PROGRAMA DE LIBRE COMPETENCIA

TABLA DE CONTENIDO

TABLA DE CONTENIDO 2

I. Introducción 4

II. Definiciones 4

III. Alcance 4

IV. Elementos del Programa 4

1. Elementos Normativos del Programa 4

1.1. Política de Libre Competencia 4

1.3. Instructivo sobre Protección de la Información Comercialmente Sensible 5

1.4. Instructivo para la Participación en Asociaciones Gremiales 5

1.5. Protocolo de Actuación ante Visitas Administrativas 5

1.6. Código de Integridad 5

2.1. Acciones de Difusión 6

2.2. Acciones de Concientización 6

2.3. Acciones de Capacitación 7

2.4. Acciones de Entrenamiento 8

3. Elementos de Ejecución 8

3.1. Oficial de Libre Competencia 9

3.2. Identificación de Cargos Expuestos 9

3.3. Proceso de Evaluación de Riesgos 9

3.4. Incorporación de Cláusulas Contractuales 9

3.5. Declaración de Intereses, Interlocking y Partes Relacionadas 10

3.6. Planes de Acción 10

3.7. Revisión de Investigaciones y Juicios 10

3.8. Conservación de Registros 11

3.9. Medidas Disciplinarias y Correctivas 11

3.10. Canal de Integridad 11

4. Elementos de Control 11

4.1. Reportes a la Alta Dirección 12

4.2. Registro de Denuncias 12

4.3. Auditoría al Programa de Libre Competencia 12

4.4. Monitorización del Programa 12

4.5. Actualización del Programa 12

4.6. Correo electrónico Oficial Libre Competencia 12

VI. Área Responsable 13

VII. Actualización de los Anexos del Programa 13

ANEXOS 14

Anexo NLC Marco Jurídico y Organismos de Defensa de la Libre Competencia .. 15

Anexo D Definiciones 21

Anexo EN1 Política de Libre Competencia 24

Anexo EN2 Instructivo de Negociación con Proveedores para Libre Competencia 32

Anexo EN3 Instructivo sobre Protección de la Información Comercialmente Sensible 45

Anexo EN4 Instructivo para la Participación en Asociaciones Gremiales 55

Anexo EN5 Protocolo de Actuación ante Visitas de Autoridades Administrativas 63

m) Si la Autoridad ofrece o propone, de manera explícita o implícita, recibir un pago en dinero, en especies o en beneficios intangibles, los Colaboradores que acompañen a la Autoridad, deberán negarse expresamente a lo anterior y, en presencia de testigos, poner fin a la Visita, solicitándole a la Autoridad que abandone la Instalación. Además, los Colaboradores que acompañen a la Autoridad deberán informar el hecho inmediatamente y por escrito a la Gerencia Legal Operacional y al Canal de Integridad, con el objeto de analizar las acciones legales o medidas que corresponda ejecutar. 65

n) Si durante una Visita un Colaborador no estuviere seguro sobre cómo responder a una pregunta o afirmación hecha por la Autoridad, o esta última hiciere alguna pregunta o afirmación que ellos estimen que podría vulnerar sus derechos fundamentales, o referirse a información estratégica de la Compañía, o estimen que puede vulnerar la protección de los datos personales de clientes o de Colaboradores, no deberán responder a dichas preguntas o afirmaciones, debiendo además, informar de inmediato a la Gerencia Legal Operacional sobre el problema que se haya producido. 65

Anexo EE2 Criterios para la Identificación de Cargos Expuestos 70

Anexo EE3 Descripción de la Matriz de Riesgos 71

Anexo EE4 Cláusulas Contractuales 72

Anexo EE5 Planes de Acción 74

I. Introducción

Falabella de Colombia S.A. (en adelante, “Falabella” o la “Compañía”) entiende que la libre competencia contribuye al desarrollo económico del país ya que mejora la eficiencia, promueve la innovación y diversifica la oferta de bienes y servicios, contribuyendo así al bienestar del consumidor y a la satisfacción de nuestros clientes.

En virtud de lo anterior, Falabella ha asumido el compromiso de cumplir proactivamente la Normativa de Libre Competencia en todos los mercados en los que participa. Este compromiso implica definir, a nivel corporativo, los lineamientos generales, principios y actividades mínimos que deberán ser observados y cumplidos por la Compañía en materia de libre competencia.

Para ello se hace necesario implementar un Programa de Libre Competencia cuyo objetivo es establecer, comunicar y guiar las conductas esperadas de los Colaboradores para mitigar y prevenir la ocurrencia de cualquier conducta contraria a la Normativa de Libre Competencia, la que se describe en términos generales, en el Anexo NLC.

Asimismo, este Programa es una forma de cumplir con el deber de diligencia de la Junta Directiva y de la administración de la Compañía en temas de libre competencia, que busca asegurar que las conductas esperadas de los Colaboradores sean difundidas de manera clara, simple y apoyada por acciones y controles que ayuden a que así ocurra.

II. Definiciones

Los términos que en este Programa se usan con mayúscula se encuentran definidos en el Anexo D.

III. Alcance

Este Programa es de alcance corporativo, por lo que es aplicable a toda la Compañía, debiendo implementarse y exigirse su cumplimiento a todos los Colaboradores. Adicionalmente, se informará a los Proveedores las disposiciones que les sean exigibles de este Programa, de manera que actúen conforme a ellas en sus relaciones con la Compañía.

IV. Elementos del Programa

Todo Programa se compone de los siguientes elementos: **i)** normativos; **ii)** de comunicación; **iii)** de ejecución; y, **iv)** de control.

1. Elementos Normativos del Programa

Los elementos normativos del Programa son aquellos a través de los cuales se establecen las conductas esperadas de los Colaboradores, así como las consecuencias en caso de incumplimiento de estas.

Los siguientes son los elementos normativos del Programa de Libre Competencia:

1.1. Política de Libre Competencia

Esta Política tiene por objetivo establecer los principios generales y las normas de conducta específicas que deben guiar el comportamiento de los Colaboradores en el mercado, con el fin de: **i)** prevenir que en, o en relación con Falabella, se realicen actividades o conductas contrarias a la libre competencia; y, **ii)** dar cumplimiento a la Normativa de Libre Competencia.

Los principios contenidos en la Política son: **i)** la independencia en la adopción de las decisiones comerciales; **ii)** el rechazo a la exclusión o explotación de cualquier agente del mercado; y, **iii)** la competencia leal en el mercado.

La Política de Libre Competencia se adjunta a este Programa como Anexo EN1 y puede, asimismo, consultarse en el repositorio documental que ha dispuesto la Compañía.

1.2. Instructivo para la Negociación con Proveedores

Este Instructivo es la normativa interna que tiene por objeto establecer las pautas y lineamientos que orienten a los Colaboradores en sus negociaciones e interacciones con Proveedores, buscando así prevenir comportamientos contrarios a la libre competencia.

El Instructivo para la Negociación con Proveedores se adjunta a este Programa como Anexo EN2 y puede consultarse en el repositorio documental que ha dispuesto la Compañía.

1.3. Instructivo sobre Protección de la Información Comercialmente Sensible

Este Instructivo tiene por finalidad establecer las pautas y los lineamientos generales que deben seguir los Colaboradores que se vean expuestos al riesgo de intercambio de Información Comercialmente Sensible.

El Instructivo se adjunta a este Programa como Anexo EN3 y puede consultarse en el repositorio documental que ha dispuesto la Compañía.

1.4. Instructivo para la Participación en Asociaciones Gremiales

Este Instructivo establece las pautas y lineamientos de conducta que deben seguir todos los Colaboradores que participen en nombre o representación de Falabella en cualquier asociación gremial, o asistan a cualquier tipo de encuentro organizado por una asociación gremial. Lo anterior, con el objeto de mitigar y prevenir los riesgos de intercambio de Información Comercialmente Sensible con competidores o la comisión de cualquier otra infracción a la Política de Libre Competencia y al presente Programa.

Este Instructivo se adjunta a este Programa como Anexo EN4 y puede consultarse en el repositorio documental que ha dispuesto la Compañía.

1.5. Protocolo de Actuación ante Visitas Administrativas

Este Protocolo establece las pautas y lineamientos de conducta que deben seguir los Colaboradores en caso de que, en el marco de una investigación de la Autoridad, la Compañía sea objeto de una Visita Administrativa. Lo anterior, con el objeto de orientar la conducta de dichos Colaboradores ante la presencia de la Autoridad en cualquiera de las oficinas, locales y/o tiendas de la Compañía.

Este Protocolo se adjunta a este Programa como Anexo EN5 y puede consultarse en el repositorio documental que ha dispuesto la Compañía

1.6. Código de Integridad

El Código es único para toda la Compañía, de aplicación general para todos los Colaboradores e integra las Normas Internas de Falabella.

El Código de Integridad tiene por objeto: **i)** entregar claridad respecto del comportamiento ético que la Compañía espera de sus Colaboradores; y, **ii)** asegurarse que los valores de la Compañía sean compartidos y vividos por todos los Colaboradores, con el propósito de afianzar una cultura de integridad en Falabella.

Para ello, en dicho Código se establecen: i) las principales responsabilidades éticas que deben cumplir los Colaboradores; ii) guías de comportamiento íntegro en el lugar de trabajo, en el mercado y en la sociedad; iii) el compromiso de Falabella por evitar proactivamente la comisión de cualquier delito y, especialmente, aquellos relacionados en el Programa de Transparencia y Ética Empresarial así como en el Sistema de autocontrol y Gestión de Riesgos de Lavado de Activos y Financiación

del Terrorismo y Financiamiento de la Proliferación de Armas de Destrucción Masiva (SAGRILAFT) ;y, iv) los mecanismos, sistemas y estructuras organizacionales para apoyar y estimular el comportamiento ético de los Colaboradores.

El Código de Integridad puede consultarse en el repositorio documental que ha dispuesto la Compañía.

2. Elementos de Comunicación del Programa

Los elementos de comunicación de un programa son aquellos a través de los cuales se difunde la expectativa de conducta que se espera de los Colaboradores, debiendo transmitirse desde el más alto nivel de la organización y a través de la totalidad de su estructura.

El Programa de Libre Competencia distingue los siguientes elementos de comunicación:

2.1. Acciones de Difusión

El Programa de Libre Competencia considera las siguientes acciones de difusión:

i) Módulo de Inducción sobre Libre Competencia

Consiste en incluir en el proceso de inducción a los Colaboradores que se integran a la Compañía, un módulo sobre libre competencia en el que se expliquen, en términos generales, los principios y normas de conducta establecidos en la Política de Libre Competencia y el rol de los Colaboradores en relación a fortalecer la cultura de cumplimiento de la Compañía en esta materia, así como la importancia de resguardar la Información Comercialmente Sensible de la Compañía y qué hacer en caso de recibir información de otro agente del mercado y/o la competencia.

La inducción podrá realizarse de manera presencial o virtual, correspondiendo al Oficial de Libre Competencia instar para que la Gerencia de Gestión Humana implemente esta actividad y lleve el registro de la asistencia o de la realización de la actividad por parte de los Colaboradores.

Similar actividad se realizará para los nuevos miembros de Junta Directiva de Falabella, quienes, dentro del proceso de inducción, atendido sus deberes de información sobre los asuntos relevantes de la sociedad, recibirán información sobre este programa de cumplimiento y sus principales elementos normativos que incidan en sus deberes y responsabilidades.

ii) Difusión de Contenido

Consiste en la divulgación de contenido relevante en materia de libre competencia, con el objeto de dar visibilidad sobre los elementos normativos y de comunicación del Programa, y que se podrá realizar a través de material gráfico o audiovisual, de manera presencial, o a través de los distintos canales de comunicación que la Compañía dispone para sus colaboradores.

Se entenderá por contenido relevante aquellos que traten, entre otros, de: **a)** principios establecidos en la Política de Libre Competencia; **b)** controles establecidos en los Elementos Normativos de este Programa; **c)** obligaciones en materia de libre competencia para la Compañía; **d)** modificaciones a la Normativa de Libre Competencia o a la interpretación de la misma; y, **e)** cualquier otro que se estime relevante informar para el buen desempeño en libre competencia de la Compañía.

El contenido de estas actividades de difusión será generado por el Oficial de Libre Competencia.

2.2. Acciones de Concientización

Son aquellas a través de las cuales se da énfasis y relevancia a las materias en las que la organización espera una conducta determinada, con el objeto de crear conciencia y compromiso sobre la importancia de una determinada conducta.

El Programa de Libre Competencia considera las siguientes acciones de concientización:

i) “Campaña de la Libre Competencia”

Consiste en un conjunto de actividades que se realizarán durante un período determinado del año, cuya duración y fecha será determinado anualmente en la calendarización de actividades que realice el Oficial de Libre Competencia en coordinación con la Gerencia de Ética y Gobernanza de las Empresas Falabella en Colombia, y que tendrá como objeto dar énfasis y generar conciencia sobre la importancia de competir lealmente en el mercado ajustándose a la normativa vigente. Estas actividades podrán consistir en reuniones, foros, paneles, actividades de formación, talleres, concursos, juegos, u otros.

La campaña deberá dirigirse principalmente a los Cargos Expuestos y ejecutarse preferentemente, de manera simultánea para todas las Compañías en un mismo país y será organizada por el Oficial de Libre Competencia en coordinación con la Gerencia de Ética y Gobernanza de las Empresas Falabella en Colombia.

ii) Cápsula de Noticias Relevantes

Consiste en el envío a la totalidad de los colaboradores de la Compañía, a través de los medios de comunicación que Falabella pone a disposición de ellos, de un resumen con las noticias nacionales e internacionales más importantes en materia de libre competencia. Este resumen tiene por objeto generar conciencia sobre la importancia de las buenas prácticas competitivas y los riesgos que implicaría un eventual incumplimiento de la normativa legal, y se debe realizar, al menos, dos veces al año.

2.3. Acciones de Capacitación

Son aquellas a través de las cuales se transmiten contenidos, con el objeto de preparar a los Colaboradores sobre las materias respecto de las cuales se espera una conducta de su parte.

El Programa considera las siguientes acciones de capacitación:

i) Capacitaciones Generales

Consiste en capacitaciones anuales en materia de libre competencia dirigidas a los Colaboradores que sean identificados como Cargos Expuestos.

Las capacitaciones podrán realizarse de manera presencial, a través de plataformas tecnológicas que Falabella dispone para sus colaboradores y que permiten una conexión remota o a distancia, y/o a través de cursos e-learning o cualquier otro canal de formación.

Adicionalmente, se podrán realizar talleres dirigidos a grupos determinados de ejecutivos de cada Compañía, en los que se desarrollarán temáticas específicas en materia de libre competencia. Estos talleres tendrán como objetivo el intercambio de experiencias u opiniones respecto de los riesgos a los que están más expuestos, y la forma en que se debe actuar frente a los mismos.

La efectividad de estas capacitaciones y/o talleres se medirá mediante una evaluación enviada a los asistentes vía correo electrónico u otra aplicación, durante la capacitación o con posterioridad a ella.

Los Colaboradores cuyos resultados en las evaluaciones no sean satisfactorios, serán citados a una nueva capacitación o taller, según corresponda.

Los contenidos de estas capacitaciones deberán actualizarse conforme a una planificación anual o semestral y contener, al menos, los temas que se incluyen en este Programa como Anexo ACA1.

El Oficial de Libre Competencia deberá velar por la implementación de esta actividad y se encargará de mantener el registro de la asistencia y evaluación de la actividad.

ii) Capacitación a miembros de Junta Directiva

Consiste en capacitaciones Bianuales en materia de libre competencia dirigidas a los directores de la Compañía. La actividad se podrá desarrollar de manera presencial o a través de cursos virtuales.

La Gerencia de Gobernanza, Ética y Cumplimiento de Falabella S.A. en conjunto con el Oficial de Libre Competencia de la Compañía, deberán velar por la implementación de esta actividad, debiendo conservar un reporte con los directores que han participado en la actividad.

iii) Encuentro de Proveedores

Consiste en un encuentro organizado por la Gerencia de Control interno y Riesgos de Falabella de Colombia S.A. en el cual se invita a distintos Proveedores de Falabella para exponerles sobre diversas materias de cumplimiento, entre ellas, las relacionadas a la Normativa de Libre Competencia y sobre los principales aspectos y exigencias del Programa de Libre Competencia en relación a los Proveedores.

Esta actividad se realizará una vez al año.

2.4. Acciones de Entrenamiento

Son aquellas acciones de comunicación a través de las cuales se pone a prueba la reacción de las personas sujetas a la conducta esperada, ante la ocurrencia del evento en que ella se materializa.

El Programa de Libre Competencia considera las siguientes acciones de entrenamiento:

i) Simulacro o capacitación de visitas de autoridades administrativas.

Consiste en una capacitación y/o simulacro que tiene como finalidad difundir y sensibilizar a los colaboradores sobre los principales elementos del procedimiento de atención de visitas de autoridades administrativas.

El Oficial de Libre Competencia velará por la implementación de esta actividad, la que siempre deberá desarrollarse con pleno cumplimiento al Reglamento Interno de Trabajo, los Derechos Fundamentales y la legislación laboral.

ii) Sistema de Asistencia Voluntaria

Consiste en una herramienta tecnológica que se podrá implementar voluntariamente en los correos electrónicos de ciertos Colaboradores determinados según el potencial riesgo de cumplimiento asociado a sus roles y responsabilidades dentro de Falabella, con el objeto de prevenir la divulgación accidental o involuntaria de Información Comercialmente Sensible de la Compañía, u otras conductas contrarias a la Normativa de Libre Competencia.

La herramienta funcionará a través de un sistema de alertas que se activa al momento del envío y/o recepción de correos electrónicos, a o de direcciones electrónicas externas cuyo contenido pueda eventualmente ser contrario a la normativa interna de la Compañía.

Los Colaboradores que utilicen esta herramienta deberán suscribir una declaración jurada o anexo al contrato de trabajo, en el que voluntariamente autorizan su activación.

El Oficial de Libre Competencia promoverá en estricta coordinación con la Gerencia de Ética y Gobernanza de las Empresas Falabella en Colombia la implementación de esta herramienta, la que siempre deberá desarrollarse con pleno cumplimiento al Reglamento Interno de Trabajo, los derechos fundamentales, la legislación laboral.

3. Elementos de Ejecución

Son aquellos por los cuales se hace aplicación práctica de los elementos normativos de un Programa. Los siguientes son los elementos de ejecución del Programa:

3.1. Oficial de Libre Competencia

Es aquel Colaborador que estará a cargo de velar por la implementación y cumplimiento de este Programa.

La descripción detallada de las cualidades del Oficial de Libre Competencia se adjunta a este Programa como Anexo EE1.

3.2. Identificación de Cargos Expuestos

Consiste en la identificación de todos los Colaboradores que ejerzan un Cargo Expuesto, con el objeto de focalizar en ellos la aplicación de los elementos de este Programa.

El Oficial de Libre Competencia velará porque el listado de Cargos Expuestos se mantenga actualizado, debiendo revisar el estado de este al menos una vez al año.

La indicación de los criterios de identificación de Cargos Expuestos se adjunta a este Programa como Anexo EE2.

3.3. Proceso de Evaluación de Riesgos

La evaluación de riesgos es el medio por el cual se identifican los procesos de cada Compañía que pueden estar expuestos a incumplimientos de la Normativa de Libre Competencia; con el objeto de detectar, analizar y valorar los riesgos identificados, así como, de establecer los controles necesarios para su gestión.

Esta evaluación se materializa en el desarrollo de una matriz de riesgos asociados a la libre competencia, que deberá ser gestionada por el Oficial de Cumplimiento y la Gerencia de Riesgos y Control Interno, basándose en la estructura y definiciones descritas en la Matriz de Libre Competencia que se realiza conforme al Procedimiento de Gestión de Riesgos de Cumplimiento de la Compañía y que deberá ser revisada al menos una vez al año y/o cuando ocurra una modificación relevante a la Normativa de Libre Competencia. Dicho procedimiento se adjunta a este Programa como Anexo EE3.

3.4. Incorporación de Cláusulas Contractuales

Con el objeto de dar a conocer a los Colaboradores y Proveedores, el estándar de Falabella en materia de libre competencia y la conducta que de ellos se espera, deberán incluirse ciertas cláusulas o glosas especiales en: **i)** los contratos de trabajo de los Colaboradores; **ii)** el Reglamento Interno de Trabajo; **iii)** los contratos con Proveedores; y, **iv)** órdenes de compra.

