

	PROTOCOLO	Código: GV-CO-CORP-GE-PR-0001-2
	CONDUCTA CLIENTES Y DISTRIBUIDORES	Versión: 02
		Fecha 28/01/2025
		Hojas 1/14

I. OBJETIVO PROTOCOLO DE CONDUCTA CON CLIENTES Y DISTRIBUIDORES PARA EL CUMPLIMIENTO DE LA LEGISLACIÓN DE LIBRE COMPETENCIA

El total cumplimiento de las normas sobre defensa de la Libre Competencia debe ser una política permanente de Compañía Industrial El Volcán S.A. y sus filiales (en adelante, conjuntamente, “Volcán” o la “Compañía”), reflejada en el compromiso de sus instancias directivas, así como en la implementación de actividades de promoción y prevención de conductas contrarias a dichas normas.

Volcán debe guiarse por los principios de la Libre Competencia y defenderla, absteniéndose de incurrir o facilitar conductas anticompetitivas que afecten el funcionamiento de los mercados. El propósito de Volcán es competir lealmente, en base a la calidad y al precio de los productos y servicios, junto con la experiencia de colaboración con los consumidores y clientes.

En este contexto, la interacción de empleados de la Compañía en instancias formales e informales con clientes y distribuidores, o en las relaciones comerciales con los mismos, puede acarrear riesgos desde el punto de vista competitivo.

Estos riesgos consisten principalmente en:

- (i) Intercambio de información sensible por medio de clientes y distribuidores que podría facilitar eventualmente una coordinación o estrategia competitiva entre competidores.
- (ii) Restricciones verticales en las relaciones con clientes y distribuidores que podrían ir en desmedro de ellos o de la competencia.

En consideración a lo anterior, el objetivo del presente Protocolo de Conducta con Clientes y Distribuidores (“Protocolo”) es entregar las directrices y pautas de conducta que deben seguir los trabajadores de Volcán –directivos, ejecutivos y empleados en general– en las instancias de interacción tanto formal como informal con clientes y distribuidores, y en las relaciones comerciales que se tengan con los mismos.

En ese sentido, este Protocolo es complementario al Manual para el Cumplimiento de la Legislación de Libre Competencia, el cual contiene los conceptos básicos acerca de las leyes que regulan la Libre Competencia en Chile y las normas especiales aplicables a la Compañía.

Para la elaboración y actualización de este Protocolo se consideraron las recomendaciones nacionales e internacionales generalmente reconocidas en la materia.

La actualización del Protocolo fue aprobada por el Directorio de Volcán en sesión ordinaria celebrada con fecha 20 de noviembre de 2024.

	PROTOCOLO	Código: GV-CO-CORP-GE-PR-0001-2
	CONDUCTA CLIENTES Y DISTRIBUIDORES	Versión: 02
		Fecha 28/01/2025
		Hojas 2/14

II. PROTOCOLO DE CONDUCTA CON CLIENTES Y DISTRIBUIDORES.

A. RIESGOS DERIVADOS DE LA RELACIÓN CON CLIENTES Y DISTRIBUIDORES

Las relaciones con clientes o distribuidores pueden generar eventuales riesgos de Libre Competencia, principalmente por el intercambio de información sensible que se genera comúnmente en estos contextos y que podrían facilitar eventualmente una coordinación o estrategia competitiva entre competidores.

Así, la información comercial sensible de Volcán podría llegar a conocimiento de sus competidores, o a contrario sensu, la información comercial sensible de sus competidores llegar a conocimiento de volcán, por medio del traspaso de dicha información a través de sus clientes y distribuidores.

A su vez, Volcán podría verse involucrado en un intercambio de información sensible entre distribuidores competidores entre sí, por medio de su rol de proveedor.

Tanto en uno como en otro caso se generan responsabilidades para quienes participan en los intercambios de información sensible, en caso de que éstos deriven en conductas anticompetitivas, particularmente la generación de acuerdos o prácticas concertadas sancionadas en el artículo 3 letra a) del Decreto Ley N° 211 que Fija las Normas para la Defensa de la Libre Competencia del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (“DL 211”).

