



FALABELLA DE
COLOMBIA S.A.

POLITICA GENERAL DE
LEAL Y LIBRE
COMPETENCIA



TABLA DE CONTENIDO

1. CONSIDERACIONES GENERALES.....4
1.1 Introducción..... 4
1.2 Importancia de la Leal y Libre Competencia.4
1.3 Objetivo.....4
1.4 Interpretación5
1.5 Alcance6
1.6 Modificación.....6
2. POSICIÓN DE LOS ALTOS DIRECTIVOS.....6
3. CONCEPTUALIZACIÓN: LEAL Y LIBRE COMPETENCIA7
4. RIESGOS ESPECÍFICOS9
5. CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES 10
a. Responsabilidad de implementación de la Política de Leal y Libre Competencia..... 10
b. Supervisión de la Política de Leal y Libre Competencia..... 10
6. PAUTAS GENERALES DE COMPORTAMIENTO 11
a. Pautas para el cumplimiento de las normas de Leal y Libre Competencia
13
i. En relación con los competidores..... 13
ii. Relación con proveedores. 16
iii. Precios y Promociones. 18
iv. Publicidad 18
v. Diferenciación frente a la competencia..... 18
vi. Integraciones Empresariales y acuerdos de cooperación 19
7. CAPACITACIÓN 20

CLASIFICACIÓN Uso Interno o externo	FECHA APROBACIÓN 01/11/2018	FECHA PUBLICACIÓN 01/11/2018	
RESPONSABLE Control Interno	REVISORES	APROBADOR	



8. COMUNICACIÓN	20
9. DELACIÓN.....	21
10. CANAL DE INTEGRIDAD	21
11. INFRACCIONES A LA POLÍTICA.....	24
I. Cambios respecto a la versión anterior.....	24

CLASIFICACIÓN Uso Interno o externo	FECHA APROBACIÓN 01/11/2018	FECHA PUBLICACIÓN 01/11/2018	
RESPONSABLE Control Interno	REVISORES	APROBADOR	



1. CONSIDERACIONES GENERALES

1.1 Introducción

La Leal y libre competencia es considerada un elemento indispensable para el correcto desarrollo de la economía, en tanto que al existir competencia en el mercado, se aseguran los principios de eficiencia e igualdad de condiciones en las actividades económicas, pudiendo así ofrecer productos y servicios con la mejor combinación precio, calidad, variedad e innovación, maximizando el bienestar de los consumidores y de la sociedad en general.

FALABELLA DE COLOMBIA S.A. tiene incorporada en sus políticas como empresa el debido respeto a la ley y a las normas de libre competencia, y por lo tanto, exige -y apoya- a sus funcionarios en el cumplimiento de las mismas.

1.2 Importancia de la Leal y Libre Competencia.

Falabella de Colombia S.A. es consciente de la importancia de que en el mercado opere la Leal y Libre Competencia, pues ofrece beneficios tanto para los consumidores y proveedores como para el eficiente funcionamiento de la economía.

Así mismo se tiene presente que al ser un elemento esencial para el desarrollo de la economía es fundamental crear un entorno competitivo que parta desde el interior de la compañía, que permita estimular la innovación, el progreso y la búsqueda de mejores y más eficientes medios de producción, distribución y comercialización.

1.3 Objetivo

Acorde con el interés de FALABELLA DE COLOMBIA S.A. de preservar y promover un entorno competitivo se estableció esta Política, la cual debe ser entendida como pauta de carácter general, cuyo propósito es disuadir, con ayuda de herramientas entregadas por la organización, a que no se incurran en prácticas anticompetitivas que podrían ser sancionables.

CLASIFICACIÓN Uso Interno o externo	FECHA APROBACIÓN 01/11/2018	FECHA PUBLICACIÓN 01/11/2018	
RESPONSABLE Control Interno	REVISORES	APROBADOR	



Éste documento busca fortalecer una cultura corporativa dirigida al cumplimiento de las normas, donde las actividades de todos los colaboradores estén guiadas por la ética y la moral, para que la excusa de “todos lo hacen” no constituya una regla de comportamiento, sino que por el contrario sea una señal de alarma de infracción de la ley que debe ser oportunamente denunciada y mitigada.

1.4 Interpretación

De acuerdo con la Constitución Política de Colombia, la libre competencia es un derecho de todos que supone responsabilidades. Lo anterior implica que, además de existir el derecho individual que tiene cada empresario a desarrollar sus actividades en la forma en que mejor considere que cumple sus expectativas de ganancia, el Estado también protege a los consumidores, a los proveedores y a los competidores frente a aquellas actividades que, estando por fuera del marco legal, pueden dar lugar a que la competencia desaparezca del mercado, afectando a toda la sociedad.

Así, las normas de libre competencia sancionan al que ejecute o celebre, individual o colectivamente, cualquier hecho, acto o acuerdo verbal o escrito, expreso o tácito, que impida, restrinja o entorpezca indebidamente la libre competencia, o que tienda a producir tales efectos.

Para estos efectos las disposiciones contenidas en la presente Política pretenden estar en armonía con los preceptos constitucionales y las demás normas concordantes, Ley 155 de 1959, Decreto 2153 de 1992, la Ley 256 de 1996 y La Ley 1340 de 2009. Como consecuencia de ello, ninguno de los mandatos que integran el presente documento puede interpretarse de manera que contravenga o modifique lo dispuesto en las normas jurídicas señaladas.

