

CAPACITACIÓN EN LIBRE COMPETENCIA



SUPERMERCADOS
DE CHILE A.G.

JUNIO 2024

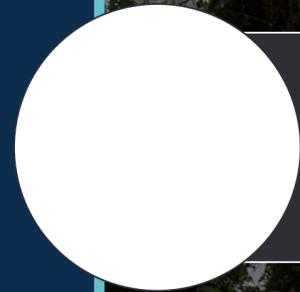


A N I N A T
A B O G A D O S

TEMAS DE INTERÉS



LIBRE COMPETENCIA



ASOCIACIÓN GREMIAL



COMPLIANCE



SUPERMERCADOS
DE CHILE A.G.

JUNIO 2024



ANINAT
ABOGADOS

LIBRE COMPETENCIA



SUPERMERCADOS
DE CHILE A.G.

JUNIO 2024



A N I N A T
A B O G A D O S



ENDURECIMIENTO DE LA NORMATIVA Y DEL ENTORNO DE NEGOCIOS

Altos estándares de Normativa de Libre Competencia

Criminalización de Conductas
Colusivas

Fiscalización permanente por
parte de la FNE al Retail

Obligaciones de Cumplimiento
normativo

Nueva Ley de Delitos Económicos

Refuerzos en contra de ilícito
de Colusión y Manipulación de
Precios.

Sanciones penales a la
obstaculización de
investigaciones de la FNE

Ocultación o entrega de
Información Falsa

ENDURECIMIENTO DE LA NORMATIVA Y DEL ENTORNO DE NEGOCIOS

Criminalización del delito de colusión a nivel mundial:

Chile a la altura de las más severas legislaciones



Sanciones Económicas

Multas a Beneficio Fiscal:

Monto variable enfocado en beneficios hasta:

- (i) 30% ventas en línea de productos o servicios;
- (ii) el doble del beneficio económico obtenido.

Durante todo el tiempo de duración de la conducta

Monto fijo - residual: Hasta 60.000 UTA (US\$M 50 aprox.)

Criterios de determinación de Multas

- Beneficio económico
- Gravedad de la conducta
- Efecto disuasivo
- Reincidencia: 10 años
- capacidad económica del infractor
- Colaboración a la FNE antes o durante la investigación (distinto a delación compensada)

Otras Sanciones

- Modificar o poner término a los actos, contratos, convenios, sistemas o acuerdos anticompetitivos.
- Modificación o disolución de las sociedades, corporaciones y demás personas jurídicas de derecho privado que hubieren intervenido en el acto.
- Indemnización de perjuicios incluidas demandas de consumidores.

Medidas complementarias

- Prevenciones generales a los agentes de mercado y/o autoridades
- Medidas de desinversión
- Obligación de consultar operaciones futuras (incluso de aquellas sujetas a régimen voluntario)
- Realización y monitoreo de programas de cumplimiento.
- Recomendaciones Normativas

- Desde el punto de vista de la Libre competencia son responsables:
 - La Empresa, Asociación Gremial o agente económico en general,
 - La persona natural que ejecuta la conducta material anticompetitiva, y/o
 - Quien adoptó la decisión de realizarla o se haya beneficiado con ella.
- Personas Naturales:
 - El DL 211 sanciona a los directores, administradores y a todo. persona que haya intervenido en el acto respectivo, pudiendo responder de manera **solidaria** con la persona jurídica si además se beneficiaron con la conducta. Ejemplo: Caso FNE contra ACHAP y otras. Se sancionó a los directores de la Asociación Gremial.
 - La multa aplicada a personas naturales no podrá pagarse:
 - Por la persona jurídica en la que ejercieron funciones ni por los accionistas o socios de la misma.
 - Por otra entidad perteneciente al mismo grupo empresarial, ni por accionistas o socios de éstas.
- Lo anterior obliga a mantener un Especial Deber de Cuidado: Las personas naturales podrían ser objeto de sanción si aprueban, no se oponen y/o concurren con su voluntad tácita (silencio).

Ley N° 21.595 sobre Delitos Económicos

- El que 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. (62 DL 211)
- Quienes, con el fin de dificultar, desviar o eludir el ejercicio de las atribuciones de la Fiscalía Nacional Económica, oculten información que les haya sido solicitada por la Fiscalía o le proporcionen información falsa (39 H), DL 211);
- Quienes estén obligados a dar respuesta a las solicitudes de información efectuadas por el Fiscal Nacional Económico e injustificadamente no respondan o respondan sólo parcialmente (39 H), DL 211);
- Quien alegue la existencia de la conducta prevista en la letra a) del artículo 3º, fundado a sabiendas en antecedentes falsos o fraudulentos con el propósito de perjudicar a otros agentes económicos acogiéndose a los beneficios de la Delación Compensada (39 BIS, DL 211)
- **EL QUE POR MEDIOS FAUDULENTOS ALTERARE EL PRECIO DE LOS BIENES O SERVICIOS** sufrirá las penas de presidio o reclusión menor en sus grados medio a máximo (285 del Código Penal).
- Se impondrá la pena de presidio o reclusión menor en su grado máximo a presidio o reclusión mayor en su grado mínimo cuando el fraude expresado en el artículo anterior recayere sobre el precio de **bienes o servicios de primera necesidad o de consumo masivo** (286 del Código penal)

