



Política de Cumplimiento de Libre Competencia Cencosud



POLÍTICA DE CUMPLIMIENTO DE LIBRE COMPETENCIA



INTRODUCCIÓN Y OBJETIVO

La Política de Cumplimiento de Libre Competencia (la "Política") forma parte del modelo de cumplimiento de Cencosud S.A. y sus filiales chilenas ("Cencosud" o la "Compañía") para asegurar el respeto de la normativa de libre competencia.

La libre competencia promueve mercados abiertos y dinámicos, incentiva la eficiencia y la innovación, y beneficia a consumidores y empresas mediante una mejor oferta de bienes y servicios.

Cencosud reafirma su compromiso con competir de manera justa y honesta, y exige a sus directores, gerentes, ejecutivos y colaboradores el cumplimiento íntegro de la normativa de libre competencia.

Esta Política se enmarca en el Decreto Ley N°211 sobre defensa de la libre competencia y se complementa con la jurisprudencia aplicable, los pronunciamientos y guías de la Fiscalía Nacional Económica y estándares comparados relevantes para las operaciones del grupo.

Su finalidad es entregar lineamientos generales para que los Colaboradores comprendan las normas de libre competencia y detecten oportunamente situaciones de riesgo.

Esta Política es vinculante para los directores y Colaboradores de Cencosud y sus filiales chilenas.

TABLA DE CONTENIDOS

1. CONDUCTAS CONTRARIAS A LA LIBRE COMPETENCIA.....	4
2. GRAVEDAD DE LAS VIOLACIONES A LA LIBRE COMPETENCIA.....	13
3. COMPORTAMIENTO ANTE UNA INVESTIGACIÓN REALIZADA POR AUTORIDADES DE LIBRE COMPETENCIA.. ..	14
4. CANALES DE CONSULTA Y DENUNCIAS.....	15
5. INCUMPLIMIENTO DE LA POLÍTICA.....	15
6. ANEXO N°1 RESPUESTAS TIPO.....	16

01

CONDUCTAS CONTRARIAS A LA LIBRE COMPETENCIA

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.

A continuación, se describen las principales infracciones a la normativa de libre competencia y las pautas generales de actuación para prevenirlas.

Esta Política busca identificar y prevenir riesgos anticompetitivos, pero no puede cubrir todas las situaciones posibles. Ante dudas o para reportar infracciones, los Colaboradores pueden contactar al Oficial de Cumplimiento de Libre Competencia (librecompetencia@cencosud.cl).

1.1. Acuerdos anticompetitivos con competidores (acuerdos horizontales).

Los acuerdos horizontales o prácticas concertadas son coordinaciones entre competidores sobre variables competitivas relevantes que reducen la competencia que debe existir entre ellos.

Para estos efectos, un acuerdo puede ser formal o informal, escrito u oral, y surgir por comunicaciones directas o a través de terceros, incluso en conversaciones informales.

La práctica concertada es una coordinación entre competidores que, aun sin acuerdo formal, reemplaza la competencia por colaboración y reduce la incertidumbre competitiva, por ejemplo, mediante el intercambio de información comercial sensible.

El Decreto Ley N°211 sanciona per se los denominados carteles duros: acuerdos o prácticas concertadas entre competidores para fijar precios, limitar producción, asignar mercados o afectar licitaciones. En estos casos basta acreditar su existencia para que procedan sanciones.

Los acuerdos colusorios y las prácticas concertadas son consideradas las infracciones más dañinas y graves contra la libre competencia, por lo que se deben adoptar todas las precauciones y medidas para impedir incurrir en estas conductas.

Se debe tener un especial cuidado en lo que respecta al intercambio de información comercial sensible. El intercambio de este tipo de información entre competidores, sea de manera directa, o mediante terceros, puede propiciar acuerdos entre competidores, o sin llegar a un acuerdo, se disminuya la incertidumbre, afectando así la toma de decisiones independientes de los competidores y, en consecuencia, la dinámica competitiva.

Se entiende por información comercial sensible aquella no pública y estratégica para competir, como precios, descuentos, costos, márgenes, volúmenes, estrategias, planes comerciales, clientes, promociones o condiciones de compra y venta. Compartirla con competidores puede facilitar coordinaciones indebidas.

Para prevenir la materialización de estos riesgos, las directrices son las siguientes:

- Asegúrate que todas las decisiones acerca de precios futuros u otras variables que incidan en el proceso competitivo sean tomadas por Cencosud de forma independiente. Los precios deben determinarse de manera independiente basados en las condiciones de mercado existentes. Ello no implica, por cierto, que Cencosud no pueda “mirar” a su competencia para definir sus precios, pues eso refleja la “condición de mercado existente”. Esto sólo lo podrá efectuar a través de fuentes de información pública y a través de los llamados “chopeos”.

- Evita comentar con competidores información comercial sensible, como precios, descuentos, márgenes, costos, volúmenes, cuotas de mercado, promociones, estrategias comerciales, condiciones de crédito, clientes, proveedores o cualquier otra información estratégica no pública.
- Protege la información confidencial de Cencosud y asegúrate de que los proveedores hagan lo mismo.
- Excepcionalmente, se podrá compartir información con otras empresas, siempre cuando exista una legítima razón de negocios y se cuente con la aprobación de la Gerencia Legal o del Oficial de Cumplimiento de Libre Competencia. Las legítimas razones de negocios pueden consistir en el establecimiento de políticas de seguridad, preparación de presentaciones a la autoridad o el cumplimiento de regulaciones gubernamentales, por ejemplo, las que sólo debieran darse, en principio, en el seno de una asociación gremial.