Asimismo, las relaciones con clientes y distribuidores pueden generar restricciones verticales, los cuales pueden consistir en:

- (i) fijación de precios;
- (ii) limitación en la distribución;
- (iii) acuerdos de exclusividad;
- (iv) negativas de venta;
- (v) exclusión de competidores, entre otros.

En las restricciones verticales también se pueden generar riesgos que deriven en conductas anticompetitivas, tales como abusos de posición dominante explotativos o exclusorios (artículo 3 letra b) del DL 211) o prácticas predatorias o de competencia desleal (artículo 3 letra c) del DL 211).

El presente Protocolo entrega las pautas de conductas recomendadas en las relaciones con clientes y distribuidores para evitar la concurrencia de conductas anticompetitivas.

	PROTOCOLO	Código: GV-CO-CORP-GE-PR-0001-2
	CONDUCTA CLIENTES Y DISTRIBUIDORES	Versión: 02
		Fecha 28/01/2025
		Hojas 3/14

B. INTERCAMBIO DE INFORMACIÓN COMERCIAL SENSIBLE

La información comercial sensible es toda aquella información que contiene fórmulas, estrategias, secretos y/o datos comerciales, tecnología, trabajos de investigación, conocimientos técnicos, métodos o técnicas comerciales, invenciones, información protegida por derechos de propiedad intelectual, materias primas, componentes, métodos operacionales, proyectos de marketing o estrategias comerciales, listas de clientes, información contractual y, en general, toda la información suministrada que tenga carácter técnico, financiero, de mercado y/o comercial, y que no se encuentre públicamente disponible.

A modo ejemplar –pero no taxativo– se entiende que la siguiente información puede ser considerada como competitivamente sensible:

- Precios o información de precios actuales o futuros.
- Políticas de precios o cambios de precios planificados.
- Descuentos, bonificaciones, créditos u otros términos de venta.
- Estructura de costos, inventario, ganancia, márgenes, capacidad de utilización u otra información similar.
- Volúmenes de producción actuales o proyectados.
- Planes de expansión e inversiones.
- Políticas de importaciones.
- Planes actuales o futuros de licitaciones.
- Estrategias comerciales y técnicas para el diseño y contenido de propuestas de licitaciones.
- Planes actuales o planeados de investigación, desarrollo, nuevos productos, mejoras a los productos o técnicas de marketing.
- Participaciones de mercado de los miembros de una industria o sector.

	PROTOCOLO	Código: GV-CO-CORP-GE-PR-0001-2
	CONDUCTA CLIENTES Y DISTRIBUIDORES	Versión: 02
		Fecha 28/01/2025
		Hojas 4/14

Si por razones objetivas de negocios es necesario entregar a clientes y distribuidores información comercial sensible de Volcán, se recomienda entregar la información de la forma más agregada posible. Si ello no es posible, se recomienda firmar un acuerdo de confidencialidad o incluir una cláusula en el contrato de distribución que contenga la prohibición expresa de traspasar información comercial sensible a los competidores de Volcán.

Si por razones objetivas de negocios es necesario solicitar información comercial sensible a clientes y distribuidores, se debe propender resguardar dicha información y no divulgarla a terceros, en especial a competidores de los clientes y distribuidores. En estos casos, también se recomienda firmar un acuerdo de confidencialidad o cláusula en el contrato de distribución que resguarde la confidencialidad de la información entregada por el cliente y/o distribuidor.

Principio “Need to Know”: se recomienda a la Compañía limitar el número de personas con acceso a información competitiva sensible y establecer los criterios que determinen qué personas necesariamente requieren acceso a la información competitiva sensible.

Volcán no debe incurrir en las siguientes conductas:

- Solicitar a los clientes y distribuidores información sobre sus competidores, tales como formas de pago, plazos de pago, volúmenes de venta, costos y, en general, toda información que sea considerada competitivamente sensible.
- Interferir en las relaciones de los clientes y distribuidores con los competidores de Volcán, o efectuar peticiones a los clientes y distribuidores para la realización o no de determinadas conductas con dichos competidores (como, por ejemplo, condicionar la adquisición de un servicio o producto).
- Solicitar información comercialmente sensible de los competidores de la Compañía a los clientes o distribuidores.
- Divulgar información competitivamente sensible de Volcán a los clientes y distribuidores con el propósito que ésta sea traspasada a los competidores de Volcán.
- Facilitar el intercambio de información competitivamente sensible entre clientes y distribuidores que sean competidores entre sí.

