



Política con proveedores y clientes

GRUPO CORPOL

Uno de los valores del Grupo Corpól es llevar nuestra operación comercial garantizando una sana competencia entre diversos actores del mercado. Por ello, Grupo Corpól cuenta con una serie de políticas que alinean sus actividades comerciales a la normativa de libre competencia y resguardan así la imagen y reputación de la empresa, y de nuestros colaboradores

- CONSEJO CONSULTIVO GRUPO CORPOL

I. PRINCIPIOS GENERALES

- ❖ Cuidamos nuestra información comercial estratégica.
- ❖ Mantenemos las relaciones comerciales entre las partes, sin involucrar a terceros.
- ❖ Basamos nuestras decisiones en criterios objetivos.
- ❖ Somos conscientes de las relaciones de competencia con proveedores y/o clientes.
- ❖ Involucramos en el análisis de iniciativas comerciales al Oficial de Cumplimiento.

II. RELACIÓN CON PROVEEDORES Y CLIENTES

Nuestras relaciones comerciales

- ❖ Manejamos las relaciones con proveedores y clientes en el estricto plano bilateral (Grupo Corpol – socio comercial).
- ❖ No trasladamos información comercial sensible entre proveedores o clientes competidores. No buscamos alinear el comportamiento entre proveedores o clientes competidores.
- ❖ Como regla general, no intervenimos ni influenciamos la actuación en el mercado de nuestros proveedores o distribuidores. Estos mantienen la libertad de determinar su política comercial (precios, clientes, etc).

No trasladamos información comercial sensible

- ❖ Califica como información comercial sensible aquella información utilizada para tomar **decisiones comerciales estratégicas** en la empresa (a qué precio vender, cuánto vender, a quién vender, etc).
- ❖ Por ejemplo: precios, estructura de costos, costos, cantidades producidas o vendidas, proyectos de inversión futura, condiciones comerciales con clientes, lista de clientes, lista de proveedores, etc.
- ❖ Resulta especialmente grave el intercambio de información que tenga las siguientes características: desagregada, confidencial, actual o futura. Asimismo, será más contingente si existen intercambios frecuentes.

No trasladamos información comercial sensible

- ❖ En cada relación comercial se identifica la **información necesaria para ejecutar** el contrato o actividad comercial. Se evalúa la necesidad preguntándonos, ¿es posible cumplir el objetivo con información agregada, histórica, estadística o resumida? En caso la respuesta sea positiva, se privilegia el uso de este tipo de información.
- ❖ La información compartida y recibida de terceros, sólo es utilizada para lograr los objetivos de la relación comercial.
- ❖ Se designa al área o grupo de colaboradores específicos que tendrá acceso a esta información. Estos no podrán ser aquellos que tomen decisiones comerciales estratégicas en el mercado en el que Corpól y el titular de la información recibida compitan.
- ❖ No solicitamos ni recibimos información de nuestros competidores directamente o a través de nuestros socios comerciales (proveedores, distribuidores).

Restricciones verticales

- ❖ Cuando una de las partes de la relación comercial tenga posición de dominio (ver definición en el Manual de Libre Competencia), evitamos las siguientes obligaciones:
 - ❖ Exclusividades
 - ❖ Fijar los precios a los que el comprador debe comercializar los productos
 - ❖ Limitación del tipo de clientes o zonas geográficas a los que se puede comercializar los productos
 - ❖ Celebración de cláusulas que limiten la posibilidad o desincentiven a los distribuidores comercializar productos de competencia, por ejemplo, limitar la exhibición en estantería de otros productos, limitar la posibilidad del distribuidor de ofrecer bonificaciones por las ventas de otros productos, etc).
- ❖ En caso se evalúe la inclusión de este tipo de cláusulas, se deberá consultar al Oficial de Cumplimiento

II. PROVEEDORES Y CLIENTES CON LOS QUE COMPETIMOS

-
- ❖ Algunos de nuestros proveedores y clientes operan en el mismo mercado que nosotros. Por ejemplo:
 - ❖ Laboratorios peruanos que maquilan nuestros productos pero a su vez fabrican y comercializan sus marcas propias, competidoras con nuestros productos.
 - ❖ Clientes que adquieren los productos Corpól y los comercializan a los mismos clientes.
 - ❖ Identificamos a aquellos proveedores con los que competimos y mantenemos una adecuada separación entre la relación como proveedor/cliente y la relación como competidor.

Alcance de la relación comercial con proveedores o clientes competidores

- ❖ La interacción de las partes en la negociación y ejecución de la relación contractual debe limitarse al objeto de la relación lícita (proveedor-cliente). No se debe discutir cuestiones relacionadas al mercado en que ambas partes compiten.
- ❖ Por ejemplo, en un contrato de maquila de amoxicilina no podemos acordar con el proveedor el precio al que ambas partes venderán aciclar, de sus respectivas marcas.
- ❖ Si nuestra parte también compite con nosotros, tenemos especial cuidado con la información que solicitamos y enviamos. Esta debe ser aprobada por el Oficial de Cumplimiento.
- ❖ En los contratos con proveedores / clientes con los que competimos, incluimos cláusulas de respeto de normas de libre competencia y tratamiento de información comercial sensible.

Limitación de clientes o territorios

- ❖ En ocasiones, Corpol puede considerar conveniente limitar a quién o dónde pueden comercializar sus productos los distribuidores.
- ❖ Por ejemplo, puede optar por designar a un distribuidor un territorio específico, si observa que la venta en dicha zona genera ciertos costos que ameritan ser compensados. Asimismo, podría optar por reservarse la posibilidad de participar en Licitaciones Pública de determinado tamaño, para asegurar así el cumplimiento de los compromisos y la imagen de la marca .
- ❖ Es importante que estas restricciones sean revisadas y autorizadas por el Oficial de Cumplimiento, quien deberá analizar las justificaciones económicas, eficiencias y posibles efectos negativos de la restricción.

III. ACUERDOS DE COLABORACIÓN

-
- ❖ En ocasiones, la empresa puede evaluar asociarse a otra para llevar a cabo ciertas actividades comerciales. Por ejemplo, se puede plantear unirse a otras empresas para realizar una compra conjunta de insumos o el desarrollo tecnológico de cierto producto.
 - ❖ Se debe comunicar al Oficial de Cumplimiento estas iniciativas (especialmente aquellas que involucran a competidores) para evaluar su compatibilidad con las normas de competencia y brindar recomendaciones específicas para su ejecución.
 - ❖ Además de la prevención de un riesgo de comisión de conductas anticompetitivas, será necesario evaluar si estas iniciativas califican como operación de concentración empresarial que requiere de la autorización de Indecopi.

ANTE
CUALQUIER
DUDA,
CONTACTAR AL
OFICIAL DE
CUMPLIMIENTO

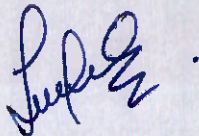


Katherine Rivera

oficialdecumplimiento@corpol.com.pe



12/03/2024

Revisado por	Aprobado por	Aprobado por
		
Katherine Rivera Oficial de Cumplimiento	Iván Villarreal Gerente General	Fiorela Olórtégui Presidenta del Consejo Consultivo