

SISTEMA DE DOCUMENTACION – HISTORIAL DE CAMBIOS

VER	FECHA ULTIMA VERSION	CAMBIOS JUSTIFICACIÓN	APROBADO
01	2016-01-25	Nuevo	DV-SM

CAPACITACIÓN

SI REQUIERE ____		NO REQUIERE <u>X</u>
RESPONSABLE	PARTICIPANTES	

REFERENCIA: NORMA ISO 9001:2008

NORMA ISO 13485:2003

Elemento 5.5.3 Comunicación Interna

CONTENIDO

1. Trato con competidores 3
2. Conductas prohibidas – Conductas permitidas..... 3

1. TRATO CON COMPETIDORES
2. CONDUCTAS PROHIBIDAS – CONDUCTAS PERMITIDAS

Aspectos generales

- La ley colombiana prohíbe **cualquier acuerdo** formal o informal, práctica concertada, convenio o intercambio de información entre competidores, que distorsione o pueda distorsionar la competencia en el mercado.
- Las empresas deben definir su comportamiento en el mercado de manera unilateral y libre.
- El intercambio de **información sensible** entre competidores, o entre empleados de empresas competidoras es altamente peligroso y puede poner en riesgo tanto a la empresa como a los empleados de la empresa.
- Los riesgos para la compañía implican: multas hasta de 100.000 salarios mínimos mensuales vigentes (**COP \$68 mil millones aprox.**) o hasta el 150% de la utilidad derivada de la conducta restrictiva.
- Terceros pueden presentar acciones civiles individuales y colectivas para obtener indemnización de los daños, con cuantías que pueden llegar a sacar la empresa del mercado.
- Algunas conductas restrictivas de la competencia son **delito**.
- Afectación de la reputación de la empresa en el mercado a nivel local e internacional.
- Los empleados de la compañía que colaboren, faciliten, autoricen, toleren o ejecuten las conductas anticompetitivas, están expuestos a **multas personales** hasta de 2.000 salarios mínimos mensuales vigentes (**COP \$1.380 millones**).

¿Qué está prohibido?

1. Acuerdos entre competidores

Entre otros, la ley colombiana prohíbe los siguientes acuerdos entre competidores:

- 1.1. Fijación de precios: están prohibidos los acuerdos que tengan por objeto o como efecto, la fijación directa o indirecta de precios.
 - No tiene que haber un acuerdo escrito formal, cualquier tipo de acuerdo, bien sea informal, verbal o conducta concertada en relación con precios está prohibida.
 - La fijación directa de un precio, sea este mínimo, máximo, o franjas de precios
 - La fijación de cualquier elemento que afecte el precio: descuentos, promociones, intereses, etc.

La fijación de precios es ilegal **siempre**, al margen que la conducta se realice con intención o sin intención, o que se presente el efecto en el mercado.

- 1.2. Repartición de mercado o de clientes: están prohibidos los acuerdos que tengan por objeto o como efecto la repartición de mercado entre competidores.
 - La conducta es ilegal así genere o no un resultado.
 - La repartición atiende a cualquier tipo de mercado, sea geográfico, por tipos de producto o por clientes.
 - Está prohibido limitar los tipos de productos que se venden a un cliente.

- 1.3. Exclusión de otros operadores del mercado: están prohibidos los acuerdos que tengan por objeto o como efecto impedir a terceros el acceso a los mercados o a los canales de comercialización.
 - La conducta es ilegal así genere o no un resultado.
 - Acuerdos con los que se busca excluir a competidores, actuales o potenciales, del mercado.

- 1.4. Fijación de condiciones discriminatorias: están prohibidos los acuerdos que tienen por objeto o como efecto establecer condiciones de venta o comercialización discriminatorias con terceros.
 - La conducta es ilegal así genere o no un resultado.
 - La discriminación frente a terceros está prohibida, salvo porque el tratamiento diferencial se base en razones objetivas y comprobables.

- 1.5. Colusión en licitaciones: están prohibidos los acuerdos que tengan por objeto o como efecto la colusión en licitaciones o conjuntos, o los que tengan como efecto la distribución de adjudicaciones de contratos, distribución de concursos o fijación de términos de propuestas.
 - Está prohibido afectar de manera coordinada con los competidores, el resultado de una licitación o concurso.
 - La colusión en licitaciones públicas es un delito.

2. Compartir información entre competidores

Compartir información sensible con competidores puede implicar la violación de las normas de competencia colombianas, cuando:

- La información compartida sirva para la ejecución de otro tipo de conductas restrictivas, como la fijación de precios.
- La información compartida sea lo suficientemente sensible para constituir una violación en sí misma de la ley.

¿Qué tipo de información es sensible?

2.1. Precios

- Precios actuales o precios futuros, listas de precios.
- Incrementos o reducciones de precios proyectadas.
- Fechas esperadas para el envío de nuevas listas de precios.
- Precios específicos con clientes.
- Porcentajes de descuentos generales o específicos para clientes o por canales.

Compartir un borrador de una lista de precios con el competidor está prohibido.
Compartir listas públicas es sospechoso.

2.2. Condiciones comerciales

- Términos o condiciones de pago.
- Condiciones de descuento (por canal, volumen o cumplimiento de metas).
- Otras condiciones de las negociaciones comerciales con clientes.
- Estrategias de negociación.

2.3. Volúmenes de ventas y producción

- Cantidades vendidas totales o por cliente.
- Cantidades vendidas por producto.
- Participación de mercado.

2.4. Información estratégica

- Costos (de producción, importación, etc.) o estructura de costos.
- Información de futuros lanzamientos de productos.
- Clientes.
- Información de portafolio de productos por clientes.
- Estructura de fuerza de ventas.