Esta cláusula deberá incluir, al menos, los siguientes elementos: i) el compromiso de Falabella de competir en forma libre, justa y leal, y de cumplir con la Normativa de Libre Competencia; ii) la constancia de que Falabella ha aprobado una Política de Libre Competencia que rige su actuar y el de sus colaboradores; iii) la mención de que Falabella adopta sus decisiones y ejecutas sus acciones de manera independiente; iv) el reconocimiento de parte de Falabella de la importancia del resguardo de la Información Comercialmente Sensible; v) la obligación del proveedor/colaborador de no realizar ni tolerar actividades anticompetitivas y de resguardar la Información Comercialmente Sensible a la que acceda en virtud de la relación comercial; y, vi) la existencia del Canal de Integridad y el deber de informar a través de sus distintos medios de contacto, cualquier infracción a la Normativa de Libre Competencia.

Para el caso de los Proveedores, esta cláusula podrá estar incluida en una declaración de cumplimiento o al interior de los contratos. A su vez, el Oficial de Libre Competencia podrá eximir de

la exigencia de incorporar la cláusula o de suscribir la declaración de cumplimiento, respecto de Proveedores que, en razón de la naturaleza de la relación comercial, no presenten mayores riesgos en materia de libre competencia, debiendo dejar evidencia escrita de dicha eximición.

3.5. Declaración de Intereses, Interlocking y Partes Relacionadas

La Declaración de Intereses, Interlocking y Partes Relacionadas consiste en un formulario que deberán completar los miembros de Junta Directiva y los Colaboradores que se desempeñen como tal o que sean catalogados como Cargos Relevantes en Falabella.

El objeto de la declaración es, entre otras cosas, realizar un control cuya finalidad sea prevenir y controlar las hipótesis de interlocking sancionadas por la Normativa de Libre Competencia.

El Oficial de Libre Competencia coordinará lo necesario para que, con el apoyo de la Gerencia de Ética y Gobernanza de las Empresas Falabella en Colombia y el equipo de Falabella S.A. se realice el envío de la Declaración de Intereses, Interlocking y Partes Relacionadas a los Colaboradores que se desempeñen como Directores o en Cargos Relevantes anualmente. Cada Colaborador que haya completado la declaración será responsable de actualizarla.

Dicho formulario deberá ser completado o actualizado, por quien corresponda: **i)** hasta un mes luego de asumir como miembro de la Junta Directiva de la Compañía; **ii)** anualmente, cuando sea enviado por la Gerencia de Gobernanza, Ética y Cumplimiento de Falabella S.A; y, **iii)** cada vez que existan cambios que informar.

Entre los cambios a informar, y en virtud de los cuales se deberá actualizar la Declaración de Intereses, Interlocking y Partes Relacionadas se encuentran: **i)** aquellos que modifiquen los mercados en los que participe la empresa en la que se ejerza un Cargo Relevante o de Director, sea aquella una Empresa Falabella o no; **ii)** cambios en la estructura de propiedad que modifiquen el grupo empresarial al que pertenece la empresa a que se refiere el número i) anterior; o, **iii)** cualquier otro factor que pueda incidir en la evaluación de interlocking.

La Gerencia de Gobernanza, Ética y Cumplimiento de Falabella S.A. analizará las respuestas de los formularios, pudiendo derivar dicho análisis en el Oficial de Libre Competencia y/o en abogados externos.

3.6. Planes de Acción

Consisten en la definición de ciertas tareas que deben realizarse en caso de que el riesgo residual asociado a cada proceso riesgoso supere el apetito de riesgo aceptado en materia de libre competencia. El objeto de dichos planes de acción es que se introduzcan los controles necesarios para mitigar los riesgos identificados, o mejoras a los controles vigentes, a fin de cerrar las brechas existentes y evitar el surgimiento de nuevas brechas.

El Oficial de Libre Competencia junto con la Gerencia de Riesgos y Control Interno, en caso de identificar brechas, deberá crear, en conjunto con el área en la que se haya identificado la misma, el plan de acción necesario para abordarla.

La descripción de los elementos esenciales que deberá contener un plan de acción se encuentra disponible en el Procedimiento de Gestión de Riesgos de Cumplimiento de la Compañía.

3.7. Revisión de Investigaciones y Juicios

Consiste en el análisis e informe que debe realizar semestralmente la Gerencia de Asuntos Legales Operacionales de la Compañía respecto a los juicios, acciones legales y/o administrativas en que sea parte la Compañía, y que puedan relacionarse con materias de libre competencia. Este informe se deberá enviar al Oficial de Libre Competencia de la Compañía.

El objeto de esta revisión es: **i)** facilitar la identificación de incumplimientos a la Normativa de Libre Competencia, y la gestión de las medidas que se dispongan para subsanar dichas infracciones; y, **ii)** proveer de información al Oficial de Libre Competencia, que sirva de insumo para su reporte a la Junta Directiva o al Gerente General.

3.8. Conservación de Registros

Consiste en la custodia, realizada por el Oficial de Libre Competencia, de toda la documentación en la que consten las decisiones de la Compañía relativas al diseño e implementación de este Programa, o se dé cuenta del compromiso de la misma con dicha implementación.

De acuerdo con lo anterior, deberán custodiarse, por ejemplo: actas, comunicados internos, presentaciones u otros.

3.9. Medidas Disciplinarias y Correctivas

Las medidas disciplinarias y correctivas son aquellas que se podrán aplicar a los Colaboradores que sean responsables de infracciones a este Programa y sus distintos elementos, conforme a lo establecido en el Reglamento Interno de Trabajo de la Compañía del caso, al Código de Integridad y las respectivas disposiciones del Código Sustantivo del Trabajo. Para ello, se deberá considerar que las infracciones a la libre competencia son de la mayor gravedad.

Las medidas disciplinarias o correctivas, que en todo caso deberán ser permitidas por la ley aplicable, podrán consistir, entre otras, en sanciones o la terminación del contrato de trabajo que serán determinadas según la gravedad de las faltas, de acuerdo con lo dispuesto en el Reglamento Interno de Trabajo.

Al determinar la sanción se considerará: **i)** si la acción se realizó a sabiendas que la acción es contraria a la normativa interna; **ii)** la jerarquía del cargo del Colaborador; **iii)** si se trata de una reincidencia o no; y, i**v)** la gravedad de la conducta.

Asimismo, se podrán aplicar sanciones a los gerentes o ejecutivos que hayan incumplido con su deber de diligencia y supervisión. En este sentido, se entenderá que ha habido incumplimiento cuando dichos gerentes o ejecutivos: **i)** no han adoptado las acciones que se les exigen bajo el Programa de Libre Competencia y todos sus elementos asociados; **ii)** han instigado, permitido o han propiciado que se realice una conducta anticompetitiva; **iii)** no han exigido la asistencia a las capacitaciones correspondientes por parte de los colaboradores de su equipo; o, **iv)** han omitido iniciar una acción disciplinaria o correctiva, debiendo hacerlo.

3.10. Canal de Integridad

Los Colaboradores, Proveedores u otros terceros, deberán canalizar a través del Canal de Integridad, todas las dudas o consultas relativas a este Programa o las denuncias respecto a cualquier actividad prohibida por el mismo o sus distintos elementos.

El canal de integridad es una herramienta confidencial, que admite el anonimato para realizar consultas o denuncias.

Las vías de comunicación del Canal de Integridad son: **i)** Botón de acceso al link “Canal de Integridad” ubicado en la intranet y en el Store in Store de Falabella, sección Proveedores en www.falabella.com.co; **ii)** Correo electrónico contactocolombia@gerenciadeetica.com; y, **iii)** presencialmente o mediante videollamada a la Gerencia de Ética y Gobernanza de las Empresas Falabella en Colombia.

4. Elementos de Control

Los elementos de control del Programa de Libre Competencia son los siguientes:

4.1. Reportes a la Alta Dirección

El Oficial de Libre Competencia de la Compañía deberá entregar a la Junta Directiva de manera semestral, un informe sobre la implementación y ejecución del Programa durante dicho periodo.

4.2. Registro de Denuncias

El Registro de Denuncias y Consultas consiste en el archivo de: **i)** las materias denunciadas por los Colaboradores, Proveedores o terceros, sobre cualquier asunto relacionado con temas de libre competencia; **ii)** el resultado de las investigaciones realizadas en virtud de dichas denuncias; y, **iii)** las consultas realizadas al Canal de Integridad en materia de Libre Competencia. El Oficial de Libre Competencia solicitará semestralmente a la Gerencia de Ética y Gobernanza de las Empresas Falabella en Colombia un reporte de las denuncias y consultas realizadas en materia de Libre Competencia al Canal de Integridad con el objetivo de reforzar sobre estas temáticas a través de los Elementos de Capacitación y Comunicación del Programa.

4.3. Auditoría al Programa de Libre Competencia

La auditoría al Programa consiste en un examen independiente y objetivo de los distintos procesos y actividades que él contiene.

Su objeto es aportar un enfoque sistemático y disciplinado para evaluar la operatividad, funcionamiento y efectividad del Programa.

Esta auditoría deberá ser ejecutada por la Gerencia de Auditoría Interna en su plan anual de auditoría, con la temporalidad que estime conveniente, la que no puede ser superior a 2 años.

4.4. Monitorización del Programa

La monitorización del Programa consiste en hacer seguimiento a su aplicación y ejecución, para supervisar y verificar su adecuado funcionamiento y efectividad; lo anterior, con la finalidad de guiar la toma de decisiones que aseguren el cumplimiento de los objetivos del Programa.

El Oficial de Libre Competencia será el encargado de la ejecución de esta actividad, la que se realizará de forma continua.

4.5. Actualización del Programa

Consiste en mantener vigente el contenido del Programa, adaptándolo a los cambios experimentados por la Normativa de Libre Competencia, y a las nuevas estrategias y decisiones comerciales de la Compañía.

El Oficial de Libre Competencia será el encargado de la planificación y ejecución de las medidas necesarias para mantener actualizado este Programa, lo que deberá realizarse al menos cada tres años, o cuando las circunstancias así lo ameriten.

4.6. Correo electrónico Oficial Libre Competencia

El correo electrónico (ofcumplimiento@Falabella.com.co) es el canal diseñado e implementado para dejar evidencia y funcionar como repositorio de las respuestas tipo enviadas por los Colaboradores a terceros, conforme al Instructivo para la Negociación con Proveedores y al Instructivo sobre la Protección de la Información Comercialmente Sensible. Adicionalmente, el correo podrá ser utilizado para las actividades de difusión del presente Programa.

El Oficial de Cumplimiento junto con el Oficial de Libre Competencia de la Compañía serán los responsables de administrar el correo electrónico.

V. Planificación de actividades

El Oficial de Libre Competencia deberá preparar anualmente una planificación del Programa, en la que se calendarizarán todas las actividades que deben realizarse para dar aplicación a los distintos elementos descritos en este Programa.

Esta planificación se deberá elaborar en directa coordinación con la Gerencia de Ética y Gobernanza de las Empresas Falabella en Colombia durante el primer trimestre de cada año para asegurar la consistencia con el cronograma anual de las actividades de Gobernanza y Cumplimiento del país de operación.

VI. Área Responsable

La responsabilidad por la implementación, aplicación y eficacia del Programa de Libre Competencia corresponde al Oficial de Libre Competencia bajo la coordinación, soporte y vigilancia de la Gerencia de Ética y Gobernanza de las Empresas Falabella en Colombia y la Gerencia de Gobernanza, Ética y Cumplimiento de Falabella S.A.

VII. Actualización de los Anexos del Programa

El Oficial de Libre Competencia podrá actualizar los anexos de este Programa, a excepción de aquellos que se refieran a los elementos normativos del mismo, sin necesidad de aprobación por parte de la Junta Directiva. Estas actualizaciones se podrán realizar cuando haya cambios en la Normativa de Libre Competencia, cambios en las estrategias o decisiones operacionales de la Compañía o cuando lo estime pertinente. Una vez realizada una actualización, el Oficial de Libre Competencia deberá informar de la misma al Oficial de Cumplimiento de la Compañía, a la Gerencia de Ética y Gobernanza de las Empresas Falabella en Colombia y la Junta Directiva en el reporte semestral que rinde el Oficial de Libre Competencia.

ANEXOS

Listado de Anexos:

1. Anexo NLC: Marco Jurídico y Organismos de Defensa de la Libre Competencia
2. Anexo D: Definiciones
3. Anexo EN1: Política de Libre Competencia
4. Anexo EN2: Instructivo para la Negociación con Proveedores
5. Anexo EN3: Instructivo sobre la Protección de la Información Comercialmente Sensible
6. Anexo EN4: Instructivo para la Participación en Asociaciones Gremiales
7. Anexo EN5: Protocolo de Actuación ante Visitas de Autoridades Administrativas
8. Anexo ACA1: Capacitación Cargos Expuestos
9. Anexo EE1: Descripción del Cargo de Oficial de Libre Competencia
10. Anexo EE2: Criterios para la Identificación de Cargos Expuestos
11. Anexo EE3: Descripción de la Matriz de Riesgos
12. Anexo EE4: Cláusulas Contractuales
13. Anexo EE5: Planes de acción

Anexo NLC
Marco Jurídico y Organismos de Defensa de la Libre Competencia

El régimen de competencia colombiano contempla dos tipos de normas que limitan o regulan la forma en que un empresario puede comportarse en el mercado: **(i)** las normas sobre prácticas restrictivas de la competencia y **(ii)** las normas sobre competencia desleal.

El cuerpo normativo que regula la protección de la libre competencia en cuanto a las prácticas restrictivas en Colombia es:

1. Constitución Política.
2. Leyes
    - Ley 155 de 1959, "por la cual se dictan algunas disposiciones sobre prácticas comerciales restrictivas"
    - Ley 142 de 1994, "por la cual se establece el régimen de los servicios públicos domiciliarios y se dictan otras disposiciones".
    - Ley 1340 de 2009 "Por medio de la cual se dictan normas en materia de protección de la competencia"
    - Ley 2195 de 2022 "Por medio de la cual se adoptan medidas en materia de transparencia, prevención y lucha contra la corrupción y se dictan otras disposiciones."
3. Decretos
    - Decreto 1302 de 1964, "por el cual se reglamenta la ley 155 de 1959". Decreto 2153 de 1992, "por el cual se reestructura la Superintendencia de Industria y Comercio y se dictan otras disposiciones". Decreto derogado, con excepción de los artículos 1o, 4o numeral 15 incisos 1o y 16, 11 numerales 5 y 6, 24 y 44 a 54, por el artículo 19 del Decreto 3523 de 2009.Decreto derogado, con excepción de los artículos o, 4o numeral 15 incisos 1o y 16, 11 numerales 5 y 6, 24 y 44 a 54, por el artículo 19 del Decreto 3523 de 2009. Artículo 24 derogado por el artículo 29 del Decreto 4886 de 2011.
    - Decreto 4886 de 2011 "Por medio del cual se modifica la estructura de la Superintendencia de Industria y Comercio, se determinan las funciones de sus dependencias y se dictan otras disposiciones."
    - Decreto 092 de 2022 "Por el cual se modifica la estructura de la Superintendencia de Industria y Comercio, y se determinan las funciones de sus dependencias"
    - Decreto 253 de 2022 "Por el cual se sustituye el Capítulo 29 del Título 2 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, Decreto 1074 de 2015, modificado por el Decreto 1523 de 2015" – "Régimen de beneficios por Colaboración"
4. Circular
    - Título VII – Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio
5. Decisiones
    - Decisión 285 de 1991. Normas para Prevenir o Corregir las Distorsiones en la Competencia Generadas por Prácticas Restrictivas de la Libre Competencia
    - Decisión 608 de 2005. Normas para la protección y promoción de la libre competencia en la Comunidad Andina.

El cuerpo normativo que regula la competencia desleal en Colombia es:

1. Leyes
    - Ley 178 de 1994. por medio de la cual se aprueba el "Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial", hecho en París el 20 de marzo de 1883, revisado en Bruselas el 14 de diciembre de 1900, en Washington el 2 de junio de

1911, en La Haya el 6 de noviembre de 1925, en Londres el 2 de junio de 1934, en Lisboa el 31 de octubre de 1958, en Estocolmo el 14 de julio de 1967 y enmendado el 2 de octubre 1979.

- Ley 256 de 1996, “por la cual se dictan normas sobre competencia desleal”.

2. Decisiones
    - Decisión 486 de 2000. Régimen Común sobre Propiedad Industrial

Dichas normas han sido consideradas para evaluar y gestionar los riesgos bajo el Programa de Libre Competencia de la Compañía.

1. Conductas Sancionadas

De acuerdo con la Ley 155 de 1959 están prohibidas todas las conductas que afecten la libre competencia, las cuales son catalogadas como de objeto ilícito. Por conducta debe entenderse todo contrato, convenio, concertación, práctica concertada o conscientemente paralela entre dos o más empresas, así como cualquier comportamiento de quienes ejerzan una actividad económica en el mercado.

Como puede observarse, se trata de una definición amplia, que incluye cualquier acuerdo o acto que afecte la libre competencia en los mercados.

En virtud de lo anterior, las conductas contrarias a la Normativa de Libre Competencia se pueden resumir de la siguiente forma:

1.1. Acuerdos Anticompetitivos o Práctica Concertada

Un acuerdo anticompetitivo se puede definir como todo contrato, convenio, concertación, práctica concertada o conscientemente paralela entre dos o más personas o empresas, que prevenga, restrinja o distorsione la competencia o tenga la potencialidad de generar uno o varios de estos efectos.

Estos acuerdos se pueden presentar en diferentes etapas de la producción. Atendiendo a ello, pueden ser horizontales o verticales: Los primeros se refieren a pactos entre personas o empresas que proveen bienes o servicios similares o sustitutos en el mismo eslabón de la cadena de producción. Los segundos se refieren a acuerdos entre agentes del mercado que se encuentran en niveles diferentes de la cadena de producción.

A su vez, los acuerdos pueden ser anticompetitivos por su objeto en caso de que su finalidad lo califique como tal independientemente si este se haya ejecutado o no en el mercado, también son anticompetitivos por su efecto cuando el resultado del mismo, sin importar la finalidad de los agentes económicos, genera efectos anticompetitivos en el mercado.

Ejemplo de este tipo de acuerdos son:

- Fijar directa o indirectamente los precios de bienes y servicios.
- Determinar las condiciones de venta o condiciones de comercialización discriminatorias para con terceros.
- Repartir mercados entre productos o distribuidores.
- Asignar cuotas de producción o de suministro.
- Asignar, repartir o limitar fuentes de abastecimiento de insumos productivos.
- Limitar desarrollos técnicos.
- Condicionar el suministro de un producto a la aceptación de obligaciones adicionales que no constituían el objeto del negocio, o los acuerdos para lograr ventas atadas.
- Abstenerse de producir un bien o servicio o afectar sus niveles de producción.

- Coludir en licitaciones o concursos públicos o lograr la distribución de adjudicaciones de contratos, distribución de concursos o fijación de términos de las propuestas.
- Impedir a terceros el acceso a los mercados o a los canales de comercialización.

1.2. Abuso de Posición Dominante

Tener posición de dominio no se considera anticompetitivo per se y por lo tanto es una condición totalmente legítima. No obstante, cuando la posición dominante se usa para excluir o explotar a los competidores o consumidores, se considera que está abusando de tal posición.

Algunas situaciones que se consideran abuso de la posición de dominio son:

- Precios predatorios
- Aplicación de condiciones discriminatorias para operaciones equivalentes que pongan a un proveedor o consumidor en situación de desventaja frente a otro de condiciones similares.
- La subordinación del suministro de un producto a la aceptación de obligaciones adicionales.
- La venta a un comprador en condiciones diferentes a las que se le ofrecen a otro comprador cuando la intención sea disminuir o eliminar la competencia en el mercado.

Por lo anterior, al analizar estas conductas se debe considerar: **i)** la participación de mercado de quien la realiza; y, **ii)** los efectos que se deriven de la conducta, los que incluyen tanto los efectos negativos como las posibles eficiencias que se puedan generar.