NUEVO MARCO INSTITUCIONAL APLICABLE A DELITOS ECONÓMICOS



AGRAVANTES Y ATENUANTES

- No se consideran las del Código Penal.
- Se clasifican en simples y calificadas.

PENAS PRIVATIVAS DE LIBERTAD

- Es más probable que deba cumplirse la pena privativa, evitando la sensación de impunidad.

CUMPLIMIENTO SUSTITUTIVO

- No aplica para multas, prohibiciones ni inhabilidades
- Las disposiciones de la Ley N°18.216 serán supletorias

DETERMINACIÓN Y CUANTÍA MULTA

- Se calcula aplicando un sistema “*días-multa*” (*próximas láminas*)”

INHABILIDADES ESPECIALES

- Se pueden imponer inhabilidades especiales adicionales a las de Código Penal.

CONCURSO DE DELITOS

- Se aplican las disposiciones de esta ley en caso de concurrencia de delito económico con delito común.

SANCIONES PENALES APLICABLES A DELITOS ECONÓMICOS



Penas aplicables a personas jurídicas responsables de un delito

- Extinción de la persona jurídica.
- Inhabilitación para contratar con el Estado.
- Pérdida de beneficios fiscales y la prohibición de recibirlos.
- Supervisión de la persona jurídica
- Publicación de extracto de sentencia condenatoria
- Sanciones agregadas por la Ley de Delitos Económicos y Medioambientales, aplicables a personas jurídicas y naturales:
- Multas
- Prohibiciones e inhabilidades (cargos públicos y gerenciales, y contratar con el Estado).
- Comiso de ganancias

DETERMINACIÓN CONDUCTAS ANTICOMPETITIVAS

Marco de análisis de conductas anticompetitivas

Mercado relevante
(de producto y geográfico)

Productos sustitutos
(proveedores actuales)

Participación de Mercado



MERCADO RELEVANTE SUPERMERCADOS

Mercado del Producto

“Aprovisionamiento periódico, normalmente semanal, quincenal o mensual, en modalidad de autoservicio, por parte de tiendas de superficie especialmente diseñadas al efecto, denominadas supermercados, de productos alimenticios y de artículos no alimenticios de consumo corriente en el hogar, para consumidores finales”

SENTENCIA N°9/2004, SENTENCIA N°31/2005, SENTENCIA N°65/2008 y RESOLUCIÓN N°43/2012 TDLC

No se incluyen en el mercado relevante los almacenes de barrio, por no poder satisfacer una amplia gama de necesidades en la modalidad de “*one stop shopping*”, como ha reiterado en varias ocasiones este Tribunal.



MERCADO RELEVANTE SUPERMERCADOS



Mercado Geográfico

El alcance geográfico es “*local, en base a isócronas de 5 a 15 minutos en automóvil*”. Sin perjuicio de lo anterior, el TDLC también ha señalado que es necesario “analizar la estructura del mercado a nivel nacional” por las ventajas en costos que tienen las cadenas de supermercados que operan a una escala multi regional

SENTENCIA N°65/2008 y SENTENCIA N°70/2022 TDLC

Factor determinante: las isócronas para efectos de limitar el área que permite considerar a un supermercado como sustituto de otro



PARTICIPACIONES Y CONCENTRACIÓN DE MERCADO

Tabla N° 2:

Participaciones de mercado según FNE (medidas en valor)

El H. TDLC concluyó que según los índices HHI, C2 y C3 el mercado está más concentrado en relación al año 2012, cuando se consultó por los efectos en la libre competencia de la fusión de las sociedades SMU S.A. y Supermercados del Sur. No obstante, observa que SMU ha reducido su participación.

