

# MANUAL DE CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA DE LIBRE COMPETENCIA

Junio  
2016



---

# ÍNDICE

02

01\_Declaración

03

02\_Alcance

03

03\_Objetivos

04

04\_Principios  
básicos de la libre  
competencia

08

05\_Recomendaciones  
relativas a las actividades  
más relevantes con  
implicancias en materia  
de libre competencia

29

06\_Participación  
en Asociaciones  
Gremiales

32

07\_Creación de  
archivos

34

08\_Investigaciones  
desarrolladas por las  
autoridades de libre  
competencia

36

Anexo\_Guía de  
Comportamiento  
frente a una  
Investigación

# 01

## Declaración

---

Dentro de los principios de Sodimac S.A. (“Sodimac” o la “Compañía”), que incluyen el promover y mantener los más altos estándares éticos en su actuar comercial, el respeto de las normas de defensa de la libre competencia ocupa un lugar esencial.

Así, el “Manual de Cumplimiento de la Normativa de Libre Competencia” (el “Manual”) se encuentra orientado a difundir y cumplir el compromiso que mantiene Sodimac, de respetar íntegramente las normas de defensa de la libre competencia, y busca servir de guía a todos los trabajadores de la Compañía con el fin de prevenir infracciones a la normativa de libre competencia y entregarles lineamientos y recomendaciones básicas sobre cómo actuar en la materia.

# 02

## Alcance

CUMPLIR CON LA  
NORMATIVA DE LIBRE  
COMPETENCIA ES DE SUMA  
IMPORTANCIA PARA TODOS  
LOS TRABAJADORES DE  
SODIMAC.

La Compañía tiene el mandato de cumplir estrictamente con el régimen de defensa de la libre competencia, razón por la cual todos los miembros de la Compañía, sin distinción alguna del cargo o posición que se ocupe dentro de la misma, tienen la responsabilidad de velar por el cumplimiento del “Manual de Procedimientos Operacionales: Interrelación con

actores externos. Aplicación Ley de Libre Competencia” (“Manual de Procedimientos Operacionales”), de la “Guía EticAcción. Construyendo Bases Sólidas” (“Guía EticAcción”) y del presente Manual. Así las cosas, dicho régimen legal deberá ser respetado por todos los trabajadores de la Compañía (el “personal”, los “colaboradores” o los “miembros” de Sodimac).

# 03

## Objetivos



Proporcionar una idea general sobre la normativa de libre competencia con el fin de prevenir infracciones a la misma.



Entregar lineamientos y recomendaciones básicas sobre cómo actuar en la materia.



Dar cuenta del pleno respeto que debe dársele en el desarrollo de la actividad comercial de Sodimac por cada uno de sus trabajadores.



Normar ciertas situaciones especialmente riesgosas.

# 04

## Principios básicos de la Libre Competencia

EL PRESENTE MANUAL ESTÁ ORIENTADO A DIFUNDIR Y CUMPLIR EL COMPROMISO QUE MANTIENE SODIMAC, DE RESPETAR ÍNTEGRAMENTE LAS NORMAS DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA.

### 4.1 RESPETO DE LA LIBRE COMPETENCIA

Sodimac está convencida que cualquier infracción anticompetitiva, sin importar cuál sea ésta, no solamente sería reprochable por ilícita, sino que también afectaría a las personas involucradas, sería contraria a nuestra expresa política de desarrollo responsable y sostenible, además que dañaría la imagen y reputación que la Compañía ha logrado construir a lo largo de sus años de existencia, precisamente a través de su actuar honesto y apegado a las leyes.

La responsabilidad de velar por el cumplimiento de la normativa de libre competencia chilena, del Manual de

Procedimientos Operacionales, de la Guía EticAcción y del presente Manual descansa **en cada miembro de la Compañía, sin distinción alguna de la función o rol que cumpla.** Por eso, la obligación de dar cumplimiento a ésta es una obligación esencial de todos los trabajadores de Sodimac.

**En caso de presentarse dudas o inquietudes en materia de libre competencia se deben efectuar las consultas que resulten pertinentes a la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad. También podrán presentar denuncias en caso de detectarse infracciones al presente Manual.**



**En razón de lo anterior, se le solicita que revise cuidadosamente este Manual, pues se encamina a reforzar nuestra cultura de respeto de la libre competencia y la de todos nuestros miembros.**

## 4.2 CONSECUENCIAS DE LAS INFRACCIONES A LA LIBRE COMPETENCIA

### Sanciones por parte de los órganos de Defensa de la Libre Competencia\_

Las contravenciones a las normas de libre competencia son sancionadas severamente, contemplando la normativa contenida en el Decreto Ley N°211 de Defensa de la Libre Competencia (“DL 211”) las siguientes sanciones que pueden ser aplicadas por los tribunales competentes:

- Modificar o poner término a los actos, contratos, convenios, sistemas o acuerdos que sean declarados como contrarios al DL 211.
- Ordenar la modificación o disolución de la compañía, de corporaciones y demás organizaciones que hubieren intervenido en los actos, contratos, convenios, sistemas o acuerdos declarados ilegales.
- Imponer multas relevantes que pueden alcanzar montos de hasta 30.000 Unidades Tributarias Anuales (“UTA”) por infracción, **incluyendo responsabilidades personales -vía pago de multas de hasta la misma cantidad- para los individuos responsables de tales infracciones** (consejeros, directores, gerentes, ejecutivos o trabajadores involucrados en la realización del acto respectivo). Las multas aplicadas a individuos

declarados responsables del ilícito no pueden ser pagadas por la Compañía. Asimismo, en el caso de las multas, deben responder solidariamente (conjuntamente) del pago de las mismas sus directores, administradores y aquellas personas que se hayan beneficiado del acto respectivo, siempre que hubieren participado en la realización del acto, contrato, convenio, sistema o acuerdo declarado ilícito.

- **El Proyecto de Ley de reforma al DL 211** actualmente en tramitación en el Congreso contempla el **aumento del límite máximo de las multas aplicables** (que pasarían a ser el doble de los beneficios económicos obtenidos producto de la infracción, o proporcionales a las ventas de las empresas involucradas en los ilícitos anticompetitivos, o de hasta 60.000 UTA por infracción).

### Pago de indemnizaciones a los terceros que hayan sido dañados por el acto contrario a la libre competencia\_

Las infracciones a la libre competencia sancionadas por los tribunales pueden también dar lugar a acciones civiles por los perjuicios causados a terceras partes, tales como competidores, proveedores o clientes.

EL INCUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA DE LIBRE COMPETENCIA, ADEMÁS DE SER DAÑINO, COMERCIAL Y SOCIALMENTE, PUEDE GENERAR SERIOS PERJUICIOS TANTO PARA SODIMAC COMO PARA EL PERSONAL EVENTUALMENTE IMPLICADO EN TALES CONDUCTAS ILÍCITAS.

### **Daño a la reputación de la empresa y costos legales\_**

El hecho de incurrir en ilícitos que atenten contra la libre competencia daña la reputación e imagen de la empresa que se ha visto involucrada, frente a sus clientes, la autoridad y sus competidores.

Desarrollar la defensa de demandas e investigaciones en materia de libre competencia es costoso y consume mucho tiempo, inclusive cuando la defensa resulta en definitiva exitosa.

Además, la condena ya sufrida por la realización de conductas anticompetitivas es considerada como reincidencia para la determinación de la sanción en futuras condenas.

### **Sanciones penales\_**

Existen riesgos de persecución criminal por incurrir en conductas de colusión, las que podrían ejercerse directamente en contra del personal eventualmente implicado en tales conductas ilícitas.

Esta creciente severidad con que se sancionan los ilícitos anticompetitivos queda de manifiesto también si se analiza el **Proyecto de Ley de reforma al DL 211** actualmente en tramitación en el Congreso. Entre sus principales modificaciones en materia de sanciones en casos de colusión se encuentran: **la incorporación del presidio efectivo como una sanción para los casos más graves.**



**Por lo tanto, se debe considerar que cualquier infracción a la normativa de libre competencia puede ocasionar severos perjuicios no sólo para Sodimac sino que también para los individuos implicados en ella. Violar la normativa de libre competencia nunca es una solución aceptable o beneficiosa para la Compañía o para usted. Invocar el desconocimiento de dicha normativa tampoco constituye una justificación.**



**Por ello, es extremadamente importante, en toda circunstancia, conocer y seguir estrictamente este Manual, pues así se podrá disminuir considerablemente el riesgo de infracción a las normas de defensa de la libre competencia.**

### 4.3 IMPORTANCIA DE RECURRIR A LA GERENCIA DE ASUNTOS LEGALES Y SOSTENIBILIDAD

Si se es parte en cualquier acción o práctica que requiera el cumplimiento de la normativa de libre competencia, se deben seguir las recomendaciones del Manual de Procedimientos Operacionales, de la Guía EticAcción y lo dispuesto en este Manual. Sin embargo, estos instrumentos no deben ser considerados como un sustituto de la asesoría jurídica que puede requerir una determinada actividad, conducta o negociación.

Con el objeto de garantizar la implementación y cumplimiento del Manual de Procedimientos Operacionales, de la Guía EticAcción y de este Manual, Sodimac ha designado a su Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad, la que cuenta con las competencias y conocimientos necesarios, para apoyar internamente el cumplimiento de éstas, así como para resolver cualquier pregunta o duda acerca de la misma.

Asimismo, este Manual no puede cubrir todos los hechos o circunstancias que el personal de la Compañía pueda encontrar o desarrollar en su desempeño diario. **En todos los casos en que surjan dudas o preguntas acerca de la legitimidad de una determinada conducta;**

**en que se enfrente una situación que pueda tener implicancias de libre competencia para Sodimac; usted debe contactar a la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad de la Compañía, para lo cual cuenta con la más amplia libertad.** Sodimac valora y promueve estas consultas, pues las mismas permitirán prevenir o detectar tempranamente posibles riesgos legales para la Compañía.

### 4.4 CANAL DE DENUNCIAS Y REPORTE DE POSIBLES INFRACCIONES

Las denuncias por conductas que infrinjan esta Manual y/o a la regulación de libre competencia, y/o que se originen en cualquier denuncia efectuada por terceros (como clientes o proveedores) acerca de posibles comportamientos anticompetitivos de la Compañía, podrán efectuarse enviando un correo electrónico a **wduhalde@sodimac.cl**, llamando al **(02)237381193** o directamente a la **Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad**. Las denuncias en forma anónima serán respetadas por la Compañía, las que se podrán realizar en la Plataforma de Integridad Corporativa [www.eticaccion.cl](http://www.eticaccion.cl) que funciona las 24 horas del día.



