



Política de Cumplimiento de Libre Competencia

PO-102



Política de Cumplimiento de Libre Competencia.

1. Objetivo

La Política de Cumplimiento de Libre Competencia (en adelante la "Política") forma parte del modelo de cumplimiento de Cencosud Shopping S.A. y sus filiales (en adelante "Cenco Malls" 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.

Cenco Malls 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.

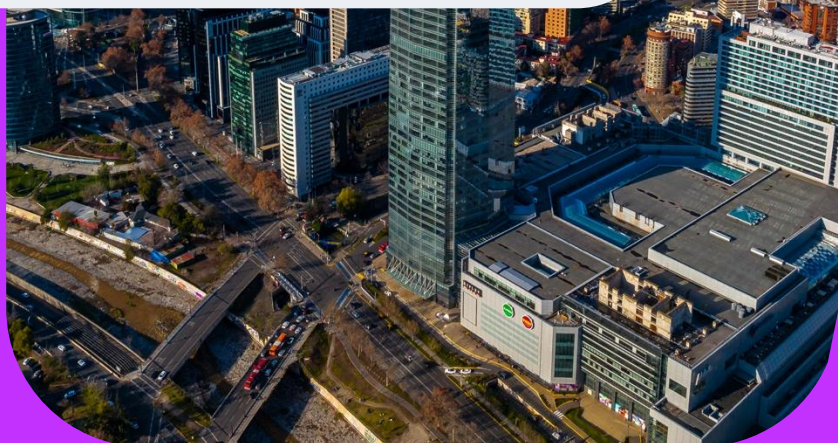
Su finalidad es entregar lineamientos generales para que los Colaboradores comprendan las normas de libre competencia y detecten oportunamente situaciones de riesgo.

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

País: Chile

2. Tabla de contenidos

1. Objetivo	2
2. Tabla de Contenidos	3
3. Conductas contrarias a la libre competencia	4
4. Relación con locatarios y prevención de prácticas anticompetitivas	15
5. Gravedad de las violaciones a la libre competencia	18
6. Comportamiento ante una investigación realizada por las autoridades de libre competencia	19
7. Canales de consulta y denuncia	20
8. Incumplimiento de la Política	20
9. Anexo – Respuestas Tipo	21
10. Control de Versiones y Publicación	28



3. 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 (libre.competencia@cencomalls.cl).

3.1. **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 Cenco Malls de forma independiente. Los precios deben determinarse de manera independiente basados en las condiciones de mercado existentes. Ello no implica, por cierto, que Cenco Malls 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 Cenco Malls 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 Cenco Malls 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 Cenco Malls 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 Cenco Malls, los competidores deben fijar sus precios y condiciones de comercialización de manera independiente.
- No fundamentes 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 Cenco Malls 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 7 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 intercambian 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. No utilizar información de filiales o terceros.	Solicitar o aceptar información comercial sensible sobre competidores a través de proveedores, filiales o cualquier tercero.

3.2. 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:

- a. **Acuerdos orientados a promover la colusión** (por ejemplo, de traspaso de información sensible).
- b. **Cláusula de exclusividad.** Si bien por definición no son anticompetitivas, se deben evaluar caso a caso si son implementadas por una empresa con posición de dominio y se pactan con un plazo de duración mediano o largo. En aquellos casos en los que la Compañía y el cliente tengan una participación de mercado superior al 35%, se debe consultar al Área Legal y/o al Oficial de Cumplimiento para que éste valide la incorporación de esta cláusula.
- c. **Descuentos, rappel e incentivos basados en participación de mercado o fidelidad.** Los descuentos o bonificaciones son lícitos cuando están vinculados a eficiencias objetivas y verificables, tales como volúmenes de compra que reduzcan costos de producción o logística. Sin embargo, son anticompetitivos cuando su propósito o efecto es estimular la fidelidad del proveedor o cliente para evitar que compre o venda a competidores, o cuando se establecen metas de participación de mercado.