De acuerdo con la regulación colombiana, además de los preceptos constitucionales existe una norma general que, según la Superintendencia de Industria y Comercio (en adelante “SIC”), reprime cualquier práctica indebida que tienda a limitar la libre competencia (Ley 155 de 1959, artículo 1), el Decreto 2153 de 1992 sanciona los acuerdos que tengan por objeto o como efecto restringir la competencia, así como los actos anticompetitivos y el abuso de posición dominante en el mercado. Adicionalmente, la Ley 256 de 1996 reprime las conductas que constituyan competencia desleal y la Ley 1340 de 2009 actualizó la normatividad en materia de protección de la competencia para adecuarla a las condiciones actuales de los mercados, facilitar a los usuarios su adecuado seguimiento y optimizar las

CLASIFICACIÓN Uso Interno o externo	FECHA APROBACIÓN 01/11/2018	FECHA PUBLICACIÓN 01/11/2018	
RESPONSABLE Control Interno	REVISORES	APROBADOR	



herramientas con que cuentan las autoridades nacionales para el cumplimiento del deber constitucional de proteger la libre competencia económica en el territorio nacional

Dada la gran cantidad de conductas que pueden dar lugar a que en el mercado se obstaculice la competencia y la imposibilidad de prever todas aquellas que en el futuro puedan existir, los listados de conductas que contienen las normas sobre libre competencia son algunos ejemplos de prácticas prohibidas que no pretenden enumerar o enunciar todas aquellas que pueden llegar a presentarse. Debido a lo anterior, las normas dejan abierta la puerta para que se sancionen otras conductas que, sin estar previstas en forma expresa en la ley, resultan igualmente reprochables y que por ello son ilegales.

Lo anterior implica que frente a conductas que no se encuentren en la ley, pero que a pesar de ello puedan limitar la competencia, será necesario examinar si su realización genera una restricción indebida, o si por el contrario, como suele suceder en gran cantidad de ocasiones, la conducta es permitida y refleja el ánimo competitivo de quien la realiza en emprender acciones y estrategias leales que superan a las de sus competidores.

En todo caso y como criterio general, las normas citadas primarán sobre las contenidas en este Política y en caso de duda éstas últimas se interpretarán de tal modo que se haga prevalecer la voluntad del legislador.

1.5 Alcance

Esta política será objeto de divulgación través de la intranet de la compañía, la página web y las distintas plataformas con las que se interactúa con terceros y aplica para todos los empleados, proveedores, apoderados y terceros quienes actúen a nombre de la compañía.

1.6 Modificación

Dada la naturaleza jurídica del presente documento, sus disposiciones sólo podrán modificarse mediante decisión válidamente adoptada por la alta dirección de FALABELLA DE COLOMBIA S.A.

2. POSICIÓN DE LOS ALTOS DIRECTIVOS

CLASIFICACIÓN Uso Interno o externo	FECHA APROBACIÓN 01/11/2018	FECHA PUBLICACIÓN 01/11/2018	
RESPONSABLE Control Interno	REVISORES	APROBADOR	



Los Altos Directivos y asociados, se comprometen a promover y respaldar una cultura de integridad y de cero tolerancia hacia actos contrarios a la Leal y Libre Competencia; promoviendo prácticas y costumbres orientadas hacia la legalidad y la honestidad a través del ejemplo.

A su vez, realizarán acciones para que la política sea conocida por los terceros con los que se vinculan, de manera que conozcan y realicen sus actividades de manera responsable y transparente bajo los parámetros de dicho documento y los estándares de FALABELLA DE COLOMBIA S.A.

Finalmente, asignarán los recursos suficientes para el diseño, la puesta en marcha de la Política y su mantenimiento, así como de la adopción de decisiones estratégicas dirigidas a la evitar prácticas anticompetitivas.

3. CONCEPTUALIZACIÓN: LEAL Y LIBRE COMPETENCIA

Acuerdos anticompetitivos: Un acuerdo anticompetitivo es todo contrato, convenio, concertación, práctica concertada o conscientemente paralela entre dos o más empresas e inclusive los comportamientos paralelos, que evidencian que los participantes en el mercado se han puesto de acuerdo para no competir entre sí, pueden ser verbales o escritos o tácitos. Los acuerdos contrarios a la competencia pueden ser anticompetitivos por sí mismos o por sus efectos. A los primeros se les denomina carteles.

Éstos se pueden presentar en diferentes lugares de la cadena de producción como acuerdos horizontales (ej: distribuidores-distribuidores) y acuerdos verticales (ej: productores-distribuidores)¹

Actos anticompetitivos: Son prácticas susceptibles de distorsionar la competencia que incluye acuerdos anticompetitivos, abusos de posición dominante y ciertos actos unilaterales realizados por empresas. También están prohibidas las integraciones económicas que contraigan sustancialmente la competencia y que no compensen con eficiencias. Además de las anteriores, el Régimen de Competencia contempla los actos de

¹ Prácticas restrictivas de la competencia. *Superintendencia de industria y Comercio*. Recuperado de: <http://www.sic.gov.co/practicas-restrictivas-de-la-competencia>

CLASIFICACIÓN Uso Interno o externo	FECHA APROBACIÓN 01/11/2018	FECHA PUBLICACIÓN 01/11/2018	
RESPONSABLE Control Interno	REVISORES	APROBADOR	



Competencia Desleal establecidos en la Ley 256 de 1996 que afecten o tengan impacto en el mercado.²

Integración económica: Integración es cualquier mecanismo utilizado para adquirir el control de una o varias empresas o para adquirir el control de una empresa en otra ya existente o para crear una nueva empresa con el objeto de desarrollar actividades conjuntamente. El término integración implica, sin importar la forma jurídica de la operación, la combinación de una o más actividades en las cuales cesa la competencia entre las empresas que llevan a cabo la integración, posterior al perfeccionamiento de la misma. Ejemplo: Joint Venture.