**Bajo ninguna circunstancia quien consulte en la materia o informe oportunamente algún hecho que pueda estar reñido con la libre competencia, sufrirá medidas disciplinarias por tal consulta o información.**



# 05

## Recomendaciones relativas a las actividades más relevantes con implicancias en materia de Libre Competencia

LA LIBRE COMPETENCIA ES EL MEDIO MÁS JUSTO Y EFICIENTE PARA ORGANIZAR LA OFERTA Y LA DEMANDA DE BIENES Y SERVICIOS SUSCEPTIBLES DE COMERCIALIZARSE. SE ENTIENDE, ADEMÁS, QUE ASEGURAR LA LIBRE COMPETENCIA DENTRO DE LOS MERCADOS CONSTITUYE LA MEJOR FORMA DE ALCANZAR EL DESARROLLO ECONÓMICO Y GARANTIZAR EL BIENESTAR DE LOS CONSUMIDORES.

De acuerdo con el DL 211, se considera un atentado contra la libre competencia cualquier hecho, acto o convención que impida, restrinja o entorpezca la libre competencia, o que tienda a producir dichos efectos. En consecuencia, no es necesario que el comportamiento tenga efectos actuales en el mercado. Basta que sea apto para potencialmente producir dichos efectos.

Los atentados contra la libre competencia se pueden dividir, de manera general, en dos categorías: acuerdos entre agentes en el mercado (acuerdos horizontales entre competidores y acuerdos verticales entre, por ejemplo, proveedores y distribuidores) y actos unilaterales (abuso de posición dominante y competencia desleal).

### **5.1 RELACIONES CON COMPETIDORES/ ACUERDOS HORIZONTALES**

Los acuerdos horizontales o prácticas concertadas son conductas desarrolladas en forma conjunta o coordinada entre competidores que recaen sobre cualquier variable competitiva relevante, disminuyendo la tensión competitiva que debiese existir entre ellos, por la vía de sustituir la incertidumbre propia de la competencia, por la mayor certeza que da la colaboración. Ejemplos de dichas conductas son los acuerdos entre competidores que tengan por objeto fijar precios de venta o compra, limitar la producción o asignarse zonas o cuotas de mercado.

EL EJEMPLO MÁS TÍPICO DE PRÁCTICAS CONCERTADAS SON LOS INTERCAMBIOS DE INFORMACIÓN COMPETITIVAMENTE SENSIBLE ENTRE COMPETIDORES.

sentido amplio para estos efectos: puede ser formal o informal, escrito u oral; puede encontrarse contenido en un documento, en correos u otros medios electrónicos o haberse establecido en el curso de una negociación; puede resultar de una comunicación directa o por comunicaciones desarrolladas a través de una tercera parte en común; o a través de conversaciones informales. Lo determinante es la existencia de una convergencia de voluntades entre agentes económicos que son competidores entre sí.

El **concepto de prácticas concertadas**, también ilícitas, implica una forma de coordinación entre competidores que, sin llegar a un acuerdo, substituye a sabiendas la competencia espontánea por un mecanismo coordinado. En el fondo, se trata de sustituir la incertidumbre propia de la competencia –que requiere que las decisiones de mercado de cada cual se adopten en base a inteligencia unilateral de mercado- por cierta coordinación que afecta la dinámica competitiva individual y que reduce de manera artificial la incertidumbre bajo la cual se deben adoptar

decisiones de mercado. El ejemplo más típico de prácticas concertadas son los intercambios de información competitivamente sensible entre competidores. Dichos intercambios pueden llegar a tener los mismos efectos anticompetitivos que un acuerdo y, por ello, se sancionan de la misma manera. Tanto en el caso de los acuerdos como de las prácticas concertadas se relaja la tensión competitiva, lo que termina afectando directa o indirectamente el bienestar de los consumidores.

**Estas conductas constituyen la más grave infracción existente en materia de libre competencia.** Incurrir en ella puede dar lugar a multas en perjuicio de la Compañía; genera responsabilidades personales en quienes hayan incurrido en ellas; y los seguros no pueden cubrir los pagos de multas pertinentes que afecten a los involucrados. Asimismo, pueden acarrear la persecución criminal de los ejecutivos implicados en esas conductas. En consecuencia, se deben adoptar todas las precauciones y medidas de diligencia para precaver bajo todo respecto incurrir en estas conductas.

### 5.1.1 PRÁCTICAS PROHIBIDAS CON COMPETIDORES

**La colusión o cualquier entendimiento, plan, arreglo, o acuerdo (escrito o no) entre Sodimac y sus competidores -o su facilitación-, que envuelva cualquiera de las siguientes materias, se encuentra absolutamente prohibida por este Manual y por la normativa de libre competencia, aun en su fase más inicial, directamente o a través de terceros:**



#### **Precios y otras condiciones de venta y compra**

No se debe celebrar ningún tipo de acuerdo (expreso o tácito) o desarrollar cualquier tipo de discusión, comunicación, entendimiento, plan o arreglo con un competidor, concerniente a precios de venta, precios de compra, cambio de precios, márgenes de precios, márgenes de ventas, niveles de descuentos, términos y condiciones de venta, costos, utilidades, entregas, distribución/ transporte, condiciones de crédito, estrategias comerciales futuras, o cualquier otra materia que pueda afectar la competencia entre empresas.



#### **Reparto de clientes; división de mercados**

No se debe celebrar ningún tipo de acuerdo (expreso o tácito) o desarrollar cualquier tipo de discusión, comunicación, entendimiento, plan o arreglo con un competidor para: (i) repartirse un determinado mercado, ya sea territorialmente, en relación a categorías de clientes, a los proveedores, en cualquier otra forma; (ii) incrementar artificialmente las barreras de entrada de nuevos competidores al mercado o aumentar el costo de operación de los ya existentes; o (iii) restringir o repartir compras de servicios o productos a determinados proveedores.



#### **Limitar la producción y la innovación**

No se debe celebrar ningún tipo de acuerdo (expreso o tácito) o desarrollar cualquier tipo de discusión, comunicación, entendimiento, plan o arreglo con un competidor para: (i) limitar la venta de bienes o servicios; (ii) limitar o controlar el nivel de inversiones a realizar por las empresas o el desarrollo tecnológico; (iii) limitar el acceso a infraestructura esencial para el desarrollo de un determinado giro; o, (iv) decidir la participación o no de las respectivas empresas en concursos realizados por entidades públicas o privadas.



#### **Limitar a los proveedores o desarrollar boicots**

No se debe celebrar ningún tipo de acuerdo (expreso o tácito) o desarrollar cualquier tipo de discusión, comunicación, entendimiento, plan o arreglo con un competidor para limitar el número de proveedores o abstenerse de desarrollar negocios con un cliente o proveedor en particular.



#### **Intercambio de Información**

No se debe enviar ni recibir información de los competidores relativa a cualquiera de las materias enunciadas en los párrafos anteriores, ni directamente, ni a través de terceros.

## **5.1.2 TEMAS ESPECÍFICOS A CONSIDERAR: POLÍTICAS DE SODIMAC EN CUANTO A LA RELACIÓN DE SUS MIEMBROS CON COMPETIDORES, INTERCAMBIOS DE INFORMACIÓN Y PRUEBA DE REFERENCIA**

### **Política de Sodimac en cuanto a la relación de sus miembros con personal de los competidores\_**

- **Contactos directos con competidores**

Las infracciones a la normativa de libre competencia se inician muchas veces con contactos directos entre competidores. Las autoridades podrían llegar a presumir una violación de la normativa de libre competencia sobre la base de la existencia de contactos entre competidores y las subsiguientes conductas de éstos, incluso cuando el propósito de tales contactos fuera inocente, o los mismos lleguen sólo al nivel de una propuesta.

- **Contactos indirectos con competidores**

Las infracciones a la normativa de libre competencia también pueden ocurrir por contactos indirectos con competidores. Las autoridades pueden presumir una violación a la normativa de libre competencia, si información sensible es intercambiada entre competidores a través de terceros (ya sean clientes, prestadores de servicios, proveedores comunes, asesores, entre otros). En tal caso, no se requiere que los competidores estén al tanto o de acuerdo con tal práctica de intercambio.

En consecuencia, la política de Sodimac sobre esta materia es estricta, y consiste en lo siguiente:

- Sodimac siempre determina su política comercial, incluyendo precios y condiciones de venta de sus productos y servicios, en forma independiente y unilateral, esto es, sin injerencia alguna de sus competidores o de tercero alguno.
- Se debe evitar cualquier conversación con proveedores, clientes, o cualquier otro tercero respecto de las políticas de precios de los competidores, aumentos de precios de éstos, u otras condiciones de costos, o de venta de los competidores (incluyendo márgenes, promociones o cualquier otro factor relevante en los precios o costos). Si una conversación con un proveedor se dirige a estos temas, debe ponerse fin inmediatamente y reportar el incidente a la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad.
- Se pueden considerar los precios de la competencia en la determinación de los precios de Sodimac. Sin embargo, aquellos deben obtenerse exclusivamente de fuentes públicas y directamente por parte de Sodimac o de sus empresas contratadas para tales efectos. No se debe obtener ni usar información proporcionada por el competidor. Debe documentarse la fuente de toda información competitiva de precios que se obtenga, de tal manera de garantizar que la misma provenga de fuentes públicas.
- Así como no se puede recibir información de la política de precios y otra información comercial sensible de los competidores (incluyendo costos, márgenes, promociones, etc.), los trabajadores de Sodimac tampoco deben enviar información sobre estas materias a sus competidores.



### Caso Práctico 1\_

Uno de sus amigos trabaja en la competencia. Un día lo llama a su celular para comunicarle que la competencia ha decidido subir los precios de determinados productos de manera progresiva durante los próximos meses y que quiere llegar a un acuerdo con usted para que “todos” salgan ganando.

### Solución\_

Esta propuesta de acuerdo sobre precios es ilegal. Usted debe hacerle saber inmediatamente a su competidor que Sodimac determina su política comercial en forma independiente y unilateral y poner fin a dicho llamado.

