

Telefónica

Manual sobre Lineamientos de Actuación en Materia de Libre Competencia

Aprobado por la Dirección de Cumplimiento de Telefónica del Perú
S.A.A.

Telefónica del Perú S.A.A.
Versión 2 - abril 2020

ÍNDICE

I.	INTRODUCCIÓN.....	3
II.	LINEAMIENTOS PARA LA ASISTENCIA A REUNIONES CON COMPETIDORES.....	3
	2.1 Consideraciones antes de realizar una reunión en un gremio o similar.....	3
	2.2 Asuntos que nunca deben tratarse durante las reuniones.....	4
	2.3 Asuntos que sí pueden discutirse en el marco de reuniones.....	4
	2.4 Qué hacer durante las reuniones con competidores.....	4
	2.5 Qué hacer luego de las reuniones	5
	2.6 Información comercial sensible.....	5
III.	LINEAMIENTOS PARA LA REDACCIÓN DE DOCUMENTOS Y COMUNICACIONES...	5
IV.	PROCEDIMIENTO PARA CONSULTAS Y DENUNCIAS.....	6
V.	ENTRADA EN VIGOR.....	6
	ANEXO I.....	7
	ANEXO II.....	8
	ANEXO III.....	9

Versión	Responsable	Fecha
V1	Dirección de Cumplimiento de Telefónica del Perú S.A.A.	Enero 2018
V2		Abril 2020

I. INTRODUCCIÓN

Los presentes lineamientos (en adelante, “los Lineamientos”) de Telefónica del Perú S.A.A. (en adelante, “la Compañía”) tienen por finalidad servir de guía para la actuación de todos nuestros directivos, gerentes, representantes y colaboradores, según sea el caso, al momento de definir estrategias comerciales y tomar decisiones de negocio, evitando que determinadas actuaciones puedan exponer a la Compañía a un riesgo de incumplimiento de la legislación peruana en materia de libre competencia, principalmente contenida en el Decreto Legislativo No. 1034, Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas (en adelante, “la Ley de Libre Competencia”).

Las conductas sancionadas por la Ley de Libre Competencia son las que se tipifican en el Anexo I del presente Documento.

Dichos incumplimientos constituyen infracciones administrativas y son reprimidas mediante la imposición de sanciones de multa superiores a las mil (1,000) Unidades Impositivas Tributarias y hasta un máximo del 12% de los ingresos brutos de la empresa percibidos el año anterior al de la imposición de la sanción. El OSIPTEL puede imponer, además, medidas correctivas con el fin de retrotraer los efectos adversos ocasionados por la conducta infractora. Adicionalmente, estos incumplimientos tienen impactos relevantes en los contratos de concesión suscritos por la Compañía con el Estado peruano y afectarían gravemente nuestra reputación. Algunos ejemplos prácticos de conductas sancionables se explican en el Anexo II.

Para la Compañía es un objetivo primordial que todos sus trabajadores conozcan y cumplan la legislación en materia de libre competencia, que conozcan estos Lineamientos y se familiaricen con ellos y estén en la capacidad de reconocer y evitar aquellas conductas que representan un riesgo de incumplimiento.

Los Lineamientos comprenderán dos ámbitos de actuación:

- en reuniones o acercamientos con empresas competidoras, y
- en la redacción de documentos y comunicaciones.

En caso de duda sobre la aplicación de estos Lineamientos, les pedimos se pongan en contacto con Secretaría General.

II. LINEAMIENTOS PARA LA ASISTENCIA A REUNIONES CON COMPETIDORES

Las empresas pueden formar parte de gremios o asociaciones y en tal contexto, entrar en contacto con sus competidores. Asimismo, pueden sostener reuniones comerciales conjuntas para objetivos específicos. Si bien ello no resulta ilegal en sí mismo, sí puede dar lugar a ciertas situaciones y/o discusiones que expongan a las empresas a contingencias legales por infracciones a la Ley de Libre Competencia, por lo que es recomendable que se tomen precauciones cuando se produzcan estas interacciones. A tal efecto, todos los empleados de la Compañía deben seguir los lineamientos siguientes:

2.1 Consideraciones antes de realizar una reunión en un gremio o similar

- Evitar reuniones innecesarias.
- Preestablecer tipos de reuniones y ceñirse a ellas.
- Evitar excesos de comités o grupos de apoyo.
- Evitar participación conjunta en seminarios, ferias o congresos.

