



# POLÍTICA DE LIBRE COMPETENCIA

Julio de 2021

## INTRODUCCIÓN

Grupo Nutresa S. A. y sus compañías subordinadas (en adelante las “Compañías”) desarrollan sus actuaciones y decisiones empresariales de conformidad con la ley en general, y en particular con la que protege la libre competencia y con la que proscribe la competencia desleal, así como con la ética, la transparencia y las buenas prácticas comerciales. Por lo anterior, se ha fijado como premisa que las Compañías respeten la libre participación de las empresas en el mercado, la lealtad comercial, el bienestar de los consumidores y la eficiencia económica.

Con el objetivo de lograr el cumplimiento de este compromiso, Grupo Nutresa ha implementado la presente política de competencia, en adelante referida como “Política de Competencia”, la cual es aplicable a todos los colaboradores y administradores de las Compañías, para que durante el desarrollo de sus actividades sean coherentes con los principios y normativas mencionados anteriormente.

De manera general, el propósito de la Política de Competencia es entregar a sus destinatarios herramientas que permitan evitar conductas sancionables, así como identificar riesgos en esta materia para determinar las acciones que se adoptarán, protegiendo a los destinatarios de esta política y a las Compañías.

## ¿CUÁLES SON LAS CONDUCTAS QUE PUEDEN AFECTAR LA LIBRE COMPETENCIA Y CUÁLES CONSTITUYEN COMPETENCIA DESLEAL?

De manera general, las conductas que pueden afectar la libre competencia y el principio de lealtad comercial, son las siguientes:

### ✔ **Acuerdos anticompetitivos**

Los acuerdos anticompetitivos pueden ser verbales o escritos, expresos o tácitos y pueden materializarse a través de un contrato, convenio, concertación, práctica conjunta e inclusive los comportamientos paralelos, que evidencian que los participantes en el mercado han dejado de competir entre sí.

La ley castiga cualquier tipo de acuerdos, expresos o tácitos, entre competidores que consistan en o tengan los siguientes resultados:

- Fijación directa o indirecta de los precios de bienes o servicios.
- Determinación de condiciones de venta o comercialización que sean discriminatorias.
- Repartición de mercados entre productores o distribuidores.
- Asignación entre competidores de cuotas de producción o de suministro.
- Asignación, repartición o limitación de fuentes de abastecimiento de insumos productivos.
- Limitación de desarrollos técnicos.
- Ventas atadas.
- Acuerdos de las condiciones en las que dos o más participantes van a ofertar en una licitación o concurso público, o que exista repartición entre estos de las licitaciones en las que participarán.
- La imposibilidad de terceros para acceder a los mercados o a los canales de comercialización.
- Paralelismo de precios.

### ✔ **Abuso de posición dominante**

La posición de dominio en el mercado no es por sí sola ilegal y por lo tanto no es anticompetitiva, a menos que a partir de la misma se presenten los siguientes comportamientos:

- Disminución de precios por debajo de los costos, la cual tenga por objeto eliminar uno o varios competidores, o impedir la entrada o expansión de éstos.
- El tratamiento de forma diferenciada a un consumidor o proveedor que sea similar a otro, de tal forma que se genere una situación desventajosa para uno de ellos. Sin perjuicio de que existan programas de beneficios creados por las Compañías.
- Las ventas atadas en las que se obliga al cliente de un producto a comprar obligatoriamente otro, sin el cual el primero no le es vendido.
- Vender o prestar servicios a un precio diferente de aquel al que se ofrece en otra parte del territorio colombiano, cuando la intención o el efecto de esta práctica sea disminuir o eliminar la competencia en una parte del país y el precio no corresponda a la estructura de costos de la transacción, a estrategias comerciales ni a condiciones particulares de dicho territorio. o Obstruir o impedir indebidamente a terceros el acceso a los mercados o a los canales de comercialización.

### ✔ **Actos anticompetitivos**

Son actos unilaterales anticompetitivos, sin que sea necesario ostentar una posición dominante en el mercado, aquellos que:

- Infrinjan las normas de publicidad contenidas en el Estatuto de Protección al Consumidor.

- Influencien a una empresa a que incremente los precios de sus productos o servicios o para que desista de su intención de rebajarlos.
- La negación a vender o a prestar servicios a una empresa o discriminar en contra de la misma, cuando ello sea una retaliación o castigo por su política de precios.

### ✔ **Competencia desleal**

La ley 256 de 1996 establece que las conductas de competencia desleal se presentan cada vez que un competidor busca atraer clientes o vencer a sus competidores por medio de actuaciones contrarias a la buena fe comercial o a las costumbres del mercado. No se consideran competencia desleal las conductas comerciales agresivas, innovadoras o el uso de las ventajas o fortalezas que un competidor ha adquirido legítimamente en el mercado.

### ✔ **Integraciones empresariales sin cumplimiento de la ley**

Una integración es cualquier fusión, escisión, asociación, colaboración empresarial, adquisición de activos, acciones, o cuotas sociales, de empresas dedicadas a las mismas actividades (integraciones horizontales) o que participen en la misma cadena productiva (integraciones verticales), con el objeto de desarrollar actividades conjuntamente. Estas integraciones se encuentran por fuera de lo estipulado en la ley, cuando se produzca una indebida restricción a la libre competencia, creando así concentraciones de poder económico en el mercado que desequilibren el balance propio de la competencia.