**Tras lo anterior, debe comunicar inmediatamente este hecho a la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad, para que tome las medidas necesarias según corresponda.**

### Intercambio de Información\_

La entrega o recepción de información comercial sensible entre competidores, incluyendo aquella intercambiada a través de un tercero, constituye una de las típicas conductas fuertemente sancionadas por el derecho de la libre competencia. Para estos efectos, se entiende por información comercial sensible toda aquella que no se encuentra a disposición del mercado a través de fuentes públicas. Ese intercambio de información se encuentra, en principio, prohibido, salvo en casos excepcionales, con autorización de la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad.

Considerando que existe mucha información que es requerida por la autoridad (u otros organismos con funciones asimilables) y posteriormente pasa a constituir información pública, este Manual contiene un listado ejemplar de información cuyo intercambio se encuentra prohibido. Se debe consultar con la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad en caso de tener dudas al respecto. La sola circunstancia de que una autoridad pública solicite determinada información y luego, por ejemplo, la publique, no constituye en sí misma

una eximente de responsabilidad en sede de libre competencia, pues igualmente en ese caso las autoridades antimonopolios podrán examinar la forma en que esa información se entregó (v. gr., nivel de agregación), su oportunidad, el hecho de haberse o no entregado a terceros en forma previa o coetánea a su entrega a la autoridad, el hecho que se entregue exactamente la información solicitada o por el contrario, información adicional, entre otros.

La política de Sodimac sobre esta materia es la siguiente:

- Ningún miembro de Sodimac puede, bajo ninguna circunstancia, intercambiar información comercialmente sensible con sus competidores por ningún medio, sea éste verbal, por escrito, vía medios electrónicos u otros, directa o indirectamente.
- En el mismo sentido, no se debe propiciar ni facilitar el intercambio de información sensible entre agentes económicos (por ejemplo, clientes) que sean competidores entre sí, por ningún medio, sea éste verbal, por escrito, vía medios

electrónicos u otros. **Las negociaciones o discusiones con cada cliente son estrictamente bilaterales y en ellas no puede existir injerencia o conocimiento de ningún tipo por parte de otro emisor.**

- No se debe enviar ni aceptar información alguna (e-mails, mensajes de texto, documentos, etc.), directamente ni a través de terceros, respecto a temas relativos a tarifas, condiciones de venta o cualquier otro aspecto mencionado en este apartado proveniente de un competidor. Si se recibiera alguna información de esta naturaleza, se debe notificar inmediatamente a la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad, que instruirá sobre cómo hacer devolución de ella. Dicha información no podrá ser utilizada para adoptar futuras decisiones comerciales, aun cuando la misma hubiese sido devuelta.
- Si en una reunión formal o informal con representantes de competidores, la conversación se dirige a la discusión de información o temas comerciales sensibles o cualquier otro aspecto mencionado en este apartado, se deberá expresar inmediatamente que la política de libre competencia de Sodimac no permite discutir dichas materias, solicitando al interlocutor que se cambien de tema. Si éste no accede al cambio de tema, se deberá abandonar inmediatamente la reunión, solicitando que se consigne tal hecho en la minuta de la reunión y notificando a la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad acerca de lo acontecido, para que ésta adopte las medidas necesarias. Misma política se debe adoptar en el caso de comunicaciones telefónicas o por otras vías.
- La información comercial sensible que se prohíbe difundir consiste en, pero no se encuentra limitada a, la información comercial sensible de Sodimac que no sea pública. Por tal información comercial sensible, se entiende, entre otros, todo antecedente relativo a, por ejemplo:

- > Políticas de precios (precios actuales o futuros).
- > Estructura de costos.
- > Márgenes.
- > Planes de expansión e inversiones.
- > Orden de puesta en marcha de nuevos productos, servicios o proyectos.
- > Listas y volúmenes de venta de clientes.
- > Listas de proveedores e impresiones sobre la calidad de sus servicios.
- > Políticas de descuentos y promociones.
- > Términos y condiciones de pago.
- > Estrategias comerciales y de inversiones.

- El manejo reservado y confidencial de información comercial sensible debe efectuarse al interior de los equipos de trabajo o unidades de Sodimac. Información comercial sensible de los clientes no puede ser, a su vez, entregada a los demás clientes de Sodimac bajo ningún pretexto. Aquellos equipos de trabajo que participan en reuniones con distintos clientes deben haber sido objeto de una capacitación especial, y el funcionamiento de esas reuniones debe previamente haberse regulado.
- La normativa de libre competencia reprocha la existencia de contactos entre competidores relativos a las variables antes indicadas, sea que éstos se materialicen de forma directa o indirecta. Así las cosas, también debe evitarse la recepción de información comercial sensible de un competidor que pudiese llegar a las manos del personal de Sodimac por intermedio de algún cliente, proveedor o, incluso, de un tercero.

- Del mismo modo, **los colaboradores de Sodimac deberán siempre procurar la confidencialidad de la información que pudiere resultar comercialmente sensible para la Compañía y evitar que clientes, proveedores o, incluso, terceros, pudieran ponerla en conocimiento de competidores de Sodimac. En virtud de ello, se recomienda hacer presente de forma explícita a clientes y proveedores los requerimientos de confidencialidad pertinentes.** Tal exigencia no queda satisfecha con la mera inclusión de un mensaje estándar inserto al pie de los correos electrónicos de la Compañía, sino que deberá ser solicitado expresamente por quien participe de la negociación o comunicación respectiva. El no actuar proactivo en este sentido puede dar lugar a imputaciones de prácticas concertadas trianguladas a través de terceros (llamadas también hub & spoke).
- Si tiene dudas respecto a esta materia, **debe consultar a la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad de Sodimac en forma preventiva.** Asimismo, en caso que reciba información de este tipo de parte de competidores de la Compañía, por cualquier medio, notifique inmediatamente a la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad, quien le instruirá sobre cómo proceder.
- Excepcionalmente, existe otro tipo de contactos con miembros de la competencia que pueden estimarse permitidos, en la medida que correspondan a comunicaciones que no constituyan un intercambio de información comercial sensible, en los términos indicados en este documento, como ocurre por ejemplo dentro del ámbito de asociaciones gremiales. Este tema se encuentra tratado en el punto 6 de este Manual y su interpretación se debe siempre confirmar, caso a caso, con la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad.

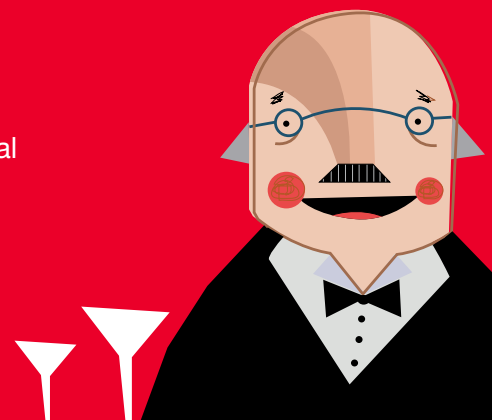
## Caso Práctico 2\_

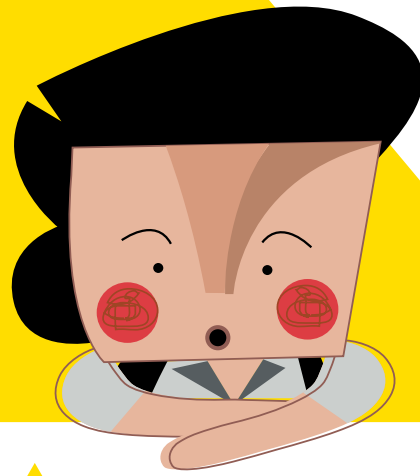
Los miembros de Sodimac son invitados a una Cena Anual de la Industria, donde van a asistir diversos miembros de la competencia.

Durante la cena, uno de los trabajadores de la competencia que se ha sentado en su misma mesa, le informa que él tiene la intención de aumentar los precios de un producto en 3%.

## Solución\_

Pese a que el miembro de la competencia no le ha señalado de manera expresa su intención de celebrar un acuerdo, el traspaso de la información comercial sensible desde una empresa de la competencia se encuentra prohibido. Es necesario que le haga saber a su competidor formalmente y en voz alta que la política de libre competencia de Sodimac no permite discutir ni hablar dichas materias, solicitando al interlocutor que cambie de tema. Si éste no accede al cambio de tema, se debe solicitar que lo cambien de mesa.





### **Prueba de referencia (Benchmark)\_**

Prueba de referencia es el examen por parte de una empresa de las prácticas de negocios o procesos de otras empresas en orden a evaluar y mejorar su propio desempeño. Benchmarking generalmente promueve la competencia mejorando la eficiencia. En todo caso, benchmarking envuelve la observación de los competidores, por lo que consecuentemente puede originar problemas de competencia cuando se efectúe directamente en relación a una determinada empresa competidora o a través de una tercera parte.

En resumen, Sodimac respeta la libre competencia al competir en los mercados de los que participa. Por eso, Sodimac no toma contacto con sus competidores, no intercambia ni da acceso a empresas competidoras, ni directa ni indirectamente, a su información comercial sensible, ni facilita el intercambio entre competidores de cualquier información relativa a precios, cantidades, condiciones de venta, clientes, descuentos, niveles de servicio, estrategia de negocios, cualquier otro factor relevante para el adecuado desarrollo de la competencia en el mercado respectivo, o cualquier otro aspecto mencionado en este apartado.



**Siempre consultar a la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad antes de participar en cualquier actividad de benchmarking, incluyendo la recopilación de datos de mercado o el encargo de estadísticas u otros estudios de mercado. En ellos siempre se debe resguardar el que la actividad se realice independientemente por Sodimac y que por su intermedio no se reciba información sensible de competidores.**



LOS ABUSOS DE POSICIÓN DOMINANTE SON CONDUCTAS DESARROLLADAS UNILATERALMENTE POR UNA EMPRESA CON DETERMINADA POSICIÓN PREDOMINANTE DE MERCADO, QUE IMPLICAN UN PERJUICIO A SUS PROVEEDORES, COMPETIDORES, CLIENTES Y/O A LOS CONSUMIDORES (DIRECTA O INDIRECTAMENTE). LOS ABUSOS DE POSICIÓN DOMINANTE TAMBIÉN PUEDEN SER EJECUTADOS CONJUNTAMENTE POR LOS COMPETIDORES DE UN MERCADO.