Con todo, la información deberá siempre ser entregada por las empresas bajo confidencialidad a un tercero independiente y divulgada con posterioridad en forma agregada.

- Es común que un proveedor solicite a Cencosud información de comportamiento de ventas, resultados, etc. de sus propios productos. En tal caso, es legítimo entregar información a dicho proveedor, exclusivamente referida a sus propios productos.
- En caso de reuniones en las que se sepa que asistirá uno o más competidores, infórmate de antemano acerca de los temas a tratar, y solicita a la Gerencia Legal y/o Oficial de Cumplimiento de Libre Competencia en caso de que alguna de dichas materias sea dudosa a la luz de la libre competencia. En caso de asistir a reuniones informales o actividades a las que Cencosud ha sido invitado por una asociación gremial, profesional o por un proveedor, no debes referirte a temas comercialmente sensibles. Si así ocurre, debes retirarte haciendo hincapié en el motivo del retiro y dejando constancia, de lo contrario su permanencia haría posible inferir el consentimiento en caso de demandarse posteriormente por una colusión.
- No acuerdes con la competencia cualquier condición de comercialización, ya sea directamente, vía proveedores o a través de cualquier tercero.
- No solicites o aceptes información de proveedores sobre nuestros competidores, ni menos que éstos intercedan con la competencia ya sea para que varíen sus precios o modifiquen alguna otra política de comercialización. Al igual que Cencosud, los competidores deben fijar sus precios y condiciones de comercialización de manera independiente.
- No fundamente una decisión en el antecedente que la conducta a desplegar se ajusta a lo que siempre se ha hecho en la industria, esto es, en que así se hacen los negocios.
- Desconfía de argumentos que se fundan en la costumbre y pregunta en caso de dudas acerca del alcance de dichas prácticas al Oficial de Cumplimiento.
- En caso de que la autoridad, en ejercicio de sus atribuciones, solicite a Cencosud información comercial sensible, esta información deberá ser entregada dando cuenta a la autoridad que la información tiene el carácter de comercial sensible para la Compañía y solicitando la confidencialidad de esta.
- En cuanto a los incentivos pagados a Colaboradores, la Compañía deberá: (i) evitar todo tipo de bonos, premios e incentivos cuyo único objetivo sea lograr la exclusión indebida, explícita y directa de algún competidor o competidores; (ii) evitar incentivos que motiven la comisión de conductas de coordinación, y; (iii) hacer mención expresa en los documentos en que se definen los bonos a que ningún bono o premio puede ser obtenido por la vía de incurrir en conductas contrarias a la libre competencia. Las metas establecidas por la Compañía deben ser fundadas y deben poder cumplirse sin la necesidad de recurrir a actos anticompetitivos.

- Si tienes conocimiento de que se celebró, o que se pretende celebrar un acuerdo con competidores, su obligación como Colaborador es denunciarlo en cuanto tome conocimiento de ello, a través de los Canales de Denuncia establecidos en el punto 4 de la presente Política.

LO ESENCIAL

El intercambio de información comercial sensible con competidores —ya sea de forma directa o a través de terceros— puede constituir una infracción a la libre competencia, aun cuando no exista un acuerdo explícito. Ante cualquier duda, consulta al Oficial de Cumplimiento de Libre Competencia antes de compartir datos estratégicos de la Compañía.

✓ HACER	✗ NO HACER
Consultar al Oficial de Cumplimiento antes de compartir cualquier dato estratégico con un competidor, directamente o a través de terceros.	Compartir con competidores información sobre precios, márgenes, descuentos o condiciones comerciales futuras, aunque sea de manera informal.
Retirarse inmediatamente y dejar constancia escrita si en una reunión gremial se comienza a intercambiar datos comercialmente sensibles.	Permanecer en una reunión donde se intercambie información sensible; la sola presencia puede interpretarse como consentimiento tácito.
Solicitar confidencialidad cuando la autoridad requiera información comercial sensible de la Compañía.	Intercambiar con competidores estrategias de negocios, planes de desarrollo, costos o listas de clientes, incluso con fines comparativos.
Utilizar únicamente fuentes públicas y chopeos para obtener información sobre precios de la competencia.	Solicitar o aceptar información comercial sensible sobre competidores a través de proveedores o cualquier tercero.

1.2. Relación con proveedores (Acuerdos Verticales)

Los Acuerdos Verticales son acuerdos entre empresas, que operan en planos distintos de la cadena de producción o distribución, y se refieren a las condiciones en que las partes pueden adquirir, vender o revender bienes o servicios.

Como principio general los Acuerdos Verticales son permitidos, pero es posible en algunos casos que la libre competencia se vea afectada. Un ejemplo de esto último es cuando los contratos tienen por objeto o efecto excluir del mercado a un competidor de alguna de las empresas que los suscriben.

En este contexto, como principio general, los Colaboradores pueden negociar libremente con clientes, proveedores u otros socios comerciales, no obstante, deben tener especial cuidado en los siguientes casos:

- Acuerdos orientados a promover la colusión** (por ejemplo, de traspaso de información sensible).
- Cláusulas de exclusividad.** No son necesariamente anticompetitivas, pero deben evaluarse caso a caso, especialmente si la Compañía o la contraparte tienen posición relevante en el mercado o si su duración es significativa. Cuando ambas partes superen una participación de mercado del 35%, debe consultarse al Área Legal y/o al Oficial de Cumplimiento.
- Descuentos, rappel e incentivos basados en participación de mercado o fidelidad.** Son lícitos cuando responden a eficiencias objetivas y verificables, pero son riesgosos si buscan fidelizar,

excluir competidores o condicionan beneficios al logro de cuotas o participaciones de mercado.

Los Colaboradores deben abstenerse de negociar o implementar descuentos retroactivos o incentivos que generen efectos de cierre o exclusión.