Una Integración puede ser de dos maneras, horizontal que es aquella realizada entre empresas que participan en el mismo eslabón de la cadena de valor y una Integración vertical que es aquella realizada entre empresas ubicadas en diferente eslabón de producción y/o distribución pero en la misma cadena de valor.³

Joint Venture: Es un acuerdo en virtud del cual dos o más firmas se unen, combinan sus recursos, e integran parte de sus operaciones, con el fin de alcanzar determinadas metas comerciales.⁴

Colusión: Acuerdos entre competidores, o prácticas concertadas entre ellos, que les confieren poder de mercado y que consisten en realizar maniobras fraudulentas para perjudicar a terceros, o de una de las partes para perjudicar a la otra.⁵

Abuso de posición dominante: Tener posición dominante en el mercado no es ilícito ni reprochable. Lo que la ley sanciona es el abuso que una persona haga de esa posición de dominio.

Existe posición dominante cuando una persona puede actuar en el comercio sin tener en cuenta lo que hagan sus competidores y compradores, pues está en capacidad de determinar, por sí sola, las condiciones del mercado existe posición dominante cuando una persona puede actuar en el comercio sin tener en cuenta lo que hagan sus competidores y

² Protección de la Competencia: ¿Qué es la protección de la competencia?. *Superintendencia de industria y Comercio*. Recuperado de: <http://www.sic.gov.co/que-es-la-proteccion-de-la-competencia>

³ Integraciones Empresariales. *Superintendencia de industria y Comercio*. Recuperado de: <http://www.sic.gov.co/las-integraciones-empresariales>

⁴ Resolución No. 553 de 2013: *Obligación de Informar o Notificar una Operación de Integración*. *Superintendencia de industria y Comercio*. Recuperado de:

http://www.sic.gov.co/sites/default/files/estados/RELATORIA_RESOLUCION_553_DE_21_DE_ENERO_DE_2013_DONDE_ADQUIRIR_VIVIENDA.pdf

⁵ Guía Práctica: *Combatir la Colusión en las Licitaciones*. *Superintendencia de industria y Comercio*. Recuperado de:

http://www.sic.gov.co/recursos_user/documentos/articulos/2010/Guia_Contratacion.pdf

CLASIFICACIÓN Uso Interno o externo	FECHA APROBACIÓN 01/11/2018	FECHA PUBLICACIÓN 01/11/2018	
RESPONSABLE Control Interno	REVISORES	APROBADOR	



compradores, pues está en capacidad de determinar, por sí sola, las condiciones del mercado.

El abuso de una posición de dominio puede darse cuando se fijan precio por debajo de costo, se realizan ventas atadas o se discrimina frente a consumidores o proveedores con la intención o propósito de eliminar la competencia.

Precios predatorios: Es la disminución de precios por debajo de los costos.⁶

Mercado Relevante: El mercado relevante es un concepto fundamental en el derecho de competencia. La descripción del mercado relevante permite establecer los bienes y servicios respecto de los cuales recae una restricción de la competencia, así como el ámbito geográfico que comprende el mercado afectado.⁷

Información sensible: Información que contenga datos acerca de la operación de la compañía (márgenes, costos, precios) que pueda dar una ventaja competitiva a la competencia.

4. RIESGOS ESPECÍFICOS

FALABELLA DE COLOMBIA S.A. es consciente que sus empleados, proveedores, apoderados y terceros quienes actúen a nombre de la compañía pueden llegar a incurrir en conductas que puedan ser cuestionadas y considerarse que contravienen la Libre Competencia, por ello se han identificado y clasificado las consecuencias negativas que puede sufrir la compañía en cinco clases de riesgo:

- a) **Riesgo Reputacional:** Definido como la posibilidad de que el nombre y la imagen corporativa de la Compañía se vean afectados, la posibilidad de ser incluida en las listas públicas de personas vinculadas a actividades de corrupción, la publicación en medios de amplia circulación y en la página web de la sanción.
- b) **Riesgo Legal:** Entendido como la posibilidad de que la Compañía sea sancionada y condenada al pago de indemnizaciones o multas, o que se declare la extinción del derecho de dominio sobre bienes de su propiedad.

⁶ Prácticas restrictivas de la competencia. *Superintendencia de industria y Comercio*. Recuperado de: <http://www.sic.gov.co/practicas-restrictivas-de-la-competencia>.

⁷ *Ibíd.*

CLASIFICACIÓN Uso Interno o externo	FECHA APROBACIÓN 01/11/2018	FECHA PUBLICACIÓN 01/11/2018	
RESPONSABLE Control Interno	REVISORES	APROBADOR	



- c) **Riesgo Operativo:** Comprendido como la posibilidad de sufrir pérdidas económicas a causa de fallas humanas, técnicas o procedimentales.
- d) **Riesgo Económico:** Definido como la posibilidad de sufrir un detrimento patrimonial debido a las sanciones penales, civiles o administrativas, así como al pago de honorarios de abogados e indemnizaciones, o la extinción del derecho de dominio.
- e) **Riesgo de Contagio:** Entendido como la posibilidad de que la Compañía pueda sufrir una afectación reputacional, legal o económica a causa de la acción propia de una persona relacionada o asociada a ella.

Falabella de Colombia reconoce que por las actividades propias del desarrollo de su objeto social se tiene un riesgo inherente a la leal y libre competencia y es por ello que la compañía realizó un diagnóstico en donde se identificaron las causas y los controles para mitigarlo y administrarlo. El propósito de ésta política es identificar herramientas apropiadas para reducir el riesgo de manera que se mitiguen sus efectos de manera significativa.

5. CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES

a. Responsabilidad de implementación de la Política de Leal y Libre Competencia

La Alta Dirección, tendrá la responsabilidad y facultad de generar las pautas que desarrollen la presente Política, la cual ayude a prevenir y mitigar el riesgo de incurrir en prácticas contrarias a la leal y libre competencia.

En desarrollo de esta función, compete a este órgano de administración las siguientes labores:

- I. Expedir la Política de Leal y Libre Competencia
- II. Proveer los recursos operativos, económicos, físicos, tecnológicos y de recursos humanos, necesarios para la aplicación y mejora continua de la Política.

b. Supervisión de la Política de Leal y Libre Competencia.

CLASIFICACIÓN Uso Interno o externo	FECHA APROBACIÓN 01/11/2018	FECHA PUBLICACIÓN 01/11/2018	
RESPONSABLE Control Interno	REVISORES	APROBADOR	



Corresponde a la auditoría interna adoptar los mecanismos necesarios para garantizar que la política de leal y libre competencia, adoptada por FALABELLA DE COLOMBIA S.A. sea vigilada y monitoreada. Para tal efecto se procederá así: La auditoría interna de la Compañía tendrá la obligación de realizar al menos una (1) auditoría al año, enfocada en el cumplimiento de las normas previstas en esta política y en todos los demás reglamentos que desarrolle el sistema de gestión. De dicha evaluación se elaborará un informe sobre la situación actual y los resultados de la política que deberá ser entregado a la Administración y Altos Directivos de la Compañía.

6. PAUTAS GENERALES DE COMPORTAMIENTO

Dada la gran cantidad de conductas que pueden dar lugar a que en el mercado se obstaculice la competencia y la imposibilidad de prever todas aquellas que en el futuro puedan existir, los listados de conductas que contienen las normas sobre libre competencia son algunos ejemplos de prácticas prohibidas que no pretenden enumerar o enunciar todas aquellas que pueden llegar a presentarse.

Lo anterior implica que frente a conductas que no se encuentren en la ley, pero que a pesar de ello puedan limitar la competencia, será necesario examinar si su realización genera una restricción indebida, o si por el contrario, como suele suceder en gran cantidad de ocasiones, la conducta es permitida y refleja el ánimo competitivo de quien la realiza en emprender acciones y estrategias leales que superan a las de sus competidores.

A continuación se establecen unas directrices que guían de manera general el correcto proceder de los colaboradores para evitar infringir la normatividad vigente en la materia.

CLASIFICACIÓN Uso Interno o externo	FECHA APROBACIÓN 01/11/2018	FECHA PUBLICACIÓN 01/11/2018	
RESPONSABLE Control Interno	REVISORES	APROBADOR	



Nunca

Mantener conversaciones con competidores de temas competitivamente sensibles tales como precios, costos, ventas, compras, ofertas, licitaciones y/o márgenes de beneficios.

Realizar acuerdos con la competencia para repartirse el mercado, asignarse cuotas de producción, realizar ventas atadas, fijar precios y/o márgenes diferenciados entre precios.

Vender o prestar servicios a un precio diferente de aquel al que se ofrece en otra parte del territorio colombiano cuando su intención o el efecto sea disminuir o eliminar a la competencia.

Disminuir precios por debajo de los costos cuando no sea una actividad temporal y tengan por objeto eliminar uno o varios competidores, o impedir la entrada o expansión de éstos.

Realizar acuerdos o determinar condiciones de venta o comercialización que sean discriminatorias para con terceros o que impidan su acceso a los mercados o a los canales de comercialización.

Realizar actos de desorganización, confusión, engaño, descredito, comparación, imitación, explotación de la reputación ajena y/o desviación de la clientela que sean contrarios a las buenas costumbres comerciales.

Realizar publicidad engañosa, que contenga especificaciones falsas o comparativa que no se ajuste a la normatividad vigente.

Tener cuidado con

Exclusividades y descuentos

La información sensible que se maneje de la competencia sea sólo información histórica

Los estándares de confidencialidad bajo los cuales se realizan los intercambios de información.

Vender o prestar servicios a un precio diferente de aquel al que se ofrece en otra parte del territorio colombiano.

Reuniones, comunicaciones y avisos que puedan ser interpretados como una conducta sospechosa de actos anticompetitivos.

Acuerdos de colaboración entre competidores.

CLASIFICACIÓN Uso Interno o externo	FECHA APROBACIÓN 01/11/2018	FECHA PUBLICACIÓN 01/11/2018	
RESPONSABLE Control Interno	REVISORES	APROBADOR	



a. Pautas para el cumplimiento de las normas de Leal y Libre Competencia

Los colaboradores no participan directa o indirectamente en ningún hecho que pueda impedir, restringir o entorpecer la libre competencia y se rechaza toda conducta contraria a la buena fe o a las buenas costumbres.

Con el objeto de facilitar el cumplimiento de las normas sobre libre competencia, a continuación se establecen una serie de guías prácticas que deben ser seguidos por quienes están vinculados a FALABELLA DE COLOMBIA S.A. en el ejercicio de sus funciones:

i. En relación con los competidores

Los acuerdos entre competidores son conductas que la ley considera contrarias a la libre competencia, pues con ellas los competidores deciden no competir entre sí y privan a los consumidores de recibir los beneficios naturales que la competencia genera. Cuando existe competencia en el mercado, los oferentes se esfuerzan en crear mejores productos, disputar la clientela con precios favorables, crear atractivos que los diferencien de sus competidores y, en general, desarrollar ofertas que, por ser mejores a las de los competidores, les permitan atraer a una clientela. Sin embargo, cuando los competidores deciden no competir entre sí, todos estos beneficios se frustran y el principal perjudicado es el consumidor.