## **5.2 RELACIONES CON PROVEEDORES Y CLIENTES (ACUERDOS VERTICALES) Y CONDUCTAS UNILATERALES**

Acuerdos o prácticas entre Sodimac y un cliente o proveedor (prácticas verticales) pueden restringir la competencia si tienen un efecto significativo en la posición competitiva de otros competidores o proveedores. No todos los acuerdos verticales o prácticas de este tipo –tales como acuerdos de exclusividad o de asignación de territorios exclusivos– que tengan efectos en la competencia pueden ser calificados de ilegales; ello dependerá de una combinación de factores, incluida la posición de mercado de las empresas involucradas y la razón o justificación de ellos.

Sodimac es una empresa que opera en el retail, particularmente en el mercado de tiendas de materiales de construcción y de artículos para el mejoramiento del hogar, siendo una de las principales empresas dedicadas a

este rubro en Chile y participando de un mercado altamente concentrado, especialmente en ciertas zonas geográficas. Las autoridades chilenas podrían argumentar que Sodimac goza un poder de mercado significativo en algunos de los mercados regionales o locales en los que participa, por lo que su actuar comercial en ellos debe guiarse con extremo cuidado.

Lo señalado anteriormente respecto a la posición de Sodimac en el mercado, es un elemento de suma relevancia, toda vez que los acuerdos o prácticas entre Sodimac y sus proveedores o clientes podrían restringir la competencia si tienen un efecto significativo en la posición competitiva de otros clientes competidores o proveedores de Sodimac. Dada la integración vertical que existe entre Sodimac y Falabella, los contratos que las vinculen o que afecten a la competencia de Falabella, deben someterse con especial celo a las guías de conducta que a continuación se señalan.

Si bien la posición de mercado de Sodimac debe analizarse continuamente, pues ello será fundamental para determinar su poder de mercado y los riesgos que de ello se derivan para la libre competencia, de todos modos este Manual efectúa recomendaciones destinadas a precaver que la Compañía incurra en conductas que puedan ser calificadas por las autoridades de competencia como abusos de posición dominante y/o acuerdos verticales ilícitos. Detalles del caso a caso deben validarse con la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad.



### **5.2.1. RELACIONES CON PROVEEDORES**

#### **Condiciones de contratación\_**

La política de Sodimac es la de obtener las mejores condiciones comerciales competitivas a la hora de negociar con sus proveedores, con estricto apego a la normativa de libre competencia. En este sentido, en el diseño de acuerdos o contratos con sus proveedores, Sodimac respeta siempre la normativa de libre competencia y evita cualquier negociación o cláusula que se aparte de los usos comerciales aceptables.

## Política de Sodimac sobre condiciones de contratación\_



Selección de proveedores y terminación de relación con éstos. La decisión de iniciar o poner término a la relación comercial con un proveedor debe ser adoptada de forma independiente por Sodimac. En caso de que una terminación sea aprobada, deberá ser notificada a la contraparte con un período de aviso previo razonable en atención a los criterios que fije la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad.



Los costos (precios de compra) que Sodimac pacte con sus proveedores los determinará siempre en forma unilateral e independiente, tomando como variables para su determinación la obtención de las mejores condiciones comerciales para la empresa. **Cualquier entendimiento, plan, arreglo o acuerdo (ya sea por escrito o no) con uno o más proveedores de Sodimac que suponga la imposición o exigencia de precios por el proveedor a Sodimac (precios sugeridos) o de precios de venta a público, está absolutamente prohibido por este Manual.**



Si un proveedor realiza alguna acción encaminada a forzar la adherencia de Sodimac a precios de venta sugeridos, o amenaza con la realización de tales acciones, se debe indicar de inmediato al proveedor que la política de libre competencia de Sodimac exige que la fijación de sus precios de venta al público se determina de manera unilateral e independiente, reportando inmediatamente este hecho a la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad.



Las negociaciones de los contratos entre Sodimac y sus proveedores es estrictamente bilateral. Es decir, la información que las partes utilicen durante la negociación no debe involucrar los precios o condiciones ofrecidas o pactadas por Sodimac con terceros proveedores, ni las de los proveedores de Sodimac con otras de sus contrapartes, ni el intercambio de información relativa a los competidores de los proveedores, o relativa a los competidores de Sodimac. Si se recibiera algún pedido de información de esta naturaleza, se debe indicar que en virtud de la política de Sodimac no se puede entregar esta información, y se debe notificar inmediatamente a la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad.



No se puede discriminar entre proveedores sin justificación objetiva (siendo justificaciones de ese tipo, por ejemplo, las características y volúmenes de compra, concurrencia de economías de ámbito, descuentos justificados por razones logísticas, etc.). Las justificaciones para diferenciaciones deben ser validadas por la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad.



La divulgación anticipada de los costos (precios de compra) a los que Sodimac comprará parte de sus insumos, en instancias gremiales u otras instancias de reunión de sus proveedores es contraria a la política de Sodimac.



Siempre se debe consultar a la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad sobre cualquier acuerdo con un proveedor que (i) prohíba o restrinja la posibilidad de que Sodimac compre a otros proveedores, (ii) requiera al proveedor vender todos o una parte significativa de sus productos o servicios sólo a Sodimac (exclusividad); (iii) contemple cláusulas de nación más favorecida; (iv) incluya empaquetamientos de productos o descuentos asociados a empaquetamientos; o, (v) acuerde descuentos o precios especiales relacionados a planes de crecimiento no incrementales, con efectos en los hechos similares a la exclusividad. Esta consulta deberá efectuarse antes de perfeccionar dichos acuerdos.



No se debe condicionar la contratación con un proveedor a que dicho proveedor no contrate con los competidores en términos más desfavorables; o se abstenga de entregar ciertos productos a tales competidores.



No deberá presionarse, bajo amenaza de sanciones de cualquier naturaleza, para alcanzar acuerdos que tengan por objeto que el proveedor no ofrezca sus productos a los competidores de Sodimac o tome acciones disciplinarias en contra de tales competidores.



No se puede discutir o acordar con proveedores las condiciones de venta de ellos respecto a competidores de Sodimac. Asimismo, Sodimac no puede presionar o perseguir acuerdos que tengan por objeto que el proveedor no negocie con los competidores de Sodimac o que tome acciones disciplinarias en contra de dichos competidores.

## Terminación de la relación con un proveedor\_

En principio Sodimac es libre para terminar sus relaciones de negocio con sus proveedores por causales que considere razonables. Sin embargo, en caso de dudas acerca de la pertinencia de la causal de terminación de las relaciones con un proveedor, típicamente cuando el proveedor tiene un alto grado de dependencia de Sodimac, se deberá consultar a la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad en forma previa a cualquier decisión que se adopte respecto de una terminación y del plazo de los avisos correspondientes. Lo mismo en caso de que una terminación sea notificada a la contraparte con un breve período de aviso previo.

**SODIMAC RESPETA LA LIBRE COMPETENCIA EN LAS NEGOCIACIONES Y ACUERDOS CELEBRADOS CON SUS PROVEEDORES. POR ESO, LA NEGOCIACIÓN DE LA COMPAÑÍA CON LOS PROVEEDORES ES Estrictamente bilateral, sin considerar, enviar, recibir o intercambiar información comercial sensible de terceros ajenos a dicha negociación. Asimismo, la determinación de los costos (precios de compra) que Sodimac pacte con sus proveedores es realizada de manera unilateral e independiente, tomando como variables para su determinación la obtención de las mejores condiciones comerciales para Sodimac. La decisión de iniciar o poner término a la relación comercial con un proveedor debe ser adoptada de manera independiente y unilateralmente por la compañía.**

## Caso práctico 3\_

Durante la negociación con uno de sus proveedores para adquirir un determinado producto, éste le manifiesta que, hace menos de un mes, uno de los mayores competidores de Sodimac encargó el mismo producto, señalándole el costo que se pactó en dicho caso, y solicitándole tenerlo en cuenta en la negociación entre Sodimac y ese proveedor.

### Solución\_

Ante esta situación, es necesario que usted le haga saber de manera inmediata al proveedor que la política de libre competencia de la Compañía prohíbe expresamente la recepción y consideración de dicha información, pues la negociación de Sodimac con sus proveedores es estrictamente bilateral y no puede ser realizada en base a información comercial sensible perteneciente a los competidores de esta última. Además de lo anterior, usted debe dar aviso de inmediato a la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad, que le indicará cómo proceder en estos casos.



## 5.2.2 RELACIONES CON CLIENTES

### Acerca de las precios\_

Los siguientes elementos son parte de la política comercial de Sodimac:

- Es legítimo, lícito y deseable negociar los mejores precios para Sodimac con los clientes, siguiendo prácticas independientes y honestas.
- Sodimac siempre ofrece y negocia los precios y demás condiciones comerciales en forma independiente, evitando las discriminaciones arbitrarias.
- Las negociaciones de los contratos entre Sodimac y sus clientes es estrictamente bilateral. Es decir, la información que las partes utilicen durante la negociación no debe involucrar los precios o condiciones ofrecidas o pactadas por Sodimac con terceros clientes, ni las de los competidores de Sodimac con sus contrapartes, ni el intercambio de información relativa a los competidores de los clientes o los de Sodimac. Si se recibiera algún pedido de información de esta naturaleza, se debe indicar que en virtud de la política de Sodimac no se puede entregar esta información, y se debe notificar inmediatamente a la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad.

CUANDO SODIMAC FIJA SU POLÍTICA DE PRECIOS Y DESCUENTOS, RESULTA ESENCIAL QUE LO HAGA DE FORMA UNILATERAL, BASÁNDOSE EN CRITERIOS GENERALES, NO DISCRIMINATORIOS, OBJETIVOS Y ECONÓMICAMENTE JUSTIFICADOS.