- d. **Modificación unilateral de condiciones comerciales ya acordadas.** Toda condición de compra o venta —incluyendo aportes, descuentos, rappel, plazos de pago y cobros por servicios— debe ser pactada con anterioridad al cierre del negocio (ex ante) y estar respaldada en una contraprestación real y verificable.

Está prohibido modificar unilateralmente, después de cerrado el negocio, precios, descuentos, plazos u otras condiciones previamente acordadas con proveedores o clientes.

- e. **Plazos de pago a proveedores y acceso al factoring.** Los plazos de pago no deben extenderse unilateralmente una vez convenidos, ni puede obstaculizarse el acceso de los proveedores al factoring o a la cesión de sus facturas.
- f. **Cobros a proveedores sin contraprestación objetiva.** Está prohibido cobrar o descontar a proveedores sumas por conceptos de inauguración de locales, remodelaciones, publicidad, reponedores, mermas u otros ítems análogos, cuando dichos cobros no hayan sido pactados previamente en el acuerdo comercial correspondiente, o cuando no exista una contraprestación real y verificable para el proveedor.

Los cobros por servicios prestados a proveedores deben estar explícitamente establecidos en el contrato, ser objetivos, no discriminatorios, y corresponder a beneficios efectivos para el proveedor.

- g. **Restricciones con efecto acumulativo.** Incluso restricciones verticales individualmente lícitas pueden generar cierre de mercado si se adoptan masivamente. Antes de estandarizar cláusulas restrictivas debe consultarse al Área Legal.

1.3. Abuso de Posición Dominante

Una empresa tiene posición dominante cuando puede adoptar decisiones estratégicas con menor presión competitiva de competidores, proveedores o clientes. Tenerla no es ilícito; abusar de ella sí, especialmente si la conducta excluye competidores o reduce la intensidad competitiva.

Si bien la existencia de una posición dominante debe analizarse caso a caso, la Compañía ha adoptado ciertas medidas a fin de evitar conductas abusivas, entre las cuales, se encuentra la prohibición para los Colaboradores de desarrollar las siguientes conductas:

- a. **Discriminar arbitrariamente.** Esto implica ofrecer precios, condiciones comerciales o beneficios distintos a clientes o proveedores similares sin una razón económica o técnica objetiva que lo justifique (por ejemplo, volúmenes, costos logísticos, riesgos de crédito o estacionalidad). Esta conducta puede poner en desventaja competitiva a determinados clientes o proveedores, pudiendo generar efectos exclusivos o explotativos en el mercado. Un ejemplo de esta conducta es otorgar plazos de pagos más extensos o mejores condiciones de exhibición a un proveedor, sin que exista un criterio comercial objetivo que lo sustente.

- b. **Fijar precios predatorios.** Se refiere a ofrecer productos o servicios a precios inferiores a los costos, con el propósito de excluir a competidores o dificultar la entrada de nuevos actores al mercado. Esta conducta distorsiona la competencia y puede perjudicar a los consumidores. En el largo plazo, al reducir la variedad o elevar los precios una vez eliminada la presión competitiva. Un ejemplo de esta conducta

es ofrecer productos a precios bajo costo de manera sostenida, sin una justificación promocional temporal o reacción legítima a precios públicos de la competencia.

c. **Estrangular márgenes.** Esto se da cuando una empresa que participa en distintos niveles de la cadena de valor fija precios o condiciones de venta que impiden a sus competidores aguas abajo obtener un margen razonable para operar. Esta conducta puede excluir competidores que dependen de insumos de un mismo actor que compite con ellos. Un ejemplo de esta conducta es vender un insumo esencial para un producto a un precio elevado a competidores, mientras que el producto final se ofrece a precios muy bajos, reduciendo el margen del competidor a cero o negativo.

d. **Realizar ventas atadas.** Situación en la que la venta de un producto o servicio se condiciona injustificadamente a la adquisición de otro producto o servicio distinto. Esta práctica puede restringir la libertad de elección del cliente y dificultar la entrada de competidores en alguno de los mercados involucrados. Un ejemplo de esta conducta es condicionar la venta de un producto o servicio a la obligación de contratar otro complementario sin que exista una justificación técnica o económica.

e. **Realizar empaquetamientos exclusorios.** Consiste en ofrecer de manera conjunta dos o más productos o servicios, a precios o condiciones que hacen económicamente desventajosa su contratación separada, es decir, hacen económicamente ineficiente para un cliente la contratación separada de los servicios, generando así efectos de cierre o exclusión en el mercado. Un ejemplo es ofrecer un paquete de productos o servicios con un descuento tal que no sea razonable para los clientes adquirir uno de ellos de un proveedor alternativo.

f. **Negar injustificadamente la venta o suministro.** Esto implica rechazar, sin causa objetiva, proveer un producto o servicio que resulta esencial para que un tercero pueda competir o continuar operando en un mercado relacionado. Esta conducta puede constituir un abuso cuando el bien o servicio negado es indispensable y no existen alternativas razonables. Un ejemplo es negarse a vender un espacio publicitario relevante a un actor que compite en otro segmento, sin razones técnicas o de capacidad que lo justifiquen.

g. **Incurrir en conductas de acaparamiento.** Ocurren cuando una empresa adquiere, reserva o retiene insumos, espacio o productos en cantidad superiores a las necesarias para su operación normal, con el fin o efecto de limitar el acceso de competidores. Estas prácticas pueden crear barreras artificiales a la competencia. Un ejemplo es reservar más espacios de exhibición o stock del necesario para evitar que competidores puedan acceder a ellos.

