

The logo consists of a red circle with the word "Edenred" in white, bold, sans-serif font. A thick red line curves around the top and right sides of the circle.

Edenred

GUÍA DE EDENRED PARA CUMPLIR LA NORMATIVA DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA

ANDRÉS BELLO 2687, OFICINA 1301, LAS CONDES
CIUDAD DE SANTIAGO DE CHILE

JUNIO – 2025

CONTENIDO

Mensaje del Gerente General	3
1. Introducción y objetivos	4
2. Generalidades sobre Libre Competencia.....	5
2.1 ¿Qué es la Libre Competencia?	5
2.2 ¿Por qué es importante y beneficiosa la Libre Competencia?	6
2.3 Normativa	6
2.4 Autoridades encargadas de proteger la libre competencia	7
I. Tribunal de Defensa de la Libre Competencia	7
II. Fiscalía Nacional Económica.....	8
3. Principales Prácticas Anticompetitivas	8
3.1. Acuerdos anticompetitivos	8
A. Cáteles y Colusiones	9
B. Bid-Rigging o Manipulación en Licitaciones	13
C. Restricciones Verticales	14
D. Abuso de posición dominante ("APD")	14
E. Intercambio de información sensible entre competidores	16
3.2 Conductas predatorias y competencia desleal.....	19
¿Qué medidas concretas tomar en estas situaciones?	20
3.3 Interlocking	21
Interlocking Directo	21
¿Qué medidas concretas tomar en estas situaciones?	22
3.4 Control de fusiones.....	22
4. Sanciones.....	23
5. Canalización de denuncias	24
6. Control de cambios	25

MENSAJE DEL GERENTE GENERAL

Nuestra cultura de ética y cumplimiento es un activo clave de Edenred Chile ("**Edenred**" o la "**Compañía**"), que contribuye a diario al crecimiento rentable y sostenible de las actividades del Grupo.

Respetar las normas sobre competencia en todos los lugares en que Edenred lleva a cabo su actividad es una parte fundamental de nuestra cultura que debemos integrar en nuestra conducta cotidiana. Esta guía forma parte del programa de cumplimiento desarrollado por la Compañía y ha sido redactada para:

- explicar los requisitos principales que establece la legislación en materia de competencia y
- fijar en consecuencia qué se puede y qué no se puede hacer.

Por tanto, es esencial que cada uno de los empleados de la Compañía lea estas normas **detenidamente** y adquiera un compromiso **personal** para cumplirlas **escrupulosamente**. Con el fin de dejar constancia formal de dicho compromiso, esta Guía será firmada por todos los empleados a través de la plataforma electrónica DocuSign, asegurando así la trazabilidad, validez y eficacia jurídica del acto de aceptación.

Las áreas de Legal y cumplimiento de Edenred están a su disposición para ayudarle en la aplicación de las obligaciones aquí previstas.


Fernando Müller Ferrés
Director General
Edenred Chile

1. INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS¹

La Libre Competencia es el motor de la economía, puesto que asegura el derecho de todas las empresas y personas a participar con eficiencia y en igualdad de condiciones en las actividades económicas. Es, además, un principio de la economía que implica que los mercados se desarrollan y desenvuelven en contextos donde se respeta la primacía de la ley de oferta y demanda.

Edenred valora y cree fuertemente en los principios de la Libre Competencia y pretende defenderla, absteniéndose de conductas anticompetitivas. Se busca competir lealmente, en base a la calidad y al precio de nuestros productos y servicios, como también con nuestra experiencia de colaboración con los consumidores y clientes.

Dentro de los objetivos que la Compañía ha buscado al elaborar la presente Guía de Cumplimiento de Libre Competencia ("Guía") compartida con sus colaboradores se encuentran:

- i. Entregar lineamientos que permitan entender de manera sencilla las normas de libre competencia.
- ii. Detectar tempranamente situaciones que pudiesen constituir riesgos tanto para Edenred como para sus colaboradores.
- iii. Ayudar a los empleados y las unidades de negocio de Edenred a atenerse a las leyes y los reglamentos de defensa de la competencia que Edenred debe cumplir en Chile.

La elaboración de la presente Guía ha sido encargada y dirigida por el Directorio de Edenred, en señal de su más alto compromiso de cumplimiento y acatamiento a la normativa de Libre Competencia.

¹ Esta Guía ha sido elaborada con el apoyo de VLF Abogados, firma especializada en materias de libre competencia, conforme a los estándares internacionales de cumplimiento y a las directrices vigentes establecidas por la Fiscalía Nacional Económica y el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia al momento de su publicación.

2. GENERALIDADES SOBRE LIBRE COMPETENCIA

2.1 ¿Qué es la Libre Competencia?

En términos simples el concepto de “libre competencia” hace referencia a la natural rivalidad que existe entre distintas empresas que se disputan un mismo mercado. Así, existiría “libre competencia” cuando los distintos actores que participan en un mercado actúan en forma independiente unos de otros, persiguiendo cada uno de ellos aumentar su participación y ganancias (en el corto, mediano o largo plazo), sin que existan circunstancias ilegítimas que perjudiquen a unos o favorezcan a otros.

La competencia es a todas luces beneficiosa para los mercados, los clientes y/o usuarios de los productos de la Compañía, por ende, es imprescindible que ella sea efectivamente tutelada y protegida por la autoridad. Además, ésta incentiva a que las empresas mejoren su desempeño, desarrollen nuevos productos y respondan a necesidades cambiantes del mercado.

Así, los distintos agentes del mercado se encuentran llamados a respetarla e impulsarla, para lo cual resulta fundamental la participación y compromiso de todos los colaboradores, teniendo como foco el respeto y la promoción de conductas que permitan a Edenred Chile continuar siendo un agente económico leal y competitivo en el mercado.

