

PROGRAMA DE CUMPLIMIENTO EN MATERIA DE COMPETENCIA

TRC-CR Holdings, S.R.L. Comercializadora Inter Global Interglo, S.R.L. y subsidiarias.



DERECHO DE COMPETENCIA

GUÍA DE CUMPLIMIENTO NORMATIVO

Tabla de contenido

DERECHO DE COMPETENCIA GUÍA DE CUMPLIMIENTO NORMATIVO	2
MENSAJE A LOS COLABORADORES	4
POLÍTICAS FUNDACIONALES.....	5
POLÍTICA DE COMPETENCIA.....	5
CÓDIGO DE ETICA	5
LEYES APLICABLES.....	5
LEGISLACIÓN INTERNACIONAL.....	6
CONDUCTAS PROHIBIDAS- PRÁCTICAS MONOPOLÍSTICAS ABSOLUTAS.....	6
CONDUCTAS COMERCIALES SENSIBLES EN MATERIA DE LIBRE COMPETENCIA	8
EMPRESAS CON PODER SUSTANCIAL EN EL MERCADO RELEVANTE	11
INTERACCIONES CON CLIENTES.....	11
INTERACCIONES CON CLIENTES CON ALTO PODER DE NEGOCIACIÓN	12
REGISTRO DE CONDICIONES COMERCIALES ESPECIALES	13
INTERACCIONES CON EMPRESAS COMPETIDORAS.....	13
CLIENTES O PROVEEDORES QUE TAMBIÉN SON COMPETIDORES	14
⚠ COMPROMISO DE APLICACIÓN DE ESTE PROGRAMA	14
COMPROMISOS ESPECÍFICOS.....	15
COMUNICACIÓN INADECUADA.....	16
ESTILO Y CONTENIDO DE LAS COMUNICACIONES COMERCIALES	18
ASOCIACIONES COMERCIALES, GRUPOS DEL SECTOR Y CONFERENCIAS.....	19
ASISTENCIA INFORMADA Y LIMITADA:.....	19
MONITOREO ACTIVO DEL CONTENIDO DE LAS REUNIONES:.....	20
Recomendaciones para Participación Segura	20
(Para los efectos, ver el Checklist Rápido de Actuación para Participación en Foros Gremiales, adjunto como Anexo A).	21
¿CÓMO ACTUAR ANTE CONVERSACIONES INAPROPIADAS?	22
INTERCAMBIO DE INFORMACIÓN Y BENCHMARKING	22
¿PUEDO COMPARTIR INFORMACIÓN CON COMPETIDORES SI EXISTE UN OBJETIVO COMERCIAL LEGÍTIMO?	22

ALGUNOS EJEMPLOS DE FINES LEGÍTIMOS INCLUYEN:.....	23
¿Cómo debe estructurarse adecuadamente un intercambio de información con competidores?	23
OPERACIONES CONJUNTAS	23
PRESENTACIONES CONJUNTAS ANTE ENTIDADES GUBERNAMENTALES.....	25
FUSIONES, ADQUISICIONES Y DESINVERSIONES	25
El Departamento Legal está disponible para asesorarte en cualquier asunto relacionado con los derechos de propiedad intelectual de la empresa.....	26
Precaución en las Comunicaciones	26
SANCIONES POR INFRACCIONES A LA LEY DE COMPETENCIA	26
ENTRE LAS SANCIONES PREVISTAS POR LA LEY SE INCLUYEN:	27
CANALES ABIERTOS DE COMUNICACIÓN	28
PROGRAMA DE CUMPLIMIENTO EN MATERIA DE COMPETENCIA	28
FUNDAMENTOS DE ESTE PROGRAMA.....	28
LIDERAZGO Y RESPONSABILIDAD DE LA GERENCIA.....	30
EVALUACIÓN DE RIESGOS	30
COMUNICACIÓN DE POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS.....	32
CAPACITACIÓN DEL PERSONAL	33
EVALUACIÓN DE LA EFICACIA DEL PROGRAMA	33
CONCLUSIONES	34
NUESTROS 10 MANDAMIENTOS DEL CUMPLIMIENTO EN COMPETENCIA.....	35
RESUMEN CORPORATIVO.....	37
COMERCIALIZADORA INTER-GLOBAL S.R.L. (INTERGLO).....	37
ANEXO A-CHECKLIST RÁPIDO DE ACTUACIÓN PARA PARTICIPACIÓN EN FOROS GREMIALES	39

MENSAJE A LOS COLABORADORES

En nuestra empresa, mantenemos un compromiso firme con el cumplimiento de las leyes de competencia y libre comercio vigentes en Costa Rica y en cualquier otro país donde tengamos relaciones o incidencia comercial.

Estas leyes existen para garantizar que el mercado funcione de manera justa y eficiente, permitiendo que los consumidores accedan a productos de alta calidad al mejor precio posible. Un entorno competitivo también fomenta la innovación, mejora el servicio al cliente y asegura un uso adecuado de los recursos.

Cada colaborador —ya sea directivo, administrativo u operativo— de cualquiera de las empresas del grupo económico actual o futuro, tiene la responsabilidad de actuar en conformidad con estas normas. Cualquier infracción a nuestra política de competencia puede conllevar medidas disciplinarias, incluyendo la terminación del contrato laboral.

Para apoyar esta responsabilidad, hemos desarrollado un Programa de Cumplimiento en Materia de Competencia, elaborado por nuestro equipo legal, con el fin de orientar sobre conductas aceptables y ayudar a identificar situaciones que podrían representar un riesgo legal. Aunque no abarca todas las posibles situaciones, esta guía ofrece principios generales y ejemplos prácticos relevantes para nuestra actividad como empresa.

Todo esto resulta aún más relevante, considerando el proceso de desregulación que el sector ha venido experimentando en los últimos años, lo cual ha incrementado la necesidad de actuar con mayor diligencia, transparencia y apego a la normativa de competencia.

Les pedimos leerla con atención y participar activamente en las capacitaciones periódicas relacionadas. Ante cualquier duda sobre alguna acción, contrato o conversación con terceros, se debe consultar de inmediato al departamento legal o al Oficial de Cumplimiento designado.

Cumplir con estas normas no es solo una obligación legal, sino también un compromiso con la transparencia, la ética y el desarrollo sostenible del sector arrocero en Costa Rica y en la región.



Eduardo Elizondo Ruíz

Director General de TRC-CR Holdings, S.R.L.

POLÍTICAS FUNDACIONALES

POLÍTICA DE COMPETENCIA

Todo el personal —incluyendo directores, funcionarios, asesores y empleados— está obligado a cumplir con las leyes de competencia vigentes en Costa Rica, así como en cualquier otro país o región donde el grupo tenga operaciones o relaciones comerciales. En ningún caso se debe entender que el interés de la empresa justifica actuar en contra de estas normas.

Se reconoce que, en ocasiones, puede haber dudas legítimas sobre la correcta interpretación de la ley. En tales circunstancias, se requiere que los directores, funcionarios, asesores y empleados remitan el caso, a través de los canales apropiados, al Departamento Legal y/o al Oficial de Cumplimiento asignado, para obtener asesoría.

CÓDIGO DE ETICA

El código de ética de TRC-CR Holdings, S.R.L., de Comercializadora Inter Global Interglo, S.R.L., así como de todas sus demás empresas subsidiarias es la de cumplir con todas las leyes y regulaciones gubernamentales aplicables al grupo y su actividad comercial.



LEYES APLICABLES

A la fecha más de 120 países alrededor del mundo tienen leyes de competencia instauradas. En Costa Rica encontramos la Ley 7472 Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor y sus reglamentos, así como la Ley 9736 Ley de Fortalecimiento a las Autoridades de Competencia de Costa Rica y su reglamento.