Cadena	2012 [*]	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Walmart		39,8%	40,6%	41,1%	42,3%	43,4%	43,9%	44,1%
Cencosud		28,6%	28,1%	27,8%	27,4%	27,1%	27,3%	29,2%
SMU	26,1%	22,6%	22,2%	22,3%	21,6%	21,0%	20,8%	19,1%
Tottus		7,3%	7,4%	7,4%	7,4%	7,4%	7,1%	7,3%
Montserrat		1,5%	1,5%	1,4%	1,2%	1,0%	0,7%	0,2%
Erbi		0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%
Total		100%						
Concentración HHI		2972	2990	3011	3061	3115	3161	3211
Concentración C2		68,4%	68,7%	68,8%	69,6%	70,5%	71,2%	73,3%
Concentración C3		91,1%	91,0%	91,1%	91,3%	91,5%	92,1%	92,3%

Fuente: Resolución N°70/2022 TDLC



INSTITUCIONALIDAD DE LIBRE COMPETENCIA

FISCALIA
NACIONAL
ECONOMICA

- Ente administrativo persecutor.
- Investiga y fiscaliza.

TDLC Tribunal de Defensa de
la Libre Competencia

- Tribunal de Justicia Especializado de composición mixta.
- Previene, corrige y sanciona atentados contra la LC.



Corte Suprema
(Tribunal de Revisión)





FISCALÍA NACIONAL ECONÓMICA



Amplias atribuciones:

- ✓ Instruir investigaciones, dando noticia al afectado.
- ✓ Actuar como parte, ante el TDLC y los tribunales de justicia.
- ✓ Requerir del TDLC el ejercicio de cualquiera de sus atribuciones.
- ✓ Velar por el cumplimiento de los fallos.
- ✓ Emitir los informes que solicite el TDLC.
- ✓ Solicitar la colaboración de cualquier funcionario u organismo público.
- ✓ Solicitar a los particulares las informaciones y los antecedentes que estime necesarios.
- ✓ Citar a declarar.

Facultades duras. En casos graves y calificados sobre carteles, solicitar, con la aprobación del TDLC y la Corte de Apelaciones, que la Policía proceda a:

- 1) Entrar a recintos públicos o privados, allanar y descerrajar;
- 2) Registrar e incautar toda clase de objetos y documentos;
- 3) Autorizar la interceptación de toda clase de comunicaciones, y
- 4) Ordenar a cualquier empresa que de comunicaciones que facilite copia y registro de las transmitidas o recibidas

Otras facultades:

- Otorgar el beneficio de Delación Compensada.
- Suscribir acuerdos extrajudiciales con los agentes económicos.
- Instruir investigaciones sobre operaciones de concentración (umbrales).



CONDUCTAS ANTICOMPETITIVAS

Ilícito General : “el 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”.

- Sujeto Activo: Todo agente económico.
- Conducta: Cualquier hecho, acto o convención.
- Objeto vs efecto : Impida, restrinja o entorpezca la libre competencia o que tienda (...)
- Lugar: Produzca efectos en Chile, incluso cometiéndose fuera del país.

Ilícitos específicos: “se considerarán, entre otros, como hechos, actos o convenciones que impiden, restringen o entorpecen la libre competencia o que tienden a producir dichos efectos”, los siguientes grupos de conductas:

- Acuerdos colusorios o prácticas concertadas
- Actos unilaterales de abuso de posición dominante
- Actos de competencia desleal y prácticas predatorias
 - Interlocking



COLUSIÓN

Carteles “duros” o “hardcore cartels”

“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”.

¿Ilícito per se?

Otras conductas colusorias

“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”
(boycot)