Los Colaboradores deben abstenerse de negociar o implementar rappel, descuentos retroactivos o incentivos cuya estructura condicione la totalidad del beneficio al cumplimiento de una participación mínima de mercado, pues estas prácticas pueden generar efectos de cierre y 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.

3.3. **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 exclusorios 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.

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.

3.4. 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.

Cenco Malls 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.

3.5. **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.

3.6. **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.

3.7. 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 3º, 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	✗ 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.

3.8. 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 Cenco Malls, hora de retiro si correspondiera.
4. Si la reunión deriva en intercambios de información comercial, repórtalo al Oficial de Cumplimiento.

3.9. 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.

4. Relación con locatarios y prevención de prácticas anticompetitivas

Cenco Malls mantiene relaciones comerciales con diversos locatarios en sus centros comerciales, las cuales deben regirse por principios de transparencia, objetividad y respeto irrestricto a la normativa de libre competencia. En este contexto, queda prohibido condicionar los contratos con locatarios en los centros comerciales a la aceptación de cláusulas que impliquen restricciones injustificadas a la comercialización de productos o servicios, fijación de precios, limitación de promociones o campañas publicitarias. Asimismo, se prohíbe establecer acuerdos o prácticas que busquen excluir, restringir o entorpecer la participación de competidores en el mercado.

4.1. Limitación en la Solicitud de Información Comercial

Los Colaboradores deben abstenerse de solicitar a los locatarios información que exceda lo estrictamente necesario para calcular la renta de arrendamiento mensual. Esta información solo podrá ser utilizada para fines administrativos internos y estará sujeta a estricta confidencialidad.

Sin perjuicio de lo anterior, los Colaboradores podrán solicitar a los locatarios –por medio de acuerdos específicos y limitados– la entrega de información o de registros contables con mayor desagregación y especificidad, siempre y cuando ésta sea destinada a evaluar políticas de promoción del centro comercial o estrategias de largo plazo.

4.2. Uso y Protección de Información Comercial Sensible de Locatarios

Los Colaboradores deben resguardar estrictamente la información comercial sensible obtenida de sus locatarios. Queda prohibido el uso o traspaso de esta información a empresas del grupo o terceros. La información sobre ingresos, volúmenes de venta, tarifas de arriendo, inversiones, ocupación y comportamientos de clientes solo podrá ser utilizada para fines administrativos internos y no para influir en decisiones comerciales o estratégicas de otras empresas del grupo.

La Compañía cuenta con medidas para evitar el intercambio de información comercial sensible entre Cenco Malls y otras empresas del grupo que operen en los mismos mercados que los locatarios.

4.3. **Evaluación de Cláusulas de Exclusividad**

Toda cláusula de exclusividad debe ser revisada y aprobada previamente por la Gerencia de Asuntos Legales y el Oficial de Cumplimiento de Libre Competencia, y estas solo podrán implementarse cuando exista una justificación objetiva y no afecten la libre competencia, especialmente en zonas donde Cenco Malls tenga una posición relevante de mercado.

4.4. **Estructura Tarifaria Transparente y Justificada**

Los mecanismos de fijación de rentas de arrendamiento deben ser transparentes, objetivos y basarse en criterios económicos razonables. Está prohibido imponer incrementos desproporcionados en la renta fija (VMM) o condicionamientos que afecten la viabilidad comercial de los locatarios, así como la inclusión de ventas online que no tengan relación con la tienda física para el cálculo de la renta. Cualquier ajuste en la renta deberá comunicarse oportunamente y contar con fundamentos objetivos que justifiquen su aplicación.

Respecto a otros cobros aplicables a los locatarios, distintos de la renta de arrendamiento, la Compañía cuenta con lineamientos claros y concretos para su definición y distribución, en cumplimiento de la normativa de libre competencia.

4.5. **Prohibición de Prácticas de Venta Atada**

Cenco Malls se compromete a garantizar que sus relaciones comerciales con locatarios se desarrollen en un marco de equidad y libre competencia. En consecuencia, se prohíbe condicionar la contratación, renovación o continuidad de un contrato de arriendo a la obligación de arrendar, renovar o mantener un contrato vigente en otro centro comercial distinto, cuando dicha exigencia no responda a una decisión comercial acordada con el locatario, sino que sea impuesta como condición para acceder o mantener el respectivo arriendo.