Es importante mencionar que incluso en países sin una ley de competencia formal, pueden existir riesgos de competencia si las actividades comerciales afectan el comercio internacional. Asimismo, una actividad comercial llevada a cabo fuera de Costa Rica puede ser sancionada en Costa Rica por las leyes de competencia locales, en el tanto dicha actividad comercial afecte o tenga incidencia en el país. Por lo tanto, la empresa y sus demás subsidiarias, así como su personal, deben de estar atentos a las leyes de competencia no solo de los países en los que operan sino también en de los países que se podrían ver afectados por la incidencia de dichas actividades. Se recomienda en todo momento consultar con el Departamento Legal y/o el Oficial de Cumplimiento siempre que exista cualquier duda respecto a la legalidad de una actuación, o respecto a la aplicabilidad de cualquier normativa de competencia.

LEGISLACIÓN INTERNACIONAL

En países como Estados Unidos, no se permite adquirir o mantener poder monopolístico a menos que esto se logre por medios legítimos, como una patente, una mayor eficiencia operativa, o una ventaja geográfica clara. Tener poder de monopolio no implica tener el 100% del mercado, sino la capacidad de influir en los precios o de excluir a competidores de manera sustancial, incluso si esto ocurre en una zona geográfica reducida o en un segmento de producto específico.

En la Unión Europea, la legislación es similar, aunque el concepto de “posición dominante” no equivale necesariamente a “monopolio”. Basta con que una empresa tenga suficiente control sobre el mercado como para comportarse de forma independiente de sus competidores, clientes o consumidores, para que se le apliquen estándares más rigurosos.



CONDUCTAS PROHIBIDAS- PRÁCTICAS MONOPOLÍSTICAS ABSOLUTAS

Todos los agentes económicos en el mercado deben de actuar de manera independiente de sus competidores. TRC-CR Holdings, S.R.L., Comercializadora Inter Global Interglo, S.R.L., ni ninguna de sus demás empresas subsidiarias (en adelante la “Empresa”) debe de establecer acuerdos o entendimientos con sus competidores para:

-  **Fijar el precio de compra o de venta**
-  **Fijar otros términos de la compra o de la venta**
-  **Restringir la oferta o la capacidad**
-  **Dividirse los mercados o los clientes**
-  **Excluir a empresas competidoras del mercado**
-  **Excluir a nuevos entrantes al mercado**
-  **Abstenerse a ofrecer un producto o servicio injustificadamente**

La información de esta Guía está diseñada para familiarizar en términos generales a los colaboradores con las leyes y estándares en materia de derecho de competencia; así como para brindarles una indicación de las actividades potencialmente más sensibles.



En el contexto del mercado arrocero costarricense, la fijación de precios no se limita únicamente a acuerdos explícitos sobre el precio del arroz. También se consideran prácticas anticompetitivas los acuerdos entre competidores respecto a precios máximos o mínimos, condiciones de descuento, bonificaciones, plazos de pago o cualquier otro término comercial que afecte la libre fijación de precios.

De igual forma, los acuerdos entre compradores, como industriales, mayoristas o distribuidores, sobre los precios que están dispuestos a pagar por el arroz, son tan ilegales como los acuerdos entre productores sobre los precios de venta. Según la legislación costarricense, en particular la Ley 7472, cualquier práctica que tenga por objeto o efecto restringir, impedir o limitar la competencia, puede constituir una infracción grave.

Literal del artículo 11 de la Ley N°7472

Nombre y ejemplo del tipo práctica monopolística absoluta

Literal a)	Acuerdos de fijación o colusión de precios. Ejemplo: Competidores acuerdan aumentar en un 20% sus precios de venta.
Literal b)	Acuerdos para limitar o restringir la oferta. Ejemplo: Competidores acuerdan reducir a la mitad el volumen de producción de un bien durante el último trimestre del año.
Literal c)	Acuerdos de división o repartición de mercados. Ejemplo: Competidores acuerdan dividir por zonas geográficas un mercado y repartirse la clientela ubicada en dichas zonas.
Literal d)	Colusión en licitaciones públicas o licitación colusoria. Ejemplo: Competidores acuerdan el valor de las ofertas económicas que presentarán en una licitación pública para definir anticipadamente a quién le será adjudicado el contrato.
Literal e)	Acuerdos de boicot. Ejemplo: Competidores acuerdan no proveer un bien a un determinado agente económico.
Literal f)	Intercambio ilegal de información. Ejemplo: Competidores intercambian información sobre su estructura de precios e inventarios de productos con el fin de fijar colectivamente un aumento en los precios de venta.

(COPROCOM, Guía del Programa de Cumplimiento de Normas de Competencia Económica 2024, pg.21)

Es importante recalcar que no se requiere un contrato formal o un acuerdo por escrito para que exista una infracción a la ley. Un acuerdo puede inferirse a partir de la conducta de las partes, comunicaciones informales o coincidencias en las decisiones comerciales sin justificación objetiva.

Por ello, cualquier tipo de contacto con competidores —por ejemplo, en reuniones gremiales, asociaciones arroceras, foros técnicos o actividades del sector— debe manejarse con extrema precaución, ya que puede dar lugar a interpretaciones de colusión o coordinación indebida. Si en cualquiera de estos escenarios usted identifica que se están abordando temas sensibles de naturaleza comercial, usted tiene la obligación de manifestar de forma clara y firme su desacuerdo, retirarse de inmediato del lugar y reportar la situación al Oficial de Cumplimiento de la Empresa inmediatamente.

En nuestro país, Las prácticas monopolísticas absolutas están prohibidas por la Ley N°7472 (reformada por la Ley N°9736), y describe seis tipos de prácticas monopolísticas absolutas, que se distinguen por los efectos o propósitos perseguidos por quienes las cometen, se adjunta un resumen de los seis tipos de prácticas junto con ejemplos, con el fin de ilustrar cada tipo:

Adicionalmente, las relaciones verticales, como los acuerdos entre productores y distribuidores o detallistas para establecer el precio al que se revende el arroz, también pueden ser objeto de cuestionamiento legal. Estas prácticas, conocidas como "mantenimiento de precios de reventa" o "fijación vertical de precios", pueden considerarse restrictivas si limitan la capacidad del intermediario para definir su estrategia comercial de forma independiente.

En Costa Rica, la Comisión para Promover la Competencia (COPROCOM) es el ente encargado de investigar y sancionar este tipo de conductas. Las multas por prácticas anticompetitivas pueden ser elevadas, e incluso conllevan sanciones reputacionales y contractuales.

Por lo tanto, ningún colaborador, directivo o socio comercial de la empresa debe participar en prácticas que puedan interpretarse como anticompetitivas, aun cuando estas sean habituales en el sector o no estén expresamente prohibidas en otras jurisdicciones. Antes de realizar cualquier acción que pudiera tener implicaciones legales en materia de competencia —especialmente si involucra acuerdos con terceros o estrategias de precios—, se debe consultar previamente con el Departamento Legal o el asesor jurídico correspondiente.

CONDUCTAS COMERCIALES SENSIBLES EN MATERIA DE LIBRE COMPETENCIA

Existen ciertas prácticas comerciales que, si bien podrían limitar la competencia en algunos contextos, no siempre se consideran perjudiciales para el mercado. Estas situaciones deben analizarse cuidadosamente según las circunstancias específicas para determinar si representan un riesgo real desde el punto de vista de la legislación de competencia.

El análisis toma en cuenta si la conducta puede generar efectos anticompetitivos y si esos posibles efectos negativos se ven compensados por beneficios legítimos para la competencia o para el consumidor.

En términos generales, toda actividad que pueda implicar una consideración de competencia debe ser evaluada previamente por el Departamento Legal. Este departamento puede ofrecer

recomendaciones para eliminar o reducir significativamente los riesgos legales asociados con cualquier acción propuesta.