	PROTOCOLO	Código: GV-CO-CORP-GE-PR-0001-2
	CONDUCTA CLIENTES Y DISTRIBUIDORES	Versión: 02
		Fecha 28/01/2025
		Hojas 5/14

C. CONDUCTAS EN LA RELACIÓN FORMAL CON CLIENTES Y DISTRIBUIDORES

Las relaciones de Volcán con clientes y distribuidores podrían implicar –eventualmente– riesgos a la Libre Competencia.

Estos riesgos se pueden materializar a través de restricciones verticales entre Volcán y sus clientes o distribuidores. En ese sentido, de acuerdo con la Guía de Restricciones Verticales de la FNE, una restricción vertical se refiere a “mecanismos de operación entre agentes económicos independientes, situados en diferentes niveles de una cadena de producción (estructura vertical), a través de los cuales se regulan las condiciones con que éstos compran, venden o revenden ciertos productos o servicios”.

Estas restricciones deben analizarse caso a caso, pues su aptitud para afectar la libre competencia dependerá de la posición de la Compañía en el mercado determinado, en las características del mercado, el poder de compra del cliente o distribuidor, en el efecto acumulativo de las condiciones comerciales, entre otras.

A continuación, se analizan, desde el punto de vista de la Libre Competencia, diversos tipos de restricciones que suelen darse en la relación con el cliente o distribuidor, y que en ciertas circunstancias podrían afectar la competencia.

(i) Fijación vertical de precios

La fijación vertical de precios consiste en el proceso mediante el cual un productor llega a acuerdo con un cliente o distribuidor para determinar el precio del producto o servicio que será vendido al cliente final.

Estos tipos de acuerdos pueden presentar contingencias a la Libre Competencia, ya que la fijación de precios – sean máximos o mínimos – puede ser entendida como una restricción vertical orientada a coordinar aguas abajo el precio de productos o servicios por medio de un proveedor común¹.

En ese sentido, los clientes y distribuidores deben determinar sus precios y estrategias comerciales de forma independiente.

En atención a lo anterior, se sugiere tener en consideración las siguientes recomendaciones:

¹ Los acuerdos colusorios al sancionar los acuerdos que “involucren a competidores ente sí” permiten que proveedores puedan ser sancionados por participar en una colusión, si es que facilitan el acuerdo aguas abajo.

	PROTOCOLO	Código: GV-CO-CORP-GE-PR-0001-2
	CONDUCTA CLIENTES Y DISTRIBUIDORES	Versión: 02
		Fecha 28/01/2025
		Hojas 6/14

- No fijar el precio de venta a público final de los clientes y distribuidores, ya sea en acuerdos escritos como verbales.
- No exigir al cliente y distribuidor un determinado precio de venta al público. Tampoco está permitido coaccionar a clientes y distribuidores a cobrar un precio de venta al público determinado, por medio del retraso en el despacho de productos, modificar en su perjuicio los acuerdos de crédito o hacer amenazas de cualquier tipo.
- No permitir que clientes y distribuidores influyan en el término de una relación comercial con otro cliente y distribuidor con motivo de los precios finales a público que éste último cobra. No asegure a clientes y distribuidores que actuará en base a solicitudes de cursos de acción respecto de los precios que otro cliente y distribuidor está cobrando.
- No concertar reuniones y/o comunicaciones entre dos o más clientes y distribuidores a la vez, si el objeto de la reunión o comunicación consiste en las prácticas de precios de otro distribuidor. Este tipo de reuniones o comunicaciones puede ser interpretada por la autoridad de Libre Competencia como un acuerdo ilícito entre distribuidores y coordinado por el productor.
- En caso de que en una reunión y/o comunicación con clientes y distribuidores surjan requerimientos o exigencias respecto de las prácticas de precios de otro cliente o distribuidor, termine inmediatamente la reunión y/o comunicación, deje registro por escrito de sus declaraciones y acciones, e informe prontamente la situación al Oficial de Cumplimiento.