Para resguardar la libre competencia, la ley protege a los mercados y el desarrollo de éstos mediante el fomento de conductas que sean acordes con las buenas prácticas comerciales, para que ello redunde en la oferta de mejores productos y servicios a los menores precios posibles, beneficiando de forma última a los consumidores.

Por esta razón es que el legislador ha regulado materias relacionadas con la libre competencia en distintos cuerpos normativos, incluyendo la Constitución Política de la República de Chile, siendo el principal cuerpo normativo el Decreto Ley N°211 de 1974 (“DL 211”) que Fija Normas para la Defensa de la Libre Competencia, modificado por la Ley N°20.9451.

El bien jurídico protegido por el Derecho de la Libre Competencia es la libre competencia en los mercados, en tal sentido su artículo 1° del DL 211 señala que:

“La presente ley tiene por objeto promover y defender la libre competencia en los mercados. Los atentados contra la libre competencia en las actividades económicas serán corregidos, prohibidos o reprimidos en la forma y con las sanciones previstas en esta ley”.

Es importante tener en consideración que, en materia de libre competencia, no se debe confundir al competidor eficiente, que actúa conforme al marco legal, con el mal competidor, entendiéndose por el último, a aquel que actuando puede generar una

distorsión en el mercado que impida, restrinja o entorpezca la libre competencia, o que tienda a producir dichos efectos, perjudicando así a sus competidores, a los consumidores y, a final de cuentas, a toda la sociedad.

2.2 ¿Por qué es importante y beneficiosa la Libre Competencia?

La libre competencia es importante y beneficiosa para la sociedad y sus mercados al funcionar como un motor de la economía, asegurando el derecho de todos los agentes económicos a participar con eficiencia y en igualdad de condiciones en sus actividades económicas.

De este modo, las normas que regulan la libre competencia exigen a los agentes económicos que tomen sus decisiones de negocios y comerciales de forma autónoma e independiente del resto de sus competidores, de manera leal frente a sus pares, y sin abusar de eventuales posiciones dominantes. En este mismo sentido, prohíben la realización de todo tipo de actos y conductas que tengan como objeto o efecto limitar, restringir, falsear o distorsionar la competencia o el acceso al mercado en perjuicio al interés general.

La importancia que ha cobrado la libre competencia en nuestro país es del todo positiva dado que, como se ha señalado, la competencia contribuye a que los mercados funcionen correcta y eficientemente.

Las infracciones a la normativa de libre competencia pueden ocasionar severos perjuicios tanto para nuestra Compañía, como para las personas naturales implicadas. El hecho de incurrir en ilícitos que atenten contra la normativa de libre competencia daña la imagen de la empresa involucrada frente a sus clientes, a la autoridad y a sus competidores. Atender demandas e investigaciones legales en esta materia es costoso y consume tiempo. La comprobación de conductas contrarias a la normativa de libre competencia trae aparejado la imposición de severas multas para la Compañía y el personal implicado en las conductas, y, en el caso de las conductas más graves, incluso la imposición de sanciones penales.

2.3 Normativa

Como bien se indicó, la normativa establecida para promover y defender la libre competencia en los mercados se encuentra en el DL 211, el cual tiene por objeto promover y defender la libre competencia en los mercados. Los atentados contra la normativa de libre competencia en las actividades económicas serán corregidos, prohibidos o reprimidos en la forma y con las sanciones previstas en esta ley.

Esta ley busca evitar la concentración en los mercados, asegurar que los precios y características de los productos y servicios ofrecidos sean fruto de la combinación de variables como la oferta, la demanda, los costos de producción y economías de escala, entre otras variables competitivas, y no que éstos respondan a maniobras abusivas de

agentes con poder de mercado o de prácticas colusorias que involucren a competidores entre sí.

En dicha normativa se establecen:

- (i) Las conductas que atentan contra la libre competencia y sus sanciones;
- (ii) La organización, funciones y atribuciones del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia ("TDLC") y de la Fiscalía Nacional Económica ("FNE"); y
- (iii) El procedimiento mediante el cual se tramitan las causas ante el TDLC.

La normativa establece multas extremadamente elevadas a los infractores, las cuales pueden ser impuestas en procedimientos especiales, incluso de carácter abreviados, y en donde son admisibles todos los medios de prueba o indicios que el TDLC estime aptos para establecer los hechos pertinentes. Todo lo cual responde a la necesidad de idear un sistema capaz de detectar, probar y sancionar conductas tan graves y difíciles de descubrir como lo son, por ejemplo, las colusiones.

2.4 Autoridades encargadas de proteger la libre competencia

Las autoridades chilenas encargadas de velar por la promoción y protección de la libre competencia en los mercados son el TDLC y la FNE. Además, la Corte Suprema ("CS") tiene el rol de conocer las sentencias dictadas por el TDLC respecto de las cuales se haya presentado recurso de reclamación.

A continuación, se describen brevemente las características principales de estos organismos, a fin de entender cómo ejercen sus funciones.

I. Tribunal de Defensa de la Libre Competencia

El TDLC es un tribunal especial e independiente, se encuentra bajo la superintendencia de la CS, y tiene competencia en todo el territorio chileno. Está integrado por cinco ministros, tres de los cuales son abogados y dos son economistas.

Su función es prevenir, corregir y sancionar los atentados a la normativa de libre competencia aplicando las normas contenidas en el DL 211.

La función más reconocida del TDLC es la jurisdiccional, esto es, conocer y juzgar los conflictos derivados de atentados en contra de la normativa de libre competencia en un procedimiento contencioso especial regulado en el DL 211. Además de esta función, el TDLC tiene otras importantes atribuciones como las de absolver consultas, dictar instrucciones generales, emitir informes que se le encomienden en virtud de leyes especiales y formular recomendaciones normativas al Poder Ejecutivo.