h. **Aplicar descuentos abusivos o exclusorios.** Consiste en otorgar descuentos, bonificaciones o beneficios económicos con el propósito o efecto de excluir a competidores o condicionar la fidelidad de clientes. Esta práctica puede generar un cierre de mercado y dificultar la libre competencia. Un ejemplo es ofrecer descuentos retroactivos o por alcanzar cierta participación de mercado que hagan económicamente inviable al cliente cambiar de proveedor.

i. **Establecer exclusividades injustificadas.** Implica pactar o exigir acuerdos que obligan a un proveedor o cliente a comprar o vender exclusivamente con una empresa, impidiendo el acceso de competidores a canales o productos relevantes. Si bien algunas exclusividades pueden tener eficiencias, cuando no se justifican objetivamente pueden generar efectos de cierre o dependencia. Un ejemplo es exigir a un proveedor que venda únicamente a una cadena o formato, sin una razón técnica o comercial válida.

j. **Fijar precios de reventa.** Corresponde a imponer precios mínimos, máximos o específicos de reventa a distribuidores o minoristas, restringiendo su libertad para fijar precios. Aunque la sugerencia de precios puede ser lícita, la presión directa o indirecta para mantener un precio determinado constituye una práctica riesgosa. Un ejemplo es instruir o condicionar a los distribuidores a no vender un producto por debajo de cierto precio.

k. **Fijar precios excesivos.** Ocurre cuando una empresa con poder de mercado cobra precios significativamente superiores a los que serían competitivos o razonables, aprovechando su posición para obtener rentas indebidas. Esta práctica puede perjudicar directamente a consumidores y clientes. Un ejemplo es cobrar precios notoriamente superiores a los históricos o de mercados comparables sin una justificación en mayores costos o mejoras objetivas del producto o servicio.

l. **Incurrir en prácticas de competencia desleal con efectos en la libre competencia.** Esto se da cuando se utilizan medios ilegítimos o contrarios a la buena fe para desviar clientela o afectar a competidores, alterando las condiciones normales del mercado. Estas conductas pueden incluir difundir información falsa, obstaculizar relaciones comerciales o aprovecharse de la reputación ajena. Un ejemplo es desacreditar públicamente a un competidor o inducir a un proveedor a no abastecerlo con el fin de reducir su capacidad competitiva.

LO ESENCIAL

Tener posición dominante no es ilícito. Abusar de ella sí lo es, incluso sin intención de hacerlo. Una empresa dominante tiene una responsabilidad adicional: no realizar conductas que tiendan a excluir competidores o impedir su crecimiento.

1.4 Riesgos Asociados a Marcas propias

Cencosud comercializa marcas propias en sus distintos formatos en supermercados, Easy y Paris. La coexistencia de marcas propias con marcas de proveedores competidores en una misma plataforma (física o digital) genera riesgos específicos desde el punto de vista de la libre competencia, sobre los que se deben extremar las cautelas.

- a. **Self-preferencing.** Favorecer sistemáticamente las marcas propias por sobre las de terceros sin justificación objetiva basada en calidad, precio o demanda del consumidor —en la asignación de espacio en góndola, en el ranking del sitio web, en la Buy Box o en condiciones promocionales— puede configurar un abuso de posición dominante cuando Cencosud tiene poder de mercado en la categoría.
- b. **Uso de información sensible de proveedores.** Los proveedores entregan a Cencosud información comercial sensible (costos, fórmulas, planes promocionales, data de scanning, volúmenes). Esta información solo puede usarse para la gestión de la relación comercial con el respectivo proveedor; no debe utilizarse para desarrollar, posicionar o promocionar la marca propia que compite con dicho proveedor.
- c. **Discriminación arbitraria.** Aplicar al proveedor de la marca propia condiciones más favorables (plazos de pago, slotting fees, exhibición, acceso a datos) que a los proveedores de marcas competidoras en la misma categoría, sin razón objetiva, puede constituir discriminación abusiva.
- d. **Réplica de innovaciones.** Lanzar bajo marca propia un producto sustancialmente idéntico a una innovación reciente de un proveedor, especialmente si se hizo a partir de información obtenida en la relación comercial, puede configurar competencia desleal.
- e. **Predación con marca propia.** Vender la marca propia bajo costo de manera sostenida, con el efecto de excluir a marcas competidoras de la categoría, es una práctica anticompetitiva.

Los Colaboradores responsables de marcas propias y de la gestión de categorías deben respetar las siguientes directrices:

- 1. Existencia de murallas chinas entre el equipo de marca propia y los equipos que reciben información sensible de proveedores competidores en la misma categoría.
- 2. Documentación de los criterios objetivos de surtido, posicionamiento, promoción y precio aplicables tanto a marcas propias como a marcas de proveedores.

3. Trazabilidad de las decisiones de desarrollo de marca propia (R&D, formulación, diseño, sourcing), con respaldo independiente de la información obtenida en la relación con proveedores de marcas competidoras.
4. Auditoría periódica del trato comparativo entre marca propia y marcas de proveedores en condiciones similares (margen exigido, plazos, slotting, exhibición).
5. Consulta previa al Oficial de Cumplimiento para iniciativas materiales de lanzamiento, relanzamiento o reposicionamiento de marca propia en categorías concentradas o en las que Cencosud tenga participación de mercado relevante.

LO ESENCIAL — MARCAS PROPIAS

Cencosud puede desarrollar y promover sus marcas propias, pero debe hacerlo sobre la base de sus propios méritos, con criterios objetivos, sin discriminar arbitrariamente a marcas competidoras y sin usar información sensible obtenida de proveedores. La línea entre competencia leal y abuso de posición dominante se cruza con facilidad en este ámbito.

