermercados de Chile A.G. enfrentar las investigaciones de la FNE, de manera adecuada, conciliando la necesaria colaboración a la autoridad con el resguardo de sus derechos.

IV. PROCEDIMIENTO INTERNO ANTE INFRACCIONES A LA NORMATIVA DE LIBRE COMPETENCIA

Si un socio hubiera incurrido en una conducta contraria a la libre competencia, declarada por sentencia judicial ejecutoriada (“La sentencia”), la Asociación iniciará el procedimiento regulado en esta sección. En tanto no exista sentencia judicial

ejecutoriada, registrá plenamente el principio de inocencia con respecto al socio, por lo tanto, aquél podrá ejercer todos sus derechos como miembro de la Asociación.

IV.1. Aspectos orgánicos

La Asociación contará con una Comisión de Disciplina Gremial (“Comisión”) integrada y con las funciones que se describen en el presente título.

La Comisión estará a cargo de determinar las medidas gremiales que correspondan respecto del socio que hubiere incurrido en una conducta contraria a la libre competencia.

La Comisión estará conformada por quien ejerza la presidencia de la Asociación, el gerente de desarrollo de ésta, un abogado experto en libre competencia y un director de la Asociación que no sea de las empresas condenadas por la sentencia. Los dos últimos integrantes mencionados no deberán tener conflictos de interés (tales como ser o haber sido administrador, gerente, trabajador dependiente, asesor o prestador de servicios profesionales del socio correspondiente, en los últimos cinco años). El abogado experto en libre competencia y el director serán elegidos por quien ejerza la presidencia de la Asociación.

En el evento que alguno de los integrantes de la Comisión, durante el desarrollo del procedimiento indicado en la sección siguiente, quedara imposibilitado de seguir participando, deberá nombrarse a un nuevo integrante en su reemplazo, quien deberá cumplir los requisitos indicados en el párrafo anterior.

La Comisión se constituirá para cada caso y se mantendrá vigente hasta que informe al Directorio sobre el cumplimiento de su cometido, conforme se indica al final de la sección IV.2 siguiente.

IV.2. Aspectos procedimentales

o Constitución de la Comisión

Dentro de los 60 días hábiles administrativos siguientes de encontrarse ejecutoriada la sentencia judicial que declare que un socio incurrió en una conducta contraria a la libre competencia, quien ejerza la presidencia de la Asociación deberá constituir

formalmente la Comisión, para lo cual deberá informar al gerente de desarrollo y elegir al abogado experto en libre competencia y al director, todos los cuales conformarán la Comisión. De la constitución formal de la Comisión se deberá dejar constancia escrita.

o *Procedimiento y decisión de la Comisión*

La Comisión determinará el procedimiento al que se sujetará, el cual deberá llevarse conforme a los siguientes principios:

- **Imparcialidad:** Mantener siempre la independencia de opinión y la objetividad.
- **Trato digno:** Se tratará al socio y a toda persona que intervenga en su representación con respeto y dignidad.
- **Confidencialidad:** Manteniendo reserva de los datos aportados en el procedimiento por el socio.
- **Debido proceso:** incluye el derecho del socio a conocer oportunamente el presente procedimiento y los antecedentes que obren en poder de la Comisión, el derecho a realizar sus descargos y aportar antecedentes en su favor, y, en general, la garantía de un proceso objetivo y justo.
- **Bilateralidad de la audiencia:** la Comisión necesariamente deberá escuchar al socio involucrado y recibir los documentos que sean entregados como respaldo de sus argumentaciones.

Para determinar la medida gremial a adoptar, la Comisión considerará todos los elementos que permitan ponderar adecuadamente la gravedad de los hechos, entre otros los siguientes:

- 1) Tiempo transcurrido desde el cese de la conducta declarada contraria a la libre competencia;
- 2) Existencia de gestiones realizadas por el socio, con posterioridad a la conducta declarada contraria a la libre competencia y con anterioridad a la sentencia judicial ejecutoriada, para terminar la conducta en cuestión y precaver su futura ocurrencia;
- 3) Presencia o no de altos ejecutivos involucrados directa y activamente en los hechos contrarios a la libre competencia; y,
- 4) Magnitud de las multas aplicadas en comparación con los máximos legales.