1.3. Otros.

- Ciertos actos unilaterales realizados por empresas tales como infringir las normas sobre publicidad contenidas en el estatuto de protección al consumidor (Ley 1480 de 2011); influenciar a una empresa para que incremente los precios de sus productos o servicios o para que desista de su intención de rebajar los precios, y negarse a vender o prestar servicios a otro o discriminar en contra de otro cuando ello pueda entenderse como una retaliación a su política de precios, entre otros.
- Integraciones económicas que restrinjan sustancialmente la competencia y que no generen beneficios para los consumidores.
- Actos de competencia desleal que afecten o tengan la capacidad para afectar el interés general del mercado.
- El *interlocking*, es decir, la participación simultánea de una persona en cargos ejecutivos relevantes o de director en dos o más empresas competidoras entre sí, y cuyas ventas, servicios o actividades del giro del grupo empresarial al que pertenezca cada una de dichas empresas superen los montos determinados por la ley.
- La falta de notificación de una operación de concentración, o el incumplimiento de la resolución que autorice dicha operación de forma condicionada.

2. Delación

En virtud de esta figura, la Superintendencia de Industria y Comercio podrá conceder beneficios a las personas naturales o jurídicas que hubieren participado en una conducta que viole las normas de protección a la competencia, en caso de que informen a la autoridad de competencia acerca de la existencia de dicha conducta y/o colaboren con la entrega de información y de pruebas, incluida la identificación de los demás participantes, aun cuando la autoridad de competencia ya se encuentre adelantando la correspondiente actuación. Para poder acceder a este beneficio, se debe: **i)** ser el primer agente económico que comparezca ante la Superintendencia de Industria y Comercio; **ii)** colaborar durante el curso de la actuación mediante el suministro de información y elementos probatorios útiles que se encuentren a su disposición en relación con el acuerdo o acuerdos restrictivos de la libre competencia que denuncia, en las condiciones establecidas por las normas aplicables; **iii)** no haber sido el instigador o promotor del acuerdo o acuerdos restrictivos de la libre

competencia que denuncia; y **iv)** poner fin a la participación en el acuerdo o acuerdos restrictivos de la libre competencia que se denuncian.

1. Facultades de la Superintendencia de Industria y Comercio

En el ejercicio de sus funciones, la Superintendencia de Industria y Comercio está facultada para solicitar información, llamar a declarar a los agentes del mercado, solicitar colaboración de otros funcionarios, etc.

Adicionalmente, el régimen general de la libre competencia otorga a la Superintendencia de Industria y Comercio facultades que consisten principalmente en:

1. Asesorar al Gobierno Nacional y participar en la formulación de las políticas en todas aquellas materias que tengan que ver con la protección al consumidor, la promoción de la competencia, la propiedad industrial y en las demás áreas propias de sus funciones.
2. Velar por la observancia de las disposiciones sobre promoción de la competencia y prácticas comerciales restrictivas en los mercados nacionales, sin perjuicio de las competencias que la ley expresamente atribuya a otras autoridades.
3. Atender las reclamaciones o quejas por hechos que afecten la competencia en los mercados y dar trámite a aquellas que sean significativas, para alcanzar, en particular, las siguientes finalidades: mejorar la eficiencia del aparato productivo nacional; que los consumidores tengan libre escogencia y acceso a los mercados de bienes y servicios; que las empresas puedan participar libremente en los mercados; y, que en el mercado exista variedad de precios y calidades de bienes y servicios.
4. Imponer, de acuerdo con el procedimiento aplicable, las sanciones pertinentes por violación a las normas sobre prácticas comerciales restrictivas y promoción de la competencia, así como previa solicitud de explicaciones, por la inobservancia de las instrucciones que imparta en desarrollo de sus funciones.
5. Ordenar, como medida cautelar, la suspensión inmediata de las conductas que puedan resultar contrarias a las disposiciones sobre promoción de la competencia y prácticas comerciales restrictivas. Cuando la medida cautelar se decrete a petición de un interesado, la Superintendencia de Industria y Comercio podrá solicitar de este la constitución de una caución para garantizar los posibles prejuicios que pudieran generarse con la medida.
6. Ordenar a los infractores, previa investigación, la modificación o terminación de las conductas que sean contrarias a las disposiciones sobre promoción de la competencia y prácticas comerciales restrictivas.
7. Decidir sobre la terminación de investigaciones por presuntas violaciones a las disposiciones sobre promoción de la competencia y prácticas comerciales restrictivas, cuando a su juicio el presunto infractor brinde garantías suficientes de suspender o modificar la conducta por la cual se le investiga.
8. Autorizar los acuerdos o convenios que no obstante limitar la libre competencia, tengan por fin defender la estabilidad de un sector básico de la producción de bienes o servicios de interés para la economía general, en la forma prevista en el parágrafo del artículo 1° de la Ley 155 de 1959 o demás normas que la modifiquen o adicionen.
9. Imponer previas explicaciones, de acuerdo con el procedimiento aplicable, las sanciones que de acuerdo con la ley sean pertinentes por violación de las normas sobre protección al consumidor, por incumplimiento de aquellos reglamentos técnicos cuya vigilancia se le haya asignado expresamente, así como por la inobservancia de las instrucciones que imparta en desarrollo de sus funciones.
10. Con excepción de la competencia atribuida a otras autoridades, ejercer el control y vigilancia en relación con el cumplimiento de las normas sobre control de precios, especulación indebida y acaparamiento, de acuerdo con lo establecido en el Decreto 2876 de 1984 o las normas que lo modifiquen o adicionen e imponer las sanciones previstas en este.

11. Asumir, cuando las necesidades públicas así lo aconsejen, el conocimiento exclusivo de las investigaciones e imponer las sanciones por violación de las normas sobre control y vigilancia de precios.
12. Ejercer las funciones jurisdiccionales que le hayan sido asignadas en virtud de la ley.
13. Impartir instrucciones en materia de protección al consumidor, promoción de la competencia, propiedad industrial y en las demás áreas propias de sus funciones, así como fijar los criterios que faciliten su cumplimiento y señalar los procedimientos para su cabal aplicación.
14. Realizar visitas de inspección, decretar y practicar pruebas y recaudar toda la información conducente, con el fin de verificar el cumplimiento de las disposiciones legales cuyo control le compete y adoptar las medidas que correspondan.
15. Las demás funciones que le señalen las normas vigentes o que se expidan en el futuro.

3. Sanciones

El régimen general de la libre competencia establece las sanciones que se pueden aplicar ante incumplimientos de la Normativa de Libre Competencia por parte de personas jurídicas y personas naturales. Estas sanciones son aplicables en los siguientes supuestos de hecho:

1. Por violación de cualquiera de las disposiciones sobre protección de la competencia, incluidas la omisión en acatar en debida forma las solicitudes de información, órdenes e instrucciones que imparta, la obstrucción de las investigaciones, el incumplimiento de las obligaciones de informar una operación de integración empresarial o las derivadas de su aprobación bajo condiciones o de la terminación de una investigación por aceptación de garantías, imponer, por cada violación y a cada infractor, multas a favor de la Superintendencia de Industria y Comercio hasta por la suma de 100.000 salarios mínimos mensuales vigentes o, si resulta ser mayor, hasta por el 150% de la utilidad derivada de la conducta por parte del infractor.

2. Imponer a cualquier persona que colabore, facilite, autorice, ejecute o tolere conductas violatorias de las normas sobre protección de la competencia, multas hasta por el equivalente de dos mil (2.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes al momento de la imposición de la sanción, a favor de la Superintendencia de Industria y Comercio.

Es muy importante recordar que los pagos de las multas no podrán ser cubiertos ni asegurados o en general garantizados por la Compañía, ni por la matriz o empresas subordinadas, ni por las empresas que pertenezcan al mismo grupo empresarial o estén sujetas al mismo control de aquella. De igual forma, se deberán tener en cuenta lo dispuesto en la ley 2195 de 2022 sobre las sanciones derivadas de la responsabilidad administrativa sancionatoria contra persona jurídicas y sucursales de sociedades extranjeras por actos de corrupción.

1.6.1. Daños a la Reputación

A las sanciones establecidas en el Régimen General de la libre Competencia se debe agregar el daño reputacional que afecta a quienes se vean involucrados en actos anticompetitivos. Si bien este daño no proviene de multas o sanciones directas, en los hechos se traduce en enormes perjuicios para la rentabilidad de un agente económico.

Estar involucrado en un procedimiento en sede de libre de competencia, independiente de su resultado final, generará una gran pérdida de la confianza de parte de grupos de interés como clientes, accionistas, proveedores, colaboradores y el público general, con las consecuencias que implica para las actividades comerciales de la empresa, su capacidad para captar fondos, clasificaciones de riesgos, entre otras variables.

Anexo D
Definiciones

Las palabras y términos que se definen seguidamente, cuando ellos se escriban con mayúscula inicial según se hace en sus respectivas definiciones que siguen más adelante, fuere o no necesario conforme a las reglas ortográficas del uso de las mayúsculas, e independientemente del lugar de este Programa en que se utilicen, o si se emplean en una persona, número, modo, tiempo o variable gramatical, según sea necesario para el adecuado entendimiento de la misma, tendrán los significados que a cada una de dichas palabras o términos se les adscribe a continuación:

"Autoridad" significa cualquier funcionario que pertenezca a la Superintendencia de Industria y Comercio o cualquier funcionario público perteneciente a cualquier institución facultada para practicar alguna visita administrativa o medidas cautelares relacionadas con alguna infracción al régimen de Libre Competencia.

"Abuso de Posición Dominante" significa la posibilidad de determinar, directa o indirectamente, las condiciones de un mercado con el objeto o el efecto de excluir a competidores, limitar la conducta de los agentes del mercado o explotar a competidores o clientes.

"Acuerdo Colusorio" significa cualquier trato o convención, formal o informal, escrita u oral, que involucre a Competidores y cuyo objeto sea reducir la incertidumbre de la competencia a través de: la fijación de precios de venta, limitación de la producción, asignación de zonas o cuotas de mercado o afectación de procesos de licitación; o que, confiriéndoles poder de mercado, consistan en determinar condiciones de comercialización o excluir a actuales o potenciales Competidores.

"Alta Dirección" significa la máxima autoridad administrativa de la Compañía, sea ésta su Junta Directiva, su Gerente General o quien o quienes hagan sus veces, según la estructura o modelo de administración existente.

"Cambio Relevante" significa: **i)** la modificación importante en las actividades, productos o servicios de la Compañía, de manera que se pueda producir un cambio en los mercados en que participa; **ii)** los cambios en la estructura de propiedad o administración de una Compañía; **iii)** los cambios externos que tengan un impacto sustancial en la Compañía, como circunstancias económicas o condiciones de mercado; **iv)** la detección de eventuales conductas anticompetitivas al interior de la Compañía; o, **v)** los cambios en la Normativa de Libre Competencia.

"**Cargo Expuesto**" significa aquella posición en la estructura organizacional de la Compañía que, en virtud del grado de responsabilidad, naturaleza de las funciones o por las contrapartes con las que debe interactuar, está mayormente expuesta a incumplimientos que puedan acarrear responsabilidad para sí mismo, para la persona jurídica o de un Programa de cumplimiento aprobado por la Compañía.

"**Cargo Relevante**" significa cualquier cargo que pueda tener una injerencia en la toma de decisiones comerciales de la Compañía, lo que incluye, pero no se limita a: **i)** Gerente General; **ii)** Gerente Financiero; **iii)** Gerente Comercial; **iv)** Gerente de Operaciones; **iv)** Gerente de Licitaciones y Compras; **v)** Gerentes de Primera Línea; y **vi)** Representantes Legales y Apoderados.

"Canal de Integridad" significa el conjunto de medios que la Compañía pone a disposición de sus Colaboradores, proveedores, clientes o de terceros, a través de los cuales pueden contactar directamente a la Gerencia de Ética y Gobernanza de las Empresas Falabella en Colombia para plantear inquietudes, o realizar consultas o denuncias relacionadas con temas éticos.

"Colaborador" significa: **i)** toda y cualquier persona vinculada a la Compañía por un contrato de trabajo; **ii)** todo aquel que actúa a nombre de una Compañía con independencia de la naturaleza del

tipo de relación que mantiene con las misma; y, **iii)** todos los miembros y asesores de la Junta Directiva de la Compañía.

"Compañía" significa Falabella de Colombia S.A.

"**Empresa Falabella**" significa: **i)** Falabella S.A.; **ii)** toda otra persona jurídica, en cualquier jurisdicción, en la que Falabella S.A. controla directamente o a través de otra persona natural o jurídica más del 50% de su capital con derecho a voto o del capital, si no se tratare de una sociedad por acciones, o pueda elegir o designar o hacer elegir o designar a la mayoría de sus directores, consejeros o administradores; y, **iii)** toda aquella otra persona jurídica, en cualquier jurisdicción, en la que Falabella S.A. sea propietaria, directamente o a través de otra persona natural o jurídica, del 50% o menos de su capital con derecho a voto o del capital, siempre que la primera se distinga ante el público como negocio con marcas comerciales de Falabella S.A., o de cualquiera de las empresas Falabella descritas en el numeral ii) inmediatamente precedente.

"Información Comercialmente Sensible" significa toda aquella información estratégica de una empresa que no sea de público conocimiento y que, de ser conocida por un competidor, influiría en sus decisiones de comportamiento en el mercado, tal como: **i)** componentes del precio (descuentos, descuentos por volumen, métodos de cálculo del precio, etc.); **ii)** información de ventas (volumen de ventas, utilidad, ventas por territorio, estrategias de entrada al mercado, listas de clientes, cláusulas contractuales, condiciones de venta, etc.; **iii)** procesos futuros de oferta de servicios (términos y condiciones, especificaciones técnicas, etc.; **iv)** estrategia de compras (volúmenes de compra, precio de compra, proveedores estratégicos, cláusulas contractuales, etc.); **v)** estructuras de costos (distribución, inversiones estratégicas); y **vi)** cualquier otro tipo de información estratégica.

"Matriz de Riesgo" significa el documento que describe los riesgos correspondientes a los distintos procesos de la Compañía; su evaluación en razón del impacto que puedan tener y su probabilidad de ocurrencia; los controles dispuestos para su mitigación; y, la evaluación final de los mismos.

"Visita de Autoridades Administrativas" significa toda aquella diligencia de inspección probatorias empleadas por la Superintendencia de Industria y Comercio y cualquier otra autoridad administrativa para desarrollar sus funciones de inspección, vigilancia y control en relación con la Normatividad de Libre Competencia.

"**Normativa de Libre Competencia**" significa el conjunto de normatividad aplicable a la materia referida en el Anexo NLC y todas las demás que las adicionen, complementen, modifiquen o deroguen.

"Oficial de Libre Competencia" significa aquel Colaborador designado por la Junta Directiva que, ejecuta, implementa, supervisa y garantiza el Programa de Libre Competencia de acuerdo con los lineamientos definidos por la Compañía.

"Práctica Concertada" significa cualquier forma de coordinación que, involucrando competidores y sin haber desembocado en la celebración de un convenio propiamente dicho, sustituye conscientemente los riesgos de la competencia por una cooperación práctica entre ellas. Este concepto supone, además de la concertación entre las empresas, un comportamiento en el mercado que siga a la concertación y una relación de causa a efecto entre ambos.

"Proveedor" significa aquella persona natural o jurídica que abastece de bienes o servicios a la Compañía.

"**Reglamento Interno de Trabajo**" significa aquella norma que la Compañía deba dictar en cumplimiento de la legislación que le sea aplicable, en la que se regulen las obligaciones y prohibiciones a las que deben ceñirse los Trabajadores en relación con, entre otras materias, sus

funciones, permanencia y actividad en las dependencias de la Compañía, así como las sanciones aplicables a estos.

“**Superintendencia de Industria y Comercio (SIC)”** Es la autoridad nacional de protección de la competencia, los datos personales y la metrología legal, protege los derechos de los consumidores y administra el Sistema Nacional de Propiedad Industrial, a través del ejercicio de funciones administrativas y jurisdiccionales.

Anexo EN1
Política de Libre Competencia

I. Introducción

Falabella de Colombia S.A. (en adelante, “Falabella” o la “Compañía”) reconoce que la libre competencia contribuye al bienestar del consumidor y a la satisfacción de nuestros Clientes ya que mejora la eficiencia, promueve la innovación y diversifica la oferta de bienes y servicios.

Como parte de su cultura de integridad, Falabella tiene el compromiso de competir de forma libre, justa y leal, y cumplir proactivamente la Normativa de Libre Competencia en los mercados en los que opera. Este compromiso implica definir e implementar un programa de cumplimiento en materia de libre competencia que debe ser observado por toda la Compañía, y por todos los Colaboradores.

II. Objetivo

Esta Política tiene como objetivo establecer los principios generales y las normas de conducta específicas, que guían el comportamiento de los Colaboradores en el mercado con el fin de: i) prevenir que en, o en relación con, la Compañía y las Empresas Falabella, se reanalicen actividades o conductas contrarias a la libre competencia; y, ii) dar cumplimiento a la Normativa de Libre Competencia y competencia desleal, Ley 155 de 1959, Decreto 2153 de 1992, Ley 2195 de 2002 y Ley 1340 de 2009 así como las demás normas posteriores que las complementen, adicionen, reglamenten o deroguen.

III. Alcance

Esta Política es de alcance corporativo, por lo que es aplicable a todo Falabella, debiendo implementarse y exigirse su cumplimiento a todos los Colaboradores.

IV. Definiciones

Los términos que en esta Política se usan con mayúscula se encuentran definidos en el Anexo N°1.

V. Principios Generales

Los siguientes principios y criterios generales deben guiar el comportamiento de Falabella y de los Colaboradores en materia de libre competencia:

1. Independencia en la Adopción de Decisiones Comerciales

La Compañía debe adoptar sus decisiones y ejecutar sus acciones comerciales de manera independiente de sus Competidores y Proveedores.

2. Rechazo a la Exclusión o Explotación de Cualquier Agente del Mercado

Las decisiones económicas que adopte la Compañía deberán basarse en consideraciones de negocio legítimas, razonables y justificables, y no podrán tener como propósito excluir a un Competidor, explotar a los Proveedores o Clientes, o repartirse o asignarse cuotas de mercado.

3. Competencia Leal en el Mercado

Las acciones o actividades destinadas a captar, atraer o acceder a los Clientes, o a establecer y mantener relaciones comerciales con terceros, deben realizarse de buena fe, por medios legítimos y respetando a los Competidores. Lo anterior también aplica a todas las acciones tendientes a desarrollar integraciones económicas (M&A´s), contratos de joint venture, importaciones de bienes o servicios y el ejercicio de la posición dominante.

VI. Normas Específicas de Conducta

De acuerdo con los principios anteriormente referidos y con la ley, Falabella y sus Colaboradores deben ajustar su conducta a las siguientes disposiciones:

1. Acuerdos Colusorios o Prácticas Concertadas

No se podrán adoptar acuerdos, directos o a través de terceros, o cualquier tipo de coordinación, espontánea o no, entre Competidores, que tengan por propósito impedir, restringir o entorpecer la libre competencia en el mercado, tales como: **i)** fijar precios, márgenes, descuentos, promociones u otras condiciones de comercialización; **ii)** limitar la producción; **iii)** asignar Clientes, cuotas o zonas de mercado; **iv)** excluir a otros Competidores del mercado; **v)** explotar a Proveedores; o, **vi)** manipular licitaciones o afectar sus resultados.

2. Confidencialidad de la Información Comercialmente Sensible

No se deberá entregar, dar acceso, o facilitar el intercambio de Información Comercialmente Sensible de Falabella; ni acceder a dicha información de terceros.

El resguardo de la confidencialidad de la Información Comercialmente Sensible puede ser la diferencia entre que se logre acreditar una práctica concertada, o que la conducta de que se trate sea calificada como paralelismo consciente.

3. Participación en Asociaciones Gremiales

Los Colaboradores que participen en Asociaciones Gremiales en nombre o representación de la Compañía, deberán hacerlo con estricto apego a lo establecido en la Normativa de Libre Competencia, en esta Política y en la normativa interna de la Compañía.

4. Fijación Independiente de Precios de Reventa

La Compañía definirá de manera independiente el precio de los bienes y servicios que comercializa, de acuerdo con sus propios criterios comerciales y con la información que adquiera de forma legítima, y que no constituya Información Comercialmente Sensible de terceros. Cualquier

sugerencia de precios de Proveedores deberá tomarse como tal y no constituirá una obligación para la Compañía.

