



FEBRERO, 2025

POLÍTICA DE LIBRE COMPETENCIA

P-MPD-07



1. OBJETIVO

La Compañía se compromete a fomentar una cultura de cumplimiento que promueva la libre competencia y las prácticas comerciales justas y transparentes, respetando todas las leyes y regulaciones aplicables, y dando conformidad a la Ley N° 20.169.

El objetivo es asegurar que nuestros colaboradores actúen conforme a las leyes y regulaciones aplicables, evitando cualquier acuerdo o práctica que restrinja la competencia como la fijación de precios, la división de mercados o la colusión. Además, se establece un marco para denunciar y tratar conductas que no cumplan con la libre competencia, garantizando la integridad y cumplimiento de estándares éticos en todas las interacciones de la Empresa.

2. ALCANCE

Esta política aplica a las siguientes sociedades: Carlos Cramer Productos Aromáticos S.A.C.I.; Sabores y Fragancias.CL Comercial Limitada; Servicios de Producción y Logística CCPA Limitada; Cramer Perú S.A.C; Cramer Bolivia S.A., y Carlos Cramer Productos Aromáticos Do Brasil Limitada (en adelante, indistintamente, "Cramer y filiales"; "Cramer"; la "Empresa" o la "Compañía").

Por lo tanto, rige a todas las personas que forman parte de dichas empresas, a las partes interesadas vinculadas directamente con ellas y a terceros que actúen en nombre de la Empresa, tanto en Chile como en el extranjero.

3. DOCUMENTOS RELACIONADOS

Algunos documentos de referencia para esta Política son:

- a) Código de Ética.
- b) Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad.
- c) Procedimiento de Denuncias, Investigaciones y Sanciones de Cumplimiento.

4. COMPROMISOS DE LA EMPRESA

4.1. Cumplimiento Normativo

La Empresa se compromete a respetar todas las leyes de libre competencia, incluyendo la Ley N° 20.169. Esto implica:

- **Monitoreo continuo:** Seguimiento constante de normativas para alinear operaciones con la legislación vigente.
- **Adaptación proactiva:** Ajuste de políticas y procedimientos ante cambios en las leyes o el entorno competitivo.
- **Responsabilidad compartida:** Cada empleado es responsable de cumplir con esta política y normativas, reconociendo que la cultura de cumplimiento empieza con la acción individual.

4.2. Capacitación y Conciencia

La Empresa proporciona capacitación continua y recursos informativos para todos sus trabajadores con el fin de fomentar una comprensión clara de las leyes de competencia y la importancia de actuar conforme a ellas. Esto incluirá:

- **Capacitación:** Se desarrollan cursos y charlas de forma continua sobre la Libre Competencia, a través de nuestra plataforma o por otros medios, para sensibilizar a todos los colaboradores sobre las implicaciones del incumplimiento.
- **Comunicación de Políticas:** La Empresa garantiza que todas las personas tengan acceso a esta Política de Libre Competencia y otros documentos relacionados, asegurando que sean comprendidos en su totalidad. Esto se logra a través de sesiones informativas, manuales de procedimientos y recursos digitales.

4.3. Fomento de una Cultura de Ética e Integridad

La Compañía se compromete a promover una cultura de ética e integridad en todas sus actividades comerciales. Para ello:

- **Promoción de valores:** Cramer y sus filiales fomenta un ambiente de trabajo donde los valores de honestidad, transparencia y responsabilidad sean prioridad. Esto se refleja en todas las interacciones, tanto internas como externas, y se integra en el comportamiento esperado de las personas que forman parte de la Empresa.
- **Ejemplo desde la alta dirección:** La alta dirección actuará como modelo a seguir, demostrando un compromiso activo con el cumplimiento de las normas de libre competencia y estableciendo un tono claro sobre la importancia de estas prácticas en el funcionamiento diario de la Empresa.