Dentro del plazo máximo de 40 días hábiles administrativos desde su constitución, la Comisión deberá determinar la medida gremial que se adoptará, la que podrá consistir en amonestación verbal o por escrito del socio, o suspensión temporal del mismo.

Las decisiones de la comisión se adoptarán por la mayoría de sus miembros y, en caso de empate, quien ejerza la presidencia de la Asociación, que será también el Presidente de la Comisión, tendrá voto dirimente.

En caso de que la Comisión opte por la suspensión temporal, esta será por un mínimo de un mes y un máximo de seis meses. La suspensión temporal implicará para el socio la imposibilidad de ejercer sus derechos como miembro de la Asociación, en especial, la de ejercer cargos en el Directorio por el periodo que dure la suspensión. Las obligaciones pecuniarias para con la Asociación Gremial se mantendrán inalteradas y seguirán siendo exigibles durante el periodo de suspensión.

o *Declaración de sujeción a los lineamientos de libre competencia*

Si la medida adoptada fuese la suspensión temporal, el socio tendrá el deber de presentar a la Comisión a la brevedad y, en todo caso, antes del término de la suspensión temporal, una declaración donde (i) exprese que conoce y comparte los lineamientos de libre competencia comprendidos en el Código de Libre Competencia de la Asociación y, en consecuencia, se sujetará a ellos; e, (ii) informe, en términos generales, las medidas que adoptará o ha adoptado para resguardar que sus colaboradores se ajusten a los lineamientos de libre competencia y los plazos estimados para ello. Tales medidas podrán consistir en diseñar e implementar un Programa de Cumplimiento de Libre Competencia basado en la Guía de Programas de Cumplimiento de la Normativa de Libre Competencia" (material de promoción N° 3) elaborada por la Fiscalía Nacional Económica, de junio de 2012, o la que la reemplace, en caso de no contar con uno, o en el caso de ya contar con uno, reforzarlo y perfeccionarlo con expresa mención de cuáles son las medidas que tenderán a evitar que situaciones como las incluidas en la sentencia ejecutoriada vuelvan a ocurrir en el futuro. Lo anterior es sin perjuicio de adoptar otras medidas, alternativas o copulativas a las ya descritas, que vayan en línea con asegurar la adherencia del socio a la política y deberes de conducta, en el ámbito de la libre competencia, comprendidos en el presente Código de Libre Competencia de la Asociación.

La declaración del socio deberá ser firmada por el Presidente del Directorio y por el Gerente General.

La Comisión deberá entregar un informe escrito al Directorio de la Asociación sobre el cumplimiento de su cometido y sobre la declaración de sujeción a los lineamientos de

libre competencia de la Asociación entregada por el socio. De ello deberá dejarse constancia en el acta de la sesión correspondiente.

IV.3. Intervención del Directorio en caso de omitirse la declaración de sujeción a los lineamientos de libre competencia de la Asociación y en caso de no implementarse las medidas de resguardo de libre competencia allí informadas u otras alternativas

El Directorio podrá decidir excluir de la Asociación al socio involucrado en este procedimiento: (i) si, habiendo terminado la suspensión temporal, la declaración de sujeción a los lineamientos de libre competencia aludida con anterioridad no se hubiera presentado; y, ante la solicitud posterior del Directorio de que le sea entregada esta declaración dentro de un plazo razonable por él informado, el socio nuevamente no lo hiciera; o, (ii) si habiéndose presentado la declaración de sujeción a los lineamientos de libre competencia, el socio no hubiera implementado las medidas de resguardo allí informadas ni otras medidas alternativas en su reemplazo. El Directorio podrá solicitar al socio información sobre este último punto.