Poder de mercado / Regla de la razón

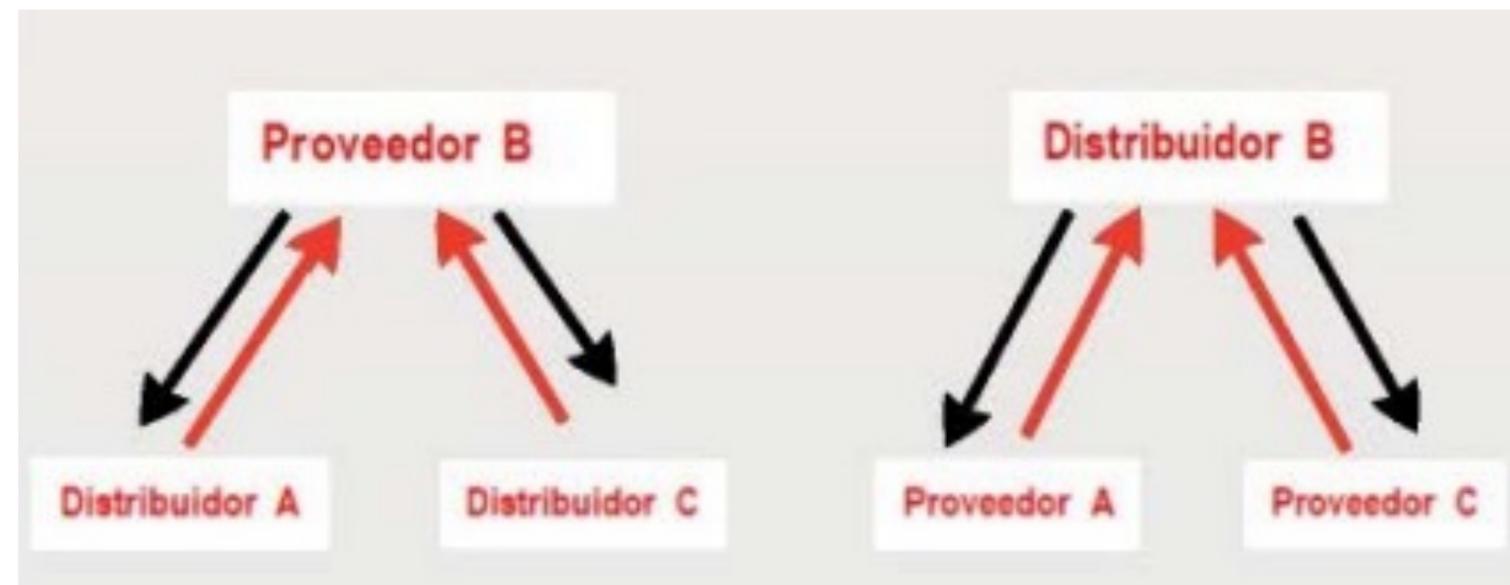
(i) Fijar precios. Ejemplos, *Caso Farmacias, Caso Papeles, Caso de Supermercados, y Caso Ginecólogos*. (ii) Limitar la producción. Ejemplo, *Caso Pollos*. (iii) Asignarse cuotas o zonas de mercado. Ejemplos, *Caso Terminales* (Buses), *Caso Oxígenos y Caso Asfaltos*. (iv) Coludirse en licitaciones. Ejemplos: *Caso Oxígenos, Caso Agencias de Publicidad*.

La colusión no sólo implica acuerdos expresos o tácitos directos, sino también a través de terceros (“hub & spoke”) que conecten a los miembros del cartel → proveedores o A.G.



COLUSIÓN HUB & SPOKE

“Se trata de una situación en que una firma (el “*hub*” o “centro”) mantiene varios acuerdos verticales separados con firmas que son aparentemente competidoras entre sí (los “*spokes*” o “rayos”), pero que en realidad mantienen un acuerdo implícito entre ellas. La doctrina suele acudir a la figura metafórica de una rueda de bicicleta para ilustrar esta situación”. SENTENCIA N°167/2019 TDLC, C° 17.



COLUSIÓN HUB & SPOKE

Fallo del TDLC:

- El año 2019 el TDLC acogió un requerimiento de la en contra Cencosud, SMU y Walmart por haber participado de un acuerdo o práctica concertada, por sí o a través de sus relacionadas, destinada a fijar, por intermedio de sus proveedores, un precio de venta para la carne de pollo fresca en supermercados que fuera igual o superior a su precio de lista mayorista (colusión Hub & Spoke), entre los años 2008 a 2011.
- Las requeridas habrían observado y exigido, en forma colectiva y por medio de sus proveedores comunes, que sus competidores aplicaran una regla que buscaba impedir la venta de pollo fresco en supermercados bajo su costo de adquisición mayorista.

1. MULTA: 20% de las ventas netas de pollo fresco entre 2008-2011 (rebaja 15% por Programa Cumplimiento a Walmart).

2. OBLIGACIÓN DE ADOPTAR UN PROGRAMA DE CUMPLIMIENTO Y ÉTICA EN MATERIA DE LIBRE COMPETENCIA:

- Debe satisfacer al menos los requisitos establecidos en la "Guía de Programas de Cumplimiento de la Normativa de Libre Competencia" elaborada por la Fiscalía Nacional Económica, de junio de 2012.
- Duración: 5 años
- Acciones que debe contemplar:
 - Constituir un Comité de Cumplimiento
 - Nombrar Oficial de Cumplimiento
 - Entregar la Sentencia N°167/2019 a los principales ejecutivos, obteniendo también una declaración jurada de los mismos.
 - Proveer una capacitación anual de Libre Competencia.
 - Dos auditorías de libre competencia durante un período de 5 años.
 - Mantener línea de denuncia anónima.
 - Proveer anualmente un reporte escrito a la FNE que de cuenta del cumplimiento de este plan.

COLUSIÓN HUB & SPOKE

El máximo tribunal ratificó el fallo del TDLC:

“Trigésimo séptimo: Que, en este caso, se observa la existencia de una regla que tiende a un objetivo común, como es la fijación de un piso mínimo del precio respecto de un mismo bien, como es la carne de pollo fresca, todo lo cual se verificó entre las mismas empresas implicadas, a través de un grupo relativamente estable de ejecutivos, cumpliendo durante el periodo imputado con una misma forma de ejecución y análoga pauta de actuar ante eventuales incumplimientos de la regla por parte de los competidores, a saber los contactos vía correo electrónico, dirigidos a los proveedores comunes”.