Asimismo, se prohíbe a los Colaboradores poner término a dos o más contratos de arriendo por el incumplimiento por parte del locatario de solo uno de ellos.

4.6. **Solución de Controversias**

La Compañía cuenta con un mecanismo de solución de controversias destinado a resolver de manera rápida e imparcial las disputas con los locatarios.

✓ LO QUE SÍ DEBES HACER	✗ LO QUE NO DEBES HACER
Precios independientes: Toma decisiones de precios y condiciones comerciales de forma independiente, basándote en el mercado.	No compartas información: No comentes con competidores precios, márgenes, volúmenes, estrategias ni condiciones de negociación.
Acuerdos por escrito: Pacta previamente y por escrito cualquier cobro, descuento, rappel u otra condición comercial.	No acuerdes con competidores: No acuerdes precios, descuentos, cuotas de mercado ni reparto de clientes con ningún competidor.
Protege la información: Protege la información sensible de los locatarios y úsala solo para los fines administrativos acordados.	No modifiques lo acordado: No modifiques unilateralmente precios, descuentos, plazos u otras condiciones ya cerradas con proveedores o locatarios.
Consulta al Oficial: Consulta al Oficial de Cumplimiento antes de reunirte con competidores o compartir información con terceros.	No cobres sin contraprestación: No cobres por conceptos sin contraprestación real, ni imputes a gastos comunes gastos que no correspondan.
Denuncia infracciones: Denuncia de inmediato cualquier práctica que pueda constituir una infracción, por los canales habilitados.	No uses información de competidores: No solicites ni uses información de competidores obtenida a través de proveedores o locatarios.
Cobros objetivos: Asegúrate de que los cobros por gastos comunes o Fondo PUB respondan a criterios objetivos y previamente definidos.	No discrimines: No discrimines arbitrariamente entre clientes o proveedores similares sin razón económica objetiva.

5. Gravedad de las violaciones a la libre competencia

El incumplimiento de la normativa de libre competencia puede generar graves consecuencias para Cenco Malls 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:

- 5.1. **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.
- 5.2. **Modificar o poner término a los actos, contratos, convenios, sistemas o acuerdos que sean declarados como contrarios al DL 211.**
- 5.3. **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:

- 5.4. **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. La pena principal prevista para quien incurra en este delito es la de **presidio menor en su grado máximo a presidio mayor en su grado mínimo** (es decir, **desde 3 años y 1 día a 10 años de privación de libertad**).

Aunque se apliquen penas sustitutivas (como remisión condicional o libertad vigilada), quien sea condenado por colusión deberá cumplir al menos un año de cárcel efectiva antes de poder acceder a ellas.

La pena accesoria contemplada para este delito es la de **inhabilitación absoluta temporal**, en su grado máximo (es decir, **desde 7 años y 1 día a 10 años**), para desempeñar el cargo de director o gerente de una sociedad anónima abierta o sujeta a normas especiales (por ejemplo, bancos, AFP, compañías de seguros, sociedades administradoras

de fondos mutuos, entre otras), de empresas del Estado o en las que éste tenga participación, y de una asociación gremial o profesional.

- 5.5. **Prohibición de contratar con el Estado.** 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.

6. Comportamiento ante una investigación realizada por las 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.

7. 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.eticacencomalls.com.
 - Línea de Teléfono gratuita 800 914 601.
 - WhatsApp +56 2 3215 0270.
 - Correo electrónico: linea.etica@cencomalls.com.
- II. Directamente al Oficial de Cumplimiento de Libre Competencia, ya sea de manera presencial o al correo electrónico libre.competencia@cencomalls.cl.
- III. Directamente en la Gerencia Legal.