Las prácticas monopolísticas relativas, prohibidas por la Ley N°7472 (reformada por la Ley N°9736), pueden adoptar la forma de actos, contratos, convenios, arreglos o combinaciones entre agentes económicos competidores actuales o potenciales entre sí cuyo objeto o efecto sea o pueda ser el desplazamiento indebido de otros agentes del mercado, el impedimento sustancial de su acceso o el establecimiento de ventajas exclusivas en favor de una o varias personas.

La Ley N°7472 prohíbe 15 tipos de prácticas monopolísticas relativas que están sujetas a la comprobación de que: a) el presunto responsable tiene un poder sustancial sobre el mercado relevante y b) se realicen respecto de los bienes o servicios correspondientes o relacionados con el mercado relevante de que se trate. A continuación, se resumen los 15 tipos de prácticas monopolísticas relativas enlistadas en la ley, y se aclara que no es una lista taxativa, sino que muchas otras situaciones de hecho que se ajusten típicamente a las prácticas prohibidas por la legislación pueden ser igualmente perseguidas y sancionadas por la autoridad de competencia:

Inciso del artículo 12 de la Ley N°7472	Nombre y ejemplo de la práctica monopolística relativa
Literal a)	Exclusividades consistentes en la fijación, la imposición o el establecimiento de la compra, venta o imposición de distribución exclusiva de bienes y servicios. Ejemplo: Agente económico con un poder sustancial sobre el mercado relevante que provea bienes únicamente a las empresas minoristas que acepten no comprar dichos tipos de bienes a otros proveedores ni a ofrecer en sus establecimientos bienes de los competidores del agente económico, con el objetivo de desplazar competidores, de restringir la entrada de nuevos competidores y de mantener o aumentar su posición en el mercado.
Literal b)	Imposición de precios de reventa o de otras condiciones como las cantidades de venta. Ejemplo: Agente económico con poder sustancial sobre el mercado relevante que fija a sus distribuidores o comercializadores los precios de venta final de dichos bienes (a consumidores finales) o que establece cuál es la cantidad de producto que el minorista debe o puede comprar, siempre que la imposición del precio de reventa o la imposición de cantidad busque restringir la competencia o aumentar las barreras a la entrada.
Literal c)	Ventas atadas. Ejemplo: Agente económico con poder sustancial sobre el mercado relevante condiciona la venta de sus productos, respecto de los cuales tiene poder sustancial, a la adquisición de otros productos o servicios de otros mercados respecto de los cuales no tiene poder sustancial, con el fin de desplazar la competencia actual o potencial.
Literal d)	Discriminación en perjuicio de un tercero a través de exclusividades. Ejemplo: Agente económico con poder sustancial sobre el mercado relevante condiciona la venta de sus productos bajo la condición de que sus clientes no lo revendan a otros agentes económicos a los que normalmente les ofrecerían dichos bienes y a cambio de beneficios o descuentos comerciales, con el fin de desplazar actuales o futuros competidores.

Literal e)	Concertación o invitación para hacer boicot vertical a un tercero. Ejemplo: Agente económico con poder sustancial sobre el mercado relevante y que provee un bien a empresas minoristas invita a que sus clientes vigilen entre sí los precios de venta final que son fijados y que presionen a sus competidores para que no disminuyan los precios de reventa, con el fin de desplazar actuales o futuros competidores.
Literal f)	Fijación de precios predatorios. Ejemplo: Agente económico con poder sustancial sobre el mercado relevante fija precios de venta que están por debajo de su costo medio durante un año y su conducta no se realiza en el marco de una actividad promocional o introducción de nuevo producto, con el fin de desplazar actuales o futuros competidores.
Literal g)	Negativa unilateral a contratar (suministrar o vender) o a tratar. Ejemplo: Agente económico con poder sustancial sobre el mercado relevante se niega a ofrecer sus bienes o servicios (indispensables para la operación en el mercado descendente) a otro agente económico sin que exista justificación económica o legal para la negativa.
Literal h)	Discriminación vertical. Ejemplo: El agente económico con poder sustancial sobre el mercado relevante fija precios significativamente diferentes para dos clientes a pesar de que estos solicitan la misma cantidad de un mismo producto y que el historial de compras pasada de dichos clientes es similar, con el fin de desplazar actuales o futuros competidores.
Literal i)	Concertación o invitación para hacer boicot a un tercero. Ejemplo: Agente económico con poder sustancial sobre el mercado relevante invita a otras empresas a orquestar una fijación de precios discriminatorios de los insumos hacia sus competidores, así como la adquisición de dichos insumos en condiciones desventajosas o exigir a los proveedores que se nieguen a suministrar el insumo a sus competidores, con el fin de desplazar actuales o futuros competidores.
Literal j)	Imposición de marca comercial. Ejemplo: Agente económico con poder sustancial sobre el mercado relevante se niega a vender sus productos a las empresas minoristas que no reemplacen la publicidad de otros productores al interior del establecimiento comercial por la publicidad y exhibición principal de la marca comercial del agente económico, con el fin de desplazar actuales o futuros competidores.
Literal k)	Actos deliberados para inducir a la salida de competidores del mercado o de evitar su entrada. Ejemplo: Agente económico con poder sustancial sobre el mercado relevante se reúne con directivos de entidades financieras para persuadirlos de que no ofrezcan financiación a una empresa que planea entrar a competir en su mercado, con el fin de desplazar actuales o futuros competidores.
Literal l)	Condicionamiento de la celebración de contratos a la aceptación de prestaciones no relacionadas con el objeto de dichos contratos. Ejemplo: Agente económico con poder sustancial sobre el mercado relevante condiciona la contratación del suministro periódico de sus bienes respecto de los cuales tiene poder sustancial a la aceptación de que el cliente acepte adquirir de otros bienes o servicios diferentes que ofrece el agente dominante, con el fin de desplazar actuales o futuros competidores.
Literal m)	Imponer, bajo la amenaza de ruptura de las relaciones comerciales, condiciones de pago u otras condiciones de tipo comerciales no reconocidas en las costumbres comerciales. Ejemplo: Agente económico

	con poder sustancial sobre el mercado relevante porque detenta un monopsonio en la compra de determinado bien impone a sus proveedores condiciones de pago de más de un año so pena de dejar de adquirir sus bienes, con el fin de desplazar actuales o futuros competidores.
Literal n)	Los subsidios cruzados. Ejemplo: Agente económico con poder sustancial sobre el mercado relevante fija descuentos significativos para bienes o servicios respecto de los cuales no tiene dominio y subsidia dichos descuentos a partir de los ingresos que generan las ventas de los productos y servicios respecto de los cuales sí tiene poder de dominio, con el fin de desplazar actuales o futuros competidores.
Literal ñ)	Discriminación horizontal respecto de precios de insumos esenciales (estrechamiento del margen). Ejemplo: Agente económico con poder sustancial sobre el mercado relevante de provisión de bienes intermedios, que son insumos esenciales para el proceso de producción de un bien final, y que también participa en el mercado de bienes terminados, elaborados a partir de dichos componentes, fija altos precios de venta de sus bienes intermedios a sus competidores que los usan para producir los bienes finales lo cual impide a sus competidores subsistir en el mercado, con el fin de desplazar actuales o futuros competidores.

(COPROCOM, Guía del Programa de Cumplimiento de Normas de Competencia Económica 2024, pg.21)

EMPRESAS CON PODER SUSTANCIAL EN EL MERCADO RELEVANTE

Incluso si una sola empresa actúa de manera independiente, su conducta puede levantar preocupaciones legales si tiene un grado de poder considerable en el mercado. Una empresa en esta posición debe actuar con especial responsabilidad, ya que sus decisiones pueden influir en el entorno competitivo de forma desproporcionada.

Por ejemplo, en Costa Rica y otras jurisdicciones, prácticas como vender por debajo del costo con el fin de eliminar a un competidor, o negar el acceso a recursos clave (como instalaciones de distribución, acceso a canales logísticos, etc.), pueden interpretarse como conductas abusivas y generar investigaciones por parte de las autoridades regulatorias.