5. Competir de Manera Leal

No se deben realizar actos que tengan por finalidad competir deslealmente en el mercado, tales como: **i)** aprovecharse indebidamente de la reputación ajena, induciendo a confusión; **ii)** utilizar o difundir hechos falsos o incorrectos que induzcan a error; **iii)** realizar aseveraciones que no sean correctas ni demostrables, que puedan desacreditar los productos o servicios de un Competidor; o, **iv)** ejercer acciones legales o cualquier otro acto que tengan por único fin entorpecer la operación de un agente de mercado.

6. Control Interlocking

Se encuentra prohibida la participación simultánea, de un Director o Colaborador que desempeñe un Cargo Relevante, en dos o más empresas competidoras entre sí, cumpliéndose los demás requisitos establecidos en la Ley.

Los Directores y Colaboradores que desempeñen un Cargo Relevante, deberán completar de manera anual, una declaración de intereses, como mecanismo de revisión y control de interlocking y potenciales conflictos de intereses.

7. Cumplimiento de la Ley

La Compañía y los Colaboradores deberán realizar sus actividades dando estricto cumplimiento a los principios, criterios y prohibiciones específicas referidas en esta Política, así como a las demás disposiciones contenidas en la Normativa de Libre Competencia, como aquellas sobre operaciones de concentración, participaciones minoritarias e interlocking, entre otras.

VII. Adopción de un Programa de Cumplimiento de Libre Competencia

La Compañía deberá adoptar esta Política, e implementar, un sistema organizacional de prevención de actos contrarios a la Normativa de Libre Competencia.

El objeto de dicho programa deberá consistir en: **i)** la identificación de las situaciones y actividades que constituyan o puedan constituir un riesgo relativo a la libre competencia; **ii)** la prevención de conductas anticompetitivas; **iii)** la detección de posibles infracciones a la Normativa de Libre Competencia, a la presente Política o al Programa de Libre Competencia; **iv)** la respuesta oportuna en caso de materialización de los riesgos que hayan sido identificados; y, **v)** la monitorización, mejora continua y actualización del mismo.

Todo Programa de Libre Competencia deberá contener, al menos, los siguientes elementos: **i)** elementos normativos; **ii)** elementos de comunicación, los que a su vez contienen acciones de difusión, concientización, capacitación y entrenamiento; **iii)** elementos de ejecución; y, **iv)** elementos de control; todo lo anterior, con base en los lineamientos dados por Falabella S.A. para dicho fin.

La Gerencia de Ética y Gobernanza de las Empresas Falabella en Colombia y/o Falabella S.A. entregará a la Compañía, los lineamientos metodológicos para la elaboración del Programa de Libre Competencia que cumpla con los estándares de la presente Política.

La Compañía deberá asignar los recursos financieros y humanos suficientes para la adecuada implementación del Programa de Libre Competencia, los que serán relativos al nivel de riesgo al que se enfrenta la Compañía.

VIII. Oficial de Libre Competencia

La responsabilidad de la implementación y mantenimiento del Programa de Libre Competencia recae en la Junta Directiva de la Compañía, en su Gerente General y en el Oficial de Libre Competencia; siendo este último quien tiene la responsabilidad administrativa por la ejecución del mismo.

El cargo de Oficial de Libre Competencia deberá contar con los atributos recomendados por las mejores prácticas internacionales para la ejecución de su cargo: **i)** alta visibilidad en toda la Compañía; **ii)** independencia profesional y de criterio en el ejercicio de su función; **iii)** autonomía administrativa y presupuestaria suficientes; y, **iv)** acceso para reportar e informar de manera libre y expedita a la Alta Administración; todo lo anterior con la finalidad de implementar, monitorizar y exigir el cumplimiento del Programa de Libre Competencia.

El Oficial de Libre Competencia deberá ser designado por la Junta Directiva, la que será responsable de que cuente con los atributos indicados en el párrafo anterior, y tendrá una duración en el cargo de tres años, renovables automáticamente salvo que la Junta Directiva designe a un nuevo Oficial.

IX. Proveedores y Competidores

Falabella espera que sus Proveedores y Competidores respeten la libre competencia.

En caso de que un Colaborador considere que la conducta de un Proveedor o Competidor es contraria a la Normativa de Libre Competencia, deberá denunciarla a través del Canal de Integridad poniendo a disposición de la Gerencia de Ética y Gobernanza de las Empresas Falabella en Colombia, todos los antecedentes con los que cuente. Este canal también está a disposición de los Proveedores y Competidores, quienes pueden utilizarlo para denunciar cualquier infracción a la presente política y/o a la Normativa de Libre Competencia por parte de un Colaborador.

X. Canal de Integridad

Los Colaboradores, Proveedores u otros terceros, deberán canalizar a través del Canal de Integridad, todas las dudas o consultas relativas a esta Política o las denuncias respecto a cualquier actividad prohibida por la misma.

El canal de integridad es una herramienta confidencial, que admite el anonimato para realizar consultas o denuncias.

Las vías de comunicación del Canal de Integridad son: **i)** Botón de acceso al link “Canal de Integridad” ubicado en la intranet y en el Store in Store de Falabella, sección Proveedores en

www.falabella.com.co; **ii)** Correo electrónico contactocolombia@gerenciadeetica.com; y, **iii)** presencialmente o mediante videollamada a la Gerencia de Ética y Gobernanza de las Empresas Falabella en Colombia.

XI. Cumplimiento de la Política

Todo Colaborador tiene la responsabilidad de velar por el fiel cumplimiento de esta Política, la normativa interna que sobre la materia haya dictado la Compañía y, la Normativa de Libre Competencia.

Cualquier infracción a la normativa anteriormente indicada podrá dar lugar a medidas disciplinarias respecto del Colaborador, de acuerdo con lo establecido en el Código de Integridad, la legislación vigente y el Reglamento Interno de Trabajo de la Compañía, pudiendo incluso determinarse su desvinculación en casos de gravedad o reincidencia.

Los Colaboradores que tengan dudas respecto de si una determinada conducta podría infringir lo dispuesto en esta Política, la normativa interna que se haya dictado sobre la materia que ella trata y, la Normativa de Libre Competencia, deberán consultar al Oficial de Libre Competencia y/o a la Gerencia Legal Operacional de la Compañía y abstenerse de actuar mientras no reciban respuesta a dicha consulta.

XII. Documentos Relacionados

- Código de Integridad
- Guía Legal para el flujo de información entre las empresas Falabella
- Guía Práctica de Cumplimiento para Proveedores
- Instructivo de Negociación con Proveedores para Libre Competencia
- Instructivo para la Participación en Asociaciones Gremiales
- Instructivo Sobre Protección de la Información Comercialmente Sensible
- Procedimiento para Visitas de Autoridades Administrativas

Anexo N°1

Definiciones

Las palabras y términos que se definen seguidamente, cuando ellos se escriban con mayúscula inicial según se hace en sus respectivas definiciones que siguen más adelante, fuere o no necesario conforme a las reglas ortográficas del uso de las mayúsculas, e independientemente del lugar de esta Política en que se utilicen, o si se emplean en una persona, número, modo, tiempo o variable gramatical, según sea necesario para el adecuado entendimiento de la misma, tendrán los significados que a cada una de dichas palabras o términos se les adscribe a continuación:

"Abuso de Posición Dominante" significa la posibilidad de determinar, directa o indirectamente, las condiciones de un mercado con el objeto o el efecto de excluir a competidores, limitar la conducta de los agentes del mercado o explotar a competidores o clientes.

"Acuerdo Colusorio" significa cualquier trato o convención, formal o informal, escrita u oral, que involucre a Competidores y cuyo objeto sea eliminar o reducir la competencia a través de la fijación de precios de venta, limitación de la producción, asignación de zonas o cuotas de mercado o afectación de procesos de licitación; o que, confiriéndoles poder de mercado, consistan en determinar condiciones de comercialización o excluir a actuales o potenciales Competidores.

"**Asociación Gremial**" significa una organización, cualquiera sea su naturaleza, que reúna a personas naturales, jurídicas, o ambas, con el objeto de promover, expresar, representar, defender o dar a conocer las actividades e intereses de sus asociados.

"Canal de Integridad" significa el conjunto de medios que la Compañía pone a disposición de sus Colaboradores, proveedores, clientes o de terceros, a través de los cuales pueden contactar directamente a la Gerencia de Ética y Gobernanza de las Empresas Falabella en Colombia para plantear inquietudes, o realizar consultas o denuncias relacionadas con temas éticos.

"**Cargo Relevante**" significa cualquier cargo que pueda tener una injerencia en la toma de decisiones comerciales de la Compañía, lo que incluye, pero no se limita a: **i)** Gerente General; **ii)** Gerente Financiero; **iii)** Gerente Comercial; **iv)** Gerente de Operaciones; **iv)** Gerente de Licitaciones y Compras; **v)** Gerentes de Primera Línea; y **vi)** Representantes Legales y Apoderados.

"**Cliente**" significa las personas naturales o jurídicas que, en virtud de cualquier acto jurídico oneroso, adquieren, utilizan, o disfrutan bienes o servicios.

"Colaborador" significa: **i)** toda y cualquier persona vinculada a la Compañía por un contrato de trabajo; **ii)** todo aquel que actúa a nombre de una Compañía con independencia de la naturaleza del tipo de relación que mantiene con las misma; y, **iii)** todos los miembros y asesores de la Junta Directiva, de la Compañía.

"Compañía" significa Falabella de Colombia S.A.

"**Competidor**" significa una persona natural o jurídica que opere en el mismo mercado relevante a aquel en que opere la Compañía, ofreciendo bienes o servicios similares.

“Empresa Falabella” significa: **i)** Falabella S.A.; **ii)** toda otra persona jurídica, en cualquier jurisdicción, en la que Falabella S.A. controla directamente o a través de otra persona natural o jurídica más del 50% de su capital con derecho a voto o del capital, si no se tratare de una sociedad por acciones, o pueda elegir o designar o hacer elegir o designar a la mayoría de sus directores, consejeros o administradores; y, **iii)** toda aquella otra persona jurídica, en cualquier jurisdicción, en la que Falabella S.A. sea propietaria, directamente o a través de otra persona natural o jurídica, del 50% o menos de su capital con derecho a voto o del capital, siempre que la primera se distinga ante el público como negocio con marcas comerciales de Falabella S.A., o de cualquiera de las empresas Falabella descritas en el numeral ii) inmediatamente precedente.

“**Gerencia de Ética y Gobernanza Empresas Falabella en Colombia**” significa la gerencia encargada de la implementación del programa de Integridad en el país de operación.

“Información Comercialmente Sensible” significa toda aquella información estratégica de una empresa que no sea de público conocimiento y que, de ser conocida por un competidor, influiría en sus decisiones de comportamiento en el mercado, tal como: **i)** precios y componentes del precio (precios de venta, descuentos, descuentos por volumen, métodos de cálculo del precio, etc.); **ii)** información de ventas (volumen de ventas, utilidad, ventas por territorio, estrategias de entrada al mercado, listas de clientes, cláusulas contractuales, condiciones de venta, etc.; **iii)** procesos futuros de oferta de servicios (términos y condiciones, especificaciones técnicas, etc.; **iv)** estrategia de compras (volúmenes de compra, precio de compra, proveedores estratégicos, cláusulas contractuales, etc.); **v)** estructuras de costos (distribución, inversiones estratégicas); y **vi)** cualquier otro tipo de información estratégica.

“**Normativa de Libre Competencia**” significa el conjunto de normatividad aplicable a la materia referida en el Anexo NLC y todas las demás que las adicionen, complementen, modifiquen o deroguen.

“**Práctica Concertada**” significa cualquier forma de coordinación que involucre a competidores sin que se celebre un acuerdo propiamente tal entre ellos, mediante la cual sustituyen conscientemente los riesgos de la competencia por una cooperación práctica entre ellos. Este concepto supone un comportamiento en el mercado que siga a la coordinación y una relación de causa a efecto entre ambos.

“**Programa de Libre Competencia**” significa el conjunto sistematizado de medidas, estructuras o procesos de carácter normativo, comunicación, ejecución y control, que tiene por objeto asegurar el cumplimiento de la Normativa de Libre Competencia por parte de la Compañía.

“**Proveedores**” significa aquella persona natural o jurídica que abastece de bienes o servicios a la Compañía.

CLASIFICACIÓN	FECHA APROBACIÓN	N° DE PROGRAMA
Uso Interno		1

CONTROL DE VERSIONES					
Fecha	**Versión**	**Modificaciones**	**Responsable**	**Revisor**	**Aprobador**
14/05/2020	1	Texto Original	Oficial de Libre Competencia	Gerencia de Ética y Gobernanza Empresas Falabella Colombia	Junta Directiva Falabella de Colombia S.A
01/12/2023	2	Actualización del Programa de Libre Competencia	Oficial de Libre Competencia	Gerencia de Ética y Gobernanza Empresas Falabella Colombia	Junta Directiva Falabella de Colombia S.A.

Anexo EN2
Instructivo de Negociación con Proveedores para Libre Competencia

I. Introducción

La Compañía rechaza todas aquellas conductas que puedan infringir la Normativa de Libre Competencia. Es por lo anterior que han establecido, como parte de su normativa interna, un Programa y una Política de Libre Competencia, destinadas a mitigar el riesgo de ocurrencia de estas.

Algunas de las conductas que pueden constituir infracción a la Normativa de Libre Competencia se pueden producir en las relaciones entre Colaboradores y Proveedores; razón por la cual los Colaboradores deben estar conscientes de los riesgos a que están expuestos y conocer la conducta que se espera de ellos.

II. Objetivo

El objetivo de este Instructivo es entregar las pautas y los lineamientos específicos de conducta, que guíen a los Colaboradores en las relaciones y negociaciones que tengan con Proveedores.

III. Alcance

El presente Instructivo es de alcance corporativo, por lo que es aplicable a todo la Compañía, debiendo implementarse y exigirse su cumplimiento a todos los Colaboradores.

IV. Definiciones

Los términos que en este Instructivo se usan con mayúscula se encuentran definidos en el Anexo N°1.

V. Riesgos Asociados a la Negociación con Proveedores

1. Intercambio Indirecto de Información Comercialmente Sensible entre Competidores

Este riesgo se puede producir de dos maneras distintas:

i) Cuando un Proveedor entrega a la Compañía Información Comercialmente Sensible de un Competidor, generando el riesgo de colusión entre Competidores, facilitada por el Proveedor; o,

ii) Cuando la Compañía pone en conocimiento de un Proveedor Información Comercialmente Sensible de un competidor de este último, generando el riesgo de colusión entre proveedores, facilitada por la Compañía.

2. Restricciones Verticales

Constituye restricción vertical toda limitación impuesta, o todo incentivo ofrecido, por un Proveedor o la Compañía, que afecte la libertad comercial de su contraparte y que determine los términos y las condiciones en los que ella pueda ofrecer sus productos a sus clientes.

Una restricción vertical muy recurrente es aquella en que un proveedor fija los precios de reventa a los cuales un distribuidor puede vender a público. Otra restricción común la constituyen las llamadas "cláusulas de nación más favorecida", mediante las cuales, por ejemplo, un distribuidor obliga a un proveedor a igualar o mejorar las condiciones comerciales pactadas, en caso de que dicho proveedor acuerde condiciones comerciales más favorables con otro distribuidor.

Ciertas restricciones verticales en una industria (en especial la fijación de un precio de reventa mínimo o fijo, o el acuerdo de una exclusividad) pueden contribuir:

i) A facilitar la colusión entre distribuidores minoristas, proveedores y/o fabricantes;

ii) A reducir o eliminar la competencia por precio, en el mercado de distribuidores; o,

iii) A conductas de exclusión de competidores, ya sea en el mercado de los proveedores o en el de los distribuidores.

Por lo anterior, la circunstancia que un Proveedor se inmiscuya en el precio de venta a público, en el margen que la Compañía puede obtener, o en otro tipo de condiciones comerciales bajo las cuales la Compañía comercialice sus productos, es rechazada por la Política de Libre Competencia y por la práctica comercial de la Compañía. Sin embargo, de modo excepcional y previa autorización expresa otorgada por la Gerencia Legal Operacional de la Compañía, podrán admitirse ciertas prácticas verticales que tengan una debida justificación económica y no se contrapongan con dicha Política.

3. Abuso de Posición Dominante y Competencia Desleal

Todo acuerdo comercial entre la Compañía y un Proveedor debe negociarse y celebrarse atendiendo a los atributos y características objetivas del mismo justificadas en razones comerciales.

VI. Criterios Prácticos

A continuación, se entregan algunos criterios prácticos que deben seguir los Colaboradores, con el objeto de evitar incumplimientos a la Normativa de Libre Competencia durante su relación con los Proveedores.

En forma complementaria, el Anexo N°2 contiene un formato ilustrativo de respuestas que el Colaborador puede utilizar para dirigirse a los Proveedores, frente a algunas de las situaciones a que se refiere este instructivo.

1. Negociación en General

i) **Vías de Comunicación:** Se debe evitar el uso de vías de comunicación distintas al correo institucional, tales como correos personales, mensajería de texto o celular personal. En aquellos casos en que un acuerdo comercial deba convenirse por medios electrónicos, deberá utilizarse el correo institucional;

ii) **Lugares de encuentro con Proveedores:** Deben evitarse los encuentros informales entre Colaboradores y Proveedores, por lo que, toda reunión entre las partes deberá registrarse en la agenda del Colaborador y deberá concretarse en lugares previamente indicados al efecto como, por ejemplo, en las dependencias de la Compañía, en aquellas del Proveedor o, en las oficinas de un tercero asistente a la reunión, por ejemplo, las oficinas de los abogados de las partes. Adicionalmente, toda invitación realizada por un Proveedor debe regirse a los términos de la Política de Invitaciones de la Compañía.;

iii) **Inicio de las reuniones**: Los Colaboradores podrán iniciar una reunión o actividad con Proveedores, informándoles de las recomendaciones básicas para el cumplimiento de la Normativa de Libre Competencia identificadas en el Anexo N°3.

iv) **Flujo de Información Comercialmente Sensible:**

i. Se encuentra prohibido solicitar a un Proveedor Información Comercialmente Sensible de un tercero, especialmente si se trata de un Competidor.

   En caso de que por error u otro motivo, un Proveedor haga entrega a la Compañía de Información Comercialmente Sensible de un competidor, deberá rechazar expresamente la información y notificar inmediatamente dicha situación al Oficial de Libre Competencia y a la Gerencia Legal Operacional de la Compañía, la que evaluará las medidas que sea necesario adoptar.

   Esta notificación no debe incluir el reenvío de la información que se haya recibido pues reenviarla implica que más personas al interior de la Compañía conozcan su contenido. En tal caso deberá hacerse una llamada o generar una videollamada para definir el plan de acción a seguir.

ii. Nunca se debe entregar o poner a disposición de un Proveedor, Información Comercialmente Sensible de un tercero, especialmente cuando se trate de un competidor de dicho Proveedor.

   En caso de que por error u otro motivo, el Colaborador haga entrega de Información Comercialmente Sensible de la Compañía o de un tercero, deberá en primer lugar intentar la recuperación del correo enviado y en seguida de forma inmediata debe notificar dicha situación al Oficial de Libre Competencia y a la Gerencia Legal Operacional de la Compañía, quienes evaluarán las medidas que sea necesario adoptar.

A su vez, los Colaboradores en el desempeño de sus funciones y, especialmente en su relación con los Proveedores, deberán siempre tener presente el Instructivo sobre Información Comercialmente Sensible.

v) **Cláusula de Nación más Favorecida:** Por regla general, la Compañía no debe negociar términos y condiciones con un Proveedor que puedan considerarse como "cláusulas de nación más favorecida", es decir, que dependan o estén subordinados a la relación comercial del Proveedor con un Competidor u otros terceros como, por ejemplo, obligar a que el Proveedor haga extensivas las condiciones comerciales que este último haya pactado con otro distribuidor. A modo de ejemplo, no se debe subordinar el precio negociado en un contrato de suministros, a la variación del precio que el Proveedor negocie con un Competidor.

   Cualquier excepción a este punto, deberá ser autorizada por la Gerencia Legal Operacional de la Compañía;

vi) **Cláusulas de Exclusividad:** Todos los contratos que incluyan cláusulas de exclusividad, ya sea en favor de la Compañía o como obligación de la misma, deberán ser revisadas y aprobadas por la Gerencia Legal Operacional de la Compañía, previo a la firma del respectivo contrato.