II. Fiscalía Nacional Económica

La FNE es la agencia nacional encargada de defender y promover la libre competencia. Tiene como función principal investigar hechos, actos o convenciones que impidan, restrinjan o entorpezcan la competencia en los mercados. La FNE es un servicio público descentralizado, con personalidad jurídica y patrimonio propio, independiente de todo organismo o servicio. Se encuentra sometida a la supervigilancia del presidente de la República a través del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo.

Para cumplir con su labor, la FNE está investida de la potestad para investigar los atentados contra la normativa de libre competencia, pudiendo solicitar todo tipo de antecedentes y actuar a través de Carabineros de Chile o Policía de Investigaciones para entrar a recintos públicos o privados, registrar e incautar toda clase de objetos y documentos, interceptar toda clase de comunicaciones y ordenar a investigados que facilite cualquier tipo de documentación.

Asimismo, tiene la misión de representar el interés general de la colectividad en el orden económico, actuando como parte ante el TDLC, y velar por el cumplimiento de las decisiones adoptadas por el TDLC, entre otras atribuciones.

Cabe destacar que la FNE no sanciona directamente el incumplimiento a la normativa sobre libre competencia, sino que (de estimarlo procedente) somete el resultado de sus investigaciones al conocimiento del TDLC, a fin de que éste adopte las medidas o sanciones que sean del caso. Ello, ya sea por medio de la presentación de consultas como resultado de sus investigaciones o por medio de requerimientos. Otra de las funciones características de la FNE consiste en evacuar informes al TDLC en los procesos iniciados por terceras personas (esto último cuando la ley se lo ordena o el TDLC se lo solicita).

3. PRINCIPALES PRÁCTICAS ANTICOMPETITIVAS

El DL 211 sanciona a todo aquel *"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"* (artículo 3°). De esta forma, son sancionables todas aquellas conductas que afecten o puedan afectar la libre competencia en los mercados, sancionando al que individual o colectivamente los ejecute o celebre.

Respecto a las conductas sancionadas, el artículo 3° del DL 211 señala cuáles son las conductas que impiden, restringen o limitan la libre competencia, las cuales pueden resumirse, a grandes rasgos, en los **(i)** acuerdos colusorios, **(ii)** la explotación abusiva de una posición dominante; **(iii)** las prácticas predatorias y los actos de competencia desleal; y **(iv)** el *interlocking* directo.

3.1. Acuerdos anticompetitivos

A. Cáteles y Colusiones

Todos los acuerdos entre competidores (acuerdos horizontales), con independencia de que se suscriban o no formalmente en un contrato escrito o verbal, cuyo propósito o efecto real o potencial sea impedir una competencia efectiva, se considerarán acuerdos anticompetitivos.

El ilícito de colusión ha sido considerado tanto por el legislador como por la doctrina y la jurisprudencia como el ilícito más grave en libre competencia, dado que afecta estructuralmente al mercado y directamente a los consumidores.

En particular, la normativa vigente prohíbe dos grupos de acuerdos ilícitos:

(a) Los acuerdos, prácticas concertadas o colusiones que involucren a competidores entre sí, y que consistan en:

- Fijar precios de venta o compra conjuntamente,
- Limitar la producción
- Asignarse o repartir mercados o clientes entre ellos
- Afectar el resultado de procesos de licitación.

Estas conductas son comúnmente conocidas como "**carteles duros**", son las más graves de todas y tienen asociadas fuertes sanciones económicas y penales, ya que tienen mayor aptitud para lesionar la Libre Competencia.

Dada la evidente anticompetitividad de los carteles duros, su elevada capacidad para distorsionar la competencia en los mercados y nula justificación económica es que el derecho comparado y en Chile (incorporado con la Ley N°20.945) son ilícitos *per se*. Es decir, basta con acreditar la existencia de un acuerdo o práctica concertada y que éste recaiga sobre algunas de las variables propias de los carteles duros, para que la conducta sea ilícita, sin que sea necesario que el TDLC realice un examen de los efectos nocivos que se hayan producido o se hubiesen podido producir.

Por lo anterior se recomienda el máximo nivel de diligencia y de resguardo frente a conductas que puedan ser consideradas o que puedan facilitar la comisión de un acuerdo o práctica concertada constitutivos de cartel duro.

(b) Los acuerdos, prácticas concertadas o colusiones, que confiriéndoles poder de mercado a los competidores, consistan en:

- Determinar condiciones de comercialización; o
- Excluir a actuales o potenciales competidores.

¿Qué forma pueden adoptar los acuerdos ilícitos descritos en las letras a) y b)?

Toda clase de acuerdos, con independencia de su denominación, sean expresos o tácitos, escritos o verbales, e incluso aquellos respecto de los cuales no existe constancia o registro alguno.

Presupuestos de la colusión:

(i) Acuerdo o práctica concertada

La colusión puede originarse tanto a través de un **acuerdo expreso** (por ejemplo, reuniones, correos o llamadas entre competidores para fijar precios o repartirse clientes), como también mediante una **práctica concertada**, que ocurre cuando las empresas coordinan su comportamiento sin necesidad de un acuerdo formal o escrito, pero actuando de manera paralela a sabiendas de que los demás harán lo mismo.

Este tipo de coordinación resulta más fácil cuando las empresas que participan tienen características similares (por ejemplo, tamaño, estructura de costos o participación de mercado), no existe una empresa que actúe en forma independiente o disruptiva ("empresa maverick"), y los costos de coordinarse son bajos. Estas condiciones facilitan la estabilidad y el éxito de un acuerdo colusorio.