✓ HACER	✗ NO HACER
Aplicar criterios objetivos y documentados al posicionamiento de productos en góndola, y sitio web.	Favorecer sistemáticamente las marcas propias en visibilidad, ranking o Buy Box sin razón objetiva.
Separar la gestión comercial de las categorías de la gestión específica de la marca propia, especialmente en el flujo de información sensible.	Usar la información sensible de proveedores (costos, datos de venta detallados, planes futuros) para desarrollar marca propia.
Mantener confidencialidad sobre costos, fórmulas, planes promocionales y datos de scanning del proveedor.	Discriminar arbitrariamente entre el proveedor de marca propia y los proveedores de marcas competidoras de la misma categoría.
Justificar promocional y temporalmente las acciones de precio agresivas de la marca propia.	Vender marcas propias bajo costo de forma sostenida con efecto exclusorio sobre marcas competidoras.
Documentar la lógica innovadora propia (R&D, diseño, fórmula) antes de lanzar productos similares a los de un proveedor.	Copiar productos innovadores de un proveedor inmediatamente después de obtener su data de venta.

1.5. Actos de competencia desleal prohibidos

Un acto de competencia desleal es toda conducta contraria a la buena fe o a las buenas costumbres que, por medios ilegítimos, busque desviar clientela. Cuando además tiene por objeto o efecto alcanzar, mantener o incrementar una posición dominante, puede constituir una infracción a la libre competencia.

Cencosud promueve una política comercial honesta y leal. Se prohíben, entre otras, conductas destinadas a desacreditar competidores o a entorpecer abusivamente su operación mediante

acciones judiciales o administrativas improcedentes. Ante dudas, debe consultarse al Oficial de Cumplimiento.

1.6. Interlocking horizontal directo

La participación simultánea de una persona en cargos ejecutivos relevantes o de director en dos o más empresas competidoras se encuentra prohibida por las normas de libre competencia. Esta figura, conocida como “interlocking horizontal directo”, es considerada como una violación a la libre competencia debido a que la presencia de un director o ejecutivo común aumenta los riesgos de comportamientos coordinados entre competidores.

Los Colaboradores que, se encuentren en la situación descrita en el párrafo anterior, deben comunicarlo inmediatamente al Oficial de Cumplimiento de Libre Competencia de la Compañía.

Cabe tener presente que para estos efectos, se entiende por ejecutivo relevante, todo aquel que participa en la toma de decisiones comerciales de una compañía o que tiene acceso a información comercial sensible de ésta.

1.7. Interlocking horizontal indirecto

También puede existir riesgo de libre competencia cuando una persona participa en cargos relevantes en empresas competidoras a través de sus matrices (interlocking horizontal indirecto). La Corte Suprema, en sentencias de marzo de 2026 (roles Corte Suprema N°21.436-2025 y N°29.850-2025) ha señalado que esta situación no constituye, por sí sola, una infracción per se, pero puede ser sancionada si produce un riesgo o efecto anticompetitivo concreto.

No obstante, la Corte Suprema reconoció expresamente que estas conductas pueden ser sancionadas bajo el tipo general del inciso primero del artículo 3° del DL N°211, es decir, “*el que ejecute o celebre, individual o colectivamente, cualquier hecho, acto o convención que impida, restrinja o entorpezca la libre competencia, o que tienda a producir dichos efectos*”, cuando la FNE acredite un efecto anticompetitivo concreto o un riesgo real en el mercado relevante afectado.

Los Colaboradores que participen en directorios o cargos ejecutivos relevantes en empresas matrices o relacionadas, deben evaluar si estas conforman una situación de potencial riesgo de libre competencia. En caso de duda, deberán comunicarlo de forma inmediata al Oficial de Cumplimiento de Libre Competencia de la Compañía.

REGLA CLAVE — INTERLOCKING

Si participas (o vas a participar) en cargos ejecutivos relevantes o directorios en dos o más empresas que compitan entre sí —directamente o a través de sus matrices— debes comunicarlo de inmediato al Oficial de Cumplimiento. Esta situación está prohibida por ley.

1.8. Libre competencia en temas laborales

En el ámbito laboral, existen riesgos relevantes desde la perspectiva de la libre competencia, especialmente en mercados laborales estrechos o especializados, donde las empresas empleadoras pueden tener poder de compra significativo. Este poder, conocido como *poder monopsónico*, puede ser ejercido de forma ilegítima o abusiva, afectando negativamente las condiciones laborales de los trabajadores.

En consecuencia, se prohíben expresamente las siguientes conductas:

- **Acuerdos o prácticas concertadas para fijar salarios** (*wage fixing agreements*): Constituyen una forma de colusión, al implicar la fijación conjunta del precio del trabajo. Estas prácticas están prohibidas por el artículo 3°, letra a) y el artículo 62 del D.L. N° 211.

- **Acuerdos para no contratar trabajadores de empresas competidoras** (*no poaching agreements*): Equivalen a acuerdos de reparto de mercado, limitan la movilidad laboral y la capacidad de negociación de los trabajadores, y también están prohibidos por la normativa.
- **Intercambio de información sensible en materias laborales:** Por ejemplo, compartir en asociaciones gremiales información sobre salarios actuales o futuros. Este tipo de intercambio puede neutralizar la independencia competitiva y configurar una colusión.

Los Colaboradores deben abstenerse de participar en cualquier instancia, formal o informal, que pueda dar lugar a estas conductas. En caso de dudas sobre la legalidad de una práctica laboral o de recursos humanos, deberán comunicarlo de inmediato al Oficial de Cumplimiento de Libre Competencia de la Compañía.