· Página web: www.eticacencomalls.com · Teléfono gratuito: 800 914 601 · WhatsApp: +56 2 3215 0270 · linea.etica@cencomalls.com · libre.competencia@cencomalls.cl

8. 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 Shopping S.A. o de las filiales chilenas, en los respectivos contratos individuales de trabajo, en el Código del Trabajo o en la normativa aplicable.

9. Anexo- Respuestas Tipo

Esta guía entrega respuestas modelo que los Colaboradores pueden utilizar cuando enfrentan situaciones que podrían vulnerar la libre competencia.

Su uso es obligatorio ante cualquiera de los escenarios descritos. Siempre que uses una respuesta tipo —o ante cualquier duda— debes informar al Oficial de Cumplimiento de Libre Competencia para dejar registro. Si la conducta se reitera, escala el asunto de inmediato. En caso de que se trate de una conducta reiterativa, se sugiere informar al Oficial de Cumplimiento para evaluar si es necesario adoptar medidas adicionales.

Correo u otro medio escrito formal

Copia y responde directamente al mensaje recibido. Guarda una copia para el registro.

WhatsApp u otra app de mensajería

Usa la versión abreviada. Toma captura de pantalla del hilo completo antes de responder.

Pasos obligatorios después de responder

- 1 Responde usando la plantilla correspondiente al canal y situación.
- 2 Guarda evidencia: captura de pantalla, copia del correo o minuta de lo ocurrido en reunión.
- 3 Notifica de inmediato al Oficial de Cumplimiento de Libre Competencia, adjuntando la evidencia.
- 4 Si la conducta se repite, escala el asunto con urgencia. El Oficial determinará las acciones a seguir.
- 5 No compartas ni comentes el incidente con colegas no involucrados en el asunto.

Escenarios y respuestas tipo

SITUACIÓN 1 Comunicación de un competidor contraria a la libre competencia

Cuando recibes un correo, llamada o mensaje de un competidor que propone conductas anticompetitivas (fijación de precios, reparto de mercado, boicots, etc.).

CORREO / MEDIO ESCRITO FORMAL

Lo que planteas es contrario a la política de cumplimiento de libre competencia de Cenco Malls, por lo que rechazó 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.

Mensaje WhatsApp

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

SITUACIÓN 2 Recepción de información sobre competidores de parte de clientes, proveedores o terceros

Cuando recibes —sin haberla solicitado— información sobre precios, estrategias u operaciones de competidores actuales o potenciales.

CORREO / MEDIO ESCRITO FORMAL

He recibido información no solicitada sobre competidores. Conforme a la política de libre competencia de Cenco Malls, 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.

WHATSAPP / MENSAJERIA INSTANTANEA

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

SITUACIÓN 3 Referencias o menciones a competidores en comunicaciones

Cuando en una comunicación ordinaria se incluyen referencias a acuerdos, negociaciones o prácticas de otros actores del mercado.

CORREO / MEDIO ESCRITO FORMAL

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

WHATSAPP / MENSAJERIA INSTANTANEA

La política de libre competencia de Cenco Malls 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.

SITUACIÓN 4 Presión para ajustar el comportamiento al de un competidor

Cuando un cliente, proveedor o arrendatario exige que Cenco Malls iguale o modifique sus condiciones en función de lo que hace otro operador del mercado.

CORREO / MEDIO ESCRITO FORMAL

En virtud de nuestra política de libre competencia, no estamos autorizados a responder este tipo de peticiones ni sostener esta clase de conversaciones. Cenco Malls 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.

WHATSAPP / MENSAJERIA INSTANTANEA

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

SITUACIÓN 5 Envío de información confidencial por error a un destinatario equivocado

Cuando, por equivocación, se envía información propia o de terceros a una persona o empresa que no era el destinatario previsto.

CORREO / MEDIO ESCRITO FORMAL

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.

— Versión extendida (para comunicaciones formales) —

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 tratarse de información confidencial y reservada de un tercero, protegida por diversos cuerpos normativos.

Reiteramos 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. Solo un lamentable error ha originado la excepcional situación que intentamos remediar por esta vía.

NOTA: Usa el texto breve para mensajes informales; la versión extendida cuando la información es especialmente sensible o involucra a una empresa.