(ii) Estructura de Mercado Favorable

Hay ciertas características del mercado que hacen que haya una estructura propicia para la colusión:

- Bajo número de participantes
- Barreras de entrada
- Frecuencia de interacción alta
- Transparencia del mercado
- Mercado no en crecimiento (estable o en declinación)
- Homogeneidad de productos

(iii) Represalias Posibles:

Para que un acuerdo colusorio se mantenga en el tiempo, es importante que exista la posibilidad de castigar a quienes lo infrinjan. Es decir, si una empresa se sale del acuerdo —por ejemplo, bajando precios o captando clientes que no le

“correspondían”—, las demás puedan tomar represalias para desincentivar esa conducta.

Una **represalia típica** es iniciar una *guerra de precios*, es decir, bajar fuertemente los precios para quitarle participación de mercado a la empresa que rompió el acuerdo, aun cuando eso implique pérdidas de corto plazo para todos. Otra forma de represalia se da cuando las empresas compiten en varios mercados a la vez (*contacto multimercado*): en esos casos, una empresa puede castigar a otra en un mercado distinto al afectado inicialmente, aprovechando la interdependencia entre mercados.

Estas represalias son más factibles cuando las condiciones del mercado lo permiten, por ejemplo, si los precios son transparentes o si las empresas pueden detectar rápidamente desviaciones del acuerdo.

¿Cómo se detecta la colusión?

(a) Facultades “duras” de la FNE: para allanar e incautar, interceptar comunicaciones telefónicas y obtener registros de llamados telefónicos.

Los requisitos son los siguientes:

- Debe tratarse de casos graves y calificados de investigaciones destinadas a acreditar conductas de las descritas en la letra a) del artículo 3 (colusión).
- Su ejercicio debe sujetarse a los artículos aplicables del Código Procesal Penal.
- La FNE debe obtener la aprobación previa del TDLC, y la autorización al ministro de la Corte de Apelaciones que corresponda de acuerdo al turno, quien deberá verificar la existencia de antecedentes precisos y graves acerca de la existencia de prácticas de colusión.

(b) Delación compensada: esta figura exime de la multa al primero que se autodenuncia y rebaja la multa al segundo. Hoy en día, también entrega inmunidad penal a la persona natural que participa en un procedimiento de autodenuncia.

Actualmente existen dos tipos de beneficios dentro de la Delación Compensada:

- **Beneficio de excusión:** El primer postulante que aporte antecedentes a la FNE sobre una colusión se eximirá de: **(i)** la sanción de disolución de la persona jurídica ; **(ii)** la multa de hasta por la 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 TDLC podrá aplicar multas hasta por una suma equivalente a 60.000 UTA, aproximadamente USD\$55 millones ; y **(iii)** la responsabilidad penal por el delito de colusión.

- **Beneficio de Reducción:** El segundo postulante que aporte antecedentes a la FNE sobre una colusión podrá obtener: **(i)** una reducción de hasta un 50% de la multa que de otro modo habría sido solicitada; **(ii)** la rebaja en un grado de la pena por el delito de colusión; y **(iii)** no deberá cumplir el año de privación efectiva de libertad, si el requerimiento de la FNE involucra a más de dos competidores y el beneficiario cumple los requisitos establecidos en la Ley N° 18.216 para sustituir la ejecución de penas privativas o restrictivas de libertad.

(c) Línea directa y anónima de denuncias a disposición de todos sus ejecutivos y colaboradores.

Edenred pone a disposición de todos sus ejecutivos, colaboradores, proveedores y otros terceros un canal de denuncias confidencial y anónimo, cuyos antecedentes se encuentran dispuestos en el punto 6 del presente instrumento. Estos canales permiten reportar cualquier conducta irregular, vulneración de políticas internas o posibles incumplimientos normativos en materia de ética, integridad y libre competencia.

¿Qué medidas concretas tomar en estas situaciones?

Respuesta formal en caso de enfrentarse a algunas de las situaciones descritas como conducta prohibida.

En caso de recibir alguna llamada telefónica, mensaje de texto, “chats” o correo electrónico, en el marco de una reunión o cualquier otra situación semejante que sea potencialmente riesgosa a la luz de lo señalado, es necesario reportar la situación al Encargado de Prevención del Cumplimiento de la Compañía, quien entregará las pautas para dar una respuesta formal indicando que es política de Edenred no participar en las actividades descritas y evaluará otras acciones a seguir.

Los correos u otras comunicaciones electrónicos, así como los documentos de texto internos o dirigidos a terceros, deben incorporar las recomendaciones de esta Guía. En dicho sentido, los colaboradores deben tener especial cuidado en que el lenguaje que utilicen no se preste para malentendidos en caso de ser objeto de revisión por parte de la autoridad o de algún tercero, intentando explicitar de la mejor forma posible el verdadero sentido de las expresiones utilizadas.

Por lo que en caso de que algún colaborador de la Compañía reciba un correo de un competidor en el cual hay información comercialmente sensible y que puede ser útil para el colaborador, el procedimiento debe ser responder el correo (indicando el siguiente texto

que se indica al pie)² sin revisar los archivos adjuntos. Luego, guardar el correo y los archivos adjuntos (en caso de que existan) en una carpeta del computador del colaborador de la Compañía que más tarde se entregará al Encargado de Prevención del Delito. Finalmente, se debe borrar toda aquella información de la bandeja de entrada.

B. Bid-Rigging o Manipulación en Licitaciones

Esta práctica ocurre cuando dos o más empresas coordinan sus ofertas para que parezca que compiten, pero en realidad ya acordaron quién ganará. En Chile se considera **colusión** y está prohibida por la ley de libre competencia (DL 211).

Formas típicas de bid-rigging:

Práctica	¿Cómo se ve?	Ejemplo sencillo
Ofertas "de pantalla"	Un competidor presenta una oferta demasiado cara o con condiciones inaceptables para que gane la empresa elegida.	"Oferto, pero cobro 30 % más que el resto: sé que me descartarán".
Supresión o retiro de ofertas	Uno o varios competidores no presentan oferta, o la retiran, para asegurar que gane otro.	"Esta vez no participo para que te adjudiquen a ti".
Rotación de ganadores	Los competidores se turnan como ganadores en licitaciones distintas.	"Hoy gano yo, la próxima tú".