   A su vez, la Gerencia Legal de la Compañía podrá definir condiciones generales en que estarán permitidas las negociaciones de exclusividades;

vii) **Precios de Venta al Público:** La Compañía debe establecer los precios de venta al público de forma independiente, por lo que está prohibido negociar y discutir dichos precios o los márgenes de la Compañía con un Proveedor.

   Para mayor claridad, las sugerencias de precios son meras recomendaciones no vinculantes para la Compañía. En general, y salvo excepciones aprobadas expresamente por la Gerencia Legal Operacional de la Compañía, nada debe obstar a la libertad de la Compañía de establecer libremente el precio de los bienes y servicios que comercializa. En este sentido, se debe rechazar, dejando constancia de ello, cualquier tipo de presión o intento de un Proveedor de interferir en la decisión de precios de la Compañía;

   Cualquier excepción a este punto, deberá ser autorizada por la Gerencia Legal Operacional;

viii) **Acuerdos Retroactivos:** Excepcionalmente se podrán acordar condiciones comerciales que operen de forma retroactiva o para períodos anteriores al que actualmente se negocia;

ix) **Compras Atadas:** La Compañía, en la relación con sus Proveedores, no debe condicionar la compra de uno de sus productos a la compra de otro u otros, salvo que se cuente con autorización expresa de la Gerencia Legal Operacional de la Compañía; y,

x) **Pago Facturas:** En caso de querer pactar con un Proveedor que las facturas se pagarán en plazos superiores a 45 días corridos, se deberá consultar siempre previamente con la Gerencia Legal Operacional de la Compañía.

Adicionalmente, se deberá velar por el cumplimiento de los plazos de pago de las facturas.

2. Negociación de Promociones

i) No se requiere autorización alguna de los Proveedores para realizar promociones, descuentos u otro tipo de campaña promocional.

Lo anterior no obsta a que se pueda invitar a los Proveedores a participar en campañas de productos, promociones u otras actividades promocionales; o a que la Compañía participe en aquellas organizadas por los Proveedores; y,

ii) Las campañas promocionales deben ser por un tiempo limitado. Toda promoción que considere una extensión superior a tres meses, deberá ser previamente revisada y aprobada por la Gerencia Legal Operacional de la Compañía, de conformidad con el Procedimiento para la Elaboración de Material Publicitario y Promocional.

3. Negociación de Rebates

i) Los *rebates*, sean por cumplimiento de metas, escalas de crecimiento, por *sell-in*, *sell-out*, crecimiento relativo, o de algún otro tipo, deberán siempre aplicar a futuro y no ser retroactivos, a menos que se cuente con la Gerencia Legal Operacional.

ii) Asimismo, cualquiera sea su naturaleza, los *rebates* deben relacionarse con criterios objetivos y que correspondan a los términos y condiciones del negocio; y,

iii) Todo acuerdo comercial que contenga *rebates* asociados a periodos mayores a un año deberá ser previamente revisado y aprobado por la Gerencia Legal de la Compañía.

4. Aplicación de Descuentos por parte del Proveedor

i) En el proceso de aplicación de descuentos y elaboración de notas de crédito, se debe velar porque las glosas de estas últimas no induzcan a error, y representen fielmente la naturaleza de la operación y el monto que el Proveedor está desembolsando en favor de la Compañía. Son contrarias a la Normativa de Libre Competencia glosas tales como “Protección de Precios”, “Protección de Margen”, o “Baja de precios general”; y,

ii) Tratándose de descuentos acordados para campañas promocionales, de activación de ventas u otras similares, no detallados en acuerdos comerciales, la glosa deberá indicar “costo campaña”, “redistribución costo campaña” u otra frase similar que logre identificar el origen de la nota.

VII. Canal de Integridad

Los Colaboradores, Proveedores u otros terceros, deberán canalizar a través del Canal de Integridad, todas las dudas o consultas relativas a este instructivo o las denuncias respecto a cualquier actividad prohibida por el mismo.

El canal de integridad es una herramienta confidencial, que admite el anonimato para realizar consultas o denuncias.

Las vías de comunicación del Canal de Integridad son: **i)** Botón de acceso al link “Canal de Integridad” ubicado en la intranet y en el Store in Store de Falabella, sección Proveedores en www.falabella.com.co; **ii)** Correo electrónico contactocolombia@gerenciadeetica.com; y, **iii)** presencialmente o mediante videollamada a la Gerencia de Ética y Gobernanza de las Empresas Falabella en Colombia.

VIII. Incumplimiento a las Disposiciones del Instructivo

Cualquier infracción a este Instructivo podrá dar lugar a medidas disciplinarias en contra del infractor de acuerdo con lo establecido en el Código de Integridad, la legislación vigente y el Reglamento Interno de Trabajo.

IX. Actualización de los Anexos

El Oficial de Libre Competencia podrá actualizar los anexos de este Instructivo, sin necesidad de aprobación por parte de la Alta Administración. Estas actualizaciones se podrán realizar cuando haya cambios en la Normativa de Libre Competencia, cambios en las estrategias o decisiones operacionales de la Compañía o cuando lo estime pertinente. Una vez realizada una actualización, el Oficial de Libre Competencia deberá informar de la misma al Oficial de Cumplimiento de la Compañía y a la Gerencia de Ética y Gobernanza de las Empresas Falabella en Colombia

X. Documentos Relacionados

- Guía Práctica de Cumplimiento para Proveedores
- Instructivo sobre Protección de la Información Comercialmente Sensible
- Programa de Libre Competencia
- Política de Invitaciones
- Política de Libre Competencia

ANEXO Do´s and Dot´s

XI. Do´s and Don´ts

NUNCA:

NUNCA

1. Acordar precios o condiciones de venta o de distribución con la otra empresa o con terceros.
2. Compartir información comercialmente sensible con la otra empresa o terceros, ni recibir información comercialmente sensible de ellas.
3. Discutir ni mostrarse de acuerdo, con la imposición de condiciones discriminatorias para terceros.
4. Discutir unificación de precios, distribución de zonas o territorios, estrategias futuras, márgenes de ganancia, secretos empresariales o cantidades de producto ofrecido en el mercado.
5. Excluir o eliminar a un competidor como consecuencia del poder de compra o de negociación de la participación de las empresas del ecosistema derivado de su posición en el mercado.
6. Discutir sugerencias que impidan el desarrollo de proyectos de innovación en la industria.
7. Discutir o copiar los métodos de cálculo de precios de un competidor o de terceros.
8. Compartir, discutir u obtener estructuras de costos recientes (menores a 6 meses), presentes o futuras de la otra empresa o de terceros. Esto sin perjuicio del análisis del precio-costo del servicio que pueda hacer internamente la Compañía para determinar, de forma independiente, su estrategia de precios.
9. Solicitar o recibir, de parte de un competidor o de un tercero, o de una empresa consultora, o similares, información desagregada y detallada de un competidor o de un tercero.

SIEMPRE:

SIEMPRE

1. Siempre se debe actuar con total independencia y autonomía en el mercado.
2. Siempre guardar confidencialidad sobre la información de la compañía en cualquier escenario, ya sea juntas directivas, reuniones, charlas informales, correos electrónicos.
3. Siempre se debe garantizar el acceso en igualdad de condiciones a los que pretenden ofertar sus productos o servicios en los diferentes canales.
4. Siempre debe tenerse presente que los competidores no son fuente legítima de información competitiva para adecuar el comportamiento de su comportamiento en el mercado.
5. Siempre debe utilizarse un lenguaje, en todas las comunicaciones, cuidadoso y preciso con el fin de evitar interpretaciones inadecuadas advirtiendo que será objeto de análisis posterior por parte del área legal.

TENER PRESENTE:

1. Se puede discutir con la otra empresa sobre información que no sea relevante para competir en el mercado, por ejemplo, sobre información pública del mercado.
2. Se puede reunir con terceros, siempre y cuando no acuerde, discuta o intercambie información sobre las variables competitivas en el mercado (precios, estrategias, estructura de costos, zonas de distribución) que puedan restringir la competencia.
3. Se puede obtener información de sus competidores de fuentes públicas tales como un análisis de mercado realizado por terceros.
4. Se puede obtener información agregada sobre los clientes o proveedores de otra empresa a través de un consultor o tercero ajeno, siempre y cuando el consultor hubiese obtenido la información de forma legítima.
5. Se puede levantar un acta en la que quede constancia de los temas discutidos, que como se anotó, no deben ser relevantes para el desempeño competitivo entre los asistentes.

Anexo N° 1
Definiciones

Las palabras y términos que se definen seguidamente, cuando ellos se escriban con mayúscula inicial según se hace en sus respectivas definiciones que siguen más adelante, fuere o no necesario conforme a las reglas ortográficas del uso de las mayúsculas, e independientemente del lugar de este Instructivo en que se utilicen, o si se emplean en una persona, número, modo, tiempo o variable gramatical, según sea necesario para el adecuado entendimiento de la misma, tendrán los significados que a cada una de dichas palabras o términos se les adscribe a continuación:

"Canal de Integridad" significa el conjunto de medios que la Compañía pone a disposición de sus Colaboradores, proveedores, clientes o de terceros, a través de los cuales pueden contactar directamente a la Gerencia de Ética y Gobernanza de las Empresas Falabella en Colombia para plantear inquietudes, o realizar consultas o denuncias relacionadas con temas éticos.

"Colaborador" significa: **i)** toda y cualquier persona vinculada a la Compañía por un contrato de trabajo; **ii)** todo aquel que actúa a nombre de una Compañía con independencia de la naturaleza del tipo de relación que mantiene con las misma; y, **iii)** todos los miembros y asesores de la Junta Directiva de la Compañía.

"**Compañía**" significa Falabella de Colombia S.A.

"**Competidor**" significa una persona natural o jurídica que opere en el mismo mercado u otro similar a aquel en que opere la Compañía, ofreciendo bienes o servicios similares.

"**Empresa Falabella**" significa: **i)** Falabella S.A.; **ii)** toda otra persona jurídica, en cualquier jurisdicción, en la que Falabella S.A. controla directamente o a través de otra persona natural o jurídica más del 50% de su capital con derecho a voto o del capital, si no se tratare de una sociedad por acciones, o pueda elegir o designar o hacer elegir o designar a la mayoría de sus directores, consejeros o administradores; y, **iii)** toda aquella otra persona jurídica, en cualquier jurisdicción, en la que Falabella S.A. sea propietaria, directamente o a través de otra persona natural o jurídica, del 50% o menos de su capital con derecho a voto o del capital, siempre que la primera se distinga ante el público como negocio con marcas comerciales de Falabella S.A., o de cualquiera de las empresas Falabella descritas en el numeral ii) inmediatamente precedente.

"Información Comercialmente Sensible" significa toda aquella información estratégica de una empresa que no sea de público conocimiento y que, de ser conocida por un competidor, influiría en sus decisiones de comportamiento en el mercado, tal como: **i)** componentes del precio (descuentos, descuentos por volumen, métodos de cálculo del precio, etc.); **ii)** información de ventas (volumen de ventas, utilidad, ventas por territorio, estrategias de entrada al mercado, listas de clientes, cláusulas contractuales, condiciones de venta, etc.; **iii)** procesos futuros de oferta de servicios (términos y condiciones, especificaciones técnicas, etc.; **iv)** estrategia de compras (volúmenes de compra, precio de compra, proveedores estratégicos, cláusulas contractuales, etc.); **v)** estructuras de costos (distribución, inversiones estratégicas); y **vi)** cualquier otro tipo de información estratégica.

"Régimen General de Libre competencia" Significa toda la normatividad aplicable a la materia referida en el Anexo NLC y todas las demás que las adicionen, complementen, modifiquen o deroguen.

“Proveedor” significa aquella persona natural o jurídica que abastece de bienes o servicios a la Compañía.

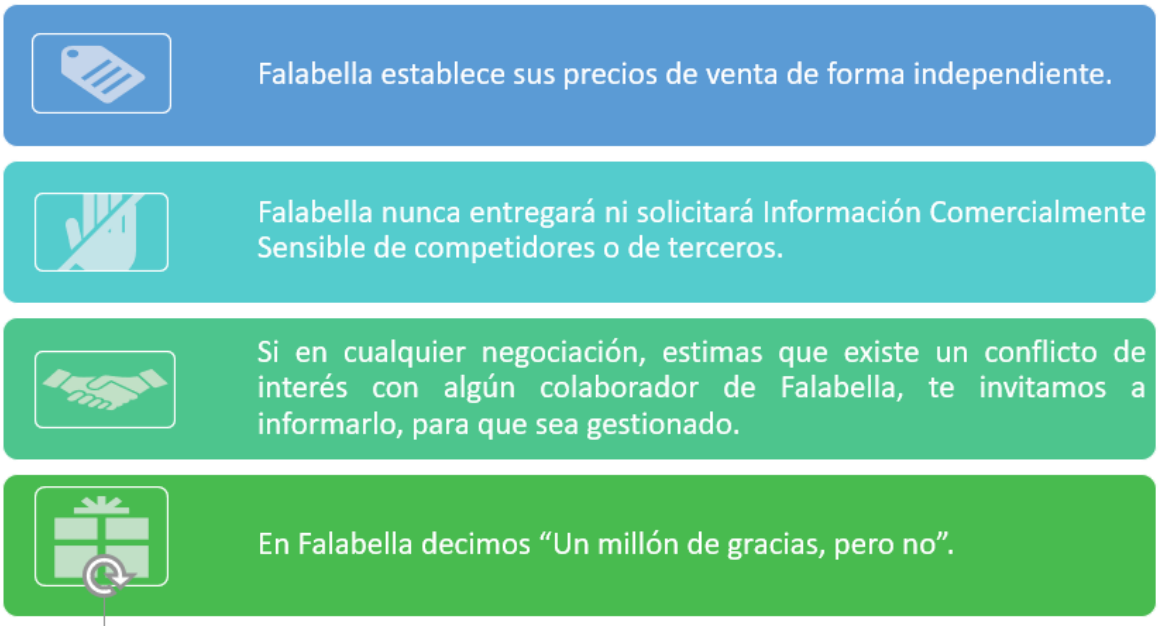
Anexo N° 2
Modelos Tipo de Respuesta para Colaboradores

En caso de que el Colaborador se encuentre en alguna de las situaciones a que se refiere este anexo, podrá dirigirse al Proveedor utilizando los modelos de comunicación dispuestos a continuación:

	Situación que justifica su uso	**Contenido de la Comunicación**
1	Un Proveedor hace llegar Información Comercialmente Sensible de un Competidor.	*"Estimado* XXXXX (proveedor)*,* *Su último correo contiene antecedentes de la relación comercial que ustedes mantienen con un competidor nuestro.* *Debemos hacer presente que estos antecedentes podrían ser calificados como información comercialmente sensible de nuestra competencia la que, según la Política de Libre Competencia de nuestra compañía, no podemos recibir ni utilizar de manera alguna.* *Dado que el envío por parte de nuestros proveedores de información comercialmente sensible de la competencia es contrario a la referida Política y, eventualmente, podría vulnerar las normas de defensa de la libre competencia vigentes en el país, agradecemos que en lo sucesivo adopten los resguardos necesarios para que esto no vuelva a ocurrir.* *Finalmente, le comunicamos que la información enviada ha sido eliminada de nuestros registros.* *Saludos cordiales …"*
2	Un Proveedor busca intervenir en las condiciones o precio de venta al público de la Compañía, o garantizar un margen.	"*Estimado XXXXX (proveedor),* *Nuestra compañía mantiene, como parte de su Política de Libre Competencia, el criterio de la libre determinación del precio y demás condiciones de venta al público de los bienes y servicios que comercializa, atendiendo únicamente a los costos acordados con el proveedor y a las condiciones de mercado públicamente observables.* *Por la razón antes indicada, le informamos que los términos propuestos por ustedes, esto es, (describir aquí el tipo de influencia o limitación a la libertad comercial de la Compañía que el proveedor intenta establecer), son contrarios a nuestra normativa interna.* *Es por lo anterior que agradeceremos puedan replantear los términos de la negociación, atendiendo al criterio anteriormente descrito.* *Saludos cordiales,"*
3	Frente a un Proveedor cuya nota de crédito es imprecisa,	*"Estimado* XXXXX (proveedor),

	incongruente con la naturaleza y monto del descuento, o inductiva a error.	Nuestra compañía *debe velar porque las notas de crédito que recibe de sus proveedores en aplicación de algún descuento previamente acordado, sean consistentes con los términos previamente convenidos entre las partes y registren fielmente la naturaleza y el monto del descuento. En este sentido, la glosa* (“XXXXXXX”) *que se contiene en la(s) Nota(s) de Crédito* (número, fecha), *no refleja los anteriores criterios al ser (imprecisa, incongruente, poco asertiva o inductiva a error).* *Por tanto, agradeceremos puedan anular la Nota de Crédito antes singularizada y, en lugar de ella, emitir una nueva con la siguiente glosa* (“XXXXXXX”) *que sí satisface los criterios antes referidos.* *Saludos cordiales,”*

Anexo N° 3
Recordatorio para inicio de reuniones con Proveedores



CLASIFICACIÓN	**FECHA APROBACIÓN**	**N° DE PROGRAMA**
Uso Interno		1

CONTROL DE VERSIONES					
Fecha	**Versión**	**Modificaciones**	**Responsable**	**Revisor**	**Aprobador**
14/05/2020	1	Texto Original	Oficial de Libre Competencia	Gerencia de Ética y Gobernanza Empresas Falabella Colombia	Junta Directiva Falabella de Colombia S.A
01/12/2023	2	Actualización del Programa de Libre Competencia	Oficial de Libre Competencia	Gerencia de Ética y Gobernanza Empresas Falabella Colombia	Junta Directiva Falabella de Colombia S.A.

Anexo EN3
Instructivo sobre Protección de la Información Comercialmente Sensible

I. Introducción

El intercambio de Información Comercialmente Sensible entre competidores podría dar lugar a una conducta anticompetitiva, sancionada por la Normativa de Libre Competencia.

Dicho riesgo se incrementa, entre otras situaciones, por la participación de los Colaboradores en Asociaciones Gremiales, en eventos en los que también participan competidores y proveedores de Falabella, o en la interacción con autoridades o reguladores.

Es por lo anterior que, como parte de su normativa interna de libre competencia, la Compañía ha estimado necesario establecer los resguardos que los Colaboradores deben adoptar en relación con el intercambio de Información Comercialmente Sensible.

II. Objetivo

Este documento tiene como objetivo describir los principales riesgos normativos y establecer los criterios prácticos que sirvan de guía a los Colaboradores para un adecuado manejo de la Información Comercialmente Sensible y el fiel cumplimiento de la Normativa de Libre Competencia.

III. Alcance

Este Instructivo es de alcance corporativo, por lo que es aplicable a toda la Compañía debiendo implementarse y exigirse su cumplimiento a todos los Colaboradores.

IV. Definiciones

Los términos que en este Instructivo se usan con mayúscula se encuentran definidos en el Anexo N°1.

V. Riesgos Asociados al Intercambio de Información Comercialmente Sensible

El intercambio de Información Comercialmente Sensible puede afectar gravemente la libre competencia, entre otras, de las siguientes formas:

1. Concertación de Acuerdos entre Competidores

El intercambio de Información Comercialmente Sensible entre competidores, sea directo o a través de terceros, es uno de los mecanismos que se utilizan para alcanzar, controlar o vigilar un acuerdo anticompetitivo.

Dado que dicho tipo de acuerdos afectan considerablemente la libre competencia, hay que tener presente que el mero intercambio de Información Comercialmente Sensible podría hacer presumir

una Práctica Concertada entre competidores y, por lo tanto, acarrear sanciones tanto para la Compañía como para las personas involucradas en el intercambio.

2. Facilitación de Acuerdos entre Competidores

Dada la relación que existe entre la Compañía y terceros, como por ejemplo con sus proveedores, ésta se podría ver involucrada en una conducta anticompetitiva como facilitadora de un acuerdo colusorio o Práctica Concertada, al servir de intermediaria en el intercambio de Información Comercialmente Sensible entre dichos proveedores.