Condenó a las requeridas (Cencosud 11.532 UTA; SMU, 6.876 UTA y Walmart, 11.160 UTA) y **desestimó la rebaja de la multa a Walmart en razón de la adopción de su programa de cumplimiento por cuanto no resultó idónea o eficaz en el cumplimiento de la finalidad preventiva.**



ABUSO POSICIÓN DOMINANTE

“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 otros abusos semejantes”.

- ✓ Imposición de precios abusivos y fijación / sugerencia de precios de reventa
- ✓ Discriminación de precios y otras condiciones
- ✓ Negativa de venta
- ✓ Ventas atadas
- ✓ Distribuciones territoriales.
- ✓ “Otros abusos semejantes”: Cláusulas de exclusividad

Poder de mercado / regla de la razón



PRÁCTICAS PREDATORIAS Y DE COMPETENCIA DESLEAL

“Las prácticas predatorias, o de competencia desleal, realizadas con el objeto de alcanzar, mantener o incrementar una posición dominante”.

- ✓ Excluir competidores
- ✓ Desviar clientela ilegítimamente.
- Ventas bajo costo, salvo aquellas legítimas Ej., Industria cemento.
- Prácticas de desprestigio e imitación de marcas Ej., Industria farmacéutica.
- Publicidad comparativa no demostrable Ej. Industria supermercados.
- Abuso de acciones judiciales. Ej. Mercado telecomunicaciones.

Poder de mercado / regla de la razón

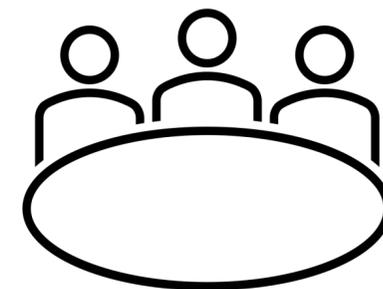


INTERLOCKING

“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 UF 100 mil en el último año calendario

Sólo se materializará esta infracción si, transcurridos 90 días corridos contados desde el término del año calendario en que fue superado el referido umbral, se mantuviere la participación simultánea en tales cargos.

Ejemplos 2021. (i) *Requerimiento FNE contra Juan José Hurtado Vicuña y otros (Consortio Financiero, Falabella y Banco de Chile)*. (ii) *Requerimiento de la FNE en contra de Hernán A. Büchi Buc y otros (Consortio Financiero y Larraín Vial)* En Estado de Acuerdo.



RÉGIMEN DE SANCIONES

- A) Modificar o poner término a actos o contratos
- B) Modificar o disolver personas jurídicas de derecho privado
- C) Multas a beneficio fiscal

Drástico aumento (de entre USD 17 millones y USD 25 millones aprox.) a:

Monto variable hasta: (i) 30% ventas en línea de productos o servicios; o (ii) el doble del beneficio económico; durante todo el tiempo de duración de la conducta

Monto fijo – residual: Hasta USD 50 millones aprox.

SIN PERJUICIO DE LAS SANCIONES PENALES Y LAS INDEMNIZACIONES DE PERJUICIO QUE PROCEDAN

Criterios de determinación

- ✓ Beneficio económico
- ✓ Gravedad de la conducta
- ✓ Efecto disuasivo
- ✓ Reincidencia: 10 años
- ✓ Capacidad económica del infractor
- ✓ Colaboración con la FNE antes o durante la investigación (distinto a delación compensada)