² Junto con saludar, acusamos recibo de tu correo electrónico de fecha 4 de febrero, por medio del cual se ha compartido los Contratos de Afiliación y Presentación de Servicios que contienen términos y condiciones comerciales de un competidor de Edenred. Dichos términos y condiciones pueden ser considerados información comercialmente sensible por la Fiscalía Nacional Económica y el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia. En virtud de la legislación vigente en materia de competencia, especialmente el Decreto Ley N°211, y de conformidad con nuestro Programa de Cumplimiento de Libre Competencia, nos permitimos manifestar lo siguiente:

1. Edenred no utilizará, divulgará ni conservará la información contractual recibida. Procederemos a su eliminación inmediata de nuestros registros, a fin de evitar cualquier incumplimiento o riesgo en materia de libre competencia.
2. Solicitamos, en estricto apego a la normativa de competencia aplicable, que se abstenga de remitir en el futuro cualquier información que pudiera implicar la divulgación de términos comerciales ajenos a Edenred o que pudiese suponer un riesgo en materia de libre competencia.
3. Reiteramos nuestro compromiso con el cumplimiento de nuestro Programa de Cumplimiento de Libre Competencia.

Agradecemos su comprensión y quedamos atentos a cualquier aclaración adicional que estime pertinente.

Saludos,

Reparto de mercado	Se dividen clientes o zonas y cada uno evita competir donde "no le toca".	"Tú atiendes el norte; yo, el sur. Y no nos pisamos los talones".
--------------------	---	---

¿Qué debes hacer tú?

- Compite en serio: prepara la mejor oferta posible sin coordinar precios, condiciones ni turnos con competidores.
- No compartas información comercialmente sensible (precios, márgenes, costos, estrategia).
- Sospecha de conversaciones inusuales con competidores sobre quién debería ganar o "cuánto ofertar".
- Consulta al Área Legal si: (i) Planeas unirte a otro proveedor para una licitación; o (ii) Un competidor te propone "arreglar" la oferta.
- Denuncia de inmediato en los canales dispuestos en este instrumento si presencias o recibes un acercamiento sospechoso.

C. Restricciones Verticales

Los **acuerdos** entre empresas que llevan a cabo su actividad en **niveles diferentes de la cadena de suministro** (acuerdos verticales) pueden también restringir la competencia si incluyen, por ejemplo, restricciones sobre precios de reventa, territorios de reventa o cláusulas de exclusividad. Póngase en contacto con el Departamento jurídico antes de suscribir acuerdos o entablar negociaciones con intermediarios, distribuidores y otros clientes cuando se prevean estipulaciones de este tipo.

D. Abuso de posición dominante ("APD")

El concepto de «posición dominante» no significa necesariamente que la empresa de que se trate sea el único proveedor del mercado, sino que, en el mercado en cuestión, goce de una posición de solidez económica que le permita impedir que se mantenga eficazmente, una competencia efectiva en el mercado.

En términos generales y aunque los criterios de valoración sean numerosos, debe considerarse la existencia de una posición dominante cuando una empresa o grupo de empresas adquiere la capacidad de actuar -en buena medida- con prescindencia de la conducta de sus competidores, de sus clientes y, en definitiva, de los consumidores.

De acuerdo a la FNE, para determinar si una empresa detenta o no una posición de dominio es recomendable, pero no determinante, en primer lugar, identificar su **poder de mercado**,

identificando, por ejemplo, las cuotas de mercado que detenta la empresa en cuestión, en cada uno de los mercados relevantes.

Mantener una posición dominante no se encuentra prohibido, siempre que tal posición se haya adquirido, se conserve y mejore exclusivamente, compitiendo con otras empresas «por méritos propios», es decir, gracias a la calidad de los productos o los servicios y a una mejor eficiencia económica.

Ahora bien, mantener una elevada cuota de mercado o *market share* en una línea de producto o categoría, es decir, en un mercado relevante específico, puede ser indicativo de poder de mercado o dominancia, pero no es concluyente. Siempre deben analizarse las características propias del mercado, su mayor o menor nivel de competitividad, la existencia de barreras a la entrada o a la expansión, etc.

De este modo, mantener una elevada cuota de mercado lleva a la existencia de una «responsabilidad particular» para las empresas en cuanto a una competencia leal en los mercados en que se ejerce ese dominio, así como en mercados vecinos.

De hecho, la FNE ha señalado que:

“(...) apreciará en términos generales como lícita una restricción vertical cuando la cuota de mercado del vendedor, en el mercado donde vende los productos objeto del contrato, y la cuota de mercado del comprador, en el mercado donde adquiere los productos objeto del contrato, sean cada una del 35% o menos”.

En consecuencia, determinadas prácticas que resultan aceptables para las empresas no dominantes están prohibidas para las que sí gozan de una posición de dominio, pues se considera que implican «abuso de posición dominante».

En determinadas configuraciones del mercado (oligopolio/duopolio), varias empresas pueden mantener conjuntamente una «posición dominante colectiva».

El APD se puede ejecutar a través de:

Categoría	¿Cómo se manifiesta?	Ejemplo práctico
Explotativos	• Subir precios sin justificación • Cambiar condiciones unilateralmente • Cobrar precios distintos a clientes similares sin razón objetiva	<i>“A cliente pequeño le cobro 20 % más solo porque no tiene poder de negociación.”</i>
Exclusorios	• Precios bajo costo (predatorio) • Negativa a vender un insumo esencial • Estrangulamiento de márgenes	<i>“Tenemos el único software de carga; negamos la licencia a un competidor downstream.”.</i>

	(margin squeeze) • Exclusividades injustificadas • Demandas abusivas o acaparamiento de stock	
Mixtos	Combinan exclusión y explotación: ventas atadas (tying), descuentos lealtad sin respaldo de eficiencias, discriminación arbitraria de precios, etc.	<i>"Para contratar el vale de combustible, obligo al cliente a comprar también mis gift cards."</i>

¿Qué medidas concretas tomar en estas situaciones?