Dada la ilegalidad de este tipo de conductas, la ley colombiana estipula fuertes multas y sanciones para las empresas y personas que participan en ellos, los realizan, ejecutan, autorizan o toleran.

Adicionalmente, nuestra legislación contempla para los acuerdos anticompetitivos un sistema de Delación, que explicaremos en detalle más adelante.

Así las cosas, en la relación con los competidores se debe tener en cuenta lo siguiente:

- I. Los precios de los productos y servicios comercializados deben ser determinados de manera unilateral, autónoma e independiente por FALABELLA DE COLOMBIA S.A. En aquellos casos en que los precios sean fijados en consideración –o tomando como referencia- a los de la competencia, tales antecedentes deben ser obtenidos

CLASIFICACIÓN Uso Interno o externo	FECHA APROBACIÓN 01/11/2018	FECHA PUBLICACIÓN 01/11/2018	
RESPONSABLE Control Interno	REVISORES	APROBADOR	



a partir de información públicamente disponible o investigaciones realizadas en el mercado.

- II. No podrán existir y están prohibidos en FALABELLA DE COLOMBIA S.A. los acuerdos con competidores, sean verbales o escritos, expresos o tácitos, respecto de temas relacionados con las políticas de fijación de precios de la Compañía, márgenes, descuentos, promociones, estrategias o con los demás términos y condiciones de la actividad de la empresa.
- III. De ninguna manera se anuncia a competidores las decisiones relacionadas con alzas o bajas de precios, promociones, descuentos u otra información comercialmente sensible.
- IV. No podrán existir y están prohibidos en FALABELLA DE COLOMBIA S.A. los acuerdos con competidores, sean verbales o escritos, expresos o tácitos, que tengan por objeto o impliquen limitar la oferta de productos o asignarse zonas, cuotas de mercado o clientes.
- V. No podrán existir y están prohibidos en FALABELLA DE COLOMBIA S.A. los acuerdos con competidores, sean verbales o escritos, expresos o tácitos, referidos a la no adquisición de productos o servicios de determinados proveedores y/o a la no venta a determinados clientes. Asimismo, no podrán existir acuerdos con competidores, sean verbales o escritos, expresos o tácitos, respecto de los términos y condiciones bajo los cuales efectuar tales adquisiciones o ventas.
- VI. No podrán existir y están prohibidos en FALABELLA DE COLOMBIA S.A. los acuerdos con competidores, sean verbales o escritos, expresos o tácitos, referidos a evitar que un competidor no ingrese al mercado o a que se vea forzado – indebidamente- a retirarse de éste.
- VII. Se debe ser respetuoso en los procesos de selección al considerar candidatos, que hagan parte de la competencia, que manejen información confidencial o sensible.
- VIII. Cualquier acuerdo o contrato que suponga alguna forma de cooperación entre competidores debe ser aprobado previamente por la Gerencia Jurídica. Ejemplos

CLASIFICACIÓN Uso Interno o externo	FECHA APROBACIÓN 01/11/2018	FECHA PUBLICACIÓN 01/11/2018	
RESPONSABLE Control Interno	REVISORES	APROBADOR	



de dichos contratos pueden ser alianzas estratégicas o acuerdos de investigación, innovación tecnológica o Joint Ventures.

- IX. En los procesos de licitación o invitaciones a formular ofertas en que participe FALABELLA DE COLOMBIA S.A., no podrán existir intercambios de información o acuerdos de ningún tipo con competidores o con otras empresas que participen en la misma o en otra licitación.
- X. En caso de recibir de parte de un competidor alguna oferta cuyo objeto sea la existencia de acuerdos o en la que se esté planteando un acuerdo, en los términos señalados anteriormente, este hecho deberá ser puesto inmediatamente en conocimiento de la Gerencia Jurídica de la Compañía.
- XI. Antes, durante y después de una reunión gremial los representantes que a ésta concurren y quienes participen en su preparación, deben abstenerse de discutir o hablar formal o informalmente con sus competidores, acerca de las estrategias de mercado de la organización, las de sus competidores o de dificultades o aciertos que hayan tenido en relación con sus productos.
- XII. En seminarios, actividades gremiales, eventos u otras instancias en que se interactúe con la competencia, se debe evitar compartir información que sirva de base para la adopción de acuerdos anticompetitivos. Si los temas se desvían de lo programado y se tocan materias consideradas sensibles, debe advertirse que ello es contrario a las políticas de FALABELLA DE COLOMBIA S.A., y se debe proceder a abandonar la reunión, dejando constancia de la situación, en actas si es del caso.
- XIII. Debe consultarse a la Gerencia Jurídica en forma previa al envío de cualquier información propia, directa o indirectamente, relacionada con los negocios de FALABELLA DE COLOMBIA S.A. (relativa a precios, márgenes, descuentos, promociones, clientes, etc.) a asociaciones gremiales u otras entidades no gubernamentales que procesen información de los mercados en que actúa FALABELLA DE COLOMBIA S.A. Adicionalmente será establecida la temporalidad y la finalidad de la información que sea compartida por la compañía.

CLASIFICACIÓN Uso Interno o externo	FECHA APROBACIÓN 01/11/2018	FECHA PUBLICACIÓN 01/11/2018	
RESPONSABLE Control Interno	REVISORES	APROBADOR	



- XIV. Cuando se participe en asociaciones gremiales seminarios u otros escenarios en que exista contacto con competidores, la Gerencia Jurídica podrá proporcionar el entrenamiento necesario para poder participar de tales actividades de manera segura.

ii. Relación con proveedores.

Dado que en el desarrollo del negocio es indispensable la relación con proveedores, éstas también deben enmarcarse en un ámbito de debido respeto a las normas de la leal y libre competencia.

