

POLÍTICA EN MATERIA DE LIBRE COMPETENCIA DE CASIC

Por tratarse de una organización cuya membresía está conformada por empresas que compiten en el mercado y por cámaras y asociaciones que agrupan empresas competidoras, es necesario tener especial cuidado en el manejo de la organización, dando pleno cumplimiento a las normas de libre competencia y evitar que la organización y sus integrantes se vean involucrados en cualquier infracción a las mismas. En ese sentido, los presentes lineamientos deberán ser observados en el marco de las actividades de CASIC.

El Consejo de Asociaciones de la Industria de Cosméticos Latinoamericana ("CASIC") emite la siguiente política, con la finalidad de auxiliar en el cumplimiento de su Código de Ética en los aspectos relacionados con los compromisos que sus miembros adquieren en materia de competencia económica, partiendo de que debe caracterizar el desarrollo de las actividades y el cumplimiento del objeto de la organización la observancia de los principios éticos y valores que la misma ha adoptado.

Es responsabilidad de la CASIC, así como de sus miembros, conocerlos, acatarlos y difundirlos entre sus empleados, socios colaboradores, proveedores, distribuidores y clientes, así como denunciar ante la Comisión Directiva de CASIC a quien incumpla con dichos principios

En cumplimiento a lo establecido en el artículo 8.1 inciso a) del estatuto de CASIC, una vez adoptada la presente Política como Reglamento, sus miembros declaran que se conducirán en todo momento con apego a la misma, siendo reconocido que se procederá conforme al artículo 8.2 para dirimir cualquier posible incumplimiento.

En consecuencia, los miembros de CASIC conducirán su actuar bajo los principios de la buena fe comercial, la lealtad, la transparencia y la honestidad siguientes:

- Velar por el mantenimiento en el mercado de un sistema de libre juego de la oferta y la demanda, donde cada empresa actúe bajo criterios de libertad y autonomía según sus propias expectativas de negocio, sin estar supeditado su proceder a la voluntad de un tercero ajeno a ella;
- Tomar consciencia sobre la necesidad de adquirir una cultura de respeto por el consumidor y por el interés general;
- Promover la creación de ventajas competitivas en los sistemas productivos y comerciales del país; y
- CASIC no será ni permitirá de cualquier manera ser un escenario de decisión colectiva en el que se realicen intercambios de información y/o acciones concertadas que restrinjan el proceso de la libre competencia en el mercado.

Se presenta a continuación una serie de recomendaciones a ser seguidas en reuniones CASIC o en cualquier grupo de trabajo donde funcionarios de la organización participen. Es importante.

[Handwritten signatures and initials in blue ink, including 'ok', 'I e', 'MEP', and 'PSM']

- Tener claro que la lista que sigue no es única ni exhaustiva ya que la autoridad competente en materia de competencia podrá, según el caso concreto que esté analizando o investigando, considerar como restrictivas conductas diferentes.
- Tener el máximo cuidado en el desarrollo de las actividades, ya que consciente o inconscientemente se pueden infringir las normas de competencia. Ante la duda, debe buscarse consejo de un especialista ya sea interno o externo a los miembros de CASIC.
- Informar periódicamente a los miembros e interlocutores de CASIC que asistan a las reuniones, sobre las condiciones bajo las cuales se llevarán a cabo los encuentros y dejar constancia de ello en acta. Evitar que, una vez iniciada una reunión, se excluya o se haga retirar de la misma a asistentes que fueron invitados y están haciendo parte de ella.

Nunca debe tratarse en el marco de CASIC información sensible o confidencial que puedan afectar la libre competencia, como la siguiente:

- a. Información sobre las transacciones particulares de sus miembros empresa o de empresas que sean parte de sus miembros cámara.
- b. Precios actuales o futuros de venta o compra. Incrementos o reducciones.
- c. Precios de compra o venta de bienes o servicios que se adquieren en común (compras conjuntas).
- d. Condiciones de comercialización de bienes o servicios.
- e. Condiciones uniformes de contratos, para la prestación de los bienes o servicios de las empresas.
- f. Estructuras de costos. Márgenes, utilidades, remuneraciones.
- g. Estrategias de negocio u otras variables competitivas.
- h. Volúmenes de producción. Limitación a estos volúmenes.
- i. Zonas o cuotas de mercado. Asignación/repartición de mercados o fuentes de abastecimiento de insumos productivos.
- j. Políticas de importaciones.
- k. Lista de clientes y de precios.
- l. Políticas de descuentos, términos y condiciones de pago. Técnicas para el diseño y contenido de las ofertas y la publicidad.
- m. Alteración de procesos licitatorios mediante maniobras fraudulentas, con el fin de sacar un provecho indebido a costa de perjudicar a un tercero público o privado.