4.4. Prácticas Comerciales Justas

Cramer y sus filiales se comprometen a llevar a cabo prácticas comerciales justas, lo que incluye:

- **Interacciones transparentes:** Todas las interacciones con clientes, proveedores y competidores se realizarán con transparencia, manteniendo la claridad y veracidad en todas las comunicaciones comerciales, evitando cualquier forma de colusión o competencia desleal. La Empresa adoptará prácticas que aseguren la equidad y la honestidad en el mercado.
- **Política de no represalias:** La Empresa garantizará que no habrá represalias contra personas que informen de manera responsable sobre posibles violaciones a esta Política. Esto fomentará un entorno donde los trabajadores se sientan seguros al denunciar conductas que puedan comprometer la libre competencia.

4.5. Procedimiento de Denuncia y Gestión de Incumplimientos

La Empresa cuenta con un canal de denuncias accesible para que los colaboradores y terceros puedan reportar posibles infracciones a esta Política de Libre Competencia. Este procedimiento incluirá:

- **Confidencialidad:** Las denuncias serán tratadas con la máxima confidencialidad, protegiendo la identidad de quienes reportan violaciones. Se asegurará que no se tomen represalias contra los denunciantes.
- **Investigación efectiva:** Todas las denuncias se investigarán de manera exhaustiva y oportuna, garantizando que se tomen las medidas correctivas necesarias en caso de confirmarse cualquier incumplimiento.

4.6. Supervisión y Evaluación Continua

Cramer y sus filiales mantienen un sistema de supervisión y evaluación continuo para garantizar el cumplimiento de esta Política, que incluye:

- **Monitoreo:** A través de auditorías periódicas, se evalúa el cumplimiento de esta Política.
- **Revisión de la política:** Esta política es revisada y actualizada periódicamente para asegurar su relevancia y eficacia, considerando los cambios en la legislación y en las dinámicas del mercado.

5. RESPONSABILIDADES

- Actuar en conformidad con las normas de Libre Competencia.
- Informarse sobre las prácticas comerciales permitidas y prohibidas.
- Reportar cualquier conducta que pueda transgredir la libre competencia, utilizando los canales establecidos, ya sea por parte de compañeros, proveedores o clientes.
- Participar en los cursos y charlas que ofrece la empresa para mantenerse informado sobre cambios en la normativa y las mejores prácticas en materia de libre competencia.

6. PRÁCTICAS PROHIBIDAS

La Empresa prohíbe expresamente las siguientes prácticas que atentan contra la libre competencia y que pueden generar consecuencias legales y reputacionales significativas:

6.1 Relación con competidores

- Determinar en coordinación con los competidores precios de compra o de venta, como también precios mínimos o máximos, rangos o incremento de precios, márgenes, descuentos u otras condiciones/términos comerciales.
- Intercambiar información con la competencia que se relacione con la determinación o el cálculo de precios, elementos utilizados para la determinación de precios o estructura de costos.
- Compartir, repartir o asignar zonas con competidores, ya sea que se refiera a territorios, productos, clientes, proveedores o líneas de negocio.
- Acordar o coordinarse con competidores con el objeto de excluir otros agentes económicos, ya sean clientes, proveedores o competidores comunes.
- Acordar o coordinarse con competidores respecto a la forma y condiciones en que la Compañía participará en una licitación, así como los acuerdos o prácticas concertadas, ya sea pública o privada.
- Limitar o controlar la producción o inversión con competidores.

Por ello, a fin de prevenir y evitar riesgos, está estrictamente prohibido discutir o conversar con colaboradores de competidores temas que puedan abarcar las variables antes indicadas, o cualquier estrategia comercial que debe mantenerse resguardada de los competidores.

6.2 Relación con clientes

- Toda negociación se debe dar en el marco de prácticas lícitas, independientes y honestas, sin que existan discriminaciones arbitrarias, sin perjuicio de las diferencias que se funden en criterios económicos o comerciales.
- Los acuerdos entre la Compañía y sus clientes son estrictamente bilaterales y confidenciales, no está permitido compartir ni facilitar información comercial sensible a terceros.
- Se prohíbe expresamente imponer a los clientes márgenes o precios de venta fuera de lo establecido.
- Está prohibida la negativa de venta a clientes sin que medien razones objetivas que lo justifiquen.
- No se debe obtener clientes a través de prácticas deshonestas o empleando medios ilegítimos.