De configurarse lo señalado en el párrafo anterior, el Directorio comunicará al socio su decisión de exclusión de la Asociación, la causal que lo justifica y la fecha a partir de la cual regirá. Dicha comunicación se efectuará personalmente o mediante carta certificada. Las conductas descritas en la presente sección IV.3 constituyen infracciones graves de las obligaciones de un socio para con la Asociación.

En caso de excluirse a un socio de la Asociación, por alguna de las dos causales antes señaladas, dicho socio no podrá solicitar nuevamente su incorporación a la Asociación dentro del plazo de un (1) año.

Fecha de actualización: 1 de julio de 2020

ANEXO A

GUÍA PRÁCTICA: CONDUCTAS PERMITIDAS Y PROHIBIDAS EN SUPERMERCADOS DE CHILE A.G.

<p>SÍ: participe en las actividades que se desarrollen por Supermercados de Chile A.G. que correspondan a su misión y objetivos, explicitados en sus Estatutos, y que sean legítimos desde el punto de vista de la libre competencia.</p> <p>Si tiene dudas respecto de ello, consulte la opinión de un asesor legal que verifique lo anterior.</p>	<p>NO: participe en actividades de Supermercados de Chile A.G. que no correspondan a la definición de su misión y los objetivos que persigue.</p> <p>NO: participe en actividades desarrolladas por Supermercados de Chile A.G. que amparen o promuevan infracciones a la competencia, tales como aquellas que tengan por objeto o efecto que los miembros de Supermercados de Chile A.G. coordinen sus decisiones comerciales o excluyan o impidan la entrada al mercado</p>
<p>SÍ: recuerde que los socios deben tomar sus propias decisiones de manera individual, sin discutir con sus competidores respecto de cómo ofrecer o vender sus productos o servicios, o a qué precio o bajo qué condiciones.</p> <p>SÍ: evite todo tipo de intercambios de información relevante al interior de Supermercados de Chile A.G., sea por escrito, oralmente o a través de acciones no verbales. Se 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. Son ejemplos de este tipo de información la relativa a los siguientes aspectos:</p> <p>Inversiones futuras;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Afluencia de público; • Días y horarios de funcionamiento; • Ventas (actual o proyectada); • Cartera de proveedores, o la individualización de alguno de ellos; • Política de importaciones (actual o proyectada); 	<p>NO: permita que en Supermercados de Chile A.G. se traten temas o se acuerden acciones entre socios (independiente de si es verbalmente, por escrito o a través de cualquier acción no verbal), en relación con:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inversiones futuras; • Afluencia de público; • Días y horarios de funcionamiento; • Ventas (actual o proyectada); • Cartera de proveedores, o la individualización de alguno de ellos; • Política de importaciones (actual o proyectada); • Precios de venta vigentes o futuros, políticas de precios o método de cálculo de éstos, o períodos de cambios de precios y políticas de descuentos; • Costo presente de productos o servicios, o estimaciones de costos futuros; • Márgenes presentes o estimaciones futuras de los mismos; • Cualquier condición comercial de compra o venta (condiciones de crédito, de pago, descuentos,



