MODELO DE LIBRE COMPETENCIA

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
Sebastian Minan M.	Oscar Lobaton Sorogastua	Oscar Lobaton Sorogastua
Compliance Officer B. Braun Medical Perú S.A.	Gerente General B. Braun Medical Perú S.A.	Gerente General B. Braun Medical Perú S.A.

CONTROL DE CAMBIOS

Versión	Fecha	Unidad Orgánica que propone	Descripción de cambio
1.0	01/07/2021	Compliance Officer	Creación del Documento
2.0	15/07/2026	Compliance Officer	Actualización

POLITICA DE LIBRE COMPETENCIA PARA TERCERAS PARTES

B. BRAUN MEDICAL PERÚ S.A.

ÍNDICE

Contenido Pág.

1. OBJETIVO 6
2. CONCEPTOS GENERALES 7
2.1. PRÁCTICAS COLUSORIAS HORIZONTALES 7
2.2. PRÁCTICAS COLUSORIAS VERTICALES 7
2.3. ABUSO DE POSICIÓN DE DOMINIO 8
3. DE NUESTROS SOCIOS COMERCIALES 9
4. CONSULTAS Y COMUNICACIONES ELECTRÓNICAS 10

1. OBJETIVO

B. BRAUN MEDICAL PERÚ S.A. (en adelante, la "Empresa") es una compañía conocedora de las normas de libre competencia y como tal se encuentra comprometida con su cumplimiento. En tal sentido, esta política establece lineamientos de obligatorio cumplimiento para todos sus clientes, proveedores y toda persona natural o jurídica relacionada con esta (en adelante, "los terceros"), de manera que podamos conocer la normativa vigente en materia de libre competencia y los lineamientos a seguir entre nosotros, así como ante la autoridad, en armonía con las leyes nacionales en la materia.

Este documento debe entenderse como lineamientos obligatorios que buscan orientar y, en algunos casos, alertar a los terceros acerca de las decisiones y conductas que podrían entrar en conflicto con las normas de libre competencia. Este documento no detalla todas las conductas o decisiones que podrían vulnerar las normas de libre competencia; podrían existir conductas adicionales no detalladas en este documento cuyo ejercicio por los terceros pudiera tener como efecto limitar o restringir la libre competencia.

Los Terceros deben estar atentos ante este tipo de situaciones y en caso de duda, deberá ponerse en contacto con el Oficial de Cumplimiento (*Compliance Officer*) de la Empresa. Todo contacto debe realizarse a través del correo electrónico Compliance_peru@bbraun.com .

Incumplir las normas nacionales de defensa de la competencia puede generar graves perjuicios para la Empresa y los terceros, incluyendo: (i) multas, tanto para la Empresa y los terceros, como multas individuales para sus respectivos colaboradores involucrados, (ii) largos y costosos litigios e investigaciones, (iii) contratos sin validez y (iv) daños a la reputación de la Empresa, los terceros y sus respectivos colaboradores involucrados. Por lo tanto, esta Política de Libre Competencia (la "Política") se considerará como una instrucción de trabajo a los terceros y su inobservancia podría considerarse como un incumplimiento contractual, sujeta a resoluciones de contratos, además de las responsabilidades administrativas, penales y civiles correspondientes frente a las autoridades nacionales.

Alcance

Esta Política es de cumplimiento obligatorio de todos los terceros que establezcan relaciones contractuales y comerciales con B. BRAUN, quienes se adscriben a los términos de la presente política.

En caso de surgir discrepancias, conflictos o contradicciones entre lo dispuesto en la presente Política de Libre Competencia y las políticas o lineamientos de cualquier tercero, prevalecerán siempre las disposiciones de esta política.

2. CONCEPTOS GENERALES

Objeto de protección de las leyes

Las normas de defensa de la competencia buscan promover la eficiencia económica en el mercado y el bienestar de los consumidores. Con este objetivo, la legislación nacional reconoce tres tipos de conductas anticompetitivas:

- Las prácticas colusorias horizontales,
- Las prácticas colusorias verticales, y
- El abuso de posición de dominio.

En BBRAUN, rechazamos firmemente todo tipo de conductas anticompetitivas.

2.1 PRÁCTICAS COLUSORIAS HORIZONTALES

Las prácticas colusorias horizontales consisten en acuerdos[1] adoptados entre competidores que pueden restringir la libre competencia (por ejemplo, acordar o fijar conjuntamente un precio determinado, o distribuirse clientes y/o zonas geográficas). Las modalidades de mayor gravedad consisten en la fijación conjunta de precios, limitar la producción o las ventas y la repartición de clientes, proveedores, zonas geográficas o licitaciones públicas (también conocidos como "cárteles").

Estas prácticas se sancionan sin perjuicio de que exista un acuerdo escrito o no. Cuando no existe un contrato o pacto formal, estos acuerdos son denominados prácticas concertadas. Las prácticas concertadas pueden ser probadas mediante prueba directa o circunstancial (indicios, correos, comportamiento de precios, reuniones gremiales, presentaciones, llamadas telefónicas, actas, etc.).

Cuando hablamos de acuerdos en reuniones gremiales, nos referimos a aquellas disposiciones adoptadas por asociaciones o gremios empresariales que agrupan a competidores y que pueden tener el mismo efecto de restringir la competencia.

Tradicionalmente, las prácticas colusorias horizontales son consideradas las de mayor gravedad y están sujetas a sanciones más rigurosas.