- ✓ Está permitido sugerir precios de reventa o precios a público final a los clientes y distribuidores. Es importante dejar en claro a los clientes y distribuidores que dicha sugerencia no es más que una recomendación y que la determinación del precio de venta final corresponde a cada cliente y distribuidor.
- ✓ Se recomienda que la sugerencia de precios se encuentre fundamentada en parámetros objetivos, tales como el valor de la marca, la percepción del producto por parte de los consumidores, la situación de mercado, entre otros.
- ✓ Se recomienda revisar con el Oficial de Cumplimiento el establecimiento de precios de venta final a clientes y distribuidores, a fin de determinar que éste sea una sugerencia y no una imposición de la Compañía.
- ✓ Se recomienda revisar con el Oficial de Cumplimiento el término de un contrato con un cliente o distribuidor, si éste tiene como fundamento el incumplimiento de “políticas de precios” de la Compañía.

	PROTOCOLO	Código: GV-CO-CORP-GE-PR-0001-2
	CONDUCTA CLIENTES Y DISTRIBUIDORES	Versión: 02
		Fecha 28/01/2025
		Hojas 7/14

(ii) Restricciones a las ventas de los clientes y distribuidores en territorios

Como regla general, los clientes y distribuidores son libres de vender sus productos y servicios a cualquier grupo de consumidores demandantes.

Se recomienda no limitar geográficamente a los clientes y distribuidores la venta de los productos y servicios, ya que podría ser considerado por la autoridad de Libre Competencia como un acuerdo de reparto de mercado por zona geográfica, sancionado bajo el artículo 3 letra a) del DL 211.

(iii) Acuerdos de exclusividad con clientes y distribuidores

Los acuerdos de exclusividad consisten en una restricción de un proveedor a clientes y distribuidores para adquirir bienes o servicios de cualquier otro proveedor.

Estos acuerdos pueden tener efectos pro-competitivos, como la disminución de costos de transacción o fomentar la competencia por la distribución de un producto.

No obstante lo anterior, los acuerdos de exclusividad suelen ser revisados por las autoridades de Libre Competencia, puesto que empresas dominantes podrían utilizar este tipo de acuerdos para excluir de forma anticompetitiva a competidores del mercado.

En el evento que se implemente un acuerdo de exclusividad con un cliente o distribuidor, se sugiere que:

- Exista una razón legítima de negocios para dicha restricción. Un ejemplo de lo anterior sería fomentar a clientes y distribuidores a comprometerse con metas de ventas.
- La restricción debe ser resultado de una decisión independiente e individual del cliente o distribuidor. En ese sentido, la restricción no puede ser resultado de un acuerdo con competidores o un acuerdo con dos o más clientes o distribuidores.

Cuando se pretenda incluir una cláusula de exclusividad en un acuerdo comercial determinado, se recomienda revisar específicamente su incorporación con el Oficial de Cumplimiento.

(iv) Reuniones y comunicaciones con clientes y distribuidores

Como regla general, la Compañía es libre de reunirse con clientes y distribuidores. Sin embargo, se sugiere no reunirse con dos o más distribuidores a la vez si el objeto de la reunión o la comunicación consiste en:

La impresión o copia de este documento constituye una copia no controlada. El usuario debe verificar su vigencia en la plataforma digital establecida.

	PROTOCOLO	Código: GV-CO-CORP-GE-PR-0001-2
	CONDUCTA CLIENTES Y DISTRIBUIDORES	Versión: 02
		Fecha 28/01/2025
		Hojas 8/14

- La designación de clientes y distribuidores o selección de número de clientes y distribuidores por productos.
- Las estrategias de precios (pricing) de clientes y distribuidores y las respectivas sugerencias de precios.
- La restricción de territorio, localidad u otra limitación de distribución acordada con el cliente y distribuidor.
- En general, ningún tipo de información considerada competitivamente sensible en los términos de la Sección II.A) del presente documento.

Las reuniones y comunicaciones con dos o más distribuidores pueden ser interpretadas por la autoridad de Libre Competencia como elementos de un acuerdo o práctica concertada sancionada por el artículo 3 del DL 211.

