

MEDIDAS EN MATERIA DE COMPETENCIA

QUADPACK defiende siempre el principio de competencia leal absteniéndonos de realizar conductas colusorias, predatorias o de abuso de posición de poder.

Por ello, QUADPACK defiende:

- **La NO fijación de precios ni a las asociaciones de comercio**

La pertenencia y la participación de la compañía en estas asociaciones pueden plantear problemas particulares, ya que a menudo implican reuniones y otras actividades de grupo entre los competidores en las que se pueden llegar a tratar temas sensibles, Discutir, comentar o realizar acuerdos, escritos o no, con los competidores relacionados con precios, descuentos, asignación de mercados o cuotas, restricciones a clientes o proveedores, acuerdos de cooperación no lícitos.

- **El NO boicot de terceros**

Las leyes antimonopolio y de la competencia prohíben cualquier entendimiento, plan o acuerdo entre competidores para boicotear o negarse a hacer negocios con terceros [o la compra de suministros]. Por ejemplo, los competidores no pueden acordar que van a desvincularse de un cliente, decidir no utilizar un proveedor, alterar las condiciones de crédito de un tercero ni acordar sobre cualquier otro aspecto de las negociaciones con terceros. Los competidores son libres de tomar todas esas decisiones por su cuenta, pero no en forma conjunta.

- **La NO manipulación de licitaciones**

El fraude en licitaciones incluye también la determinación de las partes a concurrir a las mismas o su exclusión, las condiciones de sus propuestas, la fijación de precios y todo intercambio de información respecto a los términos anteriores realizada en condiciones excluyentes respecto a terceros.

- **La NO celebración de acuerdos de reciprocidad**

Un acuerdo de reciprocidad es la práctica de un comprador de acordar la compra de bienes de un vendedor a condición de que el vendedor, a su vez, le compre bienes al comprador o a una empresa relacionada con el comprador. Las leyes antimonopolio generalmente prohíben este tipo de acuerdo, ya que ahoga a la competencia al exigir artificialmente una compra que una de las partes de otro modo no haría.

Todas las decisiones de compra deben tomarse solo en función de factores como el precio, la calidad, las condiciones de venta y la fiabilidad del proveedor.

- **La NO utilización de información ilícita**

Permitir, o buscar acceso, o discutir información comercial confidencial u otra no publicada (como precios; costos de provisión; rentabilidad; estrategia; planes de negocio y comercialización; planes de desarrollo de producto, información sobre clientes).

La información de mercado, se deberán obtener solo de fuentes públicas y de los propios clientes pero en determinadas circunstancias pero nunca en discusiones u otras comunicaciones con los competidores.

- **La NO fijación de precios predatorios**

Las leyes antimonopolio generalmente prohíben el comportamiento monopolístico. Un tipo de comportamiento monopolístico son los precios predatorios, cuando una empresa vende un producto o servicio a un precio ilegalmente bajo, [por lo general por debajo de los costos por un cierto período de tiempo] con la intención de sacar a los competidores del mercado o de crear barreras de entrada a posibles nuevos competidores.