- Para cada reunión, organizar una agenda y circularla entre todos los participantes, de modo tal que estos la tengan de antemano y se ajusten a ella.
- La agenda solo debe contemplar discusiones sobre temas que pueden ser tratados (ver punto 2.3). En caso de tener dudas en relación a la legalidad de discutir un tema, deberá contactarse a los asesores legales de la Compañía.

2.2 Asuntos que nunca deben tratarse durante las reuniones

- Precios de cada una de las empresas o niveles de precios de la industria en general, incluyendo cualquier asunto que afecte los precios, tales como descuentos, cambios en los precios, márgenes de ganancia, entre otros, incluyendo precios recientes, actuales o futuros.
- Costos de cada empresa, fórmulas contables de costos, métodos de cálculo de costos, etc.
- Planes promocionales o publicidad de cada empresa para remitir ofertas a clientes o proveedores.
- Segmentación de mercados entre competidores.
- Términos y condiciones de venta de cada empresa.
- Información de cada empresa sobre ventas o demás información relacionada con la producción, incluyendo volúmenes de ventas, cuotas de mercado, ingresos por ventas, volúmenes de producción, niveles de existencias.
- Planes - futuros y confidenciales - de las empresas, incluyendo planes relacionados con estrategias de marketing, producción y tecnología.
- Coordinar propuestas de participación en una licitación pública o privada. Cada empresa debe participar en forma independiente.

2.3 Asuntos que sí pueden discutirse en el marco de reuniones

- Problemas técnicos no confidenciales relacionados con la industria.
- Asuntos relacionados con responsabilidad social.
- Asuntos vinculados con relaciones públicas de la industria o actividades de lobby o gestión de intereses (incluyendo propuestas de modificación al marco legal).
- Oportunidades de crecimiento de la industria, tales como nuevos mercados, nuevos usos de los productos (pero no planes de promoción individuales de los participantes ni detalles de proyectos de la Compañía).
- Organización de eventos con fines educacionales (por ejemplo, campañas de información a consumidores, capacitación en ventas a distribuidores, entre otras).

2.4 Qué hacer durante las reuniones con los competidores

- Abstenerse de abordar temas no incluidos en la agenda.
- En caso que un participante se aparte de los temas incluidos en la agenda y se tenga dudas sobre la legitimidad o riesgo de discutir dicho asunto en la reunión, esta deberá posponerse hasta luego de haber formulado la consulta a los asesores legales y haber recibido de ellos la autorización y/o recomendaciones para su discusión.
- En caso de designar a un encargado o secretario que levante actas y guarde registro de todo lo discutido en las reuniones, debe verificar cuidadosamente su redacción y en caso de duda, consultar con los asesores legales de la Compañía.

Si durante la reunión se advierte que un participante discute o pretende discutir algún asunto indicado en el punto 2.2:

- 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 pese al pedido de no hacerlo, el representante de la Compañía deberá abandonar la reunión, solicitando que ello sea registrado en el acta correspondiente, si fuera el caso.
- Contactar inmediatamente a los asesores legales a efectos de solicitar su opinión en relación a si se debe adoptar alguna medida adicional.

2.5 Qué hacer luego de las reuniones

Luego de cada reunión que hubiera dado lugar al levantamiento de un acta, esta deberá revisarse para que refleje en su totalidad los temas discutidos. Tomar en cuenta que de no manifestar su disconformidad con el contenido en forma inmediata, ello supondrá mayor dificultad para cuestionar la veracidad del acta.

2.6. Información comercial sensible

Se considera información comercial sensible, que no puede ser compartida con el competidor, a toda aquella información que éste no podría obtener del mercado libremente y que podría otorgar una ventaja competitiva a una empresa sobre la otra en los mercados en que compiten. Entre otra, incluye:

- Precios
- Capacidad de producción y servicios
- Condiciones de mercado
- Volumen de venta e inventarios
- Planes de negocio
- Márgenes o costos
- Descuentos, promociones o publicidad para clientes o proveedores.

No se permite que, en las reuniones con proveedores y distribuidores que se tengan en común con el competidor se discuta sobre información comercial sensible, ya que podría interpretarse que se les está utilizando como intermediarios.

En todos los casos, cualquier intercambio de información con competidores debe ser verificado con el área legal de la Compañía para corroborar que no constituye información comercial sensible.

III. LINEAMIENTOS PARA LA REDACCIÓN DE DOCUMENTOS Y COMUNICACIONES

Debe evitarse el uso de determinadas palabras al momento de redactar documentos que pudieran dar la impresión equivocada de la existencia de una conducta anticompetitiva. A continuación, hacemos referencia al lenguaje que deberá ser siempre evitado por la Compañía:

- **Lenguaje inculpatorio:** frases como "*Destruir después de leer*", "*Se acordó mas no se guardó registro de ello*", entre otras similares, sugieren la posibilidad de 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.
- **Palabras fuerza:** el uso de palabras como "*dominante*", "*apalancamiento*", "*expulsar*", o "*destruir la competencia*" puede sugerir el uso de poder de mercado para sacar a los competidores mediante prácticas abusivas.