Con esa base se proporciona a continuación una guía práctica:

I. Reuniones.

Consideraciones ANTES de realizar una reunión

[Handwritten signatures and initials in blue and black ink, including 'ok', 'BU', and 'I e']

- Para cada reunión, organizar una agenda y circularla entre todos los miembros, de modo tal que estos la tengan de antemano.
- La agenda solo debe contemplar discusiones sobre temas que pueden ser discutidos. En caso de tener dudas en relación a la legalidad de discutir un tema, deberá contactarse al asesor legal.

Consideraciones DURANTE la reunión

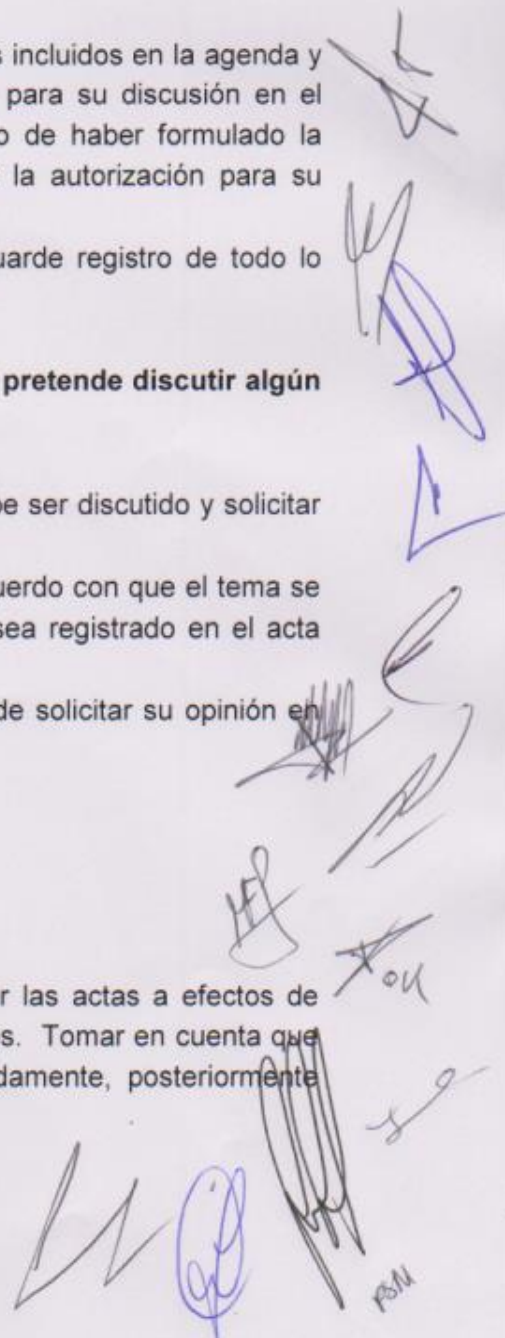
- Mantenerse alejados de temas no incluidos en la agenda.
- En caso de que ocurra que un asociado se aleje de los temas incluidos en la agenda y tengan dudas en relación a la legitimidad de dicho asunto para su discusión en el marco de la reunión, esta deberá posponerse hasta luego de haber formulado la consulta a los asesores legales y haber recibido de estos la autorización para su discusión.
- Designar a un encargado a efectos de que tome nota y guarde registro de todo lo discutido en las reuniones.

Si durante la reunión advierte que algún asociado discute o pretende discutir algún asunto incompatible con la presente política:

- Manifestar su posición en relación a que dicho asunto no debe ser discutido y solicitar continuar con el siguiente punto en la agenda.
- Si la discusión continuara, los miembros que estén en desacuerdo con que el tema se discuta deberán abandonar la reunión, solicitando que ello sea registrado en el acta correspondiente.
- Contactar inmediatamente a los asesores legales a efectos de solicitar su opinión en relación a si se debe adoptar alguna medida adicional.

Consideraciones DESPUÉS de la reunión:

- Luego de cada reunión, todos los miembros deberán revisar las actas a efectos de verificar que estas reflejen en su totalidad los temas discutidos. Tomar en cuenta que de no manifestar su disconformidad con el contenido rápidamente, posteriormente supondrá mayor dificultad cuestionar la veracidad del acta.



Handwritten signatures and initials in blue ink on the right side of the page, including a large signature at the top, several smaller ones in the middle, and a signature at the bottom right with the initials 'PSM' written below it.