6.3 Relación con proveedores

- Toda decisión para contratar o dar término a una relación comercial se debe tomar en forma independiente y basada en consideraciones objetivas, uniformes y generales.
- De ninguna manera se puede solicitar o aceptar información de proveedores sobre nuestros competidores. La Compañía debe manejar sólo información pública disponible en el mercado.

6.4 Relación con asociaciones empresariales o gremiales

- La asociación o instancia debe tener un objeto lícito, sin que pueda tener como finalidad alcanzar acuerdos, discriminar arbitrariamente a competidores u otros agentes económicos.
- La participación en estas asociaciones o instancias debe estar estrictamente limitada al objetivo planteado, de manera que las comunicaciones

entre los participantes no supongan el intercambio de información comercial sensible.

- Los colaboradores que participen en estas asociaciones o instancias deberán notificar inmediatamente al Equipo de Cumplimiento, toda conducta que adviertan que constituya o pueda constituir una infracción de esta Política y, en general, de la normativa de libre competencia.

Siempre consultar y comunicar al Equipo de Cumplimiento si:

- Se pretende participar en una licitación conjunta con un tercero.
- Antes de integrar o participar en una asociación gremial.
- Si pretende negar la venta a un cliente existente o nuevo por un motivo comercial.
- Si considera que existe una circunstancia excepcional que se pueda justificar.

En el Anexo N° I de este procedimiento se encuentran distintas situaciones, a modo de ejemplo, que podrían presentarse y afectar la Libre Competencia.

7. PROCEDIMIENTO DE DENUNCIA, INVESTIGACIÓN Y SANCIÓN

La Empresa cuenta con un canal de denuncias confidencial, accesible tanto para trabajadores como para terceros a través de su página web corporativa. Este canal permite reportar, incluso de forma anónima, cualquier conducta que se sospeche pueda infringir esta Política. Además, la Compañía ha implementado un Procedimiento de Denuncias, Investigaciones y Sanciones de Cumplimiento, el cual detalla los procesos relacionados con estas denuncias.

8. SANCIONES

El incumplimiento de esta Política, en especial la violación de las normas establecidas en las políticas y procedimientos relacionados será motivo de sanciones conforme a la ley, los contratos de trabajo, el Reglamento Interno y otras políticas internas.

Para proveedores y terceros, las sanciones pueden incluir advertencias por escrito o, en casos graves, la terminación inmediata del contrato. Además, si los hechos lo justifican, se presentará una denuncia ante las autoridades, lo que podría derivar en sanciones legales, civiles, administrativas o penales adicionales para el infractor.

9. SEGUIMIENTO Y ACTUALIZACIÓN

Se ha habilitado el correo electrónico cumplimiento@cramer.cl, para que todos los trabajadores puedan plantear y resolver dudas sobre la aplicación de esta Política. Además, esta Política será revisada y actualizada al menos una vez al año, o cuando sea necesario.

ANEXO I

EJEMPLOS PRÁCTICOS DE INTERACCIONES Y RELACIONES EN LA EMPRESA

1. Interacción Diaria con Proveedores

- **Ejemplo:** Un empleado de la Compañía recibe una oferta de un proveedor para ofrecer descuentos exclusivos a la Empresa a cambio de que esta no adquiriera productos de la competencia.

Fundamentación:

- **¿Por qué atenta contra la libre competencia?** Este tipo de acuerdo puede considerarse como un intento de restringir la competencia, ya que crea una barrera para que otros proveedores ofrezcan sus productos y compitan en igualdad de condiciones.

2. Reuniones con Competidores

- **Ejemplo:** Durante un evento de la industria, varios empleados de la Empresa se encuentran con empleados de una empresa competidora y discuten abiertamente sus estrategias de precios y lanzamientos de productos.