Cualquier tipo de información estratégica para la compañía, es sensible.

3. Reuniones con competidores

Cualquier escenario de reunión entre competidores, formal o informal, programada o espontánea, presenta riesgos en materia de competencia.

- Reuniones formales solo podrán realizarse con autorización de la Gerencia General.

- Evitar cualquier tipo de intercambio de información.

- En el evento de encontrarse en un foro formal, por ejemplo reuniones en agremiaciones, levantarse y salir de la reunión en el momento en que empiece a discutirse información sensible de competidores. Exigir que el retiro quede consignado en el acta de la reunión.
- En cualquier reunión, formal o informal, programada o espontánea, los empleados deberán cumplir con las normas de competencia colombianas.

Los gremios u organizaciones profesionales constituyen un foro idóneo para acuerdos ilegales con competidores, por lo que habrá que ser en extremo cuidadoso en estas situaciones.

¿Qué está permitido?

- Desarrollar inteligencia de mercado.
- Obtener información a través de clientes, siempre y cuando no se incurra en engaños o mentiras para obtener esa información.
- Obtener información de mercado de los competidores de fuentes públicas o estudios especializados.
- Compartir información pública o basada en datos públicos.
- Intercambiar tarjetas de negocios.
- Tener conversaciones espontáneas y esporádicas, siempre y cuando no se realice ningún intercambio de información o se incurra en alguna conducta prohibida.

Desde la perspectiva de las normas de competencia, **la fuente de la información SÍ hace la diferencia.** Obtener información directa de los competidores puede ser ilegal, mientras que obtener información del mercado típicamente no lo es.

Conductas prohibidas – Conductas permitidas**Aspectos generales**

- La fijación vertical de precios, es decir entre productores y distribuidores, también puede violar las normas de competencia.
- Las empresas, incluidos los distribuidores, deben definir su comportamiento en el mercado de manera unilateral y libre.
- Es riesgo incurrir en conductas que influyan los precios o políticas de precios de los distribuidores.
- Para los productos en los que la compañía tenga posición dominante, debe tenerse mayor cuidado para no incurrir en conductas discriminatorias o abusivas.
- Los riesgos para la compañía implican: multas hasta de 100.000 salarios mínimos mensuales vigentes (**COP \$68 mil millones aprox.**) o hasta el 150% de la utilidad derivada de la conducta restrictiva.
- Terceros pueden presentar acciones civiles individuales y colectivas para obtener indemnización de los daños, con cuantías que pueden llegar a sacar la empresa del mercado.
- Afectación de la reputación de la empresa en el mercado a nivel local e internacional.
- Los empleados de la compañía que colaboren, faciliten, autoricen, toleren o ejecuten las conductas anticompetitivas, están expuestos a **multas personales** hasta de 2.000 salarios mínimos mensuales vigentes (**COP \$1.380 millones**).

¿Qué está prohibido?**1. Fijación vertical de precios**

La fijación vertical de precios o conductas similares están prohibidas. El distribuidor es libre y autónomo para fijar sus propios precios de venta, sin injerencia del productor.

- Determinar el precio al que debe vender el distribuidor.
- Influir al distribuidor para que aumente su precio.
- Influir al distribuidor para que desista de su intención de bajar el precio.
- Influir implica sugerir, amenazar, advertir, etc.
- Negarse a vender a un distribuidor como realización por su política de precios.
- Discriminar contra distribuidores como consecuencia de sus políticas de precio.

2. Servir como mecanismo para conductas horizontales entre los distribuidores

Actuar como intermediario para fomentar o permitir cualquier tipo de acuerdo restrictivo de la competencia entre los distribuidores (minoristas, etc.), también implica riesgos para la compañía. Riesgo de hacer parte del cartel entre los distribuidores.

3. Productos respecto de los cuales se tiene posición de dominio

- Aplicar condiciones discriminatorias a operaciones equivalentes.
- Subordinar el suministro de un producto a la adquisición de otros que por su naturaleza no constituyan el objeto del negocio.

¿Qué está permitido?

- Sugerir precios, siempre que no sean obligatorios.
- Tratamiento diferencial entre clientes, siempre y cuando existan condiciones objetivas para dar trato diferencial.
- Asignar territorios a distribuidores, siempre que el propósito sea mejorar la eficiencia en el esquema de distribución y no restringir la competencia.

Es válido ofrecer descuentos por volumen o asociados a la forma de pago.

Title: CODIGO TRATO DE COMPETIDORES Y CLIENTES Initiator: Javier ? Ramos Ramos

This document is signed electronically in compliance with the B. Braun electronic signature policies and procedures by following persons:

UserName: Ramos Ramos, Javier (ramojaco)
Title: Quality Management Coordinator
Date: Thursday, 28 January 2016, 14:38 W. Europe Daylight Time
Meaning: Document signed as Author
=====

UserName: Ramos Ramos, Javier (ramojaco)
Title: Quality Management Coordinator
Date: Thursday, 28 January 2016, 14:40 W. Europe Daylight Time
Meaning: Precheck of Document
=====

UserName: Valencia Martinez, Diana (valedico)
Title: Medical Director
Date: Tuesday, 16 February 2016, 23:56 W. Europe Daylight Time
Meaning: Approve Document
=====

UserName: Martin Avila, Sonia (martsoco)
Title: Financial Manager
Date: Tuesday, 08 March 2016, 21:09 W. Europe Daylight Time
Meaning: Approve Document
=====

UserName: Ramos Ramos, Javier (ramojaco)
Title: Quality Management Coordinator
Date: Tuesday, 08 March 2016, 23:30 W. Europe Daylight Time
Meaning: Final Release of the Document
=====