! Si de las reuniones y comunicaciones sostenidas con clientes y distribuidores surgen demandas o exigencias de un cliente o distribuidor respecto de las materias anteriormente enunciadas, comunique inmediatamente al cliente o distribuidor que la Compañía no actuará según su demanda o reclamo.

! Informe inmediatamente al Oficial de Cumplimiento de la situación.

Principio “Need to Know”: se recomienda a la Compañía: (i) regular la participación de empleados de Volcán en dichas reuniones y/o comunicaciones; (ii) determinar qué personas estrictamente requieren participar en dichas reuniones y/o comunicaciones; y, (iii) bajo qué criterios.

(v) Ventas atadas

Una venta atada consiste en una conducta en que una empresa obliga a los clientes que compran un producto en el cual es dominante (el producto vinculante) a adquirir también de ella otro producto (el producto vinculado).

La principal preocupación de las autoridades de Libre Competencia respecto de las ventas atadas consiste en que el vendedor pueda abusar de su posición dominante al vender el producto vinculante para forzar la demanda del producto vinculado.

	PROTOCOLO	Código: GV-CO-CORP-GE-PR-0001-2
	CONDUCTA CLIENTES Y DISTRIBUIDORES	Versión: 02
		Fecha 28/01/2025
		Hojas 9/14

La autoridad de Libre Competencia ha considerado los siguientes requisitos para que dicha conducta pueda ser calificada como anticompetitiva:

- (i) posición dominante en el mercado de la empresa que realiza la venta atada en el producto vinculante, pudiendo forzar la venta del segundo producto;
- (ii) los productos vinculantes y vinculados deben ser productos distintos (pertenecientes a mercados distintos);
- (iii) coerción en el comprador para que adquiriera el producto vinculante y vinculado a la misma empresa;
- (iv) la venta atada genera efectos explotativos o exclusorios actuales o potenciales; y
- (v) ausencia de una justificación objetiva.

Cabe hacer presente que los productos y servicios que son económicamente impracticables de vender por separado, no son sujetos de esta prohibición. Tal es el caso de productos que deben ser vendidos en el mismo envase o productos que son vendidos juntos para ser usados de forma conjunta.

(vi) Reclamos de distribuidores

Es común que los clientes y distribuidores manifiesten a sus proveedores sus apreciaciones respecto de la conducta de sus competidores con un proveedor común. En general, estas manifestaciones pueden consistir en quejas respecto de prácticas de precios, zonas de distribución, publicidad u otras materias.

Los reclamos de clientes y distribuidores son particularmente riesgosos, toda vez que eventualmente podrían involucrar al productor en un acuerdo horizontal a nivel de distribución. Si el proveedor de productos y servicios reacciona ante los reclamos de sus clientes y distribuidores, la autoridad de Libre Competencia podría interpretar que existe un acuerdo anticompetitivo con el cliente o distribuidor titular del reclamo.

En el evento que existan reclamos por parte de clientes y distribuidores respecto de otro distribuidor, se sugiere:

- No tomar ningún tipo de acción respecto del reclamo, especialmente respecto del precio, descuentos, condiciones de comercialización, despachos, entre otros.

	PROTOCOLO	Código: GV-CO-CORP-GE-PR-0001-2
	CONDUCTA CLIENTES Y DISTRIBUIDORES	Versión: 02
		Fecha 28/01/2025
		Hojas 10/14

- No terminar la relación comercial con un distribuidor como resultado del reclamo presentado por otro cliente o distribuidor, ya que la autoridad de Libre Competencia podría interpretar que existe un acuerdo para excluir a distribuidores del mercado.
- No fomentar los reclamos de los clientes y distribuidores, informando a éstos que la Compañía no tomará acciones respecto de dichos reclamos.
- No informar el reclamo al distribuidor objeto del reclamo ni solicitarle alguna acción determinada en relación con el reclamo.

! Volcán debe dejar claro que cualquier acción será tomada en base al cumplimiento con las políticas de la Compañía y no como resultado de los reclamos presentados por distribuidores. Cualquier documentación de una decisión de término de relación comercial debe describir dichas políticas y los pasos tomados para determinar el cumplimiento del distribuidor.