3. Disminución de la Intensidad Competitiva

El intercambio de Información Comercialmente Sensible entre competidores también podría ser sancionado ya que reduce la incertidumbre en el mercado, pudiendo generar disminución de la intensidad competitiva y afectar, de esa manera, el funcionamiento del mercado.

VI. Formas de Intercambio de Información Comercialmente Sensible

El intercambio de Información Sensible puede ocurrir tanto de manera directa entre competidores, como también de manera indirecta a través de proveedores u otros terceros.

1. Intercambio Directo

Es aquella situación en virtud de la cual dos o más competidores, sin mediar un tercero, intercambian Información Comercialmente Sensible.

Lo anterior puede ocurrir en aquellas actividades en que los Colaboradores se relacionan personalmente con competidores como, por ejemplo, eventos a los que éstos también asistan, reuniones de una Asociación Gremial, o incluso reuniones sociales de carácter informal.

2. Intercambio Indirecto

Es aquella situación en la que no existe contacto directo entre competidores, sino que éstos interactúan a través o por intermedio de un tercero.

Lo anterior puede ocurrir, por ejemplo, cuando: **i)** un proveedor entrega a un trabajador de su cliente, Información Comercialmente Sensible de un competidor de este último; **ii)** una empresa pone en conocimiento de su proveedor, Información Comercialmente Sensible de un competidor de este último; **iii)** se entrega Información Comercialmente Sensible a terceras partes, como entidades reguladoras, fiscalizadoras, Asociaciones Gremiales o cualquier otro organismo público o privado que la requiera para sus propios fines, y que pueda ser conocida por otro organismo o tercero; o **iv)** una Compañía entrega a otra Compañía, Información Comercialmente Sensible de un Proveedor que es Competidor de aquella a la que se le entregó la información.

VII. Criterios Prácticos

En relación con el manejo de la Información Comercialmente Sensible, los Colaboradores deberán ajustar su actuar según los siguientes criterios:

1. Criterios Generales

1.1. Confidencialidad

Solo podrán tener acceso a Información Comercialmente Sensible de la Compañía, de sus proveedores o de terceros, los Colaboradores que necesariamente deban conocerla para el ejercicio de sus funciones.

Todo Colaborador que acceda a Información Comercialmente Sensible de la Compañía, de sus proveedores o de cualquier otro tercero, debe mantener estricta confidencialidad respecto de dicha información. En caso de duda sobre si la información tiene el carácter de sensible o no, el Colaborador deberá guardar confidencialidad sobre esta.

Debe extremarse la precaución en el envío de documentos a terceros, particularmente si se trata de archivos en formato Excel, ya que ellos pueden contener fórmulas, celdas ocultas o pestañas que pueden revelar una estrategia comercial, o contener información sensible o estratégica de la Compañía o de terceros. A modo de ejemplo, se sugiere asignar una contraseña a los archivos que se adjunten, a la que solo tengan acceso los Colaboradores que necesariamente deban conocerlos o activar las restricciones al acceso del archivo por medio de las herramientas tecnológicas y/o físicas correspondientes.

Se debe tener especial cautela en la recepción de correos electrónicos de arrastre, o al reenviar correos internos a terceros. Ello, debido a la posibilidad que una cadena de correos contenga Información Comercialmente Sensible de la Compañía, de proveedores de alguna Compañía, o de terceros.

1.2. Rechazo de Información Comercialmente Sensible de Competidores

No se debe aceptar ningún tipo de Información Comercialmente Sensible de Competidores, cualquiera sea el medio por el que esta se haga llegar, o el lugar u ocasión en la que se reciba.

En caso de que un Colaborador reciba Información Comercialmente Sensible de Competidores o le ofrezcan información de estas características debe rechazarla expresamente, debiendo indicar que su entrega es contraria a la Política y Programa de Libre Competencia de la Compañía, sin abrir ni acceder a dicha información en el caso en que existan documentos adjuntos. En el Anexo N°2 se incluye un modelo ilustrativo de respuesta que el Colaborador debe enviar en dichas situaciones.

En caso de recibir información que infrinja la Normativa de Libre Competencia, la Política o Programa de Libre Competencia y el Código de Integridad de la Compañía, o que genere duda sobre su contenido y uso, se deberá acudir de inmediato a la Gerencia Legal Operacional antes de ejecutar cualquier plan de acción o respuesta a quien remitió tal contenido.

La información que se reciba en contravención a las normas de la Compañía no debe reenviarse, compartirse, exportarse, revelarse, reproducirse y/o utilizarse en ninguna forma y en ninguna oportunidad.

Es necesario tener presente que la pasividad del Colaborador podría ser interpretada como aceptación tácita de la entrega de dicha información y, por tanto, generar los riesgos anticompetitivos mencionados más arriba, pudiendo afectar directamente tanto a la Compañía como al Colaborador.

1.3. Deber de Informar

En caso de que por error el Colaborador haga entrega de Información Comercialmente Sensible de la Compañía o de un tercero, deberá notificar inmediatamente dicha situación a la Gerencia Legal Operacional, la que evaluará las medidas que sea necesario adoptar. Se reitera que, al momento de dicha notificación no debe reenviarse, difundir, compartir y/o adjuntar la información Comercialmente Sensible de la que se trate.

1.4. Uso del Correo Institucional

En sus comunicaciones escritas, los Colaboradores deberán evitar el uso de medios distintos al correo institucional, tales como correos personales, mensajería de texto o aplicaciones de mensajería instantánea.

1.5. Decisiones Comerciales basadas en información de la Compañía o pública

Las decisiones comerciales de la Compañía deben adoptarse en base a información propia o de público acceso, adquirida de forma legal.

En ningún caso los Colaboradores podrán utilizar Información Comercialmente Sensible de Competidores para la adopción de sus propias decisiones comerciales como, por ejemplo, para la determinación de precios, estrategias comerciales, la participación en licitaciones, o la determinación de volúmenes de producción. Constituye un ejemplo de lo anterior, la determinación de un precio de venta de acuerdo con los precios definidos por Competidores que no sean de público conocimiento.

En caso de dudas respecto a si determinado tipo de información corresponde a Información Comercialmente Sensible, la decisión basada en la misma debe postergarse hasta que se realice el análisis respectivo por la Gerencia Legal Operacional de la Compañía.
El uso de herramientas de inteligencia de mercado es legítimo en la medida que la información que ellas utilizan sea obtenida de manera legal, conforme con la normativa interna de la Compañía y se cuente con las autorizaciones necesarias. En caso de dudas sobre la forma en que se obtiene la información, o la manera en que ella puede ser utilizada, plantea tu inquietud inmediatamente a la Gerencia Legal Operacional de la Compañía.

En cualquier caso, los reportes generados mediante herramientas de inteligencia de mercado que contengan información de Competidores, deben siempre contener la fuente de la información, de manera de poder identificar el origen legítimo de la misma y, en ningún caso, podrán contener

Información Comercialmente Sensible de la Competencia. Por ejemplo, un informe de precios vigentes de un Competidor obtenido mediante *shoppeo,* deberá contener la fuente del listado de precios, la fecha en que se obtuvieron los mismos, la evidencia que dichos precios son públicos y, en ningún caso, podrá contener información que no sea posible obtenerla por cualquier tercero.

2. Criterios Específicos

2.1. Casos Excepcionales de Entrega de Información Comercialmente Sensible

En casos excepcionales, la entrega de Información Comercialmente Sensible a terceros podría ser justificada, como cuando ello se hace a: **i)** alguna Asociación Gremial en que la Compañía participa para que esta realice estudios de mercados; **ii)** a los sistemas de gestión creados para el cumplimiento de la ley que establece la responsabilidad extendida del productor; o, **iii)** a aquellas autoridades que requieran información en el ejercicio de sus atribuciones.

Si bien el envío de dicha información no es en sí mismo ilegítimo, es importante que se utilicen ciertos resguardos para evitar el mal uso de la misma.

Por ello, en caso de que el envío de Información Comercialmente Sensible sea requerido por alguna de las entidades antes referidas, el Colaborador deberá, siempre y en forma previa, consultar con la Gerencia Legal Operacional de la Compañía antes de enviarla para asegurarse que es viable proceder de esa forma.

2.2. Intercambio de información entre Compañías

Las empresas que operan bajo la marca Falabella podrán intercambiar información entre ellas. Sin embargo, estos intercambios se deben realizar adoptando ciertos resguardos y precauciones, para evitar compartir Información Comercialmente Sensible de manera inapropiada.

Para conocer las condiciones mínimas que se deben cumplir para el intercambio de información entre Compañías, así como los riesgos asociados a cada una de ellas, se deberá consultar el Manual legal para el flujo de información relacionada con datos personales entre Compañías.

2.3. Estudios de Mercado

Los Colaboradores deben tener siempre presente que en caso que alguna entidad prepare informes de mercado, estudios de *benchmark* o algún otro tipo de informe, estos deberán siempre: **i)** referirse sólo a información de carácter histórico; **ii)** la información difundida no debe revelar ni sugerir datos de empresas individualmente identificables o de transacciones específicas, sino que únicamente información agregada y/o genérica; **iii)** la entrega de información por parte de la Compañía debe ser voluntaria, no sujeta a ninguna sanción en caso de no acceder a su entrega; **iv)** la recolección y procesamiento de la información que se entregue, se debe realizar de manera que no exista contacto alguno entre Competidores o riesgo de fuga de información; y, **v)** expresar claramente la fuente de la información que contienen.

VIII. Canal de Integridad

Los Colaboradores, Proveedores u otros terceros, deberán canalizar a través del Canal de Integridad, todas las dudas o consultas relativas a este instructivo o las denuncias respecto a cualquier actividad prohibida por el mismo.

El canal de integridad es una herramienta confidencial, que admite el anonimato para realizar consultas o denuncias.

Las vías de comunicación del Canal de Integridad son: **i)** Botón de acceso al link "Canal de Integridad" ubicado en la intranet y en el Store in Store de Falabella, sección Proveedores en www.falabella.com.co; **ii)** Correo electrónico contactocolombia@gerenciadeetica.com; y, **iii)** presencialmente o mediante videollamada a la Gerencia de Ética y Gobernanza de las Empresas Falabella en Colombia.

IX. Incumplimiento a las Disposiciones del Instructivo

Cualquier infracción a este Instructivo podrá dar lugar a medidas disciplinarias en contra del infractor de acuerdo con lo establecido en el Código de Integridad, la legislación vigente y el Reglamento Interno de Trabajo de la Compañía.

X. Actualización de los Anexos

El Oficial de Libre Competencia de la Compañía podrá actualizar los anexos de este Instructivo, sin necesidad de aprobación por parte de la Alta Administración. Estas actualizaciones se podrán realizar cuando haya cambios en la Normativa de Libre Competencia, cambios en las estrategias o decisiones operacionales de la Compañía o cuando lo estime pertinente. Una vez realizada una actualización, el Oficial de Libre Competencia deberá informar de la misma al Oficial de Cumplimiento de la Compañía y a la Gerencia de Ética y Gobernanza de las Empresas Falabella en Colombia.

XI. Documentos relacionados

- Guía Legal para el flujo de información entre las Empresas Falabella.
- Instructivo de Negociación con Proveedores para la Libre Competencia
- Instructivo para la Participación en Asociaciones Gremiales
- Política de Libre Competencia
- Programa de Libre Competencia

Anexo N° 1
Definiciones

Las palabras y términos que se definen seguidamente, cuando ellos se escriban con mayúscula inicial según se hace en sus respectivas definiciones que siguen más adelante, fuere o no necesario conforme a las reglas ortográficas del uso de las mayúsculas, e independientemente del lugar de este Instructivo en que se utilicen, o si se emplean en una persona, número, modo, tiempo o variable gramatical, según sea necesario para el adecuado entendimiento de la misma, tendrán los significados que a cada una de dichas palabras o términos se les adscribe a continuación:

"Asociación Gremial" significa una organización, cualquiera sea su forma o naturaleza jurídica, que reúna a personas naturales, jurídicas, o ambas, con el objeto de promover, expresar, representar, defender o dar a conocer las actividades e intereses de sus asociados.

"Canal de Integridad" significa el conjunto de medios que la Compañía pone a disposición de sus Colaboradores, proveedores, clientes o de terceros, a través de los cuales pueden contactar directamente a la Gerencia de Ética y Gobernanza de las Empresas Falabella en Colombia para plantear inquietudes, o realizar consultas o denuncias relacionadas con temas éticos.

"Colaborador" significa: **i)** toda y cualquier persona vinculada a la Compañía por un contrato de trabajo; **ii)** todo aquel que actúa a nombre de una Compañía con independencia de la naturaleza del tipo de relación que mantiene con las misma; y, **iii)** todos los miembros y asesores del Directorio, consejo de administración o cualquier otro órgano colegiado de administración superior que conforme a la ley aplicable corresponda a una Compañía.

"Compañía" significa Falabella de Colombia S.A.

"**Competidor**" significa una persona natural o jurídica que opere en el mismo mercado relevante a aquel en que opere la Compañía, ofreciendo bienes o servicios similares.

"**Empresa Falabella**" significa: **i)** Falabella S.A.; **ii)** toda otra persona jurídica, en cualquier jurisdicción, en la que Falabella S.A. controla directamente o a través de otra persona natural o jurídica más del 50% de su capital con derecho a voto o del capital, si no se tratare de una sociedad por acciones, o pueda elegir o designar o hacer elegir o designar a la mayoría de sus directores, consejeros o administradores; y, **iii)** toda aquella otra persona jurídica, en cualquier jurisdicción, en la que Falabella S.A. sea propietaria, directamente o a través de otra persona natural o jurídica, del 50% o menos de su capital con derecho a voto o del capital, siempre que la primera se distinga ante el público como negocio con marcas comerciales de Falabella S.A., o de cualquiera de las empresas Falabella descritas en el numeral ii) inmediatamente precedente.

"Información Comercialmente Sensible" significa toda aquella información estratégica de una empresa que no sea de público conocimiento y que, de ser conocida por un competidor, influiría en sus decisiones de comportamiento en el mercado, tal como: **i)** componentes del precio (descuentos, descuentos por volumen, métodos de cálculo del precio, etc.); **ii)** información de ventas (volumen de ventas, utilidad, ventas por territorio, estrategias de entrada al mercado, listas de clientes, cláusulas contractuales, condiciones de venta, etc.; **iii)** procesos futuros de oferta de servicios (términos y condiciones, especificaciones técnicas, etc.; **iv)** estrategia de compras (volúmenes de compra, precio de compra, proveedores estratégicos, cláusulas contractuales, etc.); **v)** estructuras de costos (distribución, inversiones estratégicas); y **vi)** cualquier otro tipo de información estratégica.

“**Normativa de Libre Competencia**” significa el conjunto de normatividad aplicable a la materia referida en el Anexo NLC y todas las demás que las adicionen, complementen, modifiquen o deroguen.

“**Práctica Concertada**” significa cualquier forma de coordinación que involucre a competidores sin que se celebre un acuerdo propiamente tal entre ellos, mediante la cual sustituyen conscientemente los riesgos de la competencia por una cooperación práctica entre ellos. Este concepto supone un comportamiento en el mercado que siga a la coordinación y una relación de causa a efecto entre ambos.

Anexo N° 2
Modelo de Respuesta para Colaboradores

En caso de que el Colaborador se encuentre en alguna de las situaciones a que se refiere este anexo, deberá dirigirse al Proveedor podrá utilizar los modelos de comunicación dispuestos a continuación:

	Situación que justifica su uso	**Contenido de la Comunicación**
1	Un Proveedor hace llegar Información Comercialmente Sensible de un Competidor.	*"Estimado* XXXXX (proveedor)*,* *Su último correo contiene antecedentes de la relación comercial que ustedes mantienen con un competidor nuestro.* *Debemos hacer presente que estos antecedentes podrían ser calificados como información comercialmente sensible de nuestra competencia la que, según la Política de Libre Competencia de nuestra compañía, no podemos recibir ni utilizar de manera alguna.* *Dado que el envío por parte de nuestros proveedores de información comercialmente sensible de la competencia es contrario a la referida Política y, eventualmente, podría vulnerar las normas de defensa de la libre competencia vigentes en el país, agradecemos que en lo sucesivo adopten los resguardos necesarios para que esto no vuelva a ocurrir.* *Finalmente, le comunicamos que la información enviada ha sido eliminada de nuestros registros.* *Saludos cordiales …"*
2	Un Proveedor busca intervenir en las condiciones o precio de venta al público de la Compañía, o garantizar un margen.	"*Estimado XXXXX (proveedor),* *Nuestra compañía mantiene, como parte de su Política de Libre Competencia, el criterio de la libre determinación del precio y demás condiciones de venta al público de los bienes y servicios que comercializa, atendiendo únicamente a los costos acordados con el proveedor y a las condiciones de mercado.* *Por la razón antes indicada, le informamos que los términos propuestos por ustedes, esto es, (describir aquí el tipo de influencia o limitación a la libertad comercial de la Compañía que el proveedor intenta establecer), son contrarios a nuestra normativa interna.* *Es por lo anterior que agradeceremos puedan replantear los términos de la negociación, atendiendo al criterio anteriormente descrito.* *Saludos cordiales,"*
3	Frente a un Proveedor cuya nota de crédito es imprecisa,	*"Estimado* XXXXX (proveedor),

	incongruente con la naturaleza y monto del descuento, o inductiva a error.	Nuestra compañía *debe velar porque las notas de crédito que recibe de sus proveedores en aplicación de algún descuento previamente acordado, sean consistentes con los términos previamente convenidos entre las partes y registren fielmente la naturaleza y el monto del descuento. En este sentido, la glosa* (“XXXXXXX”) *que se contiene en la(s) Nota(s) de Crédito* (número, fecha), *no refleja los anteriores criterios al ser (imprecisa, incongruente, poco asertiva o inductiva a error).* *Por tanto, agradeceremos puedan anular la Nota de Crédito antes singularizada y, en lugar de ella, emitir una nueva con la siguiente glosa* (“XXXXXXX”) *que sí satisface los criterios antes referidos.* *Saludos cordiales,”*

CLASIFICACIÓN	**FECHA APROBACIÓN**	**N° DE PROGRAMA**
Uso Interno		1

CONTROL DE VERSIONES					
Fecha	**Versión**	**Modificaciones**	**Responsable**	**Revisor**	**Aprobador**
14/05/2020	1	Texto Original	Oficial de Libre Competencia	Gerencia de Ética y Gobernanza Empresas Falabella Colombia	Junta Directiva Falabella de Colombia S.A
01/12/2023	2	Actualización del Programa de Libre Competencia	Oficial de Libre Competencia	Gerencia de Ética y Gobernanza Empresas Falabella Colombia	Junta Directiva Falabella de Colombia S.A.

Anexo EN4
Instructivo para la Participación en Asociaciones Gremiales

II. Introducción

Falabella reconoce la importancia de que todos sus Colaboradores se conduzcan con estricto apego a la Normativa de Libre Competencia y a este instructivo.

Asimismo, reconoce el interés legítimo que persiguen las Asociaciones Gremiales y la participación de la Compañía en ellas, pero a la vez considera importante, en relación con las actividades de dichas asociaciones lo siguiente: **i)** identificar aquellas situaciones y conductas en las que se pueden generar riesgos de afectar la libre competencia en los mercados; y, **ii)** mitigar los riesgos que en relación con ellas se puedan generar.

III. Objetivo

El objetivo de este Instructivo es establecer, las pautas y lineamientos de conducta que deben seguir todos los Colaboradores que participen en cualquier reunión o encuentro de una Asociación Gremial.

IV. Alcance

Este Instructivo es de alcance corporativo, por lo que es aplicable a toda la Compañía debiendo implementarse y exigirse su cumplimiento a todos los Colaboradores.

V. Definiciones

Los términos que en este Instructivo se usan con mayúscula se encuentran definidos en el Anexo N°1.

VI. Riesgos Normativos Relacionados con la Participación en Asociaciones Gremiales

Debido a que las Asociaciones Gremiales pueden aglutinar intereses comunes de entidades que compiten entre sí, es necesario prevenir que dichas asociaciones puedan ser utilizadas, entre otras conductas anticompetitivas, como plataformas de coordinación o de intercambio de Información Comercialmente Sensible entre Competidores. Lo anterior es de suma relevancia, ya que el desarrollo de tales conductas en el marco del funcionamiento de una Asociación Gremial podría incluso ser considerado como una agravante.