✓ HACER	X NO HACER
Definir salarios y beneficios con base en información pública o estudios agregados.	Acordar fijar salarios o rangos salariales con otros empleadores (<i>wage fixing</i>).
Contratar libremente trabajadores del mercado, incluso provenientes de competidores.	Acordar con otros empleadores no contratar a sus trabajadores (<i>no poaching</i>).
Participar en encuestas salariales solo cuando son tramitadas por un tercero independiente y publicadas de forma agregada.	Intercambiar información salarial actual o futura, formal o informalmente con competidores.

1.9. Participación en asociaciones gremiales

Hay que tener especial cuidado en las instancias donde los Colaboradores de la Compañía participen como representantes de la Compañía en asociaciones gremiales. Si bien son instancias lícitas, existe un riesgo específico denominado "colusión en sede gremial", que se configura cuando, en el marco de una organización o encuentro que reúne a competidores, se discuten, acuerdan o intercambian antecedentes que pueden restringir la competencia, como políticas de precios, condiciones comerciales, distribución de territorios, volúmenes o estrategias de mercado.

Si bien la participación gremial puede tener fines legítimos, el uso de estos espacios para coordinar comportamientos competitivos constituye una infracción grave.

Un ejemplo de esta conducta es participar en una reunión de una cámara o gremio del retail o la construcción en la que se discuten o sugieren lineamientos comunes sobre precios, promociones o políticas comerciales, sin detener la conversación ni dejar constancia del rechazo a ese tipo de temas.

CHECKLIST ANTES DE UNA REUNIÓN GREMIAL

1. Solicita la agenda por escrito y revísala. Si hay temas comerciales sensibles, consulta antes con el Oficial de Cumplimiento.
2. Si en la reunión aparecen temas sensibles no anunciados, manifiesta tu desacuerdo, retírate y deja constancia en el acta.
3. Documenta tu participación: temas tratados, postura de Cencosud, hora de retiro si correspondiera.
4. Si la reunión deriva en intercambios de información comercial, repórtalo al Oficial de Cumplimiento.

1.10. Plataformas digitales y comercio electrónico

El comercio electrónico y las plataformas digitales presentan riesgos específicos desde la perspectiva de la libre competencia, tales como cláusulas de paridad de precios, mecanismos de disciplina indirecta a través de Key Account Managers, sesgos en la asignación de la Buy Box (incluido el self-preferencing), uso de herramientas algorítmicas de pricing que faciliten resultados anticompetitivos, y falta de transparencia en los términos y condiciones aplicables a los sellers.

Estos riesgos y las reglas operativas aplicables se desarrollan en el Anexo Guía de Mejores Prácticas para el Comercio Electrónico, cuyo cumplimiento es obligatorio para los Colaboradores que participen, directa o indirectamente, en la operación, diseño o supervisión de las plataformas de comercio electrónico operadas por Cencosud (Paris.cl, Jumbo.cl, Easy.cl, Santa Isabel.cl, entre otras).

RIESGOS DIGITALES — VER ANEXO COMERCIO ELECTRÓNICO

- Cláusulas de paridad de precios (que el seller no pueda ofrecer más barato en otra plataforma).
- Uso del KAM como mecanismo de disciplina indirecta de precios entre sellers.
- Algoritmos que reaccionen a precios externos del seller con efecto disciplinario.
- Buy Box con criterios opacos o que favorecen sistemáticamente productos propios.
- Términos y Condiciones poco transparentes para los sellers.

1.11. Uso de algoritmos y herramientas tecnológicas

El uso de algoritmos, modelos de machine learning y otras herramientas tecnológicas que incidan en variables competitivas (precios, descuentos, asignación de visibilidad, criterios de ranking, segmentación de clientes o sellers, entre otras) debe ajustarse a los siguientes principios: (i) documentación de su diseño y lógica; (ii) validación previa por parte de la Gerencia Legal y del Oficial de Cumplimiento de Libre Competencia para los cambios sustantivos; (iii) trazabilidad y auditabilidad de las decisiones algorítmicas; y (iv) prohibición de configurar la herramienta para producir efectos equivalentes a un acuerdo anticompetitivo.

Regla rectora. Lo que estaría prohibido si fuese acordado entre competidores también está prohibido si se obtiene mediante un algoritmo, incluso sin intervención humana directa.

02

GRAVEDAD DE LAS VIOLACIONES A LA LIBRE COMPETENCIA

El incumplimiento de la normativa de libre competencia puede generar graves consecuencias para Cencosud y para las personas involucradas.

El Decreto Ley N°211, contempla las siguientes sanciones en caso de infracción a la normativa de libre competencia, las cuales pueden ser aplicadas, individual o conjuntamente, por los tribunales competentes:

- 2.1. Multas.** Pueden llegar hasta el 30% de las ventas de la línea involucrada, el doble del beneficio económico obtenido o, subsidiariamente, hasta 60.000 UTA. También pueden imponerse personalmente a directores, administradores y otros intervinientes, y las multas de personas naturales no pueden ser pagadas por la Compañía.
- 2.2. Modificar o poner término a los actos, contratos, convenios, sistemas o acuerdos que sean declarados como contrarios al DL 211.**
- 2.3. Ordenar la modificación o disolución de las sociedades, corporaciones y demás personas jurídicas de derecho privado que hubieren intervenido en los actos, contratos, convenios, sistemas o acuerdos declarados ilegales.**

En caso de una colusión, podrán aplicarse sanciones adicionales a las recién mencionadas:

- 2.4. Sanción criminal.** Castigar penalmente a las personas que celebren, implementen, ejecuten u organicen acuerdos que estén dentro de la categoría de carteles duros. Se consideran carteles duros aquellos acuerdos o prácticas concertadas que involucren a competidores entre sí, y que consistan en fijar precios de venta o de compra, limitar la producción, asignarse zonas o cuotas de mercado o afectar el resultado de procesos de licitación.
- 2.5 Prohibición de contratar con el Estado.** Los agentes económicos declarados culpables de una colusión podrán verse impedidos de: (i) contratar, a cualquier título, con órganos de la administración del Estado, con organismos autónomos o con instituciones, organismos, empresas o servicios en los que el Estado efectúe aportes, con el Congreso Nacional y el Poder Judicial; y, (ii) adjudicarse cualquier concesión otorgada por el Estado. Ambas prohibiciones se extenderán por un plazo de hasta cinco años, contado desde que la sentencia definitiva del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia ("TDLC"), o de la Corte Suprema, según corresponda, quede firme y ejecutoriada.