INTERACCIONES CON CLIENTES

A continuación, se presentan ejemplos de conductas que requieren análisis legal previo, especialmente en la relación comercial con clientes:

Ventas condicionadas o atadas: Requerir que el cliente compre un producto (por ejemplo, cierto tipo de arroz premium) como condición para poder adquirir otro producto o servicio.

Contratos de exclusividad o de requerimiento: Acuerdos que obligan a un cliente a comprar todos o casi todos sus suministros de arroz de nuestra empresa durante un período determinado.

Restricciones territoriales u otras limitaciones no relacionadas con precios: Imponer condiciones sobre dónde y cómo los distribuidores pueden revender nuestros productos.

Acuerdos recíprocos: Prácticas del tipo "yo te compro si tú me compras".

Cláusulas de cliente más favorecido (Most Favored Nation): Prometer que ningún otro cliente recibirá un precio más bajo por el mismo producto.

En muchas jurisdicciones, incluyendo Costa Rica, una vez que un producto es vendido, la empresa no puede controlar ni el precio de reventa ni el destino final del producto. Si bien los representantes de la empresa pueden ofrecer recomendaciones o asesoría a los distribuidores sobre buenas prácticas comerciales, deben evitar cualquier conducta que pueda percibirse como presión indebida o amenaza.

Antes de implementar cualquier medida que busque restringir precios, usos o reventa de productos tras la venta, se debe consultar con el Departamento Legal y/o el Oficial de Cumplimiento.

INTERACCIONES CON CLIENTES CON ALTO PODER DE NEGOCIACIÓN

En el marco de nuestro Programa de Cumplimiento en Materia de Competencia, reconocemos que ciertos clientes pueden tener una posición significativa en el mercado, derivada de su volumen de compras, alcance comercial o presencia estratégica.

Con el fin de asegurar una actuación alineada con los principios de libre competencia y equidad en las relaciones comerciales, se establece lo siguiente:

Las condiciones comerciales especiales otorgadas a clientes con alto poder de negociación deberán ser revisadas y aprobadas previamente por el Oficial de Cumplimiento y el Departamento Legal.

Estas condiciones deberán estar debidamente documentadas y fundamentadas en criterios objetivos y verificables, tales como volúmenes de compra, compromisos de exhibición, eficiencia logística u otros factores legítimos y transparentes.

Por ejemplo, en el caso de que se negocie un descuento exclusivo del 10% para un producto específico con un cliente estratégico, la concesión de dicho beneficio deberá estar respaldada por una justificación comercial válida y aprobada conforme al procedimiento interno correspondiente.

REGISTRO DE CONDICIONES COMERCIALES ESPECIALES

Toda condición comercial diferenciada que se acuerde con clientes estratégicos- por ejemplo, descuentos, bonificaciones, devoluciones, exclusividades u otros beneficios, será documentada en un registro detallado, el cual incluirá:

Descripción del acuerdo alcanzado, fecha, términos comerciales y las personas responsables de su aprobación.

Justificación objetiva que respalde la medida adoptada.

Aplicación de un criterio de coherencia y no discriminación, que evite tratamientos arbitrarios o sin fundamento claro frente a otros clientes comparables.



INTERACCIONES CON EMPRESAS COMPETIDORAS

Al evaluar si una empresa debe considerarse competidora, es importante tener en cuenta no solo a aquellas que compiten directamente con nosotros en la venta de productos similares, sino también a las que participan en la adquisición de bienes y servicios comparables.

Por ejemplo, nuestra empresa puede verse en competencia con otras organizaciones —incluso fuera del sector arrocero— al momento de contratar servicios profesionales, adquirir tecnología, infraestructura, insumos operativos o atraer talento humano.

En resumen, la competencia no se limita únicamente al producto que vendemos, sino que también puede existir en diversas áreas de la cadena de suministro y operación empresarial.

CLIENTES O PROVEEDORES QUE TAMBIÉN SON COMPETIDORES

Cuando se interactúa con un cliente o proveedor que también sea un competidor, cualquier intercambio de información sobre precios debe limitarse únicamente a lo necesario para una posible relación comercial de compra o venta.



COMPROMISO DE APLICACIÓN DE ESTE PROGRAMA

Se asegura la correcta implementación y seguimiento de este Programa de Cumplimiento, el cual está diseñado para aplicarse no solo a lo interno de la empresa, sino que también será aplicado a otras empresas participantes del sector arrocero, ya sean proveedores, productores, industriales, distribuidores y competidores, así como demás actores del gremio.

Este programa establece lineamientos claros en materia de cumplimiento normativo, garantizando que todas las partes vinculadas operen bajo los mismos estándares de legalidad, ética y responsabilidad, fortaleciendo así la integridad y la sostenibilidad del sector.





COMPROMISOS ESPECÍFICOS

1. Trato equitativo:

Las condiciones comerciales ofrecidas a terceros —incluyendo competidores, clientes u otros actores del mercado— deberán ser razonables, objetivas y no discriminatorias. No se permitirá ningún trato preferencial injustificado.

2. Prohibición de coordinación vertical:

Se prohíbe toda forma de coordinación vertical, directa o indirecta, con actores ubicados en otros eslabones de la cadena de valor, cuando dicha coordinación pueda generar efectos anticompetitivos. Esta prohibición aplica incluso si dichos actores no forman parte del mismo grupo empresarial. Todas las condiciones relativas a procesos de industrialización y comercialización deberán estar debidamente justificadas por escrito.

3. Prohibición de efectos unilaterales horizontales:

Se asegura el compromiso de instaurar condiciones no discriminatorias en los procesos de industrialización y comercialización a competidores actuales y potenciales.

4. Prohibición de intercambio de información sensible entre competidores:

Está expresamente prohibido intercambiar información sensible con competidores, conforme a lo establecido en este Programa de Cumplimiento. Se deberá levantar y conservar una minuta de todas las reuniones en las que participen competidores. Asimismo, cualquier duda, observación o inquietud relacionada con dichas interacciones deberá ser comunicada al departamento legal o al oficial de cumplimiento, con el fin de asegurar su conformidad con la normativa de competencia.



COMUNICACIÓN INADECUADA

Se deben evitar conversaciones o intercambios de información con competidores que aborden temas como precios, costos, condiciones comerciales, planes de negocio, proveedores, clientes, territorios, capacidad operativa, niveles de producción o cualquier otro asunto de relevancia comercial, a menos que se cuente con la aprobación previa del Departamento Legal.

Es fundamental que ninguno de los temas mencionados anteriormente como inapropiados para discutir entre competidores sea tratado durante reuniones de asociaciones comerciales o grupos del sector. Por ello, antes de asistir a una reunión de este tipo, debes informarte sobre los temas que se abordarán.

Como regla general, cada reunión debe contar con una agenda escrita. Si se incluyen temas que puedan implicar riesgos relacionados con leyes de competencia o prácticas anticompetitivas, esa agenda debe ser revisada previamente con el Departamento Legal. Si la agenda contiene asuntos inadecuados, no debes asistir a menos que dichos puntos se eliminen. Además, durante la reunión, no se debe permitir que se discutan temas impropios en ninguna circunstancia.

Siempre que sea posible, es recomendable levantar un acta de la reunión, para dejar constancia de que el desarrollo fue adecuado. En algunos casos, esas actas deben revisarse en borrador con asesoría legal antes de ser finalizadas.



¿Qué debo hacer si se plantea un tema inapropiado durante una reunión de asociación o grupo del sector?

Si durante la reunión comienza una conversación que no es apropiada, debes intervenir de inmediato y solicitar que el tema sea retirado.

Si la conversación continúa, debes retirarte del encuentro, hacer pública tu salida y asegurarte de que quede registrada en las actas.