Atendida la multiplicidad de formas en que pueden manifestarse las conductas abusivas, cada Colaborador de la Compañía debe comunicarse con el Encargado de Prevención del Delito o Área de Legal y Cumplimiento en caso de duda o inquietud, para la revisión del caso específico de que se trate.

E. Intercambio de información sensible entre competidores

Está terminantemente prohibido que los competidores intercambien información comercial sensible que les permita coordinar su conducta en el mercado o adaptar su estrategia.

¿Qué información se considera relevante y/o sensible?

*"Toda aquella **información estratégica** de una empresa que, de ser conocida por un competidor, influiría en sus decisiones de comportamiento en el mercado³"*

Ejemplos de información comercial sensible:

- precios y/u otros términos de venta (por ejemplo, mecanismos de bonificaciones o descuentos);
- costos, incluidos estructura de costos, presupuestos para publicidad, presupuestos para Investigación y Desarrollo y salarios;
- cifras de ventas y/o cuotas de mercado (conocer las cuotas de mercado suele implicar conocer las cifras de ventas de los competidores);
- listas de clientes;
- planes de inversión y/o estrategias de marketing. Compartir información sensible con la competencia está terminantemente prohibido

³

FNE- Guía de Asociaciones Gremiales y Libre Competencia, agosto 2011, pág. 14.

El intercambio de información individualizada sobre la competencia actual o futura (especialmente los precios, costos y proyecciones) está siempre prohibido.

Se considera también como un intercambio si una empresa revela información comercialmente sensible a un competidor y el competidor lo acepta o no rechaza explícitamente el intercambio.

No se considera como información comercialmente sensible aquella que provenga de medios públicos como periódicos, informes anuales, publicaciones corporativas, sitios webs, panfletos publicitarios, paneles oficiales como Nielsen e IRI, comunicados de prensa de organizaciones oficiales como la Cámara de Comercio de Santiago, entre otros.

Generalmente se describen dos situaciones de riesgo en donde puede haber un intercambio de información comercialmente sensible:

(i) Relaciones Sociales y Laborales

- Evita comentar precios, cuotas o estrategias con amigos o excolegas que trabajen en empresas rivales.
- Nuevos empleados no deben traer "en la mochila" datos de su antiguo empleador.

(ii) Participaciones en Asociaciones Gremiales ("AG")

- La AG puede recopilar y difundir estadísticas agregadas.
- Si se necesita un dato no público, debe intervenir un "clean team" de abogados que anonimice y agregue la información antes de circularla.

Una de las funciones más relevantes de las A.G. es la recolección de información de interés común acerca de su industria y su posterior difusión entre sus miembros, lo cual implica constantes intercambios de información entre asociados y entre éstos y la A.G.

En principio, el intercambio de información realizado dentro del marco de una A.G. no conlleva necesariamente problemas para la competencia. Sin embargo, dependiendo de la naturaleza de la información y de la forma y oportunidad en que el intercambio tenga lugar, esta práctica puede tener consecuencias negativas en la competencia.

Lo anterior debido a que se trata de casos en que existe una entrega de información "relevante" por parte de un asociado a un competidor.

El intercambio de información relevante entre firmas competidoras por medio de la A.G. puede producir dos tipos de problemas para la competencia en los mercados:

- i. Puede facilitar el acuerdo o concertación de prácticas entre competidores asociados a la A.G., principalmente brindando un sistema de monitoreo recíproco a los participantes del acuerdo.
- ii. Puede aumentar la transparencia del mercado hasta el punto que, aun sin una coordinación entre los competidores, la incertidumbre disminuye y el proceso de toma de decisiones independientes de los agentes económicos se ve afectado, deteriorando el nivel de competencia.

Si por alguna razón debe facilitarse información, por ejemplo, para un estudio sobre un asunto público gestionado por una asociación de comercio, la prioridad es que tal información sea pública. En el caso de información que no sea pública, deberá intervenir un despacho de abogados en calidad de «*clean team*» o «equipo limpio», que anonimizará y agregará todos los datos sensibles.

¿Cómo actuar si recibe información comercial sensible de competidores?

¡No mantenga una actitud pasiva! No es un argumento válido que asistió a una reunión en que se abordaron cuestiones relacionadas con precios, pero que guardó silencio y sin indicar sus propias intenciones. La asistencia basta para inferir la participación en un acuerdo de fijación de precios.

Situación	Acción inmediata	Paso siguiente
En una reunión	1. Interrumpe. 2. Declara: "No podemos discutir esto". 3. Levántate y sal.	Pide que tu retiro conste en el acta. Informa al OC-LC de Edenred inmediatamente .
Por correo o chat	1. Responde: "No solicité ni deseo esta información". 2. No reenvíes ni conserves el archivo.	Reenvía el hilo a compliance@edenred.com y elimina el mensaje.
Documento físico	1. Cubre o cierra el documento. 2. Devuélvelo al remitente.	Notifica al OC-LC de Edenred inmediatamente , y registra el incidente.

✓ Sí	✗ No
Compartir estudios públicos, datos ya divulgados o análisis agregados (sin identificar empresas).	- Hablar de precios, costos, márgenes, mercados o clientes con rivales. - Aceptar sin objeción un correo con proyecciones de un competidor.