## ¿CÓMO ACTUAR PARA EVITAR ESTE TIPO DE CONDUCTAS?

---

### ✔ **Frente a proveedores y clientes:**

No sostener reuniones o comunicaciones, con proveedores o con clientes al mismo tiempo en las cuales se traten temas como:

- Restricciones territoriales o de canales de comercialización.
- La selección o elección de un nuevo mayorista o minorista.
- Prácticas de precios de algún mayorista o minorista en particular.
- Políticas de precios en los canales de comercialización.
- Intercambio de información que pueda determinar la adopción de una práctica anti-competitiva.

### ✔ **Frente a competidores:**

No participar, permitir o facilitar reuniones con competidores, excepto cuando:

1. Se realicen en el marco de asociaciones gremiales.

2. Cuando se vayan a discutir o a desarrollar proyectos conjuntos permitidos bajo la ley de competencia, incluyendo, acuerdos de colaboración entre competidores<sup>1</sup>.

En estos casos se deberán cumplir las siguientes reglas:

- Limitar los temas de discusión a temas relacionados con las asociaciones gremiales, políticas públicas o actividades legislativas que afecten la industria en general o los proyectos específicos de desarrollo conjunto.
- Asegurarse que las reuniones cumplan a cabalidad con las normativas de convocatoria y quorum, al igual que designar a la persona encargada de levantar el acta y memoria de la reunión.
- Realizar la correspondiente revisión de las actas y memorias de la reunión, para asegurarse de que reflejen los temas tratados en la reunión y que estén completas, con las fechas correspondientes y firmadas por todos los asistentes o las personas asignadas para el efecto.
- Asegurarse de que no se divulgue información específica sobre mercados, precios, listas de clientes, descuentos, márgenes de utilidad, planes a futuro o cualquier información comercial que no sea de carácter público.
- No realizar comentarios que se interpreten como una invitación a que los competidores tomen o adopten acciones anticompetitivas.
- Para datos estadísticos, es posible entregar información general y agregada que correspondan a datos pasados, para que se realicen estudios y análisis generales de información de mercados de las empresas, condicionándolo a que no se haga alusión a marcas o productos determinados.

## **¿QUÉ ACTUACIONES PUEDEN IMPLEMENTARSE PARA PREVENIR LA CONFIGURACIÓN DE CONDUCTAS ANTICOMPETITIVAS POR PARTE DE LAS COMPAÑÍAS?**

Las Compañías deberán realizar, entre otras, las siguientes actuaciones para evitar conductas que atentan contra la libre competencia y el principio de lealtad comercial:

- ✔ Proyectar los resultados de sus actuaciones y discutirlos antes de llevarlas a cabo.
- ✔ Revisar con detenimiento y de manera previa el contenido de las intervenciones que se vayan a realizar en reuniones en donde sean partícipes representantes de la competencia, para que a partir del uso adecuado del lenguaje solo se comparta información pública o aquella que de ninguna manera pueda ser utilizada para afectar la libre competencia.
- ✔ Asegurarse de que todas las comunicaciones con los competidores tengan un propósito claro y legal, para lo cual será necesario una autorización del presidente del respectivo negocio y preparar los asuntos a discutir de manera previa, clara y concisa.
- ✔ Revisar el contenido de toda comunicación escrita que vaya dirigida a los competidores.
- ✔ Someter a consideración del Presidente de Grupo Nutresa cualquier decisión que se vaya a tomar en relación con la competencia.

---

<sup>1</sup> Superintendencia de Industria y Comercio, Resolución No. 4851 de 2013.

- ✓ Conocer y dar a conocer el contenido de esta Política de Competencia, así como los principios y valores de la Compañía a todos los colaboradores.
- ✓ Dejar constancia de las actuaciones de los colaboradores y de las Compañías relacionadas con la libre competencia y el principio de lealtad comercial, las cuales constituirán pruebas para evidenciar la legalidad del actuar como empresa, y deberán reflejar la realidad del comportamiento corporativo. Se utilizarán, entre otros, los siguientes: i) el archivo de las intervenciones en las reuniones con la competencia, ii) el archivo de las comunicaciones con los competidores, y iii) actas de las reuniones que se realicen con el Presidente de Grupo Nutresa en el marco de la presente Política.

## ¿DÓNDE DENUNCIAR LOS ACTOS DE LAS COMPAÑÍAS QUE ATENTEN CONTRA LA LIBRE Y EL PRINCIPIO DE LEALTAD COMERCIAL?

Los colaboradores, proveedores, clientes y terceros en general que deseen presentar quejas o poner en conocimiento actuaciones que considere que son o que pueden ser contrarias a las normas sobre la competencia, podrán hacerlo a través de la línea ética.

La línea ética es un mecanismo de comunicación en el que es posible reportar actividades o conductas consideradas como contrarias a la ley o a los intereses de Grupo Nutresa y sus compañías.

Opera de manera independiente, garantizando la confidencialidad y el anonimato de quien reporta.

Los medios utilizados para la atención de la Línea Ética son los siguientes:

País	Línea telefónica
Colombia	018000518188 4443699 en Medellín
Chile	188 800 226 828
Costa Rica	008000572037
Panamá	8001570890
República Dominicana	18007510202
El Salvador	050321133751
Venezuela	8001007401
Estados Unidos	18444398706
Nicaragua	00018002202420
México	18000623042
Guatemala	023786934
Perú	080055928

La Línea está disponible de 7:30 am a 5:30 pm de lunes a viernes, hora colombiana.

Buzón de correo:  
lineaetica@gruponutresa.com

La correspondencia física se puede enviar a la siguiente dirección, dirigido a la Gerencia de Auditoría Interna de Servicios Nutresa: Carrera 52 # 2 – 38 Medellín– Antioquia.