Los riesgos relacionados con la participación en Asociaciones Gremiales son los siguientes:

i) De facilitación o concertación de un acuerdo de precios, de producción u otras condiciones comerciales entre Competidores;

ii) De facilitación de los intercambios directos o indirectos de Información Comercialmente Sensible entre Competidores miembros de una Asociación Gremial[1] que puedan generar: **a)** el riesgo de un acuerdo entre dichos Competidores a partir de la Información Comercialmente Sensible compartida; o, **b)** el riesgo de un acuerdo tácito al fijar unilateralmente los precios utilizando Información Comercialmente Sensible obtenida de otro Competidor; y,

iii) De coordinación con fines de exclusión de competidores.

VII. Lineamientos Generales

Se entiende que un colaborador participa en una Asociación Gremial, si asiste en forma periódica a reuniones o actividades de la asociación o si detenta un cargo en ella, en nombre o representación de la Compañía.

Por lo tanto, los lineamientos indicados en este capítulo no son aplicables a los Colaboradores que asistan como público a seminarios, charlas u otras actividades similares, impartidas por una Asociación Gremial, sin perjuicio de los cuidados generales que igualmente deben adoptar para este tipo de instancias, establecidos en el Código de Integridad, la Política de Libre Competencia, el Programa de Transparencia y Ética Empresarial (PTEE); así como el Sistema de Autocontrol, Prevención y Gestión de Riesgo Integral contra el Lavado de Activos, Financiación del Terrorismo, y Financiamiento de la Proliferación de Armas de Destrucción Masiva (SAGRILFT/FPADM).

1. Información sobre la participación en Asociaciones Gremiales

i) Los Colaboradores que asuman una participación en una Asociación Gremial en nombre o representación de la Compañía, deberán informarlo en el formulario de Declaración de Intereses, Interlocking y Partes Relacionadas que envía la Gerencia de Gobernanza, Ética y Cumplimiento de Falabella S.A. de manera anual o, a través de los formularios dispuestos para el efecto una vez hayan sido designados como representantes de la Compañía en una Asociación Gremial. El Colaborador debe actualizar su declaración en cualquier tiempo, si hay cambios en la información entregada.

ii) El Oficial de Ética de la Compañía consolidará la información de los participantes en Asociaciones Gremiales que obtenga de la referida declaración, y se la enviará al Oficial de Libre Competencia y a la Gerencia de Asuntos Públicos, Comunicaciones y Sostenibilidad para que este revise la información y los antecedentes de las Asociaciones Gremiales en la que participan los Colaboradores de su Compañía.

iii) El Oficial de Libre Competencia enviará el listado de participantes en las Asociaciones Gremiales al Gerente General de la Compañía, quien revisará y aprobará el mismo.

2. Revisión de información y antecedentes sobre las Asociaciones Gremiales

[1] Para mayor detalle sobre esta materia, usted puede consultar el [Instructivo sobre Protección de la Información Comercialmente Sensible].

Con la información consolidada que envíe el Oficial de Ética al Oficial de Libre Competencia deberá revisar si la Asociación Gremial: **i)** cuenta o no con lineamientos y políticas relacionadas con el cumplimiento de la Normativa de Libre Competencia; y, **ii)** si dispone o no de resguardos o medidas especiales para llevar a cabo sus reuniones, que prevengan incumplimientos en materia de libre competencia.

3. Deberes del Colaborador

a. Deberes del Colaborador que participa en representación de Falabella, en Asociaciones Gremiales:

Los Colaboradores que representen a la Compañía en una Asociación Gremial o que participen habitualmente en sus reuniones y actividades conforme al numeral 1, deberán: **i)** Informar su designación o participación anualmente en la Declaración de Intereses, Interlocking y Partes Relacionadas; y, **ii)** asistir y aprobar, cuando ello corresponda, las capacitaciones específicas que en materia de libre competencia disponga la Compañía.

b. Deberes del Colaborador durante su participación en reuniones de Asociaciones Gremiales:

En las reuniones de Asociaciones Gremiales o en aquellas en que intervengan Competidores, el Colaborador debe: **i)** exigir que se le haga entrega de la tabla con el listado de temas o el objeto de la reunión, de forma previa a cada reunión. En caso de no recibir dicha información, el Colaborador deberá abstenerse de participar en la reunión de que se trate, comunicando dicha decisión y la razón de la misma a la Asociación Gremial, con copia al Gerente de Asuntos Públicos Comunicaciones y Sostenibilidad y al Oficial de Libre Competencia; **ii)** tener siempre presente las recomendaciones sobre las Actuaciones de las Asociaciones Gremiales indicadas en el punto 4; **iii)** si la conversación se desvía a temas que involucren la entrega, recepción o discusión de Información Comercialmente Sensibles de los participantes o de competidores, debe manifestar firmemente su oposición a que se siga tratando sobre dichos asuntos y detener inmediata y activamente la conversación. En caso que no se acceda a ello, el Colaborador debe abandonar la reunión; **iv)** en caso de discrepar de alguna medida, acuerdo o decisión que se adopte, o de abandonar la reunión conforme al punto iii) anterior, debe dejar constancia de este hecho en el acta de la reunión y, en caso de no recibir el acta, deberá hacerlo por cualquier medio escrito o del que quede registro que se encuentre a su disposición ; y, **v)** en los casos referidos en los numerales iii) y iv) anteriores, informar inmediatamente a través del Canal de Integridad de la Compañía.

4. Recomendaciones sobre las Actuaciones de las Asociaciones Gremiales

En la relación de las Asociaciones Gremiales con sus asociados, en las materias que a continuación se indican, los Colaboradores deberán tener presente lo siguiente:

4.1. Acuerdos, Directrices o Recomendaciones de la Asociación Gremial

Ningún acuerdo, directriz o recomendación emanados de una Asociación Gremial, debe tener por objeto o efecto restringir, entorpecer o impedir la entrada de nuevos Competidores al mercado; desincentivar la innovación; repartir zonas o cuotas de mercados; inmiscuirse en variables

competitivas de una empresa; excluir a otros competidores o, cualquier otro efecto contrario a la Normativa de Libre Competencia.

4.2. Publicidad de las Asociaciones Gremiales

Si bien las actividades publicitarias que una Asociación Gremial puede efectuar no constituyen en sí mismas un acto anticompetitivo, en dichas actividades las Asociaciones Gremiales deben evitar: **i)** imponer restricciones o prohibiciones a la publicidad que sus propios asociados deseen realizar; **ii)** utilizarla como una forma de recomendar precios o, en general, condiciones comerciales a sus asociados; **iii)** utilizarla como una forma de guiar, indicar, o determinar la manera en que los asociados deben realizar sus actividades o en que deban comportarse en el mercado, ya que ello puede llevar a algún tipo de coordinación anticompetitiva; y, iv) que la publicidad, de cualquier otra forma, sea contraria a la Normativa de Libre Competencia.

4.3. Fijación de Estándares Técnicos u Otros Requerimientos para la Industria

Los estándares y normas técnicas, u otros requerimientos para la industria que sean acordados en una Asociación Gremial no deben afectar negativamente la competencia en la industria, ya sea que tengan por objeto o efecto restringir, entorpecer o impedir la entrada de nuevos competidores, o porque obstaculizan o puede obstaculizar la innovación.

4.4. Recopilación de Información y Preparación de Informes

i) El Colaborador deberá siempre y en forma previa, consultar con la Gerencia Legal Operacional de la Compañía respecto del envío de Información Comercialmente Sensible a una Asociación Gremial.
ii) En caso que la Asociación Gremial prepare informes de mercado, estudios de *benchmark* o algún otro tipo de informe, éstos deberán: **a)** referirse solo a información de carácter histórico y/o que esté disponible públicamente; **b)** la información difundida no debe presentarse en forma desagregada y/o revelar ni sugerir datos de empresas individualmente identificables o de transacciones específicas; **c)** la entrega de información debe ser voluntaria para los asociados o miembros; y, **d)** la recolección y procesamiento de la información que se entregue, debe ser realizada de manera independiente, de manera de evitar instancias de contacto directo entre agremiados competidores, o de fuga de información.

VIII. Canal de Integridad

Los Colaboradores, Proveedores u otros terceros, deberán canalizar a través del Canal de Integridad, todas las dudas o consultas relativas a este instructivo o las denuncias respecto a cualquier actividad prohibida por el mismo.

El canal de integridad es una herramienta confidencial, que admite el anonimato para realizar consultas o denuncias.

Las vías de comunicación del Canal de Integridad son: **i)** Botón de acceso al link “Canal de Integridad” ubicado en la intranet y en el Store in Store de Falabella, sección Proveedores en www.falabella.com.co; **ii)** Correo electrónico contactocolombia@gerenciadeetica.com; y, **iii)**

presencialmente o mediante videollamada a la Gerencia de Ética y Gobernanza de las Empresas Falabella en Colombia.

IX. Incumplimiento a las Disposiciones del Instructivo

Cualquier infracción a este Instructivo podrá dar lugar a medidas disciplinarias en contra del infractor de acuerdo con lo establecido en el Código de Integridad, la legislación vigente y el Reglamento Interno de Trabajo de la Compañía.

X. Actualización de los Anexos

El Oficial de Libre Competencia podrá actualizar los anexos de este Instructivo, sin necesidad de aprobación por parte de la Alta Administración. Estas actualizaciones se podrán realizar cuando haya cambios en la Normativa de Libre Competencia, cambios en las estrategias o decisiones operacionales de la Compañía o cuando lo estime pertinente. Una vez realizada una actualización, el Oficial de Libre Competencia deberá informar de la misma al Oficial de Cumplimiento de la Compañía y a la Gerencia de Ética y Gobernanza de las Empresas Falabella en Colombia.

XI. Documentos relacionados

- Instructivo sobre Protección de la Información Comercialmente Sensible
- Programa de Transparencia y Ética Empresarial
- Sistema de Autocontrol, Prevención y Gestión de Riesgo Integral contra el Lavado de Activos, Financiación del Terrorismo, y Financiamiento de la Proliferación de Armas de Destrucción Masiva
- Política de Libre Competencia
- Programa de Libre Competencia

Anexo N° 1
Definiciones

Las palabras y términos que se definen seguidamente, cuando ellos se escriban con mayúscula inicial según se hace en sus respectivas definiciones que siguen más adelante, fuere o no necesario conforme a las reglas ortográficas del uso de las mayúsculas, e independientemente del lugar de este Instructivo en que se utilicen, o si se emplean en una persona, número, modo, tiempo o variable gramatical, según sea necesario para el adecuado entendimiento de la misma, tendrán los significados que a cada una de dichas palabras o términos se les adscribe a continuación:

"Alta Dirección" significa la máxima autoridad administrativa de la Compañía, sea ésta su Junta Directiva (directorio), su Gerente General o quien o quienes hagan sus veces, según la estructura o modelo de administración existente.

"**Asociación Gremial**" significa aquella organización, cualquiera sea su forma o naturaleza jurídica, que reúna personas naturales, jurídicas, o ambas, con el objeto de promover, expresar, representar, defender o dar a conocer las actividades e intereses de sus asociados.

"Canal de Integridad" significa el conjunto de medios que la Compañía pone a disposición de sus Colaboradores, proveedores, clientes o de terceros, a través de los cuales pueden contactar directamente a la Gerencia de Ética y Gobernanza de las Empresas Falabella en Colombia para plantear inquietudes, o realizar consultas o denuncias relacionadas con temas éticos.

"Colaborador" significa: **i)** toda y cualquier persona vinculada a la Compañía por un contrato de trabajo; **ii)** todo aquel que actúa a nombre de una Compañía con independencia de la naturaleza del tipo de relación que mantiene con las misma; y, **iii)** todos los miembros y asesores de la Junta Directiva de la Compañía.

"Compañía" significa Falabella de Colombia S.A.

"**Competidor**" significa una persona natural o jurídica que opere en el mismo mercado u otro similar a aquel en que opere la Compañía, ofreciendo bienes o servicios similares.

"Declaración de Intereses, Interlocking y Partes Relacionadas" significa el formulario anual que la Gerencia de Gobernanza, Ética y Cumplimiento envía anualmente a los Directores para declarar intereses, su participación en otras empresas, sus vínculos con personas políticamente expuestas, sus operaciones con partes relacionadas, entre otras.

"**DCI"** significa Declaración de Intereses, Interlocking y Partes Relacionadas.

"**Empresa Falabella**" significa: **i)** Falabella S.A.; **ii)** toda otra persona jurídica, en cualquier jurisdicción, en la que Falabella S.A. controla directamente o a través de otra persona natural o jurídica más del 50% de su capital con derecho a voto o del capital, si no se tratare de una sociedad por acciones, o pueda elegir o designar o hacer elegir o designar a la mayoría de sus directores, consejeros o administradores; y, **iii)** toda aquella otra persona jurídica, en cualquier jurisdicción, en la que Falabella S.A. sea propietaria, directamente o a través de otra persona natural o jurídica, del 50% o menos de su capital con derecho a voto o del capital, siempre que la primera se distinga ante el público como negocio con marcas comerciales de Falabella S.A., o de cualquiera de las empresas Falabella descritas en el numeral ii) inmediatamente precedente.

"**Funcionario Público**" significa toda persona que desempeñe una función pública en el Estado o en las instituciones que forman parte de él, incluyendo empresas que directa o indirectamente pertenezcan al Estado o a sus instituciones, así como toda persona que se desempeñe en un organismo internacional, sin importar su sistema de nombramiento, su remuneración o si su cargo está sujeto a un plazo o término.

"Información Comercialmente Sensible" significa toda aquella información estratégica de una empresa que no sea de público conocimiento y que, de ser conocida por un competidor, influiría en sus decisiones de comportamiento en el mercado, tal como: **i)** componentes del precio (descuentos, descuentos por volumen, métodos de cálculo del precio, etc.); **ii)** información de ventas (volumen de ventas, utilidad, ventas por territorio, estrategias de entrada al mercado, listas de clientes, cláusulas contractuales, condiciones de venta, etc.; **iii)** procesos futuros de oferta de servicios (términos y condiciones, especificaciones técnicas, etc.; **iv)** estrategia de compras (volúmenes de compra, precio de compra, proveedores estratégicos, cláusulas contractuales, etc.); **v)** estructuras de costos (distribución, inversiones estratégicas); y **vi)** cualquier otro tipo de información estratégica.

"**Normativa de Libre Competencia**" significa el conjunto de normatividad aplicable a la materia referida en el Anexo NLC y todas las demás que las adicionen, complementen, modifiquen o deroguen.

"Oficial de Libre Competencia" significa aquel Colaborador designado por la Alta Dirección que, ejecuta, implementa, supervisa y garantiza el Programa de Libre Competencia de acuerdo a los lineamientos definidos por la Junta Directiva y la Organización.

"**Programa de Libre Competencia**" significa el conjunto sistematizado de medidas, estructuras o procesos de carácter normativo, comunicación, ejecución y control, que tiene por objeto asegurar el cumplimiento de la Normativa de Libre Competencia por parte de la Compañía.

CLASIFICACIÓN Uso Interno	**FECHA APROBACIÓN**	**N° DE PROGRAMA**

CONTROL DE VERSIONES					
Fecha	**Versión**	**Modificaciones**	**Responsable**	**Revisor**	**Aprobador**
14/05/2020	1	Texto Original	Oficial de Libre Competencia	Gerencia de Ética y Gobernanza Empresas Falabella Colombia	Junta Directiva Falabella de Colombia S.A
01/12/2023	2	Actualización del Programa de Libre Competencia	Oficial de Libre Competencia	Gerencia de Ética y Gobernanza Empresas Falabella Colombia	Junta Directiva Falabella de Colombia S.A.

Anexo EN5
Protocolo de Actuación ante Visitas de Autoridades Administrativas

I. Introducción

La Compañía como cualquier otra empresa, en el marco de una investigación de la Autoridad puede ser objeto de visitas de autoridades, tanto en la sede administrativa como en los establecimientos abiertos al público. La ejecución de estas medidas, pueden generar situaciones estresantes para los Colaboradores, por lo que amerita indicarles, pormenorizadamente, la forma en que deben actuar ante tales eventos.

En este sentido, es importante que, en caso de que la Compañía o uno de sus establecimientos abiertos al público sea objeto de una visita administrativa de la autoridad, los Colaboradores conozcan tanto sus derechos y obligaciones, como los de la Compañía.

II. Objetivo

El objetivo de este Protocolo es orientar la conducta de los Colaboradores, ante la presencia de la Autoridad en cualquiera de las oficinas, locales y/o tiendas de la Compañía, con el objeto de ejecutar alguna de las medidas antes referidas.

III. Alcance

Este Protocolo es de alcance corporativo por lo que es aplicable a toda la Compañía, debiendo implementarse y exigirse su cumplimiento a todos los Colaboradores.

IV. Definiciones

Los términos que en este Protocolo se usan con mayúscula se encuentran definidos en el Anexo N°1.

V. Preparación previa a cualquier Visita de la Autoridad

Una Visita de la Autoridad puede ocurrir en cualquier momento y sin previo aviso, por lo que la Compañía deberá cumplir con lo siguiente:

1. Preparación Previa para atender una visita de una entidad gubernamental.

a) En cada Instalación se deberá mantener una copia de los permisos necesarios para que ésta pueda operar, además de toda la documentación que las leyes requieran respecto de los Colaboradores que ahí desempeñen sus labores. Respecto a la facturación electrónica se deben contar con las resoluciones de aprobación de consecutivos que son utilizadas en cada tienda, y disponer en un lugar visible de la información que se ha emitido a los clientes para que conozcan sus derechos y obligaciones para la emisión y entrega de la correspondiente factura electrónica.
b) En el acceso a cada Instalación se deberá tener una copia impresa de este Procedimiento con el objeto de orientar a los Colaboradores que deban atender una Visita.
c) Los Colaboradores que participen o puedan llegar a participar de una Visita, deberán asistir a una capacitación realizada por la Gerencia Legal en las oportunidades que estas últimas determinen

según lo estimen necesario, o las circunstancias así lo ameriten. Respecto a las visitas que adelanta la DIAN sobre cumplimiento de facturación electrónica La Gerencia Tributaría realizará una capacitación especial la cual será de obligatorio cumplimiento, la cual se realizará semestralmente en las fechas que establezcan y será documentada para los colaboradores nuevos.

d) En caso de una visita por parte de la DIAN se deberá informar a la Gerencia Tributaria, a Cesar Ramirez Jefe de Impuestos al correo electrónico cramirezn@falabella.com.co o al teléfono 3164458248 o a Leidy Barbosa al correo electrónico lybarbosam@falabella.com.co teléfono 3184722502 . En tiendas y/o locales se deberá informar de forma inmediata al gerente de la tienda y en todo caso informar al personal del nivel central como se indica en el numeral 2. que se señala a continuación. Si el funcionario del área encargada se encuentra por fuera de las instalaciones, este deberá contar con un suplente que pueda apoyar la visita, el cual estará debidamente capacitado.