Después, comunícate sin demora con el Departamento Legal y/o el Oficial de Cumplimiento para evaluar si se requiere alguna acción adicional.

¿Qué tipo de actividades de asociaciones comerciales o grupos del sector deben ser revisadas con el Departamento Legal?



Toda iniciativa que proponga realizar investigaciones conjuntas, definir estándares o recopilar información entre los miembros del grupo o asociación debe ser revisada previamente con el Departamento Legal.

Esta restricción se aplica a todo tipo de contacto, ya sea en actividades de asociaciones del sector, reuniones organizadas por entidades gubernamentales o incluso en encuentros sociales. Si en presencia de un competidor surge alguno de estos temas, debes dejar claro que no es apropiado discutirlo y asegurarte de que se abandone de inmediato. Si no se detiene la conversación, deberás retirarte. En ambos casos, es obligatorio contactar al Departamento Legal sin demora.



ESTILO Y CONTENIDO DE LAS COMUNICACIONES COMERCIALES

La manera en que nos comunicamos con nuestros clientes puede tener implicaciones legales. Se deberá usar en la medida de lo posible lenguaje técnico, neutral y basado en datos objetivos, especialmente en correos, minutas, propuestas y contratos, pero también en llamadas telefónicas o virtuales, mensajes instantáneos o relaciones presenciales.

Se deben evitar expresiones que hagan referencia a comportamientos del mercado atribuibles a terceros, precios de competidores o estrategias de fijación de precios en conjunto. Por ejemplo:



Aceptable:

"Este precio aplica a partir del volumen mensual mínimo establecido en el acuerdo."



Riesgoso:

"Podemos igualar el precio que le están ofreciendo otros proveedores."



Aceptable:

"La condición está sujeta al cumplimiento de metas de exhibición y rotación acordadas."



Riesgoso:

"Este precio es solo para usted porque no queremos que cambie de proveedor."



Aceptable:

"La empresa toma decisiones comerciales de forma independiente."



Riesgoso:

"Todos deberíamos mantener este precio."



Aceptable:

"Los términos dependen de nuestros análisis internos."



Riesgoso:

"Estamos ajustando porque el competidor bajó sus precios."

ASOCIACIONES COMERCIALES, GRUPOS DEL SECTOR Y CONFERENCIAS

Las actividades con asociaciones comerciales o grupos industriales requieren especial precaución, ya que frecuentemente implican colaboración directa con competidores. La posibilidad de que estas interacciones generen problemas legales relacionados con la competencia dependerá del tipo de actividades que se realicen.

Antes de que la empresa se integre a cualquier asociación o grupo del sector, el Departamento Legal debe evaluar las razones para unirse, así como revisar estatutos, reglamentos u otros documentos que expliquen su estructura y funcionamiento. Además del análisis legal, se necesita también la aprobación correspondiente por parte de la dirección.

Dado que los objetivos y actividades de estos grupos pueden evolucionar con el tiempo, la empresa debe revisar anualmente su pertenencia y nivel de participación. Como parte de este proceso, los empleados deberán informar sobre su implicación en estas asociaciones, y los supervisores deberán evaluar dicha participación dentro del marco de la revisión anual del registro de asociaciones y grupos del sector.

Nuestra participación en organizaciones gremiales, así como en otros espacios de coordinación sectorial, representa una oportunidad importante para compartir buenas prácticas, recibir asesoría técnica y fortalecer el desarrollo del sector arrocero. No obstante, también pueden surgir riesgos relevantes desde la perspectiva del derecho de competencia, especialmente si se llegan a discutir temas relacionados con precios, condiciones de compra o estrategias comerciales conjuntas.

Por lo anterior, se establece el siguiente protocolo de actuación obligatorio, para proteger a la empresa y a sus colaboradores de incurrir – involuntaria o indirectamente- en actividades prohibidas por la legislación de competencia:

ASISTENCIA INFORMADA Y LIMITADA:

- ✓ Solo podrán participar en foros gremiales representantes autorizados por la empresa, que hayan recibido capacitación específica sobre riesgos de competencia.
- ✓ Se recomienda contar con acompañamiento de Asesoría Legal o del Oficial de Cumplimiento en sesiones sensibles

MONITOREO ACTIVO DEL CONTENIDO DE LAS REUNIONES:

Si en el desarrollo del encuentro se plantea una conversación sobre precios, condiciones de compra/venta, cuotas de mercado u otra información comercial sensible, el representante deberá:

- ✓ Interrumpir respetuosamente la participación en dicha conversación.
- ✓ Solicitar que conste en acta que la empresa no participa en la discusión ni la respalda.
- ✓ Retirarse de la reunión si el tema persiste, y notificar de inmediato al Oficial de Cumplimiento.

REPORTE INMEDIATO:

Todo incidente de esta naturaleza debe ser reportado internamente en un plazo máximo de 24 horas, mediante el canal de cumplimiento o directamente al equipo legal.



RECOMENDACIONES PARA PARTICIPACIÓN SEGURA

Evitar compartir o recibir información que no esté públicamente disponible o que tenga carácter comercial estratégico.

No realizar acuerdos —explícitos ni implícitos— con otros participantes sobre decisiones futuras de precios, cantidades, condiciones comerciales o clientes.

Utilizar siempre lenguaje neutral y técnico. Por ejemplo:



Riesgoso:

“Todos deberíamos alinear el precio porque la situación está muy dura.”



Aceptable:

“Nuestra empresa toma decisiones de precios con base en sus propias evaluaciones internas.”

Revisar previamente el temario de las reuniones y abstenerse de participar en sesiones con agendas que involucren temas de precios o compras conjuntas no estructuradas.

(Para los efectos, ver el Checklist Rápido de Actuación para Participación en Foros Gremiales, [adjunto como Anexo A](#)).



RECUERDA:

Tu participación en estos foros representa a la empresa. Evita situaciones que puedan poner en riesgo nuestro cumplimiento legal o reputación.

TEMAS DE RIESGO EN REUNIONES GREMIALES

-  Precios de venta o compra
-  Descuentos o márgenes
-  Reparto de mercados o clientes
-  Condiciones comerciales exclusivas
-  Coordinación de compras/importaciones
-  Información confidencial entre competidores





¿CÓMO ACTUAR ANTE CONVERSACIONES INAPROPIADAS?



1. Interrumpe la participación de manera respetuosa pero firme.



2. Solicita dejar constancia de tu no participación en el acta.



3. Retírate de la reunión si el tema persiste.



4. Reporta el incidente a Legal o Cumplimiento.

INTERCAMBIO DE INFORMACIÓN Y BENCHMARKING

Se debe tener especial precaución al intercambiar información con otras empresas —o incluso al divulgarla de forma unilateral—, especialmente si dichas empresas son competidoras. Las conversaciones o intercambios ya sean directos o indirectos, que involucren temas como precios, costos, condiciones de venta, planes de negocio, proveedores, clientes, zonas geográficas, capacidad operativa, producción u otros asuntos relevantes desde el punto de vista comercial, son particularmente delicados y no deben llevarse a cabo sin consultar previamente con el Departamento Legal.

¿PUEDO COMPARTIR INFORMACIÓN CON COMPETIDORES SI EXISTE UN OBJETIVO COMERCIAL LEGÍTIMO?



El Departamento Legal puede ayudarte a evaluar si participar en un intercambio de información es apropiado y, en caso afirmativo, cómo debe estructurarse adecuadamente.

La transferencia de información —ya sea enviada o recibida— solo debe realizarse si existe una justificación comercial válida y si los beneficios pro competitivos superan los posibles efectos anticompetitivos.



ALGUNOS EJEMPLOS DE FINES LEGÍTIMOS INCLUYEN:

- Mejorar la seguridad o la protección de las operaciones
- Preparar presentaciones dirigidas a organismos gubernamentales
- Cumplir con requisitos regulatorios o normativas oficiales



¿Cómo debe estructurarse adecuadamente un intercambio de información con competidores?