▪ Exigir orden del día y acta antes de toda reunión con competidores. ▪ Consultar al Encargado de Prevención del Delito o Área Legal y Compliance ante cualquier duda.	▪ Pedir a nuevos empleados "insights" de su ex-empresa.
---	---

3.2 Conductas predatorias y competencia desleal

La letra c) del artículo 3° del DL 211 establece como un acto que restringe la competencia:

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

En términos generales, constituye un acto de competencia desleal todo comportamiento contrario a los usos honestos en materia industrial o comercial, que están destinados a desviar la clientela de una empresa a otra. El objetivo de esta práctica es alcanzar, mantener o incrementar una posición dominante.

Por lo que, el DL 211 prohíbe las **prácticas predatorias**, como la venta bajo los costos relevantes, a fin de impedir la entrada de nuevos competidores o de eliminar a uno ya existente. También se encuentran prohibidas las prácticas de **competencia desleal**, que son las conductas contrarias a la buena fe o buenas costumbres comerciales que, por medios ilegítimos, desvían clientes desde un competidor a otro, buscando alcanzar, mantener o incrementar una posición dominante.

Entre otras conductas castigadas por ley, se sanciona la implementación de publicidades que busquen engañar a los consumidores para así aprovecharse de la reputación ajena de otro competidor.

La competencia desleal también se encuentra regulada por la Ley 20.169, en donde en su artículo 3° define la competencia desleal como "En general, es acto de competencia desleal toda conducta contraria a la buena fe o a las buenas costumbres que, por medios ilegítimos, persiga desviar clientela de un agente del mercado". Y luego, en el artículo 4° hace una enumeración no taxativa de aquellas conductas que se considerarán como actos de competencia desleal:

- Toda conducta que aproveche indebidamente la reputación ajena, induciendo a confundir los propios bienes, servicios, actividades, signos distintivos o establecimientos con los de un tercero.

- El uso de signos o la difusión de hechos o aseveraciones, incorrectos o falsos, que induzcan a error sobre la naturaleza, proveniencia, componentes, características, precio, modo de producción, marca, idoneidad para los fines que pretende satisfacer, calidad o cantidad y, en general, sobre las ventajas realmente proporcionadas por los bienes o servicios ofrecidos, propios o ajenos.
- Todas las informaciones o aseveraciones incorrectas o falsas sobre los bienes, servicios, actividades, signos distintivos, establecimientos comerciales de un tercero, que sean susceptibles de menoscabar su reputación en el mercado.
- Las manifestaciones agraviantes que versen sobre la nacionalidad, las creencias, ideologías, vida privada o cualquier otra circunstancia personal del tercero afectado y que no tenga relación directa con la calidad del bien o servicio prestado.
- Toda comparación de los bienes, servicios, actividades o establecimientos propios o ajenos con los de un tercero, cuando se funde en algún antecedente que no sea veraz y demostrable.
- Toda conducta que persiga inducir a proveedores, clientes u otros contratantes a infringir los deberes contractuales contraídos con un competidor.
- El ejercicio manifiestamente abusivo de acciones judiciales con la finalidad de entorpecer la operación de un agente del mercado.

¿Qué medidas concretas tomar en estas situaciones?

Riesgo	¿Por qué importa?	Señal de alerta
Precios bajo costo	Puede calificarse como predatorio si busca expulsar competidores.	Precio < costo promedio variable durante ≥ 2 ciclos promocionales.
Descuentos o bonificaciones agresivas	Pueden ser exclusorios si obligan a comprar volúmenes elevados o ligan varios productos.	Descuento efectivo > 20 % y cláusula de permanencia > 12 meses.
Discriminación injustificada	Trato desigual a clientes comparables sin una lógica objetiva.	Dos clientes con volúmenes similares reciben precios distintos sin respaldo de costos.
Campañas de marketing engañosas	Inducen a error sobre precios, disponibilidades o condiciones.	Reclamos reiterados de SERNAC o redes sociales.

3.3 Interlocking

El DL 211 en el artículo 3º letra d) prohíbe la práctica de interlocking y la define en los siguientes términos como:

“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”

Por lo que, la normativa vigente considera que la participación simultánea de ejecutivos relevantes o de un director en dos o más empresas competidoras entre sí (“**interlocking**”), es una conducta anticompetitiva que podría impedir la libre competencia, bajos ciertos requisitos.

Si bien el interlocking puede, en ciertos casos, ser benigno desde el punto de vista del derecho de la competencia, no es menos cierto que presenta riesgos inherentes a su propia naturaleza y, por lo mismo, diversas legislaciones se han aproximado a dicho fenómeno de distintas formas. Algunos ordenamientos jurídicos la prohíben, otros la regulan y algunos nada dicen al respecto.

La FNE en su Guía sobre “Participaciones minoritarias y directores comunes entre empresas competidoras”, elaborada y publicada el año 2013, analizó la existencia de diversos tipos de interlocking, dentro de los cuales se encuentran: **(i)** el interlocking horizontal directo; y **(ii)** el interlocking indirecto.

El primero de los tipos de interlocking señalados es el único que se encuentra regulado de forma explícita en nuestra legislación. Sin embargo y en atención a los eventuales efectos anticompetitivos del interlocking indirecto, a pesar de que éste no se encuentre expresamente prohibido, es sancionable en virtud de las disposiciones generales del artículo 3º del DL 211.

Ahora bien, de cara a la normativa actual, el artículo 3º letra d) del DL 211 regula el ilícito de interlocking horizontal directo y establece los siguientes requisitos copulativos que es necesario concurren para que se configure dicha conducta, los cuales se detallarán en el siguiente apartado.

Interlocking Directo

Dentro de los requisitos establecidos por ley para la configuración de este ilícito anticompetitivo, encontramos:

- i. La **participación simultánea**, como director o ejecutivo relevante, de la persona correspondiente;

- ii. Las empresas en que se dé la referida participación simultánea deben ser **competidoras** entre sí;
- iii. Debe existir un **mínimo de ingresos** en las empresas respectivas o dentro de sus grupos empresariales que excedan 100.000 UF; y
- iv. La infracción existirá siempre que, habiéndose superado el umbral de 100.000 UF señalado, la participación simultánea se mantenga una vez transcurridos 60 días posteriores al término del año calendario en que se excedió el límite mencionado.