ASOCIACIONES GREMIALES

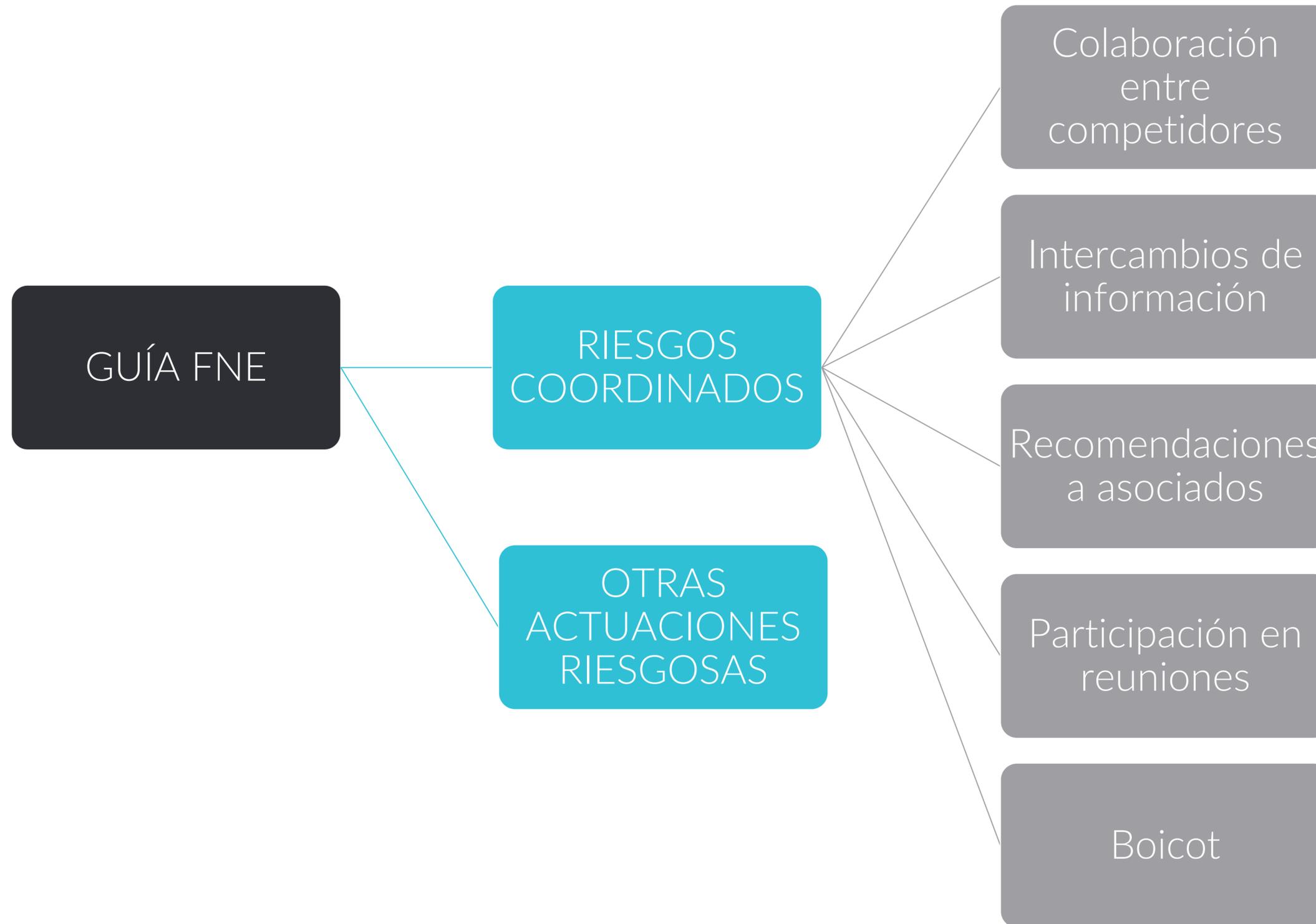


SUPERMERCADOS
DE CHILE A.G.

JUNIO 2024

ANINAT
ABOGADOS





I. A) RIESGOS DE COORDINACIÓN COLABORACIÓN ENTRE COMPETIDORES

ACUERDO ANTICOMPETITIVO

- Colaboración o acuerdo entre dos o más competidores respecto a los precios actuales o futuros de compra o venta; condiciones de comercialización; limitación de volúmenes de producción; la asignación de zonas o cuotas de mercado; la exclusión de competidores; o la afectación del resultado de procesos de licitación.

OTRO TIPO DE ACUERDO

- Pueden ser lícitos, en estos casos la FNE analizará: la naturaleza del acuerdo, las participaciones de los integrantes, la concentración mercado, razones de eficiencia, efectos actuales o potenciales del acuerdo.