- **Planeamiento y palabras de intención:** frases como "*esto nos permitirá lograr una posición dominante*" o "*este negocio nos permitirá incrementar los márgenes de ganancia en x%*" podrían ser utilizadas por la autoridad de competencia como indicio o evidencia de una supuesta práctica anticompetitiva.
- **Palabras o frases vagas sobre competencia y precios:** ser claros en relación a qué se quiere decir. El uso de frases vagas puede 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 indicio de una conducta anticompetitiva (cartel), cuando lo que en estricto se quiere señalar es que el desarrollo de la industria (incremento en la demanda) sugiere que el aumento de precios es probable.
- **Origen de la información sobre un competidor:** establecer el origen legítimo de la 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 y, por ello, ser tomado como indicio de una práctica anticompetitiva.
- **Especulaciones en relación a la licitud de una conducta:** por ejemplo, frases como "*Estos acuerdos pueden infringir la legislación sobre competencia, por lo que se exige discreción*". 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.

IV. PROCEDIMIENTO PARA CONSULTAS Y DENUNCIAS

En caso surja alguna duda respecto a los alcances de la Ley de Libre Competencia o las situaciones descritas en el presente Manual se podrá consultar con el área legal de la Compañía.

Asimismo, ante la toma de conocimiento de potenciales infracciones o la ocurrencia efectiva de éstas, el trabajador deberá utilizar el Canal de Denuncias de la Compañía que se rige por lo dispuesto en la Normativa de Gestión del Canal de Denuncias que, entre otros principios, contempla: protección de derechos y garantías del denunciante (asegurando que no sufrirá ninguna represalia, discriminación o sanción por denuncias interpuestas de buena fe), derecho al anonimato, confidencialidad de datos aportados, pleno respeto al derecho de defensa y presunción de inocencia de las personas afectadas.

V. ENTRADA EN VIGOR

Este Manual entrará en vigor a partir de su aprobación por la Dirección de Cumplimiento de Telefónica del Perú S.A.A.

ANEXO I

Conductas sancionables por la Ley de Libre Competencia¹

Prácticas colusorias horizontales: aquellos acuerdos, decisiones, recomendaciones o prácticas concertadas entre dos o más competidores respecto de alguna variable de competencia en el mercado².



Prácticas colusorias verticales: los acuerdos, decisiones, recomendaciones o prácticas concertadas realizados por agentes económicos que operan en planos distintos de la cadena de producción, distribución o comercialización, que tengan por objeto o efecto restringir, impedir o falsear la libre competencia³.



Abuso de posición de dominio: aquellas conductas unilaterales efectuadas por un agente económico que ostenta posición dominante en un determinado mercado relevante y que utiliza dicha posición para restringir la competencia por razones diferentes a una mayor eficiencia económica⁴.



Sanciones aplicables por infracciones a la Ley de Libre Competencia

La empresa infractora y sus funcionarios se exponen a las siguientes sanciones como consecuencia de la realización de las referidas conductas anticompetitivas:

EMPRESAS



Multas de hasta el 12% de las ventas o ingresos brutos percibidos por el infractor o su grupo económico relativos a todas sus actividades económicas correspondientes al ejercicio inmediato anterior a la fecha de sanción⁵.

EJECUTIVOS



Multas de hasta 100 Unidades Impositivas Tributarias (S/. 430,000.00 aproximadamente⁶) aplicable a los representantes legales del infractor o a las personas que integran sus órganos de dirección o administración, según se determine su responsabilidad en los ilícitos cometidos⁷.

¹ Información tomada del proyecto de Guía de Programas de Cumplimiento de las Normas de Libre Competencia. Setiembre 2019. INDECOPI.

² Ver numeral 1 del artículo 11 de la Ley de Libre Competencia.

³ Ver numeral 1 del artículo 12 de la Ley de Libre Competencia.

⁴ Ver el artículo 10 de la Ley de Libre Competencia.

⁵ Ver el numeral 1 del artículo 46 de la Ley de Libre Competencia.

⁶ El valor de la UIT en el 2020 es de S/. 4,300.

⁷ Ver el numeral 3 del artículo 46 de la Ley de Libre Competencia.