Cuando exista un propósito comercial legítimo para compartir información confidencial entre empresas competidoras, dicho intercambio debe seguir ciertas medidas para minimizar riesgos legales y garantizar su legalidad. En particular, se recomienda que:

- La recopilación y distribución de la información sea realizada por un tercero independiente;
- Los resultados se presenten de manera agregada, de modo que no sea posible identificar la información específica de ninguna empresa participante, ni siquiera mediante análisis inverso (“reverse engineering”);
- Participen suficientes empresas en el intercambio (por lo general, al menos cinco), para evitar que los datos individuales sean deducibles.
- El Departamento Legal puede asesorarte para definir y aplicar los procedimientos adecuados en cada caso concreto, asegurando que el intercambio de información cumpla con las normativas vigentes y no represente un riesgo desde el punto de vista de la competencia.

OPERACIONES CONJUNTAS

La Empresa podría eventualmente participar en operaciones conjuntas en diversas áreas de su actividad. Estas colaboraciones —como alianzas estratégicas, compras conjuntas, activos operados conjuntamente, operaciones gestionadas por terceros, o iniciativas compartidas de investigación y desarrollo— pueden generar riesgos desde el punto de vista de la legislación de competencia, ya que implican cooperación entre dos o más empresas, muchas veces competidoras, en actividades que cada una podría realizar de forma independiente.

Si bien una operación conjunta puede ser aceptable desde la perspectiva del derecho de competencia —por ejemplo, si permite compartir riesgos, generar economías de escala o lograr eficiencias a través de la integración—, cada caso requiere un análisis cuidadoso. Tener un objetivo comercial legítimo no basta si la acción conjunta restringe la competencia en el mercado.

Cualquier propuesta de operación conjunta debe ser revisada previamente con el Departamento Legal



¿QUÉ DEBO TENER EN CUENTA SI MI UNIDAD DE NEGOCIO ESTÁ EVALUANDO UNA OPERACIÓN CONJUNTA?



- Identificar claramente si la empresa compite con alguno de los participantes o con la operación conjunta en sí.
- Delimitar el alcance de la operación conjunta únicamente a lo necesario en términos de funciones, territorio y tiempo, para lograr los beneficios que la justifican. Ejemplo: Si varias empresas arroceras en Costa Rica colaboran en un centro de acopio compartido para reducir costos logísticos, eso no implica que deban coordinar precios de venta o estrategias comerciales.
- Prevenir el “traslado” de información o coordinación hacia otras áreas donde las empresas sigan siendo competidoras. Ejemplo: Compartir datos sobre rendimiento de maquinaria en la producción puede ser apropiado; compartir proyecciones de precios al consumidor, no.
- Evaluar si es necesario establecer barreras de acceso a la información (“firewalls”) o protocolos específicos para el intercambio de datos entre las partes.
- Evitar imponer restricciones innecesarias a las partes involucradas que vayan más allá de lo requerido para alcanzar eficiencias pro competitivas. Ejemplo: Si se gestiona de forma conjunta una planta de secado de arroz, eso no significa que las partes deban coordinar políticas de precios o distribución en sus plantas individuales.



¿EXISTEN RIESGOS DE COMPETENCIA DESPUÉS DE QUE SE HA CREADO UNA OPERACIÓN CONJUNTA?

- Sí. Una vez establecida, el personal de la empresa que tenga interacción con la operación conjunta debe continuar aplicando criterios de confidencialidad y control de información.

- Esto puede implicar que cierta información generada en la operación conjunta tenga acceso restringido dentro de la misma empresa, para evitar que se utilice de forma inadecuada en áreas donde aún existe competencia entre las partes.

PRESENTACIONES CONJUNTAS ANTE ENTIDADES GUBERNAMENTALES

La preparación conjunta de presentaciones dirigidas a autoridades gubernamentales —ya sea mediante asociaciones del sector o colaboraciones directas entre empresas— puede ser legalmente válida. Estas presentaciones pueden estar dirigidas a entidades administrativas, legisladores o incluso tribunales, con el fin de expresar opiniones sobre políticas públicas, normativas o regulaciones que afecten al sector arrocero.

Sin embargo, antes de participar en este tipo de iniciativas junto con otras empresas, especialmente si existen posibles implicaciones competitivas, es indispensable revisar el contenido propuesto con el Departamento Legal. Esto asegura que la presentación conjunta no infrinja normas de libre competencia o provoque riesgos regulatorios.

FUSIONES, ADQUISICIONES Y DESINVERSIONES

Las fusiones, adquisiciones y desinversiones implican la combinación o transferencia de activos o actividades entre empresas, ya sea mediante la compra de acciones, la adquisición de activos específicos, o la formación de sociedades conjuntas u otras entidades compartidas.

Estas transacciones pueden requerir notificación previa y aprobación por parte de autoridades competentes en materia de competencia, como la Comisión para Promover la Competencia (COPROCOM) en Costa Rica, entre otras.

Por ello, el Departamento Legal debe participar desde las primeras etapas de cualquier discusión relacionada con fusiones, adquisiciones o ventas de activos, para asegurar el cumplimiento de la normativa aplicable y evitar contratiempos legales o sanciones.



El Departamento Legal está disponible para asesorarte en cualquier asunto relacionado con los derechos de propiedad intelectual de la empresa.



Precaución en las Comunicaciones

Es fundamental ser muy cuidadoso al redactar cualquier tipo de comunicación, ya sea por correo electrónico, mensaje de texto, carta, memorando u otro medio. Debes evitar expresiones ambiguas o poco claras que puedan dar la impresión errónea de que se está llevando a cabo una conducta anticompetitiva.

También es recomendable evitar exageraciones, jerga o expresiones en tono de broma. Aunque estos mensajes puedan ser entendidos sin problema por el destinatario, podrían resultar difíciles de justificar ante una autoridad reguladora, un tribunal o incluso frente a la opinión pública.

Recuerda que todo lo que se comunica por escrito —incluso anotaciones personales sobre documentos de otras personas— puede convertirse en prueba legal en un proceso judicial o administrativo. Una buena práctica es preguntarse: **¿Me sentiría cómodo si este documento fuera revisado por una autoridad de competencia o publicado en los medios de comunicación?** Si tienes dudas sobre el contenido de una comunicación o documento, consulta con el Departamento Legal antes de enviarlo o compartirlo.

Además, ten presente que las comunicaciones electrónicas como correos o mensajes de texto pueden conservarse por tiempo indefinido, incluso si fueron eliminadas de los dispositivos de quienes las escribieron o recibieron. Por ello, debes aplicar el mismo nivel de cuidado y profesionalismo al redactar mensajes electrónicos que al preparar comunicaciones formales por escrito.

SANCIONES POR INFRACCIONES A LA LEY DE COMPETENCIA

Las consecuencias de una infracción a la legislación de competencia son graves, tanto para la empresa como para cualquier persona colaboradora cuya conducta sea la causa de dicha infracción. El incumplimiento de la Política de Competencia de la Empresa puede conllevar sanciones disciplinarias internas, incluyendo la terminación del contrato de trabajo.

En Costa Rica, conforme a la Ley N.º 9736, las prácticas anticompetitivas pueden ser objeto de sanciones administrativas significativas impuestas por la Comisión para Promover la Competencia (COPROCOM) o la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUTEL), dependiendo del sector involucrado.

ENTRE LAS SANCIONES PREVISTAS POR LA LEY SE INCLUYEN:

SANCIONES:

 Multas de hasta un 10% del volumen de negocios bruto del infractor en el año fiscal anterior a la resolución, en caso de infracciones graves, como acuerdos entre competidores para fijar precios o repartirse mercados.

 Multas de menor cuantía para infracciones leves, y medidas correctivas o coercitivas para garantizar el cese de las conductas anticompetitivas.