N°	Requisitos	Comentarios Clave
1	Simultaneidad: misma persona como director o "ejecutivo relevante" en dos empresas.	Incluye "asesores con voto" y equivalentes.
2	Competencia entre las empresas.	El fallo precisó que basta la competencia de sus filiales operativas, es decir grupo empresarial.
3	Ingresos > 100 000 UF en cada grupo empresarial.	Se mide con las ventas del año calendario anterior.
4	60 días desde el cierre del año en que se superó el umbral para cesar el cargo duplicado.	Transcurrido el plazo, el ilícito queda configurado "ipso facto".

¿Qué medidas concretas tomar en estas situaciones?

Se recomienda hacer una revisión anual respecto de la participación de los directores y/o ejecutivos relevantes de Edenred, con el objeto de analizar si se está respetando la normativa de libre competencia. Ahora bien, en dicha revisión es importante no quedarse con el mero cargo si no atender a la **funcionalidad** que cumple dicho director o ejecutivo relevante en los directorios que participa.

3.4 Control de fusiones

La legislación en materia de competencia no solamente regula la conducta de las empresas en los mercados, sino también las operaciones que llevan a cabo y que afectan a la estructura misma de los mercados: esa concentración (fusiones, adquisiciones o uniones temporales de empresas) exige la autorización de las autoridades de defensa de la competencia.

En la mayoría de los países, existe la **obligación de informar por adelantado antes de llevar a cabo la operación** cuando la concentración prevista supera cierto umbral, so pena de elevadas sanciones. Por tanto, debe consultarse en todos los casos al Departamento jurídico.

Más allá de este requisito de autorización previa en cuanto a concentraciones, el denominado «gun jumping» es una infracción grave de las leyes de competencia y pueden conllevar sanciones sustanciales.

Gun jumping se refiere a la ejecución de la concentración antes de obtenerse autorización de la autoridad de competencia pertinente.

Si, por razones técnicas, la empresa que adquiere y la empresa adquirida necesitan organizar la concentración futura antes de la obtención de la autorización formal de los reguladores competentes, deberán disponer un procedimiento de «equipo limpio», en el que abogados externos de la empresa que adquiere y de la empresa adquirida intervendrán como intermediarios, filtrarán toda la información sensible y velarán por el cumplimiento de la normativa de defensa de la competencia.

En Chile, la evaluación de las «operaciones de concentración» de los agentes económicos corresponde a la FNE. Estos agentes, deben notificar a la FNE para que evalúe los efectos de dicha operación, la que quedará suspendida hasta la resolución de la FNE.

Para mayor información o duda sobre estas reglas consulte siempre con su Departamento Jurídico.

4. SANCIONES

Las sanciones por infringir la legislación en materia de competencia son elevadas y pueden imponerse tanto a personas naturales como a empresas. La buena fe o la ignorancia no se considerarán justificación o excusa para la infracción de dicha legislación.

Concepto	Monto máximo que puede fijar el TDLC	Limite
Multa	- 30 % de las ventas de la línea de productos afectada o - Doble del beneficio económico obtenido o - 60 000 UTA si no es posible calcular los anteriores.	
Nulidad de contratos	Todo acuerdo contrario a la libre competencia queda sin efecto automático.	

Inhabilitación para contratar con el Estado	Hasta 5 años, cuando existe condena firme.	Sólo en infracción de colusión.
Responsabilidad personal	Cárcel de 3 años y 1 día a 10 años + multa personal	Sólo en infracción de colusión.
Otras consecuencias	Costos de defensa, demandas civiles, pérdida de reputación, bloqueo de fusiones/licitaciones.	

La presente Guía será revisada al menos una vez al año, o bien cada dos años como máximo, a fin de asegurar su actualización conforme a los cambios legislativos y a las nuevas recomendaciones, instrucciones o criterios interpretativos emitidos por la FNE, el TDLC y otras autoridades relevantes. Cualquier actualización será formalmente comunicada a los colaboradores a través de los canales internos.

5. CANALIZACIÓN DE DENUNCIAS

La Empresa mantendrá canales de comunicación a través de la cual cualquier individuo, sea Colaborador o no, podrá encauzar consultas y denuncias por infracciones a las normativas de este instrumento o del Modelo de Prevención del Delito (MPD) y/o a la Ley, garantizando la confidencialidad y, si así lo prefiere, el anonimato.

Los canales de comunicación del Canal de Denuncias:

- Correo electrónico: compliance-cl@edenred.com
- Safe Channel: <https://edenred.integrityline.org/>
- Presentación personal en las dependencias de la Empresa al Encargado de Prevención del Delito o al Área de Legal y Cumplimiento.

En caso de que se reciba una denuncia que recaiga en el ámbito del MPD o se vincule con alguno de los Delitos de la Ley, deberá notificar de inmediato al Encargado de Prevención del Delito. Del mismo modo, le informará sobre el reporte de hallazgos y las acciones correctivas adoptadas, y le comunicará cualquier posible infracción de la que tome conocimiento por parte de Proveedores a sus propios modelos de prevención de delitos.

Edenred contará con un Comité de Riesgo, Auditoría y Cumplimiento, el cual sesionará de forma periódica, al menos una vez por mes. Este Comité será responsable de analizar incidentes relevantes, revisar la evolución del cumplimiento normativo en la Compañía y proponer medidas de mejora continua.

6. CONTROL DE CAMBIOS

FECHA	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	CARGO
02/06/2025	PUBLICACIÓN Y ENTRADA EN VIGENCIA	RODRIGO LÓPEZ VALENZUELA	ABOGADO CORPORATIVO