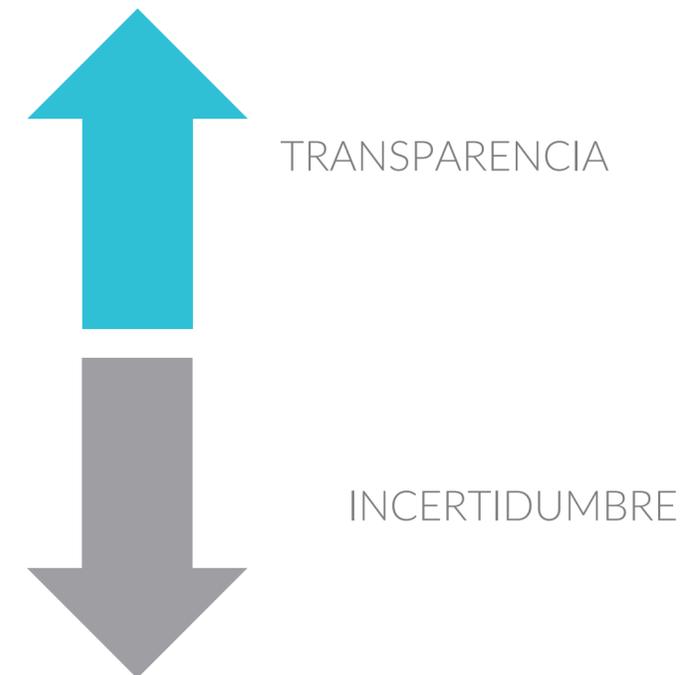
I. B) RIESGOS DE COORDINACIÓN INTERCAMBIOS DE INFORMACIÓN

POR REGLA GENERAL...

- El intercambio de información realizado dentro del marco de una A.G. sobre materias técnicas no conlleva problemas de competencia, pues, por regla general, los mercados funcionan más eficazmente cuanto mayor información esté a disposición de los participantes.

SIN EMBARGO:

- PODRÍA SER ANTICOMPETITIVO dependiendo de su naturaleza, frecuencia y oportunidad de la información compartida.



Está prohibido intercambiar con competidores información comercialmente sensible o relevante de la compañía

Es información comercial sensible o relevante, toda aquella información estratégica de una empresa que, de ser conocida por un competidor, influiría en sus decisiones de comportamiento en el mercado.



Tienen este carácter, por ejemplo:

- (i) Políticas de precios (actuales o futuros), método de cálculo de éstos o períodos de cambios de precios;
- (ii) Estructuras o estimaciones de costos (por ejemplo, remuneraciones) o que tengan poca antigüedad;
- (iii) Márgenes presentes o estimaciones futuras de los mismos;
- (iv) Volúmenes de producción (actuales o proyectados); entre otras.
- (v) Estrategias de inversión y/o marketing (actuales o futuros)



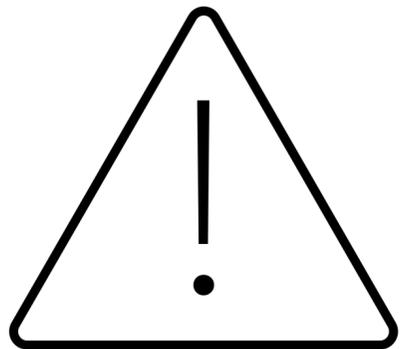


RECOMENDACIONES:

1. Recopilar y/o mantener sólo información de carácter histórico, genera menos peligro para la competencia que la información actual o las posibles proyecciones (a menos que se trate de información pública).
2. 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.
3. Recolección de información debiera ser voluntaria para los asociados o miembros.
4. Idealmente externalizar la recolección y procesamiento de información
5. Objetar inmediatamente cualquier intercambio de información comercial sensible o relevante.



I. C) RIESGOS DE COORDINACIÓN RECOMENDACIONES A ASOCIADOS



Cualquier recomendación que la A.G. o sus dirigentes hagan a sus asociados en relación con alguna variable comercial (por ejemplo, el precio a cobrar, a través de precios sugeridos de lista o la cantidad a producir) puede llegar a producir efectos anticompetitivos

Así, los precios de lista sugeridos a los asociados o aranceles referenciales pueden llegar a ser asimilables en sus efectos a los acuerdos de fijación de precios.



I. D) RIESGOS DE COORDINACIÓN PARTICIPACIÓN EN REUNIONES



Sin perjuicio de reconocer lo esencial que significan las reuniones en el funcionamiento de una A.G. para el cumplimiento de sus fines, en estas se pueden generar instancias de riesgos coordinados.

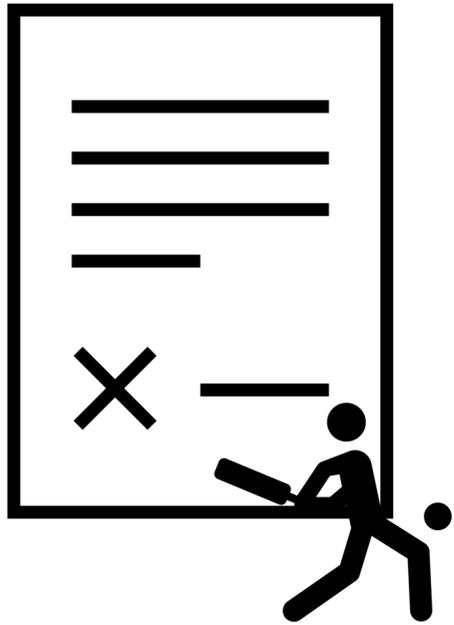
Una simple conversación (verbal o escrita/presencial o virtual) entre competidores puede brindar una oportunidad para el intercambio de información relevante.