(vii) Establecimiento de precios no lineales

Una restricción vertical que podría ser analizada por las autoridades de libre competencia por sus efectos exclusorios, corresponde al establecimiento de descuentos condicionales. En este sentido, la FNE podría interpretar que un descuento en particular tiene la aptitud objetiva de excluir competidores actuales o potenciales, en caso de que estos descuentos generen los incentivos para que el cliente se aprovisione en su totalidad con los productos del proveedor.

Lo anterior, puede darse especialmente con los llamados “descuentos retroactivos”, donde se aplica un descuento por la totalidad de productos vendidos, y no a partir de cierta unidad vendida. En ese contexto, las autoridades de Libre Competencia han indicado que este tipo de descuentos pueden ser especialmente lesivos para la competencia, ya que deja un porcentaje muy reducido de demanda desafiante del cliente a la competencia, incentivando la adquisición única del producto del agente sujeto al descuento retroactivo.

En caso de que se implementen políticas de descuentos, es recomendable que estas sean generales, no discriminatorias y por tramo o incrementales, es decir, aplicables a partir de cierta unidad vendida en adelante, y no cubrir con el descuento la totalidad de productos comercializados.

	PROTOCOLO	Código: GV-CO-CORP-GE-PR-0001-2
	CONDUCTA CLIENTES Y DISTRIBUIDORES	Versión: 02
		Fecha 28/01/2025
		Hojas 11/14

(viii) Relaciones generales con clientes y distribuidores

Los trabajadores de la Compañía deben ser advertidos de cuidar el contenido y lenguaje utilizado en las conversaciones o reuniones con clientes y distribuidores. Así, se sugiere evitar frases tales como *“llegar a acuerdos con los canales de distribución”, “acuerdos con la competencia”, “alinear a distribuidores”, “bloquear distribuidores/competidores”, “bloquear despacho”, “castigar a distribuidor/competidor”,* entre otras.

Asimismo, los vendedores de la Compañía deben evitar coleccionar listas de clientes, reportes de ventas u otra información perteneciente al cliente y que no sea estrictamente necesaria para la venta del bien o la prestación del servicio.

En caso de que un cliente o distribuidor le envíe o comente las condiciones comerciales que mantiene con otro proveedor competidor de Volcán, se debe alertar inmediatamente al cliente o distribuidor que no debe compartirle dicha información, e informar lo antes posible al Oficial de Cumplimiento para tomar las medidas de resguardo necesarias.

Finalmente, la Compañía y sus vendedores deben evitar llegar a acuerdos o prácticas con clientes y distribuidores consistentes en:

- Acuerdos con distribuidores o revendedores para mantener precios mínimos a sus clientes o fijar precios máximos de reventa.
- Acuerdos con distribuidores o revendedores para excluir a otros distribuidores o revendedores del mercado.
- Acuerdos que tienen por objetivo evitar que clientes y distribuidores compren bienes y servicios de la competencia.
- Acuerdos de ventas atadas de un producto con otro, es decir, denegar la venta de un producto a un consumidor a menos que este consumidor acuerde comprar el otro producto.

	PROTOCOLO	Código: GV-CO-CORP-GE-PR-0001-2
	CONDUCTA CLIENTES Y DISTRIBUIDORES	Versión: 02
		Fecha 28/01/2025
		Hojas 12/14

Las empresas que generalmente distribuyen o venden bienes y servicios mediante acuerdos comerciales verticales, deben mantenerse alejadas de comportamientos que puedan ser descritos como infracciones a la Libre Competencia y procurar que el sistema de distribución se encuentre conforme a la normativa correspondiente.

Las siguientes preguntas son fundamentales para determinar la existencia de algún riesgo de incumplimiento a la normativa de Libre Competencia:

- ¿Determina la Compañía el precio de reventa o precio de venta a público de su cliente o distribuidor?
- ¿Interviene la Compañía en las condiciones de venta de sus clientes o distribuidores, tales como las tasas de descuento y las condiciones de pago a clientes finales?
- ¿Impone la Compañía restricciones a las ventas sus clientes o distribuidores?
- ¿Traspasa la Compañía información de clientes o distribuidores a otros clientes o distribuidores?