- I. Todas las empresas son libres para iniciar o terminar relaciones comerciales con proveedores, y su decisión en uno u otro sentido debe tomarse en forma, libre, autónoma, independiente y basada en consideraciones objetivas, razonables y generales.
- II. Preventivamente se debe consultar con la Gerencia Jurídica los acuerdos que puedan contener prohibiciones o restricciones de realizar negocios con terceros (sea que la exclusividad pese sobre FALABELLA DE COLOMBIA S.A. o bien, sobre el proveedor), sin que ello implique la imposibilidad o ilegalidad de tener ofertas o líneas diferenciales que favorezcan la posición competitiva de FALABELLA DE COLOMBIA S.A. en el mercado.
- III. No se debe solicitar información de la competencia ni enviar información o mensajes de FALABELLA DE COLOMBIA S.A. hacia ella. La compañía debe manejar sólo información públicamente disponible en el mercado o que provenga de investigaciones de mercado que realiza.
- IV. La determinación de los precios de los productos que comercializa FALABELLA DE COLOMBIA S.A. es autónoma y libre, y por lo tanto, las sugerencias de precio de los proveedores son sólo sugerencias no vinculantes que en forma alguna resultan obligatorias. En razón de lo anterior, la decisión de adoptar los precios sugeridos o determinar precios diferentes es una decisión que FALABELLA DE COLOMBIA S.A. toma autónomamente.
- V. En el evento de recibir información por parte de proveedores que no se ajuste a los

CLASIFICACIÓN Uso Interno o externo	FECHA APROBACIÓN 01/11/2018	FECHA PUBLICACIÓN 01/11/2018	
RESPONSABLE Control Interno	REVISORES	APROBADOR	



lineamientos de libre competencia, se debe proceder inmediatamente a la devolución de tales antecedentes al remitente, advirtiéndole que el envío de tal información es contraria a las políticas de FALABELLA DE COLOMBIA S.A.

- VI. En caso que el comportamiento de un proveedor se aparte de las normas y lineamientos de libre competencia, tal situación debe ser puesta en conocimiento de la Gerencia Jurídica, a fin de analizar la situación y definir las medidas a ser adoptadas.
- VII. Si algún proveedor incurre en prácticas que se estiman contrarias a las reglas de un trato justo, particularmente discriminatorio a favor de empresas competidoras de FALABELLA DE COLOMBIA S.A., o incumpliendo condiciones comerciales previamente pactadas, los antecedentes deben ser puestos en conocimiento de la Gerencia Jurídica, con el objeto de analizar la situación y definir las medidas a ser adoptadas.
- VIII. Se debe evitar incurrir en negativas de venta o discriminaciones en las condiciones de venta a proveedores, de tal forma que quienes reúnan unas mismas condiciones objetivas, sean tratados en forma similar.
- IX. La mercancía que comercializa FALABELLA DE COLOMBIA S.A. deberá contener todas las especificaciones dispuestas por la ley.
- X. Todos los proveedores que mantengan relaciones comerciales con FALABELLA DE COLOMBIA S.A. deberán conocer las disposiciones puestas en ésta política, por lo que se tendrá una cláusula en los contratos la cual dará a conocer la postura adoptada la organización.
- XI. El proceso de contratación de proveedores se realizará bajo los lineamientos registrados en los procedimientos establecidos por FALABELLA DE COLOMBIA S.A., y por lo tanto no podrán existir intercambios de información o acuerdos de ningún tipo con los oferentes que sean participantes.
- XII. La documentación que sea generada en la relación con proveedores quedará registrada por el Sistema de Gestión Documental adoptado por FALABELLA DE COLOMBIA S.A.
- XIII. La Gerencia Jurídica, en caso de ser requerida, estará disponible para ser

CLASIFICACIÓN Uso Interno o externo	FECHA APROBACIÓN 01/11/2018	FECHA PUBLICACIÓN 01/11/2018	
RESPONSABLE Control Interno	REVISORES	APROBADOR	



consultada acerca de los términos de contratos y/ o documentación necesaria para cerrar negociaciones con los proveedores.

iii. Precios y Promociones.

- I. Se debe evitar comercializar de manera permanente en el tiempo productos o servicios por debajo de los costos de producción de los mismos (precios predatorios), Las promociones deben tener un carácter temporal claramente definido.
- II. Se debe consultar a la Gerencia Jurídica la posibilidad de condicionar la venta de determinados productos o servicios a la adquisición de otros. Lo anterior, sin perjuicio de la realización de promociones acotadas en el tiempo. En todo caso, el comprador debe poder adquirir en forma separada los productos que se venden en “combos”.

iv. Publicidad

- I. La Gerencia Jurídica proporciona a la Gerencia de Marketing pautas que permitan establecer las condiciones mínimas legales que debe tener el contenido de la publicidad presentada al público.
- II. La publicidad comparativa no ésta prohibida siempre y cuando ésta sea realizada bajo los lineamientos que exige la ley.
- III. Bajo ninguna circunstancia se puede presentar al público a través de cualquier medio de comunicación, información que no sea real o que se preste para confundir o inducir al error.

v. Diferenciación frente a la competencia

Buscar la diferenciación con nuestros competidores y ofrecer a nuestros clientes y proveedores mejores opciones que las que ofrece la competencia es parte de nuestra lucha competitiva para darle lo mejor a nuestros clientes, y así ser preferidos frente a nuestros competidores.