<ul style="list-style-type: none"> • Precios de venta vigentes o futuros, políticas de precios o método de cálculo de éstos, o períodos de cambios de precios y políticas de descuentos; • Costo presente de productos o servicios, o estimaciones de costos futuros; • Márgenes presentes o estimaciones futuras de los mismos; • Cualquier condición comercial de compra o venta (condiciones de crédito, de pago, descuentos, comisiones, tasas de interés, cobro de servicios o términos para la entrega de productos); • Participaciones de mercado; • Presupuestos de productos; • Productos o servicios ofrecidos, o propuestas o participación en licitaciones; y • Costos laborales y dotación presente o futura. 	<p>comisiones, tasas de interés, cobro de servicios o términos para la entrega de productos);</p> <ul style="list-style-type: none"> • Participaciones de mercado; • Presupuestos de productos; • Productos o servicios ofrecidos, o propuestas o participación en licitaciones; y • Costos laborales y dotación presente o futura.
<p>SÍ: participe en reuniones de Supermercados de Chile A.G. en las que, en todo momento, los temas de discusión y debate sean de naturaleza pro-competitiva, como por ejemplo, mejoras en normas de seguridad o adopción de códigos de seguridad, cambios de los estándares técnicos existentes o adopción de leyes y regulaciones.</p>	<p>NO: participe en reuniones de Supermercados de Chile A.G. u otras reuniones entre socios, que tengan la intención explícita de limitar la competencia en el mercado, o que sin tener esa intención explícita generen efectos que afecten la competencia en el mercado.</p>
<p>SÍ: solicite y tome conocimiento anticipado de la agenda o tabla de temas de toda reunión de Supermercados de Chile A.G., ya sean reuniones ampliadas o de comités o comisiones, y asista solamente a aquellas que cubran temas apropiados de tratar con competidores.</p> <p>SÍ: deje constancia en actas y represente su opinión, en caso de que los temas tratados difieran de los anticipados en la agenda o tabla correspondiente, sobre todo si se relacionan con temas comerciales y/o estratégicos de los miembros de Supermercados de Chile A.G.</p>	<p>NO: asista ni participe en reuniones de Supermercados de Chile A.G., o en otras reuniones entre asociados competidores, si no sabe de antemano cuál es el objeto de la reunión ni qué temas se pretenden abordar.</p>
<p>SÍ: tome notas personales de los temas discutidos y acuerdos alcanzados en las reuniones y sesiones de Supermercados de Chile A.G. a las que asista, para futuras referencias.</p>	



<p>SÍ: guarde copias de las agendas, actas, materiales entregados y minutas de todas las reuniones de Supermercados de Chile A.G., así como de toda correspondencia con ésta.</p>	
<p>SÍ: utilice la información provista por Supermercados de Chile A.G. que promueva fines legítimos y pro-competitivos.</p> <p>En caso contrario, SÍ informe a los asesores legales de su empresa y comuníquese por escrito con Supermercados de Chile A.G., explicando los motivos por los que su empresa no está interesada en recibir ese tipo de información, y guarde una copia de esta comunicación en sus registros.</p>	<p>NO: solicite información a Supermercados de Chile A.G. que involucre información comercial de los socios, y en caso de recibirla, deje constancia de su rechazo y en ningún caso la utilice.</p>
<p>SÍ: utilice información provista por Supermercados de Chile A.G., elaborada por ella o por terceros a su nombre, cuando:</p> <ul style="list-style-type: none">• presente datos agregados de la industria o considere el análisis de éstos;• se refiera a información histórica, presentada como promedios o rangos, sin identificar a ninguno de los socios; y,• considere cualquier información de dominio público, debidamente sistematizada.	
<p>SÍ: proporcione información a Supermercados de Chile A.G. en la medida que ésta haya sido evaluada por los asesores legales de su empresa, o como regla general, se refiera a datos históricos de la empresa, en la forma más agregada posible.</p>	<p>NO: proporcione ninguna información a Supermercados de Chile A.G., sin que tal requerimiento de información haya sido evaluado por los asesores legales de su empresa.</p> <p>Como regla general, NO entregue a Supermercados de Chile A.G. información definida como relevante en este documento. En caso de ser necesaria la entrega de dicha información para la elaboración de un estudio, entréguela sólo si el estudio es efectuado por un tercero independiente. En dicho caso, entregue tal información directamente al tercero independiente, sin emplear para ello a Supermercados de Chile A.G., y exíjale obligación de confidencialidad y obligación de tratar la</p>



SUPERMERCADOS
D E C H I L E A. G.

	información siguiendo las directrices de libre competencia.
	NO: participe en estudios de mercado, encuestas o ejercicios comparativos que lleve a cabo Supermercados de Chile A.G. (o terceros en su nombre), que por su diseño permita individualizar a los informantes y por esta vía, que tanto su información como la de sus competidores que participan en el estudio, pueda ser identificada.
SÍ: proponga y promueva el cumplimiento de las disposiciones legales en materia de libre competencia al interior de Supermercados de Chile A.G.	