POR ELLO ES IMPORTANTE CONTAR CON LAS SIGUIENTES MEDIDAS DE CONTROL:

1. Un registro de los temas abordados (agenda o tabla).
2. Temáticas aprobadas por asesor especializado, cuyos materiales complementarios (PPT, minutas, otros) también sean revisados por éste.
3. Levantar actas de las actividades y reuniones de la A.G. (registro fidedigno con indicación de asistentes, temáticas, acuerdos, presentaciones, etc.)
4. Definir previamente qué colaborador participará en las reuniones de la A.G., evitando en lo posible que aquéllos que trabajan directamente en áreas de comercialización o ventas asistan.



I. E) RIESGOS DE COORDINACIÓN BOICOT



Acciones de sabotaje frente a un **COMPETIDOR ACTUAL/POTENCIAL**, **CLIENTE** o **PROVEEDOR** (o amenazas de ello), como excluir o imponer términos que les resultan desfavorables dentro de la relación comercial; también pueden constituir atentados contra la libre competencia.



II. OTRAS ACTUACIONES RIESGOSAS

FIJACIÓN ESTÁNDARES TÉCNICOS

- Estándares técnicos, de seguridad y calidad suelen ser pro-competitivos. Sin embargo, está el riesgo implícito de que ciertos estándares confieran poder de mercado a uno más agentes en relación, restringiendo la competencia y obstaculizando la innovación. Por ello, la participación en programas de certificación de cumplimiento de normas técnicas debiese ser voluntaria, especialmente si son desarrollados por la A.G. y NO debiese discriminar entre asociados y no asociados.

PUBLICIDAD

- La publicidad de una A.G. a menudo se enfoca en promover la industria a la cual representa. Este tipo de publicidad debe, a lo menos: **(i)** abstenerse de efectuar recomendaciones sobre variables competitivas y **(ii)** evitar imponer restricciones o prohibiciones a la forma en que sus miembros desarrollen su propia publicidad (ej. tipo, calidad y contenido).

CONTRATOS TIPO

- Las A.G. deben abstenerse de imponer contratos tipo, y que la decisión de adscribirse al uso de términos de condiciones generales sea totalmente voluntaria. Es menos probable que exista –o pueda existir– un efecto negativo en la competencia, cuando los miembros de las asociaciones son libres para adoptar condiciones contractuales diferentes si así lo desean. Y de hacerlo, que no se refieran a parámetros importantes para la competencia (precios, tarifas, descuentos, condiciones pago, etc.)

PROGRAMAS DE CUMPLIMIENTO



SUPERMERCADOS
DE CHILE A.G.

JUNIO 2024



A N I N A T
A B O G A D O S



IMPORTANCIA PROGRAMA CUMPLIMIENTO LIBRE COMPETENCIA



¿QUÉ ES?

Los Programas son un **mecanismo eficiente y efectivo de prevención, de detección y de control de daños**, ya que brindan pautas internas acerca de las correctas formas de reacción, permitiendo así la no ocurrencia o la reducción de los efectos negativos del actuar anticompetitivo tanto para la empresa como para la sociedad. Brindar información y educación a los trabajadores acrecienta las **posibilidades de identificar tempranamente las situaciones de riesgo**, incrementándose asimismo la posibilidad de adoptar oportunamente las medidas necesarias para evitarlas o mitigarlas

JURISPRUDENCIA: El Programa deber ser **serio, creíble y efectivo**.



ELEMENTOS BÁSICOS



IMPORTANTE

Debe ser hecho a medida de la empresa, en atención a diversos factores, especialmente a:

- El tamaño del agente económico
- Características y peculiaridades de éste
- Mercado en el cual participa
- Grado de influencia que ejerce dentro del mercado en que participa (*poder de mercado*)





BENEFICIOS



- ✓ Prevención de conductas que puedan ser riesgosas o dudosas;
- ✓ Posible rebaja de la multa a ser aplicada;
- ✓ El uso oportuno del beneficio de la Delación Compensada, en caso que se trate de una colusión o cartel; y,
- ✓ Posibilidad de llegar a un acuerdo extrajudicial con la FNE
- ✓ Lo anterior es **sin perjuicio de otros mecanismos de compliance que la empresa pudiere tener, especialmente en materia de delitos económicos en general (MPD), derecho del consumidor y otras áreas que se estimen como prioritarias.**





ANINAT
ABOGADOS

CRISTIÁN REYES
(creyes@aninat.cl)
ÓSCAR GÁRATE
(ogarate@aninat.cl)
CONSTANZA BURGOS
(cburgos@aninat.cl)

WWW.ANINAT.CL