- Las negociaciones de los acuerdos entre Sodimac y sus clientes son confidenciales. Esto implica que Sodimac siempre debe cuidar que la información que entrega a sus clientes en el marco de una negociación no sea publicada o transferida de manera alguna a su competencia por el cliente que recibe dicha información –y tomar las medidas para que ello se asegure–.
- Cualquier entendimiento, plan, arreglo o acuerdo (ya sea por escrito o no) con uno o más clientes de Sodimac que suponga la imposición o exigencia de precios de Sodimac a cualquiera de sus clientes (precios sugeridos) o de precios de venta a público, está absolutamente prohibido por este Manual.
- Precios predatorios/ventas bajo el costo. No se deben fijar los precios de los contratos bajo el costo con la finalidad de eliminar competidores del mercado. Por ello:
  - Se deben fijar los precios procurando siempre que la Compañía sea competitiva en el mercado, pero evitar la fijación de precios bajo el costo con el objeto de excluir competidores del mercado.
  - Se pueden fijar precios bajo el costo en la medida que ello se deba a circunstancias temporales justificadas, o a una reacción frente a precios fijados por los competidores que hayan sido conocidos por la compañía a través de fuentes legítimas, o en otras circunstancias excepcionales.



**En caso de dudas, consulte a la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad.**

## Caso práctico 4\_

Un cliente frecuente de la Compañía llega a su oficina para negociar la compra de ciertos artículos de construcción. Durante dicha negociación, el cliente le ofrece pagar un precio mayor si Sodimac accede a subir los precios de ciertos artículos de construcción a otro cliente de Sodimac, que es a su vez, competidor directo del cliente frecuente.



## Solución\_

Ante dicha solicitud, usted debe informar inmediatamente a su cliente que la política de negociación sobre precios de Sodimac le prohíbe acordar con un cliente la imposición de precios de Sodimac a otro cliente. Si el cliente insiste, ponga fin a dicha negociación.

**Tras lo anterior, debe comunicar inmediatamente este hecho a la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad, para que tome las medidas necesarias según corresponda.**

## Condiciones adicionales de contratación\_

La política de Sodimac es la de obtener las mejores condiciones comerciales competitivas a la hora de negociar con sus clientes, con estricto apego a la normativa de libre competencia y las directrices internas que se generen en el tiempo. En este sentido, en el diseño de tales acuerdos o contratos, Sodimac respeta siempre la normativa de libre competencia y evita cualquier negociación o cláusula que se aparte de los usos comerciales aceptables. Entre las condiciones de contratación y actividades que son o pueden ser **incompatibles** con la normativa de libre competencia, se encuentran, entre otras, las siguientes:

- Presionar o perseguir acuerdos que tengan por objeto que un cliente no compre a los competidores de Sodimac.
- Cualquier otra conducta – como por ejemplo descuentos o precios especiales relacionados a planes de crecimiento no incrementales- de efectos similares a la exclusividad. Se deberá consultar a la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad, sobre las estructuras de descuento aceptables, de acuerdo a la posición de la Compañía en los distintos mercados involucrados.

- Celebración de cláusulas de cliente más favorecido (o de nación más favorecida). Se deberá consultar a la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad, sobre su plausibilidad, caso a caso.
- Imposición de exclusividades de contratación (consultar siempre, caso a caso, con la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad). No podrá pactarse una cláusula de este tipo, sin tener la aprobación previa de la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad, en los mercados en que la Compañía tenga una participación significativa.
- En ciertas circunstancias el empaquetamiento de productos puede generar problemas de competencia. Este tipo de acuerdo consiste en la imposición de la venta de un producto en conjunto con otro, sin una justificación económica objetiva para dicha venta conjunta. La posibilidad de pactar este tipo de acuerdos estará dado por la participación de mercado que tenga Sodimac en uno de los productos parte de la venta atada o empaquetada. No podrá pactarse una cláusula de este tipo, sin tener la aprobación previa de la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad, en los mercados en que la Compañía tenga una participación significativa.



SODIMAC RESPETA LA LIBRE COMPETENCIA EN LAS RELACIONES CON SUS CLIENTES. ES POR ELLO QUE LA FIJACIÓN DE LA POLÍTICA DE PRECIOS Y DESCUENTOS DE SODIMAC SE REALIZA EN BASE A CRITERIOS GENERALES, OBJETIVOS, NO DISCRIMINATORIOS Y ECONÓMICAMENTE JUSTIFICADOS.

### **Selección de clientes y terminación de la relación con éstos\_**

En principio, Sodimac es libre para elegir un cliente y para terminar sus relaciones de negocio con sus clientes por causales que considere razonables. Sin embargo, por la posición de Sodimac en el mercado y el hecho de que Sodimac es parte del Grupo Falabella, las decisiones de contratación y terminación de clientes deben ser cuidadosamente desarrolladas.

La política de Sodimac sobre esta materia es:

- La decisión de iniciar o no renovar la relación comercial con un cliente debe ser adoptada en forma independiente por Sodimac. La decisión será tomada sobre la base de antecedentes objetivos y no arbitrarios.
- En caso de dudas acerca de la pertinencia de la causal de terminación de las relaciones con un cliente, se deberá consultar a la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad, en forma previa a cualquier decisión que se adopte respecto de una terminación. En caso de que una terminación sea aprobada, deberá ser notificada a la contraparte con un período de aviso previo razonable en atención a los criterios que fije la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad.

### **No Discriminación arbitraria\_**

Es parte de la política de Sodimac que todos los tratos con clientes sean desarrollados en términos no discriminatorios (salvo las diferencias fundadas en criterios económicos objetivos tales como niveles de costo, características y volúmenes de venta del cliente, etc.). Se debe consultar a Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad de Sodimac por adelantado si existe la duda respecto a si determinada acción (en relación con descuentos, precios especiales, u otras condiciones comerciales extraordinarias) puede contener elementos de discriminación arbitraria que no tengan justificación en criterios objetivos.

LA NEGOCIACIÓN DE LA COMPAÑÍA CON SUS CLIENTES ES ESTRICTAMENTE BILATERAL, SIN CONSIDERAR NI INTERCAMBIAR INFORMACIÓN COMERCIAL SENSIBLE -ESTO ES AQUELLA QUE NO SE ENCUENTRE DISPONIBLE EN FUENTES PÚBLICAS VERIFICABLES- DE TERCEROS AJENOS A DICHA RELACIÓN.

### 5.3 RELACIONES CON EMPRESAS RELACIONADAS Y S.A.C.I. FALABELLA

LA INTEGRACIÓN  
VERTICAL NO ES  
UNA SITUACIÓN  
ANTI-COMPETITIVA  
EN SÍ MISMA. MÁS  
ESPECÍFICAMENTE,  
EN RELACIÓN CON  
OPERADORES DE TIENDAS  
PARA EL MEJORAMIENTO  
DEL HOGAR, ES HABITUAL  
QUE EXISTA UNA  
INTEGRACIÓN VERTICAL.

Sodimac es parte del grupo Falabella, que es el principal operador de tiendas departamentales en Chile. Falabella opera además un formato de supermercados, un formato de operadores de centros comerciales, un formato de centro comercial con menos de dos tiendas departamentales y ciertas tiendas especializadas. Esta integración vertical tiene varias justificaciones o beneficios económicos para los dueños de grandes tiendas. La literatura generalmente establece que una empresa verticalmente integrada, sea con poder de mercado o no, puede elegir libremente con quién contratar y, en esa medida, podría dar preferencia a empresas relacionadas por sobre otras empresas, aunque sean competidores de aquellas.

Sin embargo, **al momento en que una empresa verticalmente integrada con poder de mercado contrata con una empresa relacionada y decide no hacerlo con un competidor de esta última, cuando quiere terminar una relación existente con un competidor a favor de una empresa relacionada, o cuando aplica condiciones especiales para la empresa relacionada o un competidor, existen riesgos de abuso vertical**, especialmente en relación con condiciones potencialmente discriminatorias o exclusorias, como estrangulamiento de márgenes y subsidios cruzados, que tengan efectos en la competencia entre estas empresas. Las autoridades chilenas han mostrado

una especial preocupación por la aptitud e incentivo que una empresa verticalmente integrada podría tener para excluir o debilitar a competidores en algunos de los segmentos en que esa integración incide. Además existe un riesgo que conductas de Sodimac faciliten paralelismos y/o coordinaciones entre empresas relacionadas y sus competidores.

Esto implica que Sodimac debe procurar siempre que su conducta comercial no sea interpretada como una forma explícita o velada de favorecer, sin justificación objetiva, los intereses del Grupo Falabella, en tanto retail relacionado, en perjuicio de competidores de este último o como una forma de facilitar coordinación. Lo anterior no implica que toda conducta que favorezca los intereses de Falabella en ese sentido sea en sí misma ilegal bajo el DL 211. Sí justifica, en cambio, una mayor precaución por parte de Sodimac, en términos de mantener la mayor independencia posible del Grupo Falabella en el curso de la administración de las tiendas de distribución de materiales de construcción y artículos para el mejoramiento del hogar de su propiedad, para así poder justificar sus decisiones, en forma independiente de los intereses de su controladora. En consecuencia, los colaboradores de Sodimac deben ser muy cuidadosos en sus relaciones con representantes del Grupo Falabella, sea en su rol como cliente o en su rol como controlador de Sodimac.

La política de Sodimac en relación a las relaciones con empresas relacionadas y S.A.C.I. Falabella es la siguiente:

### **Relaciones con empresas relacionadas en su rol como cliente\_**

Es parte de la política de Sodimac que todos los tratos con clientes, sean terceros o empresas relacionadas, sean desarrollados en términos no discriminatorios (salvo las diferencias fundadas en criterios económicos objetivos tales como niveles de costo, características y volúmenes de venta del cliente, etc.).



En relación a la celebración de contratos, Sodimac tiene la libertad de optar por empresas relacionadas, por sobre formatos de la competencia. Sodimac debiera tomar estas decisiones libre y unilateralmente y fundada en criterios económicos y/o comerciales objetivos.



Las recomendaciones y reglas indicadas arriba en relación con relaciones con clientes (intercambio de información, precio de productos, condiciones de contratación, etc.) se aplica igualmente a las relaciones con empresas relacionadas.



Las negociaciones y relaciones con representantes de empresas relacionadas deben ser estrictamente bilaterales.



No se debe entregar información comercial sensible de Sodimac a representantes de empresas relacionadas. La entrega de información comercial de Sodimac a S.A.C.I. Falabella en su calidad de accionistas de Sodimac, está sujeta a un régimen específico. Véase la referencia que se efectúa en el párrafo siguiente a la política de Sodimac acerca del intercambio de información con representantes de empresas relacionadas y de S.A.C.I. Falabella. Si se recibiera algún pedido de información de esta naturaleza, se debe indicar que en virtud de la política de Sodimac no se puede entregar esta información, y se debe notificar inmediatamente a la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad.