CLASIFICACIÓN Uso Interno o externo	FECHA APROBACIÓN 01/11/2018	FECHA PUBLICACIÓN 01/11/2018	
RESPONSABLE Control Interno	REVISORES	APROBADOR	



- I. **Las normas legales permiten las exclusividades** y simplemente las prohíben cuando con ellas se consigue una monopolización del mercado. En consecuencia, si existe en el mercado -más de una marca o más de un proveedor para el mismo producto o similar, es posible obtener la exclusividad con alguno de ellos, pues los competidores podrán vender la marca y/o los productos de los otros proveedores.
- II. En aquellos productos en los que existe en el mercado más de una marca o más de un proveedor, FALABELLA DE COLOMBIA S.A. S.A. puede dejar de comprarle productos a quienes le venden a la competencia, pues es válido generar una diferenciación en la oferta de productos al consumidor, frente a la oferta que presentan los competidores.
- III. Es lícito dar un trato preferencial a los proveedores que voluntariamente deciden suministrar líneas o productos diferenciadores y/o exclusivos a FALABELLA DE COLOMBIA S.A., que permitan generar una diferenciación en el mercado entre los almacenes TIENDAS FALABELLA frente a los almacenes o tiendas de los competidores.
- IV. En los casos en los que FALABELLA DE COLOMBIA S.A. ha desarrollado, ha apoyado o ha dado la idea para el desarrollo de un producto y/o empaque, se debe entender que el producto y/o empaque es consecuencia de un desarrollo conjunto, y por lo tanto se puede reclamar una exclusividad. Es conveniente, en la medida de lo posible, que al inicio del desarrollo del producto se suscriba con el proveedor un documento en este sentido.
- V. FALABELLA DE COLOMBIA S.A., como cualquier otro comerciante, es libre de decidir si le conviene tener un producto en sus tiendas. En consecuencia, esta Compañía puede codificar los productos que considera que cumplen sus necesidades frente al cliente, al igual que puede decidir no seguir comercializando un producto determinado. Los procedimientos para codificación y descodificación se encuentran en el Manual de Proveedores.

vi. Integraciones Empresariales y acuerdos de cooperación

- I. Toda integración empresarial que se pretenda hacer deberá ser consultada con la Gerencia Jurídica para evitar infringir la normativa vigente referente a la materia.

CLASIFICACIÓN Uso Interno o externo	FECHA APROBACIÓN 01/11/2018	FECHA PUBLICACIÓN 01/11/2018	
RESPONSABLE Control Interno	REVISORES	APROBADOR	



- II. En caso de presentarse una integración empresarial ésta deberá ser analizada bajo los aspectos registrados en la Ley 1340 de 2009 por parte de la alta dirección, así mismo la Gerencia Jurídica deberá definir si debe o no ser informada ante el ente de control.

7. CAPACITACIÓN

Acorde con el interés de FALABELLA DE COLOMBIA S.A. en que las normas que regulan la competencia se cumplan, desde hace varios años la Compañía realiza capacitaciones e instruye a sus funcionarios sobre aquellas conductas que deben evitar y aquellos parámetros que deben seguir en sus actividades competitivas.

Corresponde a la Gerencia de Gestión Humana, asegurar que todo el personal, socios, directivos y proveedores de la compañía tengan conocimiento de los riesgos de incurrir en conductas contrarias a la leal y libre competencia, las amenazas que representan para la Compañía y el conocimiento y entendimiento de la política, por ello se realizarán dos tipos de entrenamientos de acuerdo a la segmentación establecida del riesgo de incurrir en conductas contraria a la leal y libre competencia:

1. Capacitaciones presenciales dirigidas a las áreas más propensas a incurrir en conductas contrarias a la leal y libre competencia.
2. Curso E- learning en general para todo el personal de FALABELLA DE COLOMBIA S.A.

8. COMUNICACIÓN

El programa de comunicación de Leal y Libre Competencia FALABELLA DE COLOMBIA S.A. contempla:

- I. Comunicados dirigidos a empleados, socios, directivos y proveedores se realizarán de manera periódica a través del correo institucional, estos reflejarán las

CLASIFICACIÓN Uso Interno o externo	FECHA APROBACIÓN 01/11/2018	FECHA PUBLICACIÓN 01/11/2018	
RESPONSABLE Control Interno	REVISORES	APROBADOR	



obligaciones relacionadas con la prevención de incurrir en conductas contrarias a la leal y libre competencia.

- II. Los empleados, socios, directivos y terceros con los que se mantengan relaciones comerciales, podrán visualizar en la página web y en las plataformas implementadas por la compañía la Política de Leal y Libre Competencia cada vez que lo requieran.
- III. Una vez al año se realizarán actividades de divulgación, recordación y capacitación de la presente política con el propósito de prevenir, enfrentar e informar conductas contrarias a la leal y libre competencia.

9. DELACIÓN

En consideración a las graves consecuencias que provocan las conductas restrictivas de la competencia al mercado y a los consumidores, la Ley 1340 de 2009 y el Decreto 2896 de 2010 establecieron un mecanismo de delación o de beneficios por colaboración, que consiste en otorgar una exención de multa o rebaja de la misma, para quien formando parte de un acuerdo anticompetitivo, proporcione información y presente a la Superintendencia de Industria y Comercio –SIC- información y pruebas que permitan desbaratar y sancionar a los actores que forman parte de un acuerdo.

Con estas herramientas de la delación se busca que un acuerdo anticompetitivo se vuelva inestable, por la posibilidad que uno de los partícipes del mismo obtenga los beneficios por colaboración, al suministrar la información suficiente que permita a la SIC contar con los argumentos y pruebas necesarias para perseguir este tipo de conducta.

10. CANAL DE INTEGRIDAD

Todas las dudas, inquietudes y denuncia de infracciones con relación al cumplimiento de esta Política se reportarán de manera confidencial a través del correo contactocolombia@gerenciadeetica.com.co o a la línea gratuita 018000-9- ETICA (38422)

La información obtenida a través de este medio será tratada con sumo cuidado y de manera confidencial; al empleado o tercero que haya denunciado actos contrarios a la leal y libre competencia se le dará acompañamiento de ser necesario.