Fundamentación:

- **¿Por qué atenta contra la libre competencia?** Discutir estrategias comerciales sensibles con competidores puede llevar a un entendimiento tácito que restrinja la competencia, como la fijación de precios o la creación de un “mapa” del mercado que limite las opciones para los consumidores.

3. Prácticas de Desinformación

- - **Ejemplo:** Un vendedor de la Empresa hace comentarios engañosos sobre la calidad de los productos de un competidor para influir en la decisión de compra de un cliente.

Fundamentación:

- **¿Por qué atenta contra la libre competencia?** Difundir información falsa o engañosa sobre un competidor es una forma de competencia desleal que puede perjudicar tanto a la competencia como a la reputación de la Empresa.

4. Uso Indevido de Información Confidencial

- **Ejemplo:** Un empleado de la Compañía que anteriormente trabajó en una empresa competidora comparte información confidencial sobre estrategias de mercado y precios.

Fundamentación:

- **¿Por qué atenta contra la libre competencia?** El uso de información privilegiada para obtener una ventaja competitiva es una violación grave de las normas de libre competencia y ética empresarial. Esta acción perjudica la integridad del mercado.

5. Reacciones a la Competencia

- **Ejemplo:** La Empresa responde a un nuevo lanzamiento de un competidor reduciendo drásticamente sus precios de manera temporal para forzar al competidor a salir del mercado.

Fundamentación:

- **¿Por qué atenta contra la libre competencia?** Esta estrategia de “predatory pricing” (precios depredadores) puede considerarse como un intento de eliminar a la competencia a través de prácticas comerciales desleales, lo que es ilegal.

6. Conversaciones Informales en Eventos de Networking

- **Ejemplo:** Durante un evento de networking de la industria, un vendedor de la Empresa intercambia saludos y conversaciones informales con un competidor sobre la dificultad de ciertos clientes.

Fundamentación:

- **¿Por qué atenta contra la libre competencia?** Aunque sea informal, discutir sobre clientes y relaciones comerciales puede llevar a percepciones de colusión. Estas interacciones pueden atraer la atención de reguladores, por lo que es mejor evitar menciones casuales de clientes comunes.

7. Grupos de Mensajería con Competidores

- **Ejemplo:** Algunos empleados de la Empresa forman un grupo de WhatsApp con ejecutivos de empresas competidoras para discutir el mercado y compartir información sobre lanzamientos de productos, entre otros.

Fundamentación:

- **¿Por qué atenta contra la libre competencia?** Mantener comunicaciones directas con la competencia puede crear la apariencia de coordinación sobre estrategias de mercado. Este tipo de comunicación puede ser malinterpretado y resultar en sanciones.

8. Comparación de Productos con Competidores

- **Ejemplo:** Un empleado de la Empresa asiste a una feria de la industria y se reúne con un colega de un competidor para comparar características de productos y estrategias de marketing.

Fundamentación:

- **¿Por qué atenta contra la libre competencia?** Comparar productos puede ser interpretado como un intento de fijar estándares de mercado. Las comparaciones pueden abrir la puerta a cuestionamientos legales.

9. Comentarios en Redes Sociales

- **Ejemplo:** Un empleado de la Empresa, publica comentarios sobre un competidor en redes sociales, sugiriendo que sus productos son inferiores.

Fundamentación:

- **¿Por qué atenta contra la libre competencia?** Estos comentarios pueden ser considerados desleales y perjudiciales. Puede dañar la reputación de la Empresa y atraer la atención de reguladores.

10. Participación en Proyectos Conjuntos

- **Ejemplo:** La Empresa considera colaborar con un competidor en un proyecto de investigación y desarrollo.

Fundamentación:

- **¿Por qué atenta contra la libre competencia?** Colaborar con un competidor puede crear percepciones de un entendimiento tácito para limitar la competencia. Esta colaboración puede ser considerada ilegal bajo la Ley N° 20.169.



POLÍTICA DE LIBRE COMPETENCIA

P-MPD-07