 Responsabilidad individual: Personas físicas que hayan participado directa o indirectamente en la infracción pueden ser sancionadas con multas personales de hasta 680 salarios base, según el tipo y gravedad de la infracción (art.119 inciso g) de la Ley 9736).



En casos especialmente graves, también pueden imponerse prohibiciones para ejercer cargos directivos en empresas por un período determinado.

Adicionalmente, las personas o empresas afectadas por prácticas anticompetitivas pueden iniciar procesos judiciales para exigir la reparación integral de los daños sufridos, de conformidad con el ordenamiento jurídico costarricense.

El solo hecho de enfrentar un proceso o investigación en materia de competencia puede implicar altos costos legales, desvío de recursos operativos y una considerable afectación a la reputación de la empresa. En algunos casos, los procedimientos concluyen en acuerdos o resoluciones que imponen condiciones restrictivas a las futuras actividades comerciales de la empresa.

También es importante tener en cuenta que en el marco de disputas comerciales —como la terminación de una relación con un distribuidor o la cobranza de una deuda— es posible que se

aleguen violaciones a la ley de competencia como táctica de litigio. Por ello, es fundamental notificar de inmediato al Departamento Legal cualquier disputa o situación que pueda derivar en un proceso judicial o administrativo.

CANALES ABIERTOS DE COMUNICACIÓN

La empresa mantiene una política de puertas abiertas que promueve una cultura de comunicación transparente y responsable. Se alienta a todas las personas colaboradoras a plantear preguntas, expresar inquietudes o realizar sugerencias apropiadas relacionadas con las prácticas comerciales o el cumplimiento de las normativas aplicables.

Todo el personal puede comunicarse de manera confidencial y sin temor a represalias con el Oficial de Cumplimiento o el Departamento Legal de la Empresa, ya sea por correo electrónico, carta o mediante una conversación directa.

Asimismo, se recomienda que cualquier preocupación relacionada con el cumplimiento o la ética empresarial se discuta con el Oficial de Cumplimiento.



PROGRAMA DE CUMPLIMIENTO EN MATERIA DE COMPETENCIA

FUNDAMENTOS DE ESTE PROGRAMA

El Programa de Cumplimiento en Materia de Competencia de la empresa se aplica a todas nuestras operaciones y actividades, tanto a nivel nacional como internacional. Nuestra organización se caracteriza por una cultura sólida de ética empresarial, liderada desde la alta dirección, integrada en todos los niveles del personal, y respaldada por un sistema riguroso de controles internos y una respuesta oportuna ante cualquier irregularidad.

1. Compromiso con un programa actualizado

Mantenemos nuestro programa de cumplimiento alineado con la normativa vigente y las mejores prácticas, garantizando su efectividad mediante revisiones periódicas, al menos cada 2 años.

2. Evaluación de riesgos

Realizamos análisis regulares para identificar, prevenir y mitigar riesgos específicos en nuestras operaciones que pudieran generar incumplimientos en materia de competencia.

3. Capacitación

Desarrollamos actividades formativas continuas para todos los niveles de la organización, asegurando la comprensión y aplicación de las normas de competencia, tanto a los nuevos ingresos, como al personal con trayectoria en la empresa, mediante capacitaciones periódicas y actualizaciones temáticas.

4. Oficial de cumplimiento

Contamos con una persona designada como Oficial de Cumplimiento, responsable de supervisar la implementación del programa y, junto con el Departamento Legal, ser punto de contacto ante dudas o posibles incumplimientos. Los datos de contacto de ambos roles, se encuentra al final del presente Programa.

5. Canal interno de denuncias

Disponemos de un canal seguro y confidencial para que los colaboradores puedan reportar, de buena fe, posibles infracciones o conductas sospechosas relacionadas con el derecho de competencia. Para realizar estas denuncias se cuenta con un buzón electrónico anónimo, ubicado contiguo al reloj marcador de los colaboradores, igualmente se pone a disposición los siguientes correos electrónicos: Mariana Castro Sotela mcastro@altalegal.com y Mauricio Arias m.arias@bfabogados.net.

6. Consecuencias disciplinarias

Toda infracción será evaluada conforme a nuestras políticas internas, y podrá conllevar medidas disciplinarias proporcionales, incluyendo la terminación del vínculo laboral.

7. Registro de infracciones y denuncias

Mantenemos un registro documentado de todas las denuncias recibidas, investigaciones realizadas y medidas adoptadas, como parte del sistema de trazabilidad y mejora continua.

8. Revisión y monitoreo externos

El programa está sujeto a auditorías o revisiones externas periódicas para evaluar su cumplimiento y eficacia, fortaleciendo nuestra cultura de legalidad y transparencia.



Cumplir con las normas de competencia no es solo un imperativo legal, sino un reflejo de nuestros valores corporativos.

Invitamos a todo el personal a comprometerse activamente con este programa, actuando con integridad en todas las interacciones comerciales.

La responsabilidad de supervisar el cumplimiento de las leyes de competencia y las políticas internas recae en la gerencia operativa, con el acompañamiento del Oficial de Cumplimiento y el Departamento Legal y, en última instancia, de la Junta Administradora la empresa.

LIDERAZGO Y RESPONSABILIDAD DE LA GERENCIA

La supervisión del cumplimiento legal y de las políticas internas corresponde a la gerencia de cada unidad de negocio, y es respaldada por la Junta Administradora de la empresa.

La gerencia general reafirma anualmente su compromiso con el cumplimiento de las leyes de competencia y comunica las expectativas para el año a sus equipos.

Al cierre de cada año, se solicita a los responsables de área un informe sobre el estado del cumplimiento del programa.

Los avances, hallazgos relevantes y planes de mejora son presentados y revisados por la alta dirección de la empresa de forma anual.

EVALUACIÓN DE RIESGOS

La empresa realiza evaluaciones periódicas, por lo menos cada dos años, de este Programa de Cumplimiento, para actualizar los riesgos potenciales relacionados con la competencia, y aplicar medidas correctivas cuando sea necesario.

El Departamento Legal asesora a la gerencia sobre nuevas disposiciones regulatorias o cambios en el entorno legal que puedan afectar evaluaciones anteriores.

Procedimientos de Prevención y Detección

La empresa mantiene un sistema formal de controles internos, basado en prácticas y procedimientos documentados. Esto incluye:

- Requisitos para llevar libros contables precisos y completos.
- Revisión y aprobación adecuada de transacciones financieras.

Además, se utilizan metodologías y herramientas analíticas para:

- Evaluar y mitigar riesgos de competencia.
- Facilitar la detección y el reporte de posibles incumplimientos.
- La empresa mantendrá un registro de asociaciones comerciales y grupos industriales para monitorear la participación de sus colaboradores en estos espacios.
- Se informará formalmente a terceros que deben cumplir con todas las leyes y regulaciones aplicables cuando realicen negocios en nombre o representación de la empresa.
- El cumplimiento de las políticas y procedimientos internos será evaluado de manera regular durante auditorías internas y autoevaluaciones periódicas.
- Las políticas, lineamientos y procedimientos serán aplicados mediante los mecanismos disciplinarios correspondientes. Las violaciones pueden ser motivo de sanciones que incluyen, en casos graves, la terminación del contrato laboral, entre otros.
- Anualmente, se solicitará a los colaboradores certificar que han leído, comprendido y están en cumplimiento con los estándares de conducta empresarial.
- La gerencia y los supervisores fomentarán de manera constante que los empleados expresen cualquier inquietud relacionada con el cumplimiento de las normas de competencia, ya sea a través de sus supervisores directos, el Departamento Legal o el Oficial de Cumplimiento. Se alentará a reportar cualquier posible incumplimiento sin temor a represalias.
- No se tomarán medidas ni se amenazará a ningún colaborador que formule preguntas, exprese inquietudes o realice sugerencias conforme al procedimiento de puertas abiertas.
- Las preocupaciones planteadas por colaboradores o por terceros externos serán revisadas o investigadas por el área de Auditoría y el Departamento Legal, según corresponda.
- La gerencia espera que cada empleado cumpla con todas las leyes aplicables en el desempeño de sus funciones asignadas.