2.2 PRÁCTICAS COLUSORIAS VERTICALES

Las prácticas colusorias verticales hacen referencia a los acuerdos con clientes y/o proveedores, denominados así porque se generan entre empresas que no compiten entre sí, al participar en diferentes segmentos de la cadena de comercialización.

[1] Por acuerdo debe entenderse toda decisión adoptada por dos o más empresas, sea formal o informal.

Por ejemplo, un acuerdo (contrato) entre B. BRAUN como importador y un distribuidor es un acuerdo vertical.

Este tipo de acuerdos son generalmente considerados lícitos. Únicamente cuando involucren a, por lo menos, una empresa considerada como dominante en el mercado e impliquen una restricción injustificada de la competencia (por ejemplo, alguna exclusividad, asignación de territorio, fijación de precios de venta al cliente final, etc.), podrán ser considerados como una conducta anticompetitiva.

2.3 ABUSO DE POSICIÓN DE DOMINIO

Las conductas de abuso de posición de dominio se refieren a decisiones o prácticas unilaterales realizadas por una empresa dominante en el mercado. Acciones como negarse a satisfacer solicitudes de compra o venta, establecer tratos comerciales diferenciados, condicionar la venta de un producto a la compra de otro, fijar precios por debajo de costos o establecer cláusulas de exclusividad, aunque en principio son consideradas lícitas, pueden considerarse anticompetitivas cuando no tienen una justificación económica y, en consecuencia, afectan la libre oferta de los productos.

Infracciones y multas

Ejecutar una conducta anticompetitiva bajo cualquiera de las modalidades previstas, puede originar la imposición de graves multas por la autoridad para quienes la realizan. Estas multas pueden alcanzar, en el caso de la Empresa y los terceros, hasta el 12% de sus respectivas ventas brutas o las de sus respectivos grupos económicos, en todas sus líneas de negocio, en el ejercicio anual inmediato anterior al de la expedición de la resolución de sanción. De manera individual para los colaboradores directamente involucrados pueden alcanzar hasta 100 Unidades Impositivas Tributarias (en adelante “UIT”). Por su parte, en el caso de obstrucción de las actividades de investigación, la multa puede ascender hasta 1000 UIT.

Finalmente, la criminalización de cárteles puede generar una eventual investigación fiscal que derive en un proceso penal. La condena es la pena privativa de libertad no menor de dos, ni mayor de seis años.

3. DE NUESTROS SOCIOS COMERCIALES

Los colaboradores de los terceros se abstendrán de entrar en cualquier tipo de acuerdo, formal o informal, escrito o verbal, que pueda restringir la competencia. En tal sentido, se deben observar las siguientes pautas:

- No se permite discutir ni acordar precios, promociones comerciales, descuentos o alguna otra condición comercial con algún competidor.

- No se permite discutir ni acordar los volúmenes de producción, importación, distribución, ventas, participaciones de mercado, planes de inversión, costos, márgenes, distribución o reparto de zonas comerciales y clientes, ni alguna otra condición de mercado similar con algún competidor.

- No se permite intercambiar información sensible, con algún competidor, por cualquier medio presencial o de comunicación físico o electrónico.

- ¿Qué es información comercial sensible? A modo de ejemplo, son las políticas de precios, precios actuales o futuros, estructura de costos, márgenes de utilidad, planes de inversión, listas de clientes y/o proveedores, políticas de descuentos, promociones y de fidelización, términos y condiciones de pago, estrategias comerciales, y/o cualquier otra información que permita, directa o indirectamente, inferir en las políticas y estrategias del tercero y, que facilite la coordinación de prácticas concertadas con competidores. Para estos efectos, se entiende que el listado detallado no es taxativo.

- No se permite discutir con competidores ni acordar con ésta la participación, posturas u ofertas en licitaciones privadas o concursos públicos.

- Está terminantemente prohibido solicitar a la Empresa, interceder entre el tercero y sus competidores. Así como enviar a la Empresa información comercial sensible de sus competidores.

- La Empresa analizará a detalle que cualquier acuerdo comercial con los terceros se encuentre totalmente alineado a las normas de libre competencia y se espera lo mismo de los socios comerciales.

Estas pautas aplican para cualquier situación que involucre a las partes, incluyendo los encuentros en gremios, asociaciones o reuniones con funcionarios del estado.

4. CONSULTAS Y COMUNICACIONES ELECTRÓNICAS

Las obligaciones y prohibiciones descritas previamente son aplicables a las actuaciones de los terceros en todo momento. Cabe precisar que estas directrices rigen para las comunicaciones realizadas por cualquier medio, incluyendo, pero no limitándose a, correos electrónicos, aplicaciones de mensajería instantánea (como WhatsApp, Telegram, mensajes de texto/SMS), redes sociales, plataformas corporativas (como Teams o Google Meets) y análogos.

La autoridad de defensa de la competencia puede solicitar el acceso a las comunicaciones electrónicas de personal de la Empresa en cualquier momento, por lo que el envío de comunicaciones electrónicas en contravención de las obligaciones y prohibiciones de este documento puede perjudicar gravemente la posición de la Empresa, del tercero y la de sus respectivos colaboradores.

Se debe evitar el lenguaje inexacto o poco claro en los comunicados, presentaciones, correos electrónicos, mensajes privados, etc., que pudieran interpretarse en el sentido de que existe intercambio de información sensible entre competidores y una consecuente práctica anticompetitiva en el mercado.