

F A L A B E L L A
● ● ● ●

POLÍTICA DE LIBRE COMPETENCIA
HOMECENTER SODIMAC S.A.



I. Introducción

Falabella 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 todos los países en que operan. Este compromiso implica definir e implementar un programa de cumplimiento en materia de libre competencia que debe ser observado por todo Falabella, 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, se realicen actividades o conductas contrarias a la libre competencia; y, **ii)** dar cumplimiento a la Normativa de Libre Competencia.

III. Alcance

Esta Política es de alcance específico, por lo que es aplicable a la Compañía, 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 la Compañía 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 o explotar a los Proveedores o Clientes.

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.

VI. Normas Específicas de Conducta

De acuerdo con los principios anteriormente referidos y con la ley, la Compañía 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 o concertar la producción; **iii)** asignar Clientes, cuotas, actividades o zonas de mercado; **iv)** excluir a otros Competidores del mercado; **v)** explotar a Proveedores; **vi)** manipular licitaciones o afectar sus resultados, o coordinar la presentación o abstención a las mismas; **vii)** Impedir el acceso de competidores a infraestructuras que sean esenciales para la producción, distribución o comercialización de bienes, servicios o factores productivos; **viii)** obstaculizar injustificadamente el acceso al mercado de potenciales entrantes al mismo; o **ix)** rechazar injustificadamente la venta de bienes o la prestación de servicios ('boicot').

2. Confidencialidad de la Información Comercialmente Sensible

No se deberá entregar, dar acceso, o facilitar el intercambio de Información Comercialmente Sensible de la Compañía; 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. Este último no constituye una práctica anticompetitiva, ya que la Normativa de Libre Competencia no excluye el derecho de los agentes económicos de adaptarse de forma inteligente al comportamiento real o previsible de sus Competidores.

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.

Antes de ofrecer un bien o servicio por debajo de cualquier medida de costes (sea total o variable), incluso en casos de promociones puntuales, deberá consultarse y validarse con la Gerencia de Asuntos Legales y Gobernanza de 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. 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, entre otras.

VII. Adopción de un Programa de Cumplimiento de Libre Competencia

La Compañía adoptará o adaptará a esta Política, e implementará, un sistema organizacional de prevención de actos contrarios a la Normativa de Libre Competencia.

El objeto de dicho programa consistirá 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.

El Programa de Libre Competencia contendrá, 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, de acuerdo con los lineamientos dados por Falabella S.A. (Chile) para dicho fin.

La Gerencia de Gobernanza, Ética y Cumplimiento de Falabella S.A. (Chile) entregará a cada integrante de la Alta Dirección de la Compañía, a su Gerente General y al Oficial de Cumplimiento de 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 esta se enfrenta.

VIII. Oficial de Cumplimiento

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

El cargo de Oficial de Cumplimiento 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 Cumplimiento deberá ser designado por la Alta Dirección, la que será responsable de que cuente con los atributos indicados en el párrafo anterior.

IX. Proveedores y Competidores

La Compañía espera que sus Proveedores y Competidores respeten la libre competencia.

En caso 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, todos los antecedentes con 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 deberán canalizar la información de la que dispongan, o las denuncias respecto a cualquier actividad prohibida por esta Política o el Programa de Libre Competencia a través del Canal de Integridad.

Las vías de comunicación del Canal de Integridad son: **i)** por correo electrónico remitido a la dirección contactouruguay@gerenciadeetica.com; **ii)** telefónicamente, al número 0800

8116; iii) mediante la plataforma en línea que la Compañía ha dispuesto para ello.

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 Ética de la Compañía, la legislación vigente y el Reglamento Interno de Orden Higiene y Seguridad 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 a la Gerencia de Asuntos Legales y Gobernanza de la Compañía y abstenerse de actuar mientras no reciban respuesta a dicha consulta.