II. Acuerdos de Colaboración.

Estos acuerdos no son prohibidos siempre y cuando no se afecte la competencia, es decir, cuando no se incurra en conductas como las señaladas como inaceptables en la presente política y la legislación aplicable.

III. Intercambio y Divulgación de Información.

El intercambio de información no conlleva necesariamente problemas para la competencia, ya que entre más información mayor transparencia. De todas formas, es una actividad que se debe desarrollar con sumo cuidado, especialmente cuando se realiza entre competidores. Al respecto, se recomiendan las siguientes medidas con el fin de disminuir riesgos y eventuales incumplimientos a la ley de competencia que el intercambio de información puede generar:

- a. Verificar que la información que se está intercambiando no elimina las incertidumbres propias de los mercados competitivos.
- b. La información que se intercambie o publique debe presentarse de manera agregada y consolidada, no discriminada por empresas, áreas geográficas específicas o líneas de productos específicos. Mientras más general sea la información, menos probable es que ésta tenga o produzca efectos anticompetitivos.
- c. Los datos compartidos o publicados (o que pretendan serlo) no deben constituir información privada o confidencial de las empresas.
- d. La recolección de la información no debe ser obligatoria para los miembros. Éstos no deben ser obligados a intercambiar información o a proporcionar datos.
- e. La información debe ser histórica. Es decir, que se pueda conocer mediante otras fuentes o canales. Lo que se comparte no deben ser datos actuales o futuros.
- f. No obstante CASIC manifestar públicamente sus opiniones y hacer divulgaciones de información sobre los mercados, éstas no deben estar orientadas a determinar y dirigir las condiciones comerciales y comportamientos de sus afiliados en los mismos.

IV. Lineamientos de la Organización.

Cuando CASIC a través de cualquiera de sus foros sugiera a los miembros un comportamiento en determinado tema, deben cuidar que no resulte restrictivo de la competencia. Para minimizar el riesgo se recomienda:

- a. Abstenerse de hacer referencia a precios, políticas comerciales, cantidades comercializadas o mercados atendidos, o inducir a acuerdos en estas materias.
- b. Señalar que cualquier guía o recomendación es meramente informativa o referencial.
- c. Frente a las recomendaciones propuestas, no considerar la imposición de sanciones a quienes no las adopten.
- d. No imponer restricciones, prohibiciones o condicionamientos de ningún tipo a la forma en que sus miembros deseen desarrollar sus actividades comerciales y empresariales

V. Redacción de documentos y comunicaciones

Debe evitarse el uso de determinadas palabras al momento de redactar documentos:

Lenguaje inculpatorio que sugieran la posibilidad un mal comportamiento, aun cuando el objetivo que se persiga sea lícito y lo único que se busque sea resguardar la confidencialidad de la información.

El uso de palabras como "*dominante*", "*apalancamiento*", "*expulsar*", o "*destruir la competencia*" puede sugerir el uso de poder de mercado para sacar a competidores del mercado que podrían ser utilizadas por la autoridad de competencia como evidencia de una supuesta práctica anticompetitiva.

Debe evitarse el uso de palabras o frases vagas sobre competencia y precios: Ser claros en relación a qué quieren decir. El uso de frases vagan pueden sugerir la comisión de conductas anticompetitivas. Por ejemplo, el uso de una frase como "*hay consenso en la industria en relación a que los precios subirán*" puede ser reputada como anticompetitiva, cuando lo que en estricto se quiere señalar que el desarrollo de la industria (incremento en la demanda) sugiere que el aumento de precios es probable.

Debe aclararse el origen de la información sobre empresas competidoras: Establecer el origen legítimo de información sobre un competidor. Por ejemplo, si la información fue obtenida de un estudio de mercado o de una publicación, indicarlo. De lo contrario, podría entenderse que la información fue obtenida directamente de un competidor.

No se deberán realizar afirmaciones en relación a la licitud de acuerdos, correspondiendo que el análisis sobre dicha legalidad sea realizado por los asesores legales

En los casos en que el incumplimiento de uno o más de los preceptos de esta Política afecten al sector la Comisión Directiva conocerá de los casos y evaluará las situaciones para determinar la acción correspondiente de conformidad con los estatutos de CASIC.

En los casos en que el incumplimiento de uno o más de los preceptos de esta Política afecten al sector la Comisión Directiva conocerá de los casos y evaluará las situaciones para determinar la acción correspondiente de conformidad con los estatutos de CASIC.

[Handwritten signatures and initials in blue ink, including 'OK' and 'RSU']