## Relaciones con directores designados con los votos de S.A.C.I. Falabella\_

Este punto es tratado en este apartado, dado que en el directorio de Sodimac concurren directores designados con los votos de S.A.C.I. Falabella, lo que hace que deba ponerse particular énfasis en la información que se intercambia al interior del mismo, el tipo de temas que se discuten y las decisiones que se adoptan.

**En cuanto a la información al interior del directorio de Sodimac,** cada director tiene derecho a ser informado plena y documentadamente y en cualquier tiempo, por la administración de Sodimac de todo lo relacionado con la marcha de la empresa. Con todo, este derecho debe ejercerse de manera de no afectar la gestión de la sociedad y velando siempre porque su ejercicio sea proporcional y con miras a obtener la mejor satisfacción del interés de Sodimac. El ejercicio de dicho derecho y la consecuente entrega de información debiese siempre ser informada a la Gerencia de A≤do, los directores elegidos con los votos de S.A.C.I. Falabella tienen los mismos deberes para con Sodimac que los directores restantes, no pudiendo faltar a éstos, a pretexto de defender los intereses de quienes los eligieron.

Para evitar un intercambio de información comercial sensible, los directores de Sodimac –particularmente los elegidos con los votos de S.A.C.I. Falabella– deben ejercer dicho derecho cuidadosa, justificada y proporcionalmente.

La administración de Sodimac informa mensualmente a los directores de la Compañía y a los de Nuevos Desarrollos sobre el desempeño financiero a través de los denominados Informes de Gestión.

Los directores están obligados a guardar reserva respecto de los negocios de Sodimac y de la información a que tengan acceso en razón de su cargo y que no haya sido divulgada oficialmente y en forma previa por Sodimac, incluso respecto de quienes los hubieren designado.

**En cuanto a los temas debatidos y a las decisiones adoptadas al interior del Directorio de Sodimac,** es responsabilidad de cada director velar porque los temas que plantea en el Directorio, la forma en que argumenta en el mismo y la manera en que vota vayan en directo beneficio de los intereses de Sodimac y no de quienes los eligieron o de su propio interés. Lo anterior, dado que los directores de Sodimac tienen prohibido realizar actos contrarios al interés social o usar su cargo para obtener ventajas indebidas para sí o para terceros relacionados en perjuicio del interés social.

De este modo, y para evitar riesgos de incumplimientos a la normativa de la libre competencia, los directores Sodimac deben ejercer sus derechos cuidadosa, justificada y proporcionalmente.

Para asegurar que las decisiones tomadas por el Directorio de Sodimac den cuenta de su política de fijar precios y condiciones comerciales de forma independiente, deben basarse en criterios generales, no discriminatorios, objetivos y económicamente justificados que den además suficiente margen a sus clientes para operar en forma eficiente en el mercado.

**Es parte de la política de libre competencia de Sodimac que todos los tratos con clientes, sean terceros o empresas relacionadas, sean desarrollados sin incurrir en conductas de discriminación arbitraria. Por lo tanto, tales decisiones deben fundarse en criterios económicos objetivos, tales como niveles de costo, características y volúmenes de venta del cliente, etc. La entrega de información comercial sensible de Sodimac a representantes de empresas relacionadas se encuentra prohibida, salvo lo exceptuado en cuanto a los directores designados con votos de S.A.C.I. Falabella, en el entendido que éstos deben cuidar el carácter confidencial de dicha información.**

## 5.4 COMPETENCIA DESLEAL

Los actos de competencia desleal se encuentran igualmente prohibidos en las normas de la libre competencia, en la medida que dichos actos sean ejecutados con el objeto de alcanzar, mantener o incrementar una posición dominante.

En términos generales, constituye un acto de competencia desleal todo comportamiento contrario a los usos honestos en materia industrial o comercial.

Se estiman ilícitos, entre otros: (i) los actos capaces de crear una confusión en el cliente, por cualquier medio, respecto de la empresa misma, la propiedad de sus productos, los productos ofertados por la empresa, o la actividad industrial o comercial de un competidor; (ii) las aseveraciones falsas, en el ejercicio del comercio,

capaces de desacreditar los productos o la actividad industrial o comercial de un competidor; y (iii) las indicaciones o aseveraciones cuyo empleo, en el ejercicio del comercio, pudieren inducir al público a error sobre la naturaleza, el modo de fabricación, las características, o la aptitud de un competidor.

En particular, dentro de las materias reguladas por las normas de competencia desleal se encuentran, entre otras, las de publicidad engañosa; actos generales de engaño; desacreditación maliciosa de competidores; interferencia en contratos de terceros; explotación de la reputación ajena; inscripción y uso malicioso de marcas con el objeto de entorpecer la entrada de competidores; e, interposición abusiva de acciones jurisdiccionales.

ESTA MATERIA PUEDE SER COMPLEJA Y EXCEDE EL ÁMBITO PROPIO DE ESTE MANUAL, POR LO QUE SE RECOMIENDA QUE, EN CASO DE CUALQUIER DUDA, CONSULTE A LA GERENCIA DE ASUNTOS LEGALES Y SOSTENIBILIDAD PARA ASEGURARSE QUE SU ACTIVIDAD SE DESARROLLE EN CUMPLIMIENTO DE LAS REGLAS APLICABLES.



# 06

## PARTICIPACIÓN EN ASOCIACIONES GREMIALES

### **Asociaciones gremiales, agrupaciones de competidores, comités, etc\_**

Las asociaciones o agrupaciones de competidores, cuando son creadas con la finalidad de promover un interés puramente gremial, son lícitas desde la perspectiva de la libre competencia. Sin embargo, tales organizaciones conllevan riesgos en la mirada de la normativa de libre competencia, en cuanto a través de las mismas pueden producirse una serie de ilícitos, especialmente de coordinación, que son duramente sancionados.

A continuación se enumeran, a modo de ejemplo, proyectos o materias cuya discusión no se considera aceptable en términos de la libre competencia, y por lo tanto constituyen materias prohibidas en el marco de este Manual, junto a algunas recomendaciones al respecto. Estos ejemplos no son taxativos. Si se tiene cualquier duda o preocupación sobre estas materias, solicite la opinión de la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad, en forma previa a su participación en este tipo de asociaciones, o tan pronto como surja una inquietud a este respecto.

### **Los asuntos cuya discusión no se considera aceptable en el contexto de asociaciones gremiales o entidades similares, son los siguientes:**

- Cuáles proveedores contratar o no contratar, exigencia que se extiende a cualquier tipo de comunicación, contacto o conversación que pueda mantener Sodimac con uno o más de sus competidores actuales o potenciales.
- Con qué clientes se debe o no contratar, exigencia que se extiende a cualquier comunicación, contacto o conversación que pueda mantener Sodimac con uno o más de sus competidores actuales o potenciales.
- Respecto de competidores, proveedores y clientes, cualquier mención a la política de precios, costos, márgenes, promociones y política comercial de Sodimac.
- Códigos de conducta o de buenas prácticas que busquen una armonización de precios, costos o condiciones estándar, restringiendo substancialmente la libertad para competir en el mercado.
- Exclusión de competidores de la asociación gremial o entidades similares, cuando éstos cumplan con los requisitos de ingreso previamente establecidos.
- Intercambio de información comercial sensible que facilite cualquiera de las conductas enumeradas en los puntos anteriores.

En materia de intercambio de información entre los miembros de la entidad gremial o su similar, **sólo se aceptará que el personal de Sodimac entregue o reciba información que cumpla con las siguientes características**, salvo que ella se encuentre libremente disponible para todo público:



Se trate de información cuyo intercambio no sea frecuente (reportes a lo menos semestrales), además de cumplir con los requisitos señalados en los literales siguientes. En caso de duda respecto del nivel de frecuencia que se considera aceptable, consulte a la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad de la compañía.



Que la información se presente en forma agregada y para materias generales, sin permitir individualizar a sus distintos agentes o áreas geográficas específicas.



Cuando dicha información se refiera a precios, que se trate de precios históricos.



Salvo requerimiento de la autoridad, dicha información no debe ser de entrega obligatoria para Sodimac u otros miembros de la entidad gremial o su equivalente.

ES PARTE DE LA POLÍTICA DE LIBRE COMPETENCIA DE SODIMAC QUE TODA INSTANCIA DE PARTICIPACIÓN EN ASOCIACIONES GREMIALES O ENTIDADES SIMILARES, SEA DESARROLLADA PERSIGUIENDO FINES LEGÍTIMOS DE PROMOCIÓN DE INTERESES PURAMENTE GREMIALES. ES POR ELLO QUE SODIMAC NO UTILIZA ESTAS INSTANCIAS GREMIALES PARA ACORDAR ESTRATEGIAS COMERCIALES COMUNES CON LA COMPETENCIA NI PARA INTERCAMBIAR INFORMACIÓN COMERCIAL SENSIBLE, YA SEA DE SODIMAC O SUS COMPETIDORES. ASIMISMO, TODA ENTIDAD GREMIAL EN QUE SODIMAC PARTICIPE, DEBE CONTAR CON UNA POLÍTICA CLARA Y DEFINIDA PARA EL INGRESO DE NUEVOS MIEMBROS, BASÁNDOSE EN CRITERIOS RAZONABLES, OBJETIVOS Y QUE SE ENCUENTREN ESTABLECIDOS EN TÉRMINOS NO DISCRIMINATORIOS.

## Acciones Recomendadas\_



Toda entidad gremial o su similar, en que participe Sodimac, deberá contar con una política clara y definida para la incorporación de terceros que cumplan con requisitos objetivos de participación. Sin perjuicio de lo anterior, cualquier ingreso debe previamente ser sometido a una evaluación legal, pues puede dar lugar a riesgos de libre competencia.



**En caso de que se discuta algo que usted considere que pueda contravenir la libre competencia, solicite que quede registro de su prevención. Si luego de su prevención los miembros de la reunión continúan refiriéndose a la materia que podría suscitar riesgos desde la perspectiva de la normativa de libre competencia, se recomienda que usted abandone la reunión y pida que quede constancia en acta del motivo de su retiro.**



No se debe participar en ninguna reunión informal de cualquier asociación gremial o entidades similares que no se desarrolle conforme a los procedimientos formales establecidos para el funcionamiento de tales reuniones. En consecuencia, sólo debe asistir a reuniones, físicas o por videoconferencia, previamente calendarizadas, y cuya agenda se encuentre previamente confeccionada, y conste por escrito. Asimismo, se debe mantener un registro de los temas discutidos y de las principales decisiones adoptadas al interior de la entidad gremial o su equivalente. Cualquiera de estas reuniones debe efectuarse en presencia de un abogado con conocimientos de libre competencia.