03

COMPORTAMIENTO ANTE UNA INVESTIGACIÓN REALIZADA POR AUTORIDADES DE LIBRE COMPETENCIA

Los Colaboradores deben cooperar con los requerimientos que hagan las autoridades encargadas de velar por la libre competencia (sea de la FNE o el TDLC). Sin perjuicio de lo anterior, la existencia de cualquier requerimiento de este tipo debe ser puesto de inmediato en conocimiento de la Gerencia Legal y Oficial de Cumplimiento de Libre Competencia, a fin de liderar el proceso de entrega de la información o documentación solicitada.

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 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 al Oficial de Cumplimiento o al Área Legal de la Compañía, quienes proporcionarán orientación acerca del curso de acción a seguir.

04

CANALES DE CONSULTA Y DENUNCIA

Cualquier Colaborador que tenga sospechas de que haya existido o pueda existir una infracción a esta Política y/o a la regulación de libre competencia, y/o detecte cualquier denuncia efectuada por terceros (como proveedores o clientes) acerca de posibles comportamientos anticompetitivos de la Compañía, debe comunicarlo inmediatamente, mediante alguno de los siguientes canales:

(i) De forma confidencial y, si se quiere, anónima a través de la Línea Ética. Puede acceder a la Línea Ética por cualquiera de los siguientes medios:

- Página web www.eticacencosud.com.

- Línea de Teléfono gratuita 800914601.

- WhatsApp +56232150272.

- Correo electrónico: lineaetica@cencosud.com.

(ii) Directamente al Oficial de Cumplimiento de Libre Competencia, ya sea de manera presencial o al correo electrónico librecompetencia@cencosud.cl.

(iii) Directamente en la Gerencia Legal.

Página web: www.eticacencosud.com · Teléfono gratuito: 800 914 601 · WhatsApp: +56 2 3215 0272 · lineaetica@cencosud.com · librecompetencia@cencosud.cl

05

INCUMPLIMIENTO DE LA POLÍTICA

En caso de incumplimiento de la Política se podrán aplicar las sanciones establecidas en el Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad de Cencosud S.A. o de las filiales chilenas, en los respectivos contratos individuales de trabajo, en el Código del Trabajo o en la normativa aplicable.

ANEXO N°1 RESPUESTAS TIPO

A continuación, se incluyen respuestas tipo que pueden ser usadas por los Colaboradores. En estos casos debe copiarse o informarse al Oficial de Cumplimiento de Libre Competencia para dejar registro, especialmente si la conducta se reitera.

- En caso de recibir un correo electrónico o cualquier otra comunicación de un competidor que pueda ser contraria a la libre competencia:

“Lo que planteas es contrario a la política de cumplimiento de libre competencia de Cencosud, por lo que rechazo tajantemente continuar este intercambio de comunicaciones. Te pido que no me envíes ninguna comunicación de este tipo a futuro, pues podrías involucrar a nuestras compañías y a nosotros en un problema legal”.

- Si se trata de un mensaje de WhatsApp o de cualquier App similar, se recomienda responder:

“Lo que planteas es contrario a la política de libre competencia de Cencosud. Por favor no insistas con este ni otros temas similares”.

- En caso de recibir un correo electrónico o cualquier otra comunicación con información de competidores, actuales o potenciales, por parte de clientes, proveedores o terceros:

“He recibido información no solicitada sobre competidores. Conforme a la política de libre competencia de Cencosud, no estoy autorizado para recibirla ni utilizarla, por lo que será eliminada. Te pido que nuestras comunicaciones se limiten a la relación comercial bilateral y que esta situación no se repita”.

“Te pido que nuestras comunicaciones se remitan a nuestra relación comercial bilateral y que la desarrollemos de la forma más fluida y conveniente para ambas partes, dando siempre cumplimiento a las normas de libre competencia. Espero que este tipo de situaciones no se repitan en el futuro”.

- Ahora bien, si se trata de un mensaje de WhatsApp o cualquier otra App similar, se sugiere responder:

“La información que me envías es contraria a la política de libre competencia de Cencosud y no la he solicitado. Te pido que todas las comunicaciones que mantengamos sean estrictamente bilaterales, sin hacer referencias a terceros”.

- En caso de recibir un correo electrónico o cualquier otra comunicación con referencias o menciones a competidores:

“Te pido que en lo sucesivo no hagas referencias a acuerdos, negociaciones o comunicaciones con otros actores de la industria. Cencosud mantiene relaciones estrictamente bilaterales con sus contrapartes y no puede intercambiar comunicaciones referidas a terceros”.

- Ahora bien, si se trata de un mensaje de WhatsApp o cualquier otra App similar, se sugiere responder:

“La política de libre competencia de Cencosud me prohíbe conversar respecto de los negocios de terceros. Te pido que, para seguir construyendo una relación comercial provechosa para ambas partes, todas las comunicaciones que mantengamos sean estrictamente bilaterales, sin hacer referencias a terceros”.