D. CONDUCTAS EN LA RELACIÓN INFORMAL CON CLIENTES Y DISTRIBUIDORES

Los trabajadores de Volcán que mantienen relaciones personales o familiares con personal de los clientes y distribuidores deben abstenerse completamente de intercambiar o comentar información sensible sobre y en relación al negocio, en los términos indicados en la Sección B anterior.

Esta prohibición contempla tanto comunicaciones verbales o por escrito, e incluye tanto la información de la Compañía como de otros clientes o distribuidores.

E. RECOMENDACIONES EN RELACIONES CON CLIENTES Y DISTRIBUIDORES

- ✓ Leer y comprender el Manual de Cumplimiento de Libre Competencia.
- ✓ Asegurarse que los registros, correspondencia, minutas y memorándums son precisos y claros.
- ✓ Informar a clientes y distribuidores que las sugerencias de precios son sólo sugerencias y que el precio de reventa o precio de venta al público final debe ser determinado de forma independiente por ellos.

	PROTOCOLO	Código: GV-CO-CORP-GE-PR-0001-2
	CONDUCTA CLIENTES Y DISTRIBUIDORES	Versión: 02
		Fecha 28/01/2025
		Hojas 13/14

- ✓ Discutir con clientes y distribuidores las ventas y desempeño promocional y registrar los reclamos específicos en un documento interno de la Compañía, sin discutir la estrategia de precios del distribuidor.
- ✓ Acudir al Oficial de Cumplimiento o al asesor legal cuando tenga la intención de terminar una relación comercial con un cliente o distribuidor.
- ✗ No discutir con clientes y distribuidores los precios de reventa o precios de venta al cliente final, más allá de la sugerencia de precios, sin aprobación expresa del Oficial de Cumplimiento.
- ✗ No coaccionar o presionar a un cliente o distribuidor para que modifique al alza o a la baja sus precios.
- ✗ No ofrecer precios especiales descuentos, promociones u otras condiciones a clientes y distribuidores hechos a la medida (que no estén disponibles para todos los clientes o distribuidores).
- ✗ No aplicar políticas de descuentos retroactivas.
- ✗ No participar o discutir con distribuidores respecto de políticas de precios, territorios u otros asuntos comerciales sin asesoría legal previa. Si cree que ese tipo de acuerdos están siendo utilizados para afectar la competencia, contacte al Oficial de Cumplimiento.
- ✗ No reaccionar a los reclamos de los clientes o distribuidores por las condiciones comerciales de Volcán con otros clientes o distribuidores. Informe al distribuidor titular del reclamo que no corresponde discutir las condiciones comerciales que se mantengan con otro distribuidor.
- ✗ No discutir con clientes y distribuidores que sean competidores entre sí, los reclamos sobre precios u otras condiciones comerciales acordadas aguas abajo (distribuidores o minoristas).
- ✗ No transmitir información sensible a un competidor a través de clientes y distribuidores, ni tampoco facilitar el intercambio de información entre clientes y distribuidores que sean competidores entre sí.

	PROTOCOLO	Código: GV-CO-CORP-GE-PR-0001-2
	CONDUCTA CLIENTES Y DISTRIBUIDORES	Versión: 02
		Fecha 28/01/2025
		Hojas 14/14

F. ACCIONES QUE DEBEN SER INFORMADAS AL OFICIAL DE CUMPLIMIENTO

Se sugiere que todas las acciones mencionadas en las secciones anteriores sean revisadas por el Oficial de Cumplimiento.

En particular, cualquier acuerdo escrito o verbal con clientes y distribuidores referidos a territorios, clientes finales, productos, precios u otras restricciones en la actividad de un cliente o distribuidor, debe ser informado previamente al Oficial de Cumplimiento.

Asimismo, cualquier política respecto de la sugerencia de precios de reventa o criterios de estrategia de precios a distribuidores, políticas de descuento, exclusividades, o bien el término de relación comercial con cualquier cliente o distribuidor, deberá ser informada al Oficial de Cumplimiento, junto con la explicación de la decisión respectiva.

* * * * *