**En caso de que no se tome nota de algún tópico que pudiera considerarse riesgoso para la libre competencia, usted deberá objetar dicha omisión, sin perjuicio de notificar inmediatamente a la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad de Sodimac.**



**Todo ingreso de Sodimac a asociaciones gremiales, cámaras industriales, agrupaciones, comités u otras entidades similares, deberá ser previamente aprobado por la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad de la Compañía. Lo mismo en relación a las normas de funcionamiento dentro de estas entidades.**



# 07

## CREACIÓN DE ARCHIVOS

EN CUALQUIER ACTIVIDAD DESARROLLADA POR ALGÚN MIEMBRO DE SODIMAC, INCLUIDOS LOS PROCESOS DE CREACIÓN DE ARCHIVOS Y DOCUMENTOS DE CUALQUIER ÍNDOLE, DEBERÁN SER TOMADAS EN CONSIDERACIÓN SIEMPRE LAS RECOMENDACIONES, SUGERENCIAS Y PROHIBICIONES QUE HAN SIDO EXPLICADAS EN EL PRESENTE MANUAL. LO ANTERIOR, DE ACUERDO CON EL ESPÍRITU DE LA COMPAÑÍA DE VELAR, PROTEGER Y PROMOVER LA LIBRE COMPETENCIA EN LOS MERCADOS.

Usted jamás deberá intentar soslayar dichas recomendaciones, sugerencias y prohibiciones mediante la utilización de un lenguaje alambicado, confuso o que esconda sus verdaderas intenciones.

Ahora bien, en ocasiones, como consecuencia de ambigüedades o exageraciones involuntarias en el lenguaje utilizado en tales documentos, podría generarse una incorrecta impresión acerca de lo que en realidad se quiso decir en ellos, lo que podría confundir a la autoridad de competencia o a terceros.

Por lo tanto, todos los e-mails, comunicaciones electrónicas, memorándums y otros textos, tanto internos como externos, deben ser redactados cuidadosa y claramente, procurando explicitar de la mejor forma posible el verdadero sentido y alcance de las expresiones utilizadas, para evitar este tipo de malos entendidos. En ese sentido, se recomienda analizar los documentos que se emiten, poniéndose en la perspectiva de un tercero, o incluso, de las autoridades encargadas de cautelar la libre competencia, considerando cómo serían percibidos por éstas en relación al debido respeto de la normativa de libre competencia. Adicionalmente, y para precaver en la medida de lo posible

eventuales interpretaciones equívocas en relación a los documentos que se generen en Sodimac, se formulan algunas situaciones hipotéticas que servirán para que usted tome consciencia de los errores interpretativos a los que puede dar lugar un lenguaje despreocupado o poco preciso en los documentos de su creación.

- En caso de que un documento sea considerado estrictamente confidencial por usted y su reserva resulte esencial para la actividad comercial de Sodimac, resulta preferible indicar aquello explícitamente que señalar “destrúyase el documento después de leer” o “no debiese poner esto por escrito pero...” o cualquier otra afirmación que sugiera que se está hablando en código. Todo lo anterior, pese a que podría tener por objeto resguardar los intereses de Sodimac, podría ser considerado por la autoridad, en razón del lenguaje descuidado empleado, como indiciario de conductas secretas o ilegales.
- Si un ejecutivo de Sodimac ha sugerido el empleo de una determinada fórmula interna para calcular los precios que cobrará la Compañía, resulta más conveniente afirmar “según la

fórmula sugerida por don Juan Pérez, Gerente de Negocios de Sodimac...” que “de acuerdo a los precios sugeridos...”. Lo anterior, podría generar la impresión errónea de que Sodimac no se encuentra fijando sus precios de forma autónoma e independiente, sino que más bien ha aceptado los precios sugeridos por otro agente económico, sea éste un competidor, proveedor u otro.

- Lo mismo, podría ocurrir en caso de que para tomar una determinada decisión se requiera llegar a un acuerdo entre distintos funcionarios o áreas al interior de Sodimac. Por ejemplo, si para decidir la viabilidad de un proyecto específico se requiera contar con la venia de distintas Gerencias de la Compañía (v.gr. Comercial, Estudios y Proyectos), se sugiere señalar “en virtud de lo conversado por las áreas Comercial, Estudios y Proyectos de Sodimac no realizaremos el proyecto mencionado por no resultar rentable para la compañía” y no “en virtud del acuerdo al que arribamos, no participaremos del proyecto mencionado”.
- En caso de recibirse cualquier comunicación que entregue o solicite, directa o indirectamente, información sensible de la Compañía, o

entregue información sensible de terceros a la Compañía, se debe responder proactivamente y con claridad que dicha solicitud contraviene las políticas expresas de respeto de la libre competencia de la Compañía. A continuación, se debe reportar ese incidente a la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad.

En todos estos casos parece más seguro y conveniente explicar detalladamente a qué se está haciendo referencia, antes que dejar espacio para errores interpretativos o malos entendidos que pudieren dar la impresión de que se está cometiendo una o más conductas de aquellas que el presente Manual y la normativa de libre competencia, prohíben.

- A su vez, se recomienda no especular acerca de la legalidad o consecuencias de una conducta o intentar reformular una opinión legal formulada por la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad de la Compañía o sus asesores externos.
- Las mismas precauciones deben ser adoptadas en cualquier llamada telefónica efectuada hacia o desde la compañía, y en reuniones que se sostengan en representación o a nombre de Sodimac.



**Borrar documentos o archivos frente a una investigación desarrollada por las autoridades de libre competencia es una práctica ineficaz e ilegal. No incurra en ella, pues acarreará una mayor responsabilidad para usted y, eventualmente, para Sodimac.**

# 08

## INVESTIGACIONES DESARROLLADAS POR LAS AUTORIDADES DE LIBRE COMPETENCIA

EN GENERAL, LAS AUTORIDADES RESPONSABLES DE LA APLICACIÓN DE LA NORMATIVA DE LIBRE COMPETENCIA CUENTAN CON FACULTADES AMPLIAS DE INVESTIGACIÓN. TALES INVESTIGACIONES SE ENCUENTRAN ENCARGADAS A LA FISCALÍA NACIONAL ECONÓMICA, EN SU CALIDAD DE REPRESENTANTE GENERAL DE LA COLECTIVIDAD EN EL ORDEN ECONÓMICO, SIN PERJUICIO DE LAS COMPETENCIAS QUE PUDIERAN TENER EL MINISTERIO PÚBLICO PENAL, CARABINEROS DE CHILE Y LA POLICÍA DE INVESTIGACIONES DE CHILE.

En virtud de tales facultades, la Fiscalía Nacional Económica se encuentra habilitada – entre otras cosas – para solicitar información y tomar declaración a funcionarios y ex funcionarios de la compañía. Además, para aquellos casos en que la autoridad se encuentra investigando un eventual acuerdo horizontal o una práctica concertada entre competidores, previa autorización del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia y de un Ministro de Corte de Apelaciones podrá: (i) entrar, asistida por la fuerza policial, y aun sin autorización del propietario, a las oficinas de la Compañía o a las casas particulares de su personal; (ii) incautar correspondencia y documentos; e, (iii) interceptar toda clase de comunicaciones, sean éstas electrónicas o telefónicas, **salvo aquellas comunicaciones entre los miembros de la compañía y sus asesores legales externos.**

En el caso de las comunicaciones entre miembros de la compañía y su Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad, no es claro que dichas comunicaciones se encuentren amparadas por el secreto profesional, por lo que, en principio, las mismas pueden ser objeto de interceptación por parte de las autoridades de libre competencia.

La política de Sodimac es cooperar con las autoridades para la obtención de la información concerniente a las operaciones de la Compañía para el cumplimiento de la normativa de libre competencia. Al mismo tiempo, Sodimac se encuentra habilitada para resguardar, conforme a la ley, los derechos de la Compañía y de su personal sujeto a investigación. En el caso que alguna autoridad solicite información o acceso a documentos o archivos, **deberá ser informada de que, aun cuando forma parte**

**de la política de la compañía cooperar con las autoridades, la materia debe ser inicialmente tratada con la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad de Sodimac.** Este procedimiento debe ser seguido sea que se trate de requerimientos escritos o realizados en forma personal por un representante de la autoridad, ya sea en las oficinas de la compañía o en la residencia privada de algún miembro de Sodimac. Por lo tanto, ninguna información de cualquier clase debe ser entregada a la autoridad a que nos referimos, sin previa autorización e intervención de la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad de la Compañía.

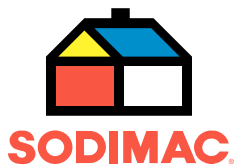
Debe tenerse en consideración que las personas sometidas a investigación cuentan con derechos, los cuales incluyen el derecho de recibir asistencia jurídica antes de

responder cualquier pregunta de los representantes de la autoridad. Esto debe señalarse a los funcionarios que se presenten, e informárseles que se les contactará luego de haber recibido tal asesoría jurídica. En el caso de que un funcionario público presione para la obtención de respuestas inmediatas, debe solicitarse a tal persona que respete la decisión de consultar a los asesores jurídicos primero, y manifestarle que a la brevedad se comunicará con él o, en su caso, lo contactarán los asesores jurídicos.

**En todos los casos debe exigirse a quien se identifique como representante de la autoridad su correspondiente credencial o personería y contactar de inmediato por teléfono a la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad de la compañía. La Gerencia proporcionará orientación acerca del curso de acción a seguir.**



**En el Anexo de este Manual se encuentran los lineamientos generales que deberán ser seguidos en caso de procedimientos de investigación que se lleven a cabo en las oficinas de la Compañía.**



Anexo

---

# GUÍA DE COMPORTAMIENTO FRENTA A UNA INVESTIGACIÓN

---

## GENERALIDADES

SEGUIR ESTE PROCEDIMIENTO PUEDE AYUDAR CONSIDERABLEMENTE A QUE LA INVESTIGACIÓN SE DESARROLLE DE MANERA MÁS EFICAZ, EVITANDO QUE ELLA IMPLIQUE UNA PARALIZACIÓN O ENTORPECIMIENTO DE SUS FUNCIONES NORMALES.