2. Actividades a realizar durante una Visita.

a) Cada vez que se realice una Visita, el trato de los Colaboradores que participen en ella debe basarse en el respeto, utilizando un lenguaje correcto y formal.
b) Los Colaboradores que participen en la Visita, deberán solicitar a la Autoridad de manera respetuosa, que exhiba su credencial o algún documento que acredite su calidad de funcionario, y que informe el motivo de la Visita y exhiba el Auto de Comisión u Orden que indica el motivo y el objeto de la inspección e identifique a los funcionarios que la realizan.
c) Dar aviso interno inmediatamente al Gerente de Instalación (tienda, zonal, CD, Call Center) y notificar al área encargada a nivel central para su acompañamiento según el objeto de la visita

d) Se debe designar a un vocero frente a la autoridad, quien atenderá la visita, con el apoyo de todas las áreas hasta que culmine la diligencia, teniendo en cuenta que en ocasiones la visita puede tardarse varios días. En lo posible, la visita sea atendida por el Gerente de la tienda o quien haga sus veces.

e) El o los voceros que atiendan una Visita podrán tomar las notas que consideren relevantes durante el proceso.

f) Si la Visita se refiere a temas laborales o de salud ocupacional, se debe informar inmediatamente al Gerente de Prevención y Pérdidas y al Jefe de Seguridad y Salud en el Trabajo de la respectiva Instalación, o a quien haga las veces de tal, y en el caso que la visita sea en una tienda se deberá contactar al Jefe de Relaciones Laborales o quien haga las veces de tal. Lo anterior, con el objeto de que dichos Colaboradores estén presentes durante la Visita si ello fuere posible.

g) Si la visita la realiza la DIAN o se refiere a temas de facturación electrónica solo el Gerente de la Tienda (o el jefe o gerente de ventas encargado en caso de ausencia del gerente de tienda) está facultado para atender la misma quien a su vez deberá contar con el apoyo del área de impuestos a nivel central. Ningún otro empleado está facultado para atender la visita y suministrar información a menos que haya sido previamente autorizado. Se debe asegurar la visita en la oficina del gerente de tienda y se debe contactar vía Teams al área tributaria. Las personas dispuestas para tal fin se relacionan en la siguiente tabla:
h) Si la Autoridad solicita realizar un recorrido por alguna Instalación, se debe procurar que al menos dos Colaboradores la acompañen durante todo el recorrido. Si ello no es posible, al menos un Colaborador deberá siempre acompañar a la Autoridad. En ningún caso se dejará sola a la Autoridad

realizando la Visita. En caso de que la Autoridad se negare a ser acompañada, se le deberá solicitar que se deje constancia escrita de ello en el Acta que se levante al concluir la Visita.

i) Durante la visita los Inspectores pueden pedir entrega de documentos. El CD (Centro de Distribución), Call Center o centros de transferencia, al igual que cualquier otra instalación, deben contar con la documentación impresa y entregarla al ser solicitada. Si hay información y documentación con la que no cuente en el momento, que no pueda conseguirse fácilmente o de la que no tenga certeza y seguridad de su contenido, pida formalmente el mayor plazo posible para su entrega, el cual deberá quedar escrito en el acta de la visita. En todo caso para visitas de la Autoridad Tributaria se deberá pedir que se conceda el término que prevé la ley para hacer entrega de la información solicitada, el cual, es de 15 dias calendario conforme lo establece el Artículo 261 de la Ley 223 de 1995, y ellos debe quedar constancia en el acta.

j) Si los funcionarios piden la entrega de productos para que sean aportados como prueba o muestras de laboratorio, deben entregarse, pero tienen que identificarlos y registrarlos en el acta de la visita (cantidad, SKU, EAN, descripción, estado en que se entregan, etc.).

k) Si los funcionarios piden la entrega de muestras de facturas electrónicas, tiquetes POS, comprobantes de entrega deberá quedar en el acta claramente cantidad de documentos entregados, el número con el cual se identifican dichos documentos y el nombre a quien fueran expedidos. De igual forma constatar que si se explicó algún procedimiento y el mismo queda consignado, dicha explicación sea la que fue dada por el empleado que atiende la visita.

l) El comportamiento de los Colaboradores ante la Autoridad deberá ajustarse, en todo momento, a las Políticas de Prevención de Delitos y Antisoborno, al Código de Integridad y a la ley vigente. El actuar de los Colaboradores debe ser ético y correcto, prohibiéndose terminantemente ofrecer, prometer, dar, consentir en dar, solicitar o aceptar de o a una Autoridad, cualquier pago en dinero, valores representativos de dinero, regalos, invitaciones o, en general, cualquier contraprestación indebida, económica o de cualquier otra naturaleza. La infracción de lo anterior no sólo está sancionada por la ley, sino que también serán aplicables al Colaborador las sanciones que la Compañía haya dispuesto para el caso.

m) Si la Autoridad ofrece o propone, de manera explícita o implícita, recibir un pago en dinero, en especies o en beneficios intangibles, los Colaboradores que acompañen a la Autoridad, deberán negarse expresamente a lo anterior y, en presencia de testigos, poner fin a la Visita, solicitándole a la Autoridad que abandone la Instalación. Además, los Colaboradores que acompañen a la Autoridad deberán informar el hecho inmediatamente y por escrito a la Gerencia Legal Operacional y al Canal de Integridad, con el objeto de analizar las acciones legales o medidas que corresponda ejecutar.

n) Si durante una Visita un Colaborador no estuviere seguro sobre cómo responder a una pregunta o afirmación hecha por la Autoridad, o esta última hiciere alguna pregunta o afirmación que ellos estimen que podría vulnerar sus derechos fundamentales, o referirse a información estratégica de la Compañía, o estimen que puede vulnerar la protección de los datos personales de clientes o de

Colaboradores**,** no deberán responder a dichas preguntas o afirmaciones, debiendo además, informar de inmediato a la Gerencia Legal Operacional sobre el problema que se haya producido.

o) Los Colaboradores que acompañen a la Autoridad deberán entregar datos fidedignos y colaborar con las diligencias que realice dicha autoridad.,

p) El acta debe registrar todos los hallazgos, irregularidades, incumplimientos y hechos reales que se encontraron, dejando las observaciones, comentarios y constancias que sean pertinentes a criterio del vocero, solicitando el mayor plazo para la entrega de información o documentación relacionada con la visita. Así mismo, si la autoridad realiza algún tipo de registro fotográfico, deberá solicitarse copia del mismo y este deberá constar en el acta de la visita.

q) En caso de que la Autoridad se encuentre acompañada de medios de comunicación, éstos no podrán ingresar a las Instalaciones sin mediar la autorización del Gerente de Asuntos Públicos, Comunicaciones y Sostenibilidad de la Compañía, o de quién cumpla dicha función.

r) Si durante el recorrido la Autoridad pretende tomar muestras de cualquier naturaleza, los Colaboradores que acompañen a la Autoridad deben verificar que tenga atribuciones para hacerlo. Además, se deberá supervisar que la Autoridad adopte todas las medidas de precaución necesarias y suficientes para garantizar que la muestra no se vea alterada.

s) Si durante una Visita, la Autoridad tomare la decisión de prohibir el funcionamiento de una Instalación, el Colaborador deberá informar inmediatamente a sus superiores jerárquicos y a la Gerencia Legal Operacional, quienes definirán los pasos a seguir para resolver los problemas detectados y solicitar, si fuera pertinente, el alzamiento de la prohibición de funcionamiento.

3. Actividades a realizar con posterioridad a la Visita.

a) El Colaborador deberá leer íntegramente el Acta que levante la Autoridad y hacer presente o solicitar, si corresponde, que se incorpore o corrija cualquier inexactitud o falta que ésta contenga como, por ejemplo, en caso de ausencia de datos relevantes como dirección, lugar, fecha y hora exacta de inicio y fin de la Visita; o el nombre de la Autoridad y Colaboradores que participaron en la actividad.

b) Se debe solicitar a la Autoridad que el Acta y su copia sean firmadas por ella. Además, el Acta debe ser firmada por los Colaboradores que acompañaron a la Autoridad, con excepción de aquellos casos en que la Autoridad no permita la firma del documento. Los Colaboradores deberán solicitar una copia del Acta y verificar que ella corresponda exactamente al documento firmado, y que no contenga espacios en blanco.

Luego de cada Visita deberá remitirse inmediatamente a la Gerencia Legal Operacional y a las áreas encargadas, copia del Acta que la Autoridad deje al momento de la Visita, o que ésta envíe posteriormente por correo electrónico. En caso de que la Autoridad no haya permitido que el o los Colaboradores que participaron en una Visita firmen el Acta, este hecho deberá informarse a la Gerencia Legal Operacional al momento de enviarle copia de la misma.

*El término que otorgue la autoridad para ajustes o envío de documentos adicionales debe quedar registrado en el acta de la visita. Para la información, evite suministrar cualquier dato del que no esté seguro o que no haya validado con el el(la) área(s) encargada

c) El Área visitada deberá mantener custodia de las Actas por un plazo de al menos 5 años.

d) Si producto de una visita de autoridad administrativa se inicia un sumario o procedimiento administrativo, o una denuncia judicial, el Colaborador que participó en ella deberá informar, de inmediato y por escrito, a su superior jerárquico y a la Gerencia Legal Operacional. La Gerencia Legal Operacional definirá la estrategia de defensa del caso, en conjunto con las áreas respectivas.

e) En los eventos que se haya solicitado un tiempo para la entrega de información requerida por la Autoridad, se debe verificar que dicho término haya quedado registrado en el acta.

f) Si en una visita, la Autoridad ha identificado potenciales incumplimientos a la normativa que requieran de acciones correctivas, el encargado convocará, dentro de los dos días siguientes, una reunión a la que asistirán, al menos: i) el encargado; ii) un representante del área encargada a nivel central según el objeto de la visita recibida, y iii) un representante del área del legal. En dicha reunión se analizarán los pormenores de la visita; y, se evaluará la necesidad de implementar acciones correctivas y aportar la documentos o información requerida.

g) Presentada la respuesta ante la Autoridad por el área encargada a nivel central, ésta deberá: i) hacerle seguimiento de acuerdo a los plazos contenidos en el acta; y, si corresponde, ii) ejecutar y/o coordinar las acciones que fueren necesarias para la regularización de los hallazgos detectados en la visita.

VI. Canal de Integridad

Los Colaboradores deberán canalizar a través del Canal de Integridad la información de la que dispongan, o las denuncias que puedan existir, con respecto a cualquier actividad prohibida por este procedimiento.

Las vías de comunicación del Canal de Integridad son: **i)** Botón de acceso al link “Canal de Integridad” ubicado en la intranet y en el Store in Store de Falabella, sección Proveedores en www.falabella.com.co; **ii)** Correo electrónico contactocolombia@gerenciadeetica.com; y, **iii)** presencialmente o mediante videollamada a la Gerencia de Ética y Gobernanza de las Empresas Falabella en Colombia.

XI. Documentos Relacionados

- Código de Integridad
- Programa de Transparencia y Ética Empresarial
- Sistema de Autocontrol, Prevención y Gestión de Riesgo Integral contra el Lavado de Activos, Financiación del Terrorismo, y Financiamiento de la Proliferación de Armas de Destrucción Masiva
- Política de Libre Competencia
- Programa de Libre Competencia

Anexo N° 1
Definiciones

"Acta" significa aquel documento, físico o digital, emitido por una Autoridad que contiene, entre otros aspectos, la individualización del fiscalizador, la indicación de la materia u objeto de la Visita, las actividades realizadas durante la misma, las evidencias recogidas, y las observaciones formuladas durante el proceso.

"Autoridad" significa cualquier funcionario que pertenezca a la Superintendencia de Industria y Comercio, Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN o cualquier funcionario público perteneciente a cualquier institución facultada para practicar alguna visita administrativa, solicitar documentos, y/o practicar medidas cautelares relacionadas con alguna infracción al régimen de Libre Competencia.

"Compañía" significa Falabella de Colombia S.A.

"**Colaborador**" significa: i) toda y cualquier persona vinculada a la Compañía por un contrato de trabajo; ii) todo aquel que actúa a nombre de una Compañía con independencia de la naturaleza del tipo de relación que mantiene con las misma; y, iii) todos los miembros y asesores de la Junta Directiva, de la Compañía.

"Empresa Falabella" significa: i) Falabella S.A.; ii) toda otra persona jurídica, en cualquier jurisdicción, en la que Falabella S.A. controla directamente o a través de otra persona natural o jurídica más del 50% de su capital con derecho a voto o del capital, si no se tratare de una sociedad por acciones, o pueda elegir o designar o hacer elegir o designar a la mayoría de sus directores, consejeros o administradores; y, iii) toda aquella otra persona jurídica, en cualquier jurisdicción, en la que Falabella S.A. sea propietaria, directamente o a través de otra persona natural o jurídica, del 50% o menos de su capital con derecho a voto o del capital, siempre que la primera se distinga ante el público como negocio con marcas comerciales de Falabella S.A., o de cualquiera de las empresas Falabella descritas en el numeral ii) inmediatamente precedente.

"Gerente de Asuntos Públicos, Comunicaciones y Sostenibilidad" significa el Colaborador a cargo de la gerencia o área de comunicaciones de la Compañía.

"Gerente Legal Operacional" significa el colaborador a cargo de la Gerencia Legal Operacional de Falabella de Colombia.

"Gerente Tributario" significa el colaborador a cargo de la Gerencia Tributaria de Empresas Falabella en Colombia.

"Jefe Impuestos Retail" significa el colaborador a cargo de la Jefatura de Impuestos para las empresas de Retail en Colombia.

"Instalación" significa cualquier espacio físico o virtual*,* esto es, tiendas, sucursales, locales, oficinas, centros de distribución, centros comerciales, el sitio *web,* la aplicación *web* y el perfil de usuario en redes sociales de una Compañía o, en general, cualquier espacio en el que la Compañía desarrolle y/o promocione sus actividades comerciales.

"Oficial de Libre Competencia" significa aquel Colaborador designado por la Alta Dirección que, ejecuta, implementa, supervisa y garantiza el Programa de Libre Competencia de acuerdo a los lineamientos definidos por la Junta Directiva y la Organización**.**

Anexo EE2
Criterios para la Identificación de Cargos Expuestos

A continuación, se mencionan algunos de los criterios que se deberán tener en consideración para determinar si un Colaborador tiene la calidad de Cargo Expuesto no en el ejercicio de sus funciones. El listado de Cargos Expuestos deberá señalar el o los criterios en virtud de los cuales se calificará como tal un cargo determinado.

Un cargo será calificado como expuesto: i) Si es miembro de la Alta Dirección de la compañía; ii) Si mantiene relación con competidores de la Compañía a través de una Asociación Gremial u otra entidad similar; iii) Si habitualmente, con ocasión del ejercicio de sus funciones, mantiene contacto con proveedores; iv) Si tiene acceso a Información comercialmente sensible de la compañía o de sus proveedores; v) Si en el ejercicio de sus funciones, le corresponde directamente adoptar o participar en la adopción de decisiones relacionadas con la determinación de precios u otras variables competitivas de la Compañía; vi) Si en el ejercicio de sus funciones, participa en licitaciones públicas o privadas en representación de la compañía y; vii) Si en el ejercicio de sus funciones, toma decisiones relacionadas con compras o ventas de activos relevantes.

Para la elaboración del listado, el Oficial de Libre Competencia deberá identificar aquellas áreas y Cargos que se encuentren más expuestos a incurrir en una infracción a las normas sobre protección a la Libre Competencia.

Anexo EE3
Descripción de la Matriz de Riesgos

La matriz de riesgos será desarrollada por el Oficial de Libre Competencia en un documento Excel, conforme al Procedimiento de Gestión de Riesgos de Cumplimiento de la Compañía y deberá contener al menos los siguientes elementos: **i)** Identificación del Riesgo; **ii)** proceso; **iii)** subproceso/actividad;; i**v)** potencial riesgo; **v)** procesos levantados; **vii)** Responsable del proceso; **viii)** riesgo inherente; **ix)** actividad de control mitigante existente; **x)** tipo de control (preventivo/detectivo); **xi)** categoría (manual/automático); **xii)** evidencia (documentada/no documentada); **xiii)** frecuencia aplicación (Escasa/recurrente/periódica); **xiv)** identificación del responsable de la ejecución del control (sí/no); y, **xv)** los controles mitigan razonablemente el riesgo del proceso (Alto/Medio/Bajo).

Esta Matriz de Riesgos se deberá revisar y actualizar por el Oficial de Libre Competencia junto con el Oficial de Cumplimiento de Falabella de Colombia S.A al menos anualmente y/o cuando ocurra un Cambio Relevante.

Anexo EE4
Cláusulas Contractuales

A continuación, se adjunta el formato de las cláusulas o glosas que deberá incluirse en: **i)** los contratos de trabajo de los Colaboradores; **ii)** el Reglamento Interno de Trabajo; **iii)** los contratos con Proveedores; y, **iv)** las órdenes de compra. Estos formatos podrán ser modificados por la Compañía conforme se estime necesario, siempre que no se altere el fondo de los mismos.

1. Cláusula a incluir en los contratos de trabajo de los Colaboradores

"*Las partes dejan constancia de que [Nombre del Colaborador] ha recibido y se obliga a respetar y cumplir cabalmente, la Política de Libre Competencia de Falabella de Colombia S.A., en las que se contienen los lineamientos generales y específicos adoptados por Falabella de Colombia S.A con el objeto de promover internamente el cumplimiento de las normas de libre competencia vigentes en nuestro país.*

[Nombre del Colaborador], se obliga a no realizar cualquier hecho, acto o convención que impida, restrinja o entorpezca la libre competencia, o que tienda a producir tales efectos, por lo que la realización de cualquiera de ellos será considerada como un incumplimiento grave a las obligaciones laborales que impone el contrato de trabajo, de conformidad a la normativa vigente.

2. **Cláusula a incluir en los contratos con Proveedores**

CUMPLIMIENTO DE LOS TÉRMINOS Y CONDICIONES ESTÁNDAR DE CONTRATACIÓN (TYCS). Harán parte integral del CONTRATO, los Términos y Condiciones Estándar de Contratación de EL CONTRATANTE (denominados TYCS) los cuales están disponibles para consulta permanente en la página web de EL CONTRATANTE, exactamente en el Footer de la página principal www.falabella.com.co sección Se Parte de Falabella.com, enlace Proveedores sub- enlace Relación comercial y contractual PARA Proveedores, y que EL CONTRATISTA declara conocer y dar cumplimiento a ellos, los cuales, en particular, regulan los siguientes temas:

- Cumplimiento, ética, libre competencia, conflicto de intereses, medio ambiente e integridad.
- Origen de ingresos.
- Cumplimiento de las normas anticorrupción y lucha contra la corrupción.
- Lineamientos para la prevención del riesgo de lavado de activos y financiación del terrorismo.
- Identidad del Contratista.
- Independencia, autonomía administrativa, directiva financiera y técnica – exclusión de relación laboral.
- Cesión.
- Tratamiento de datos personales.
- Propiedad intelectual.

Además, EL CONTRATISTA declara conocer y dar cumplimiento a las políticas, códigos, procedimientos y manuales y demás estándares aplicables a esta relación contractual. EL CONTRATANTE declara que de tiempo en tiempo podrá actualizar los TYCS, sin necesidad de autorización y/o notificación previa al EL CONTRATISTA, lo cual este último desde ya acepta con la firma de EL CONTRATO.

¨* Lo señalado para el tema de libre competencia en la cláusula indicada es:

FALABELLA tiene incorporada en sus políticas como empresa y en su misión de negocios el debido respeto a la ley y a las normas de libre competencia y por lo tanto cumple y les exige a sus funcionarios el cumplimiento de las normas que regulan las prácticas anticompetitivas y, espera de sus proveedores, vendedores y/o contratistas el mismo respeto y cumplimiento de las normas que regulan la leal y libre competencia.

FALABELLA dispone de un Canal de Integridad disponible para que cualquiera de sus clientes, proveedores, competidores, contratistas o colaboradores, puedan formular cuestionamientos o poner en su conocimiento actuaciones de FALABELLA o de sus colaboradores, que considere que son o que pueden ser violatorias de los Principios sobre la Leal y Libre Competencia. Quien desee poner en conocimiento de FALABELLA una actuación que considere que es contraria al Programa de Leal y Libre Competencia y las normas que regulan la materia puede hacerlo por medio del canal indicado anteriormente.

FALABELLA podrá dar por terminada la relación contractual y/o comercial con la otra Parte, de forma inmediata y sin lugar a reconocimiento de indemnización alguna en caso de que la otra Parte incumpla las disposiciones relativas a la Leal y Libre Competencia o resulte vinculado en una actuación o investigación por parte de las Autoridades Nacionales competentes por infracción legal o de cualquier índole de esta materia.

Anexo EE5
Planes de Acción

Los planes de acción deberán estructurarse de la siguiente manera:

N°	Resumen brecha identificada	Actividad a implementar	Responsable de la implementación	Fecha	Observaciones
1					
2					
3					
4					

CLASIFICACIÓN	**FECHA APROBACIÓN**	**N° DE PROGRAMA**
Uso Interno		1

CONTROL DE VERSIONES					
Fecha	**Versión**	**Modificaciones**	**Responsable**	**Revisor**	**Aprobador**
14/05/2020	1	Texto Original	Oficial de Libre Competencia	Gerencia de Ética y Gobernanza de Falabella de Colombia S.A.	Junta Directiva Falabella de Colombia S.A.
01/12/2023	2	Actualización formal del texto del contenido del programa	Oficial de Libre Competencia	Gerencia de Ética y Gobernanza de Falabella de Colombia S.A.	Junta Directiva Falabella de Colombia S.A.