WHATSAPP / MENSAJERIA INSTANTANEA

Acabo de notar que por error te envié información cuyo destinatario real no eras tu. 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.

SITUACIÓN 6 Reuniones presenciales o llamadas donde surjan temas sensibles

Cuando en una reunión o llamada —con competidores, en actividades gremiales o con terceros— alguien introduce temas que podrían vulnerar la libre competencia.

CORREO / MEDIO ESCRITO FORMAL

Estimado/a [NOMBRE]: en seguimiento a nuestra reunión/llamada de fecha [FECHA], y en cumplimiento de la política de libre competencia de Cenco Malls, me permito dejar constancia formal de que los temas planteados en relación a [MATERIA] exceden el marco de lo que nuestra política nos permite tratar. Cenco Malls mantiene relaciones estrictamente bilaterales con sus contrapartes y no puede participar en conversaciones referidas a estrategias, precios o condiciones de terceros. Esta comunicación queda registrada conforme a nuestros procedimientos internos.

NOTA: En reuniones presenciales, retírate de la sala o cuelga la llamada si el tema persiste. Documenta lo ocurrido por escrito y notifica al Oficial de Cumplimiento.

WHATSAPP / MENSAJERIA INSTANTANEA

Dejando constancia de lo conversado: los temas planteados en la reunión de hoy exceden lo que la política de libre competencia de Cenco Malls nos permite tratar. Nuestras comunicaciones deben ser estrictamente bilaterales.

SITUACIÓN 7 Participación en asociaciones gremiales o actividades de benchmarking

Cuando, en el contexto de una asociación gremial o actividad de benchmarking, se propone intercambiar información comercialmente sensible (precios, condiciones contractuales, estrategias, datos de clientes, etc.).

CORREO / MEDIO ESCRITO FORMAL

Conforme a la política de libre competencia de Cenco Malls, no estoy en condiciones de participar en el intercambio de información comercialmente sensible —tal como precios, condiciones contractuales, estrategias de expansión o datos de clientes— en el marco de esta actividad. Me reservo el derecho de retirarme de la sesión si dicho intercambio continua, y dejare registro de esta situación conforme a nuestros procedimientos internos. Les invito a reorientar la discusión hacia materias de interés sectorial que no comprometan las normas de libre competencia.

NOTA: Si el intercambio indebido persiste, retírate de la actividad. Notifica al Oficial de Cumplimiento e informa que empresa(s) lo promovieron.

WHATSAPP / MENSAJERIA INSTANTANEA

Los temas propuestos en la actividad de hoy son contrarios a la política de libre competencia de Cenco Malls. No puedo participar en intercambios de información sensible y dejare registro de lo ocurrido.

¿Tienes dudas sobre si una situación está cubierta por esta guía?

Contacta directamente al Oficial de Cumplimiento de Libre Competencia antes de responder.

10. Control de Versiones y Publicación

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



Historia de Revisión, Cambios y Vigencia

Versión	Fecha de publicación de la versión/revisión	Tiempo de vigencia de la versión/revisión (*)	Descripción
1	31/03/2025	3 años a partir de 31/03/2025	Alta nueva Política.
2	27/07/2026	3 años a partir de 27/07/2026	Actualización Política.



Registro de aprobadores

Versión	Fecha de publicación de la versión/ revisión	Nombre y Apellido	Cargo
1	31/03/2025	Comité de Directores Cencosud Shopping S.A.	Comité de Directores Cencosud Shopping S.A.
2	27/07/2026	Directorio Cencosud Shopping S.A.	Directorio Cencosud Shopping S.A.



Registro de referentes

Versión	Fecha de publicación de la versión/ revisión	Nombre y Apellido	Cargo
1	31/03/2025	Oscar Aguirre Droguett	Oficial de Cumplimiento de Libre Competencia.
2	27/07/2026	Adriana Peña Castro Comité de Directores Cencosud Shopping S.A.	Oficial de Cumplimiento de Libre Competencia. Comité de Directores Cencosud Shopping S.A.

cenco·malls