De acuerdo a las normas del Código Procesal Penal que regulan esta materia, la Fiscalía Nacional Económica (“FNE”) podrá entrar y registrar un lugar cerrado: (i) con el consentimiento del propietario o encargado, sin necesidad de orden judicial; (ii) notificando al propietario o encargado de la autorización judicial concedida de la entrada y registro; o (iii) sin notificar al propietario o encargado, si de los antecedentes entregados por la FNE se desprende que la notificación de la medida puede frustrar el éxito de la diligencia.

Las recomendaciones que aquí formulamos serán particularmente relevantes en el caso de la realización de los allanamientos que las facultades de la FNE le permiten.

### **A. Guía de comportamiento para colaboradores que reciben a personas que se identifican como funcionarios de la FNE, Carabineros de Chile o la Policía de Investigaciones, bajo la dirección de un funcionario de la FNE\_**

1. Quien recibe a estas personas en su llegada a la Compañía debe

dar aviso inmediato por teléfono a la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad de Sodimac.

2. Se debe solicitar al los funcionarios sus identificación personal y anotar sus datos.
3. Se debe solicitar que expliquen el motivo de su visita o exhiban la orden judicial que portan, en el caso de allanamiento, presentando, en lo posible, una copia de ésta.
4. Se debe hacer una copia de la orden judicial.
5. Se debe informar a los funcionarios de que aun cuando forma parte de la política de Sodimac cooperar con las autoridades, la materia debe ser inicialmente tratada con la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad.
6. Se debe invitar a los funcionarios a tomar asiento en alguna sala de espera y solicitarles que esperen la llegada de algún miembro de la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad de Sodimac.
7. Ante dudas en el procedimiento a seguir, se debe contactar de inmediato a la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad de Sodimac.

## **B. Guía de comportamiento para quienes conforman la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad de Sodimac ante la visita de algún funcionario de la FNE con motivo del desarrollo de una investigación\_**

1. Ante el aviso de la visita de la FNE a la empresa, concurrir inmediatamente a recibir a los funcionarios respectivos, comunicando la situación a los restantes miembros de la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad de Sodimac.
2. Contactar e informar a la brevedad a los abogados externos de la empresa en materia de libre competencia.
3. Solicitar a los funcionarios que exhiban copia de la orden judicial que ordena la investigación y efectuar copia de ella, o cerciorarse de que dicha copia se haya obtenido previamente.
4. Tratar de manera cortés a los funcionarios y mostrar una actitud colaborativa.
5. Chequear la orden que los autoriza a realizar el allanamiento, verificando la legalidad y extensión de las competencias con que cuentan los funcionarios para desarrollar la investigación, incluyendo los antecedentes u objetos que pueden ser incautados.
6. Solicitar a los funcionarios que esperen por breve tiempo la llegada de los abogados externos para comenzar el desarrollo de la investigación. Los funcionarios de la FNE implicados pueden negarse a ello.
7. Determinar una oficina o sala de conferencias que quede a disposición de los funcionarios de la FNE, sugiriéndoles que ella sea utilizada como centro de operaciones para el desarrollo de la investigación.
8. Designar a los miembros de la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad de Sodimac que colaborarán con los abogados externos para formar el equipo de Sodimac encargado de la investigación.
9. Designar un secretario o asistente que se encargue de llevar registro con copias de todos los documentos u objetos proporcionados a los funcionarios.
10. Coordinar con el funcionario de la FNE encargado de dirigir la investigación. Por ejemplo, informar al funcionario el nombre de la persona a quien deberán dirigir todas sus solicitudes de información, quien definirá qué persona de la empresa entregará en concreto la información solicitada por los funcionarios y, en general, quien mantendrá el contacto directo con esos funcionarios.



**La orden debe contener el o los edificios o lugares que hubieren de ser registrados, el nombre del Fiscal que lo hubiere solicitado, la autoridad encargada de practicar el registro y el motivo de éste. La autorización tiene una vigencia de 10 días para llevar a cabo la orden de registro, los que deben contarse desde la fecha de la autorización dada por el Ministro de Corte de de Apelaciones.**

LOS FUNCIONARIOS PUEDEN SOLICITAR A LOS MIEMBROS DE SODIMAC LOS ANTECEDENTES QUE ESTIMEN NECESARIOS PARA SU INVESTIGACIÓN. EL PERSONAL NO ESTÁ OBLIGADO A RESPONDER PREGUNTAS ACERCA DE HECHOS, ACTOS O CONVENCIONES OBJETO DE INVESTIGACIÓN DURANTE EL DESARROLLO DE LA VISITA.

11. Conforme a los requerimientos de información expresados por el funcionario de la FNE, convenir la documentación a que se dará acceso, qué tipo de información requiere ser recopilada mediante entrevista de personal o cualquier otro aspecto de la investigación.
12. Debe tenerse en consideración que, si la orden judicial lo expresa así, la FNE puede solicitar todo tipo de documentos, objetos (p.ej. teléfonos móviles, computadores) bases de datos u otros archivos en formato digital –incluso aquellos datos que han sido eliminados de discos duros u otros dispositivos de almacenamiento- solicitudes que, de no ser acogidas, pueden ocasionar que la FNE emita órdenes de arresto de hasta 15 días en contra de las personas que obstaculicen la investigación.

**En la práctica, Carabineros de Chile o la Policía de Investigaciones incautan los computadores completos incluyendo sus discos duros. No se ha discutido hasta hoy la proporcionalidad de tal medida, dada la alternativa de permitir la búsqueda de documentos relevantes o la elaboración de copias de los discos duros involucrados.**

13. El encargado de conducir la colaboración de Sodimac en la investigación debe proporcionar acceso a la solicitud de los funcionarios a cualquier documento o comunicación de la empresa que no se encuentre

cubierto por el secreto profesional que rige la relación entre cliente y abogado.

14. Ordenar que el equipo encargado de la investigación lleve un registro completo de todos los documentos entregados a los funcionarios de la FNE, así como de todas las preguntas formuladas por ellos en el curso de la investigación y las respuestas dadas a éstos. Realizar tres copias de cada documento solicitado, entregando una a los funcionarios, y reservando las dos restantes para formar dos expedientes propios sobre la investigación, quedando uno a disposición de los abogados externos y el otro de la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad de Sodimac.
15. Acompañar a los funcionarios en todas sus visitas, tomando nota de los lugares visitados y de lo que ha sido objeto de examen.
16. Solicitar al funcionario de la FNE a cargo de la investigación que firme el registro en que se consignen todos los documentos u objetos que han sido entregados durante el curso de la investigación.
17. Monitorear constantemente el curso de la investigación en coordinación con los abogados externos.
18. Confeccionar un informe final del desarrollo de la investigación con sus aspectos principales, una vez finalizada ésta.



### **C. Resumen de pautas para seguridad y recepción en el caso de una inspección sorpresiva de la FNE\_**

**En caso de una inspección sorpresiva por parte de la FNE usted debe seguir los siguientes pasos:**

- **Permanezca en calma, y sea cortés con el grupo en todo momento.**
- Pida que una copia de la orden judicial de entrada le sea exhibida. Ésta deberá contener la orden de entrada y registro a las oficinas de Sodimac con indicación exacta de la dirección de las oficinas que son objeto de la incursión. Saque una copia de la misma. Si no se exhibiere la orden, comuníquese con la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad de Sodimac inmediatamente.
- Exija a todos los funcionarios que se identifiquen. Deje un registro escrito de todo este proceso, que incluya el horario de llegada.
- Las incursiones a las oficinas de Sodimac sólo pueden llevarse a cabo entre las 6:00 y las 22:00, salvo que la resolución judicial que autoriza el ingreso indique expresamente lo contrario.
- **Contacte inmediatamente a los miembros de la Asuntos Legales y Sostenibilidad de Sodimac. En caso que ellos no se encuentren disponibles, comuníquese inmediatamente con los abogados externos de Sodimac.**
- No impida por ningún motivo el ingreso de los funcionarios de la FNE y la policía a las oficinas de Sodimac. **Sin embargo, asegúrese que siempre estén acompañados por algún miembro de la Gerencia de Asuntos Legales y Sostenibilidad de Sodimac o por los abogados externos, cuyos teléfonos figuran en documento aparte que deberá ser mantenido en la recepción de la compañía.**

- Mantenga siempre la calma y, con excepción de las personas indicadas, no informe a nadie acerca de la inspección sorpresiva. Esto rige tanto para cualquier persona externa a Sodimac como a sus propios funcionarios.
- No publique en ningún tipo de red social u otro medio lo que está ocurriendo.
- Pregunte al investigador jefe si no les importaría esperar en una sala mientras llegan los abogados. Revise que no hayan quedado documentos en la sala de reuniones, que los pizarrones estén limpios y que el proyector/ pantalla estén apagados.
- Si la sala de reuniones está siendo usada por empleados con motivo de una reunión interna, deben ser interrumpidos y se les debe solicitar que abandonen la sala de inmediato. Explique que es necesario debido a una importante reunión externa. No le cuente a nadie sobre la investigación, excepto al abogado de Sodimac. Si los investigadores requieren cualquier tipo de documento de dicha reunión, asegúrese que la orden los autoriza. Si la requieren de manera voluntaria, previamente discuta su entrega con los abogados.
- Si los investigadores prefieren permanecer en la recepción, déjelos quedarse ahí.
- Es posible que los investigadores soliciten ir directamente a los puestos de trabajo u oficinas de algunos ejecutivos y se rehúsen a permanecer en la sala habilitada. Esto no debe ser un punto de discordia. En cualquier caso, procure que los investigadores estén acompañados en cualquier lugar en que se encuentren.
- Espere con los investigadores hasta que el abogado llegue. Esto no debiera ser un punto de discordia, de modo que si los investigadores prefieren quedarse solos, lo pueden hacer siempre y cuando no salgan de la sala.



# Gracias!

---

Recuerda siempre consultar a la gerencia de asuntos legales y sostenibilidad de Sodimac frente a cualquier pregunta o preocupación que surja en materias relativas a la normativa de libre competencia.