ANEXO II

Casos reales de sanciones por infracciones a la Ley de Libre Competencia⁸

Caso 1: Concertación de precios de balones de gas a nivel nacional

Entre el 2008 y 2011, tres empresas conformaron un cártel para fijar concertadamente el precio del balón de Gas Licuado de Petróleo (GLP) en las presentaciones de 10, 15 y 45 kg. Este cártel impuso a sus distribuidores (o mayoristas) incrementos (sobrepuestos) que, por ejemplo, alcanzaron valores entre S/. 0,23 y S/. 1,00 para el balón de 10 kg (principal producto afectado). Estos sobrepuestos a sus distribuidores ocasionaron incrementos en los precios de venta al público y afectaron al consumidor final.

El cártel se realizó de manera secreta, a través de coordinaciones realizadas entre directores, gerentes generales, gerentes comerciales, y otros funcionarios de las empresas. Por ello, además de sancionarse a las empresas involucradas, se sancionó a las personas naturales, conforme puede observarse en el cuadro de la derecha.

Funcionario	Empresa	Multa (S/)	Multa (\$)
Gerente General	Empresa 1	405 000,00	125 077,21
Presidente del Directorio	Empresa 1	68 312,63	21 097,17
Gerente General	Empresa 2	44 500,97	13 743,35
Dirección General	Empresa 2	44 500,97	13 743,35
Gerente General	Empresa 3	60 599,60	18 715,13
Gerente Comercial Envasado	Empresa 3	6 591,53	2 035,68
Jefe de Ventas Envasado	Empresa 3	2 197,18	678,56
TOTAL		631 702,88	195 090,45

Fuente: Comisión de Defensa de la Libre Competencia, 2017, Resolución N° 100-2017/CLC-INDECOPI del 18 de diciembre de 2017 (En apelación).

Caso 2: Colusión en el mercado de comercialización de papel higiénico y otros productos de papel tissue

La Comisión de Defensa de la Libre Competencia del Indecopi acreditó que dos empresas realizaron una práctica colusoria horizontal en la modalidad de fijación de precios y otras condiciones comerciales, en la comercialización de papel higiénico y otros productos de papel tissue en el periodo 2005 a 2014.

Dicha práctica consistió, entre otros, en la realización de reuniones en hoteles y conversaciones telefónicas para incrementar los precios de los productos señalados, así como para modificar coordinadamente descuentos y promociones, aplicados en los tres principales canales de comercialización: el canal tradicional (venta a distribuidores y mayoristas), el canal moderno (ventas a supermercados y cadenas de farmacias) y el canal institucional (ventas a empresas o instituciones).

Debido a la gravedad y a los efectos significativos sobre el funcionamiento del mercado, en primera instancia se impusieron multas a ambas empresas por valor aproximado de S/. 275 millones, así como sanciones de S/. 1.1 millones a 14 ejecutivos involucrados. Sin embargo, cabe indicar que dichas empresas se acogieron al Programa de Clemencia del Indecopi que supone la colaboración eficaz en el procedimiento, por lo que se consiguió una reducción en las multas con la condición que éstas implementen programas de cumplimiento en esta materia.

Fuente: Comisión de Defensa de la Libre Competencia, 2017, Resolución N° 010-2017/CLC-INDECOPI del 22 de marzo de 2017.

⁸ Información tomada del proyecto de Guía de Programas de Cumplimiento de las Normas de Libre Competencia. Setiembre 2019. INDECOPI.

ANEXO III
Resumen de Recomendaciones

En reuniones	NO	En comunicaciones
No se puede tratar de:		No se pueden usar las siguientes frases:
<ul style="list-style-type: none"> × Precios o niveles de precios × Costos de cada empresa × Planes promocionales o publicidad × Segmentación de mercados × Términos y condiciones de venta × Información sobre ventas o producción × Planes futuros y confidenciales × Condiciones comerciales con las que se participará en licitaciones públicas o privadas. × Información comercial sensible. 		<ul style="list-style-type: none"> × <i>"Destruir después de leer"</i> × <i>"Se acordó mas no se guardó registro de ello"</i> × <i>"dominante"</i> × <i>"apalancamiento"</i> × <i>"expulsar"</i> × <i>"destruir la competencia"</i> × <i>"esto nos permitirá lograr una posición dominante"</i> × <i>"este negocio nos permitirá incrementar los márgenes de ganancia en x%"</i> × <i>"hay consenso en la industria en relación a que los precios subirán"</i> × <i>"Estos acuerdos pueden infringir la legislación sobre competencia, por lo que se exige discreción"</i>