XII. Documentos relacionados

- Código de Ética
- Procedimiento General de Investigación
- Instructivo Sobre Participación en Asociaciones Gremiales
- Instructivo en Materia de Libre Competencia para Negociación con Proveedores
- Instructivo Sobre Protección de la Información Comercialmente Sensible
- Procedimiento de Actuación en caso de Aplicación de Medidas Intrusivas por la Autoridad (*dawn Raids*)

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 aquellas conductas desarrolladas de forma unilateral por una empresa que detenta una posición de dominio en el mercado y que generan efectos exclusorios de Competidores o explotativos de Proveedores o Clientes. A efectos de lo previsto en la Normativa de Libre Competencia, se entiende que uno o varios agentes gozan de una posición dominante en el mercado cuando pueden afectar sustancialmente las variables relevantes de éste, con prescindencia de las conductas de sus Competidores, Clientes, o Proveedores. Se considera que existe abuso de posición dominante cuando el o los agentes que se encuentran en tal situación actúan de manera indebida, con el fin de obtener ventajas o causar perjuicios a otros, los que no hubieran sido posibles de no existir tal posición de dominio.

“**Acuerdo Colusorio**” significa cualquier trato o convención, formal o informal, escrita u oral, que involucre a Competidores y cuyo objeto sea eliminar 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.

“**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 Falabella pone a disposición de sus Colaboradores o de terceros, a través de los cuales pueden contactar directamente a la Gerencia de Ética para plantear inquietudes, o realizar consultas o denuncias relacionadas con temas éticos o de Normativa de Libre Competencia.

“**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 y/o que preste servicios a honorarios; **ii)** todo aquel que actúa a nombre de la Compañía con independencia de la naturaleza del tipo de relación que mantiene con

la misma; y, **iii)** todos los miembros y asesores del Directorio o cualquier otro órgano colegiado de administración superior de la Compañía.

“**Compañía**” significa Homecenter Sodimac 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.

“**Falabella**” significa: **i)** Falabella S.A. (Chile); **ii)** toda otra persona jurídica, en cualquier jurisdicción, en la que Falabella S.A. (Chile) 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. (Chile) 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. (Chile), o de cualquiera de las empresas Falabella descritas en el numeral ii) inmediatamente precedente.

“**Gerencia de Asuntos Legales y Gobernanza**” significa la Gerencia de Asuntos Legales y Gobernanza de Argentina y Uruguay.

“**Gerencia de Ética**” significa la gerencia de igual denominación que forma parte de la Gerencia de Asuntos Legales y Gobernanza de Argentina y Uruguay y está encargada de la implementación del programa de ética.

“**Información Comercialmente Sensible**” significa toda aquella información estratégica de una empresa que, de ser conocida por un competidor, influiría en sus decisiones de comportamiento en el mercado. Esta información incluye toda aquella información que no sea de público conocimiento, y que podría utilizarse para influenciar una decisión comercial o estratégica de los competidores de una empresa, tal como información relativa a precios actuales o futuros, elementos utilizados para determinar precios, ingresos o volúmenes de ventas, ofertas o licitaciones planificadas o presentadas, listas de clientes o proveedores, políticas de descuentos o promociones, estructuras de costos, inversiones, planes de investigación y desarrollo, y cualquier otro tipo de información estratégica.

“**Normativa de Libre Competencia**” significa el conjunto de normas y principios establecidos en la Ley N°18159 de Defensa de la Libre Competencia en el Comercio del 20 de julio de 2007, el Decreto N° 404/007, sus normas modificatorias y complementarias, las Resoluciones e Informes de la Comisión de Promoción y Defensa de la Competencia, y la jurisprudencia del Tribunal de lo Contencioso Administrativo o Suprema Corte de Justicia.

“**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 Uso Interno	FECHA APROBACIÓN 16.12.2019	Nº DE POLÍTICA 6
-------------------------------------	---------------------------------------	----------------------------

CONTROL DE MODIFICACIONES					
Fecha	Versión	Modificaciones	Responsable	Revisor	Aprobador
16.12.2019	1	Texto Original	Gerencia de Asuntos Legales y Gobernanza	Gerencia de Asuntos Legales y Gobernanza	Directorio de la Compañía