- En caso de recibir un correo electrónico o cualquier comunicación de un proveedor que solicite la imposición de precios de venta a público:

"En relación con tu correo, hago presente que el precio de venta a público es una decisión que Cencosud determina de forma independiente, de acuerdo a sus políticas comerciales y las condiciones de mercado. Dado lo anterior borraré tal correo y no consideraremos la información no solicitada sobre los precios de venta. Te agradecería no enviar correos similares en el futuro."

- Ahora bien, si se trata de un mensaje de WhatsApp o cualquier otra App similar, se sugiere responder:

"Cencosud es libre de fijar el precio de venta de sus productos que estime conveniente de acuerdo con su propia estrategia comercial. Solicitamos no efectuar este tipo de requerimiento en el futuro".

- Ante reclamos o presiones de un cliente realizadas con el objeto de que Cencosud ajuste su comportamiento al de otro competidor, se debe responder de la siguiente manera:

"En virtud de nuestra política de libre competencia, no estamos autorizados a responder este tipo de peticiones ni sostener esta clase de conversaciones. Cencosud aplica con sus contrapartes una política comercial y de precios determinada de forma autónoma, objetiva y razonable. Te pido, por favor, que nuestras comunicaciones se remitan a nuestra relación comercial bilateral y no vuelvas a enviarme este tipo de solicitudes".

- Ahora bien, si se trata de un mensaje de WhatsApp o cualquier otra App similar, se sugiere responder:

"Lo que me pides es contrario a la política de competencia de Cencosud. Te pido, por favor, que nuestras comunicaciones se remitan a nuestra relación comercial bilateral y no vuelvas a enviarme este tipo de solicitudes".

- En caso de enviar información a clientes o proveedores por error:

"Por error te envié información cuyo destinatario no eras tú. Te pido eliminarla de inmediato, no utilizarla para ningún fin y asegurarte de que no sea reenviada, por tratarse de información confidencial. Lamento el inconveniente".

"Acabamos de notar que, por un lamentable error, totalmente ajeno a nuestras políticas de manejo de información, hemos enviado, por correo de fecha [fecha y hora], cierta información cuyo real destinatario no era la empresa [o institución] que usted representa. Junto con adoptar inmediatas medidas internas para que un error de esta clase no se vuelva a cometer, es nuestro deber solicitarle que, con urgencia, elimine el correo que por esta equivocación le hemos enviado, junto con sus adjuntos, y que vuestra institución no utilice esa información para ningún fin ni objeto. Igualmente, que instruya para que cualquier persona a la que se pudo reenviar ese correo y/o su información adjunta, dentro o fuera de su empresa [o institución], igualmente la destruya a la brevedad y no la reenvíe ni utilice para ningún fin u objeto, por su parte, en consideración a que se trata de información confidencial y reservada de un tercero, protegida por diversos cuerpos normativos.

Reiteramos a ustedes la seguridad de que nuestras políticas internas buscan en todo momento velar porque información propia de uno de nuestros [clientes o proveedores] en caso alguno sea recibida por terceros. Por ello, reiteramos a usted que sólo un lamentable error ha originado la excepcional situación que intentamos remediar por esta vía".

- Ahora bien, si se trata de un mensaje de WhatsApp o cualquier otra App similar, se sugiere responder:

"Acabo de notar que por error te envié información cuyo destinatario real no eras tú. Te pido, por favor, que la elimines y que no la utilices para ningún fin, pues se trata de información confidencial de un tercero. Lamento sinceramente el malentendido".

CONTROL DE VERSIONES Y PUBLICACIÓN

Esta Política es un documento público y se encuentra disponible en el sitio corporativo de Cencosud, junto con sus anexos. La versión vigente, su fecha de aprobación y el historial de modificaciones se mantienen actualizados.

Historial de Revisión, cambios y vigencia

VERSIÓN	FECHA DE PUBLICACIÓN DE LA VERSIÓN/REVISIÓN	INICIO Y TIEMPO DE VIGENCIA DE LA VERSIÓN/ REVISIÓN	DESCRIPCIÓN
1	23-08-2023	3 años a partir de 23-08-2023	Alta Nueva Política.
2	26-06-2026	3 años a partir de 26-06-2026	Actualización Política.

Registro de Aprobadores

VERSIÓN	FECHA DE PUBLICACIÓN DE LA VERSIÓN/ REVISIÓN	NOMBRE Y APELLIDO	CARGO
1	23-08-2023	Comité de Cumplimiento de Libre Competencia: Sebastián Rivera Martínez Alexis Quezada Reyes Carlos Fernandez Calatayud Jorge Pérez Alati	Gerente Corporativo de Asuntos Legales Gerente Corp. Auditoría Interna Director Director
2	26-06-2026	Directorio Cencosud S.A.	Directorio Cencosud S.A.

Registro de Referentes

VERSIÓN	FECHA DE PUBLICACIÓN DE LA VERSIÓN / REVISIÓN	NOMBRE Y APELLIDO	CARGO
1	23-08-2023	Consuelo Santana Sarmiento Sebastián Rivera Martínez	Oficial de Cumplimiento de Libre Competencia y Medio Ambiente Gerente Corporativo de Asuntos Legales
2	26-06-2026	Adriana Peña Castro Raimundo Allende Pérez Comité de Cumplimiento de Libre Competencia: Rodrigo Larraín Kaplan Nicolás Lustig Falcón Alexis Quezada Reyes Carlos Fernandez Calatayud Josefina Montenegro Arandana	Oficial de Cumplimiento de Libre Competencia Gerente Regional Compliance Gerente General Corporativo Gerente Legal Corporativo Gerente Corp. Auditoría Interna Director Directora