ANEXO B

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA DEL GREMIO

Por tratarse de un gremio de alta relevancia para el país, cuyos asociados venden bienes masivamente a la generalidad de la población, la opinión de Supermercados de Chile A.G. (“ASACH”) es constantemente requerida por los medios de comunicación nacionales. Asimismo, para cumplir las finalidades que le son propias y fomentar el desarrollo de la industria, muchas veces ASACH se ve en la necesidad de divulgar su posición respecto de los problemas que afectan al mercado supermercadista.

En su constante preocupación por guardar el más estricto apego a las disposiciones legales y regulatorias que le son aplicables y, en específico, con el objeto de prevenir las conductas coordinadas de sus socios, ASACH debe tener especial cuidado de que las opiniones que emitan sus voceros no generen riesgos de coordinación entre los supermercados, ni provoquen otro tipo de riesgos anticompetitivos.

Los voceros, debidamente designados, son las únicas personas autorizadas para emitir comunicación estratégica en representación de ASACH, sea ésta dirigida al público general o a terceros en particular. En el ejercicio de su labor, los voceros deben evitar incurrir en las siguientes prácticas:

- Referirse a aspectos comerciales, tales como condiciones de compra y venta, precios actuales y proyectados, cambios de precios, márgenes, descuentos, términos de venta y condiciones de pago; capacidad, producción y distribución de la industria; planes de sus asociados; planes de aprovisionamiento, diseño, características, distribución, marketing y fechas de lanzamiento de productos; costos actuales y proyectados de la industria; y volumen de venta; ubicación futura de locales.
- Realizar recomendaciones respecto de variables comerciales futuras tales como costo de adquisición de las mercaderías, precios de venta al público, aprovisionamiento y cantidades a vender u otras variables competitivas.

Para estos efectos, según ha indicado la Fiscalía Nacional Económica, las “recomendaciones” no sólo corresponden a aquellas vinculantes respecto de los socios del gremio, sino también a toda aquella que constituya una expresión razonable de la voluntad de la asociación y que pueda influir en la conducta o posición de sus miembros sobre temas que afecten el desempeño del o los mercados en los que participan.

- Divulgar al público “información relevante”, en los términos definidos precedentemente en este documento; y
- Referirse a aspectos particulares de un asociado. Sólo excepcionalmente puede prestarse declaración respecto de un asociado específico, en la medida que afecte a la industria o al gremio únicamente respecto de materias generales.

Lo señalado respecto de la comunicación estratégica es también aplicable a la “publicidad gremial”, esto es, aquella publicidad efectuada por la asociación gremial con el objeto de promover la industria.

a) Vocerías

La vocería deberá recaer en el Presidente de la asociación, quien tiene la característica de ser independiente, esto es, no ser parte de ninguno de los asociados. Sin perjuicio de ello, el Directorio de Supermercados de Chile A.G. podrá designar voceros adicionales en caso de ser necesario, definiendo la oportunidad y modo específico en que cumplirán su labor.

ASACH deberá capacitar a los voceros en materia de libre competencia y brindarles la asesoría permanente de abogados expertos en libre competencia.

b) Mecanismo de definición de postura del gremio

Para efectos de evitar incurrir en las prácticas antes singularizadas, la postura comunicacional de Supermercados de Chile A.G. será siempre adoptada por su Directorio, en base a los factores comunes que afecten a la totalidad de sus socios. Ello es aplicable tanto a la comunicación estratégica de carácter público como privado.

En la elaboración de la postura, los asociados no pueden compartir sus respectivas estrategias comunicacionales, ni ninguna otra información relevante.