CLASIFICACIÓN Uso Interno o externo	FECHA APROBACIÓN 01/11/2018	FECHA PUBLICACIÓN 01/11/2018	
RESPONSABLE Control Interno	REVISORES	APROBADOR	



A través del uso de este correo, se garantizará que ninguno de los empleados o terceros sea objeto de represalias debido al reporte de infracciones a la ley o a las políticas contenidas en esta política.

Adicionalmente, se orientará a los empleados o terceros para que realicen sus actividades de manera ética evitando actos de soborno y corrupción

Podrán presentar quejas o casos que infrinjan la política de libre competencia cualquier cliente o proveedor de FALABELLA DE COLOMBIA S.A. que considere que el comportamiento o las actuaciones de la empresa o de sus funcionarios infringen o pueden infringir las normas sobre la leal y libre competencia.

a. Procedimiento De Denuncia

El procedimiento de Investigación se regirá por los siguientes principios y reglas:

- i. Las denuncias serán recibidas por la Gerencia de Ética y Gobernanza.
- ii. Una vez recibida la denuncia, se analizará su contenido y méritos para ser investigada. Deberán investigarse siempre las denuncias o hechos que puedan dar cuenta de conductas colusorias.
- iii. Las Gerencias competentes anunciadas anteriormente, deberán mantener una estricta confidencialidad sobre todas las materias investigadas y las personas involucradas, cuidando encarecidamente el buen ambiente laboral.
- iv. Las Gerencias podrán entrevistar a trabajadores que, en virtud de su posición y actividad dentro de la empresa, pudieran aportar con información respecto de los hechos investigados.
- v. La Gerencia General, la Gerencia de Auditoria y la Gerencia de Ética y Gobernanza contará con las facultades necesarias para realizar aquellas pruebas que le permitan dirigir una investigación adecuada, incluyendo pero no limitándose a entrevistar trabajadores, solicitar y revisar todo tipo de información de la compañía, por ejemplo, información de precios, ventas, márgenes, descuentos, listado de proveedores, condiciones y términos comerciales con proveedores y clientes, etc.

CLASIFICACIÓN Uso Interno o externo	FECHA APROBACIÓN 01/11/2018	FECHA PUBLICACIÓN 01/11/2018	
RESPONSABLE Control Interno	REVISORES	APROBADOR	



- vi. Una vez concluida la investigación, se emitirá un informe confidencial y reservado con las conclusiones de la misma

b. Quienes Pueden Denunciar

Los clientes o proveedores que deseen presentar quejas o poner en conocimiento actuaciones que consideran que son o que pueden ser contrarias a las normas sobre libre competencia, podrán hacerlo remitiendo un escrito a la dirección electrónica contactocolombia@gerenciadeetica.com.co, dirigirse al Teléfono 018000-9- ETICA (38422)

En su queja el cliente o proveedor deberá describir o narrar los hechos en que fundamenta su queja y si lo desea, aportar los documentos o pruebas en los que se fundamenta.

Por lo menos la queja o comunicación deberá entregar una descripción detallada de los hechos que la fundamentan y en la medida de lo posible la denuncia deberá contener la siguiente información:

- I. Lugar donde ocurrió el hecho (oficina, dirección, ciudad, etc.)
- II. Área de FALABELLA DE COLOMBIA S.A. donde ocurrió el hecho denunciado. Indicar nombres y cargos de personas involucradas en los hechos denunciados
- III. Agentes económicos involucrados (competidores, proveedores, clientes, asociaciones gremiales, etc.)
- IV. Descripción de los productos involucrados.
- V. Fecha aproximada en que ocurrió el hecho observado.
- VI. Descripción detallada de los hechos observados.
- VII. Nombres y cargos de eventuales testigos de lo ocurrido.
- VIII. Toda la demás información que permita el esclarecimiento de los hechos o facilite la investigación.

CLASIFICACIÓN Uso Interno o externo	FECHA APROBACIÓN 01/11/2018	FECHA PUBLICACIÓN 01/11/2018	
RESPONSABLE Control Interno	REVISORES	APROBADOR	



La sola duda respecto a que se haya incurrido en prácticas atentatorias contra la libre competencia, es considerada motivo suficiente para presentar la consulta o denuncia respectiva.

Si quien presenta la queja desea mantener anonimato, así lo indicará, al igual que si desea que se guarde reserva acerca de su identidad y datos de identificación. En caso de que desee conocer o ser informado acerca del resultado de la queja, el cliente o proveedor deberá identificarse, advirtiendo si desea que su identidad sea mantenida en reserva.

11. INFRACCIONES A LA POLÍTICA

Cualquier infracción a las políticas y prácticas contenidos en este documento podrán dar lugar a la imposición de penalidades y sanciones correspondientes, dado el caso, a la terminación de la relación.

Para tales efectos anteriores, en los contratos se incluirán unas cláusulas referentes al cumplimiento obligatorio de la Política y a evitar actos anticompetitivos.

I. Cambios respecto a la versión anterior

VERSIÓN	FECHA DE PUBLICACIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO	RESPONSABLE
1.0	06/06/2018	Creación del Documento	Gerencia Jurídica Control Interno
1.5	01/11/2018	Se cambio la mención del Canal de denuncia por Canal de Integridad y cambio el responsable del proceso de denuncias.	

CLASIFICACIÓN Uso Interno o externo	FECHA APROBACIÓN 01/11/2018	FECHA PUBLICACIÓN 01/11/2018	
RESPONSABLE Control Interno	REVISORES	APROBADOR	