- El Departamento Legal proporcionará directrices, memorandos legales y otros materiales de cumplimiento según sea necesario. Estos documentos serán revisados y actualizados periódicamente, y estarán disponibles en formato electrónico para facilitar su acceso.
- Cada colaborador debe reportar cualquier sospecha de violación o situación que genere preocupación, contando con varios canales alternativos de comunicación además del contacto con su supervisor.

Los procedimientos de puertas abiertas de la empresa fomentan que los colaboradores realicen preguntas, expresen inquietudes y hagan sugerencias relacionadas con las prácticas comerciales. Para ello, pueden comunicarse directamente con el Oficial de Cumplimiento o el Departamento Legal, a través de los canales que la empresa ha puesto a su disposición.

COMUNICACIÓN DE POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS

La Política de Competencia de la empresa es el documento central que establece los principios, lineamientos y obligaciones relacionados con el cumplimiento de la legislación aplicable en materia de competencia.

Esta política se entrega de forma directa a todas las personas colaboradoras y está disponible en formato digital para su fácil consulta.

Una vez al año, se solicita a los colaboradores firmar una declaración de conocimiento y cumplimiento, confirmando que han leído y entendido la Política de Competencia y que se comprometen a actuar conforme a la misma.

Los contenidos de esta política se revisan y discuten de manera periódica en sesiones de capacitación, especialmente con aquellos equipos que, por la naturaleza de sus funciones, pueden enfrentar mayores riesgos en esta materia (como personal comercial, de compras o de dirección).

Se alienta a los colaboradores a formular preguntas o plantear inquietudes relacionadas con la política, ya sea directamente con sus supervisores o mediante comunicación con el Oficial de Cumplimiento o el Departamento Legal.

CAPACITACIÓN DEL PERSONAL



- Todo el personal recibe capacitaciones regulares sobre la Política de Competencia y los principios legales aplicables en esta materia.
- Los nuevos colaboradores reciben capacitación específica como parte de su proceso de inducción, una vez asignados a su puesto.
- Las sesiones de capacitación se ajustan al nivel de riesgo según las funciones del puesto, y pueden incluir ejemplos prácticos, casos reales y espacios para resolver dudas.

EVALUACIÓN DE LA EFICACIA DEL PROGRAMA

El cumplimiento de la Política de Competencia es evaluado de forma regular durante auditorías internas y externas, así como en autoevaluaciones periódicas al menos cada dos años. La próxima autoevaluación se llevará a cabo en setiembre de 2027.

Los procesos de evaluación de riesgos también consideran la eficacia del Programa de Cumplimiento, identificando oportunidades de mejora o ajustes necesarios.

La empresa puede evaluar la efectividad del programa a través de la interacción continua entre el personal, el Departamento Legal y el Oficial de Cumplimiento, especialmente durante las sesiones de capacitación o en revisiones especiales cuando sea necesario.



CONCLUSIONES

- La empresa dedica tiempo y recursos importantes al cumplimiento de la Política de Competencia por varias razones:
- Las sanciones por infracciones a la legislación de competencia pueden ser severas.
- Las investigaciones y procesos relacionados con temas de competencia pueden ser costosos, extensos y perjudiciales para las operaciones del negocio.
- Las situaciones de riesgo en esta materia pueden presentarse de forma variada y, en ocasiones, poco evidente.
- Hasta ahora, la empresa ha mantenido un buen historial de cumplimiento, pero es fundamental no caer en la complacencia. Las autoridades, tanto en Costa Rica como en otros países, vigilan y sancionan activamente la conducta anticompetitiva, y cada vez existe mayor cooperación entre organismos para detectar y corregir este tipo de prácticas.
- Incluso cuando no se haya cometido una infracción legal, una conducta o lenguaje que dé la apariencia de ser anticompetitivo puede dar lugar a investigaciones complejas o litigios innecesarios.
- Lo que hacemos hoy podría ser evaluado años después, a la luz de nueva información. Por eso, es esencial actuar con prudencia, transparencia y responsabilidad, evitando cualquier acción que pudiera generar dudas sobre nuestra conducta.
- El objetivo de esta guía es ayudarte a identificar y prevenir conductas o situaciones que puedan implicar riesgos, incluso aparentes, en materia de competencia. Si tienes dudas o enfrentas una situación que no esté claramente regulada en este documento, puedes solicitar orientación adicional al Departamento Legal o al Oficial de Cumplimiento.
- El cumplimiento de la normativa de competencia es responsabilidad de cada persona colaboradora. En el cumplimiento de esta responsabilidad, es importante trabajar de forma coordinada con el Departamento Legal, de manera que los objetivos comerciales de la empresa se alcancen siempre dentro del marco de la ley.

Oficial de Cumplimiento Designado: LL.M. Mariana Castro Sotela mcastro@altalegal.com

Departamento Legal: Lic. Mauricio Arias m.arias@bfabogados.net

Revisado Setiembre, 2025.

NUESTROS 10 MANDAMIENTOS DEL CUMPLIMIENTO EN COMPETENCIA

1. No participarás en acuerdos anticompetitivos

Nunca acuerdes precios, condiciones comerciales, repartos de mercado, producción o clientes con competidores. Los carteles son ilegales, incluso si se hacen informalmente.

2. No intercambiarás información sensible con competidores

Evita compartir precios futuros, estrategias comerciales, márgenes, costos o datos estratégicos. Incluso una conversación “informal” puede ser sancionada.

3. No abusarás de una posición dominante

Si tu empresa tiene poder significativo en el mercado, no lo uses para excluir, castigar, discriminar o imponer condiciones injustas a clientes o proveedores.

4. No fijarás precios de reventa

No obligues a distribuidores o minoristas a fijar precios mínimos. Puedes sugerir precios, pero nunca imponerlos ni sancionar por no cumplirlos.

5. No restringirás la competencia territorial

Evita imponer cláusulas o acuerdos que prohíban a tus distribuidores y/o socios comerciales vender fuera de ciertos territorios sin justificación legal.

6. Respetarás la libre elección de los consumidores

No participes en prácticas que limiten injustificadamente la libertad de elección de los clientes, como cláusulas de exclusividad sin justificación.

7. No participarás en licitaciones fraudulentas

Nunca acuerdes con otros participantes cómo presentar ofertas en procesos de contratación pública o privada.

8. Documentarás y justificarás tus decisiones comerciales

Mantén registro claro y legítimo de decisiones estratégicas de precios, descuentos, condiciones, etc. Esto puede protegerte en caso de investigación.

9. Capacitarás a tus empleados en temas de competencia

Todo el personal (comercial, legal, compras, gerencia, operaciones) debe conocer los riesgos y prohibiciones. La ignorancia no exime de responsabilidad.

10. Consultarás al área legal ante cualquier duda

Ante cualquier interacción con competidores o decisión estratégica sensible, consulta al área legal u oficial de cumplimiento antes de actuar.

TRC-TRC-TRC

RESUMEN CORPORATIVO

COMERCIALIZADORA INTER-GLOBAL S.R.L. (INTERGLO)

Comercializadora Inter-Global S.R.L. (INTERGLO) es una empresa dedicada a la comercialización, distribución y empaque de productos de alta calidad, con especialización en arroz y sus derivados. Su gestión se fundamenta en valores de integridad, eficiencia y responsabilidad, lo que le ha permitido consolidarse como un socio estratégico confiable en el mercado nacional e internacional.

La compañía ha desarrollado una sólida cultura de calidad, inocuidad y logística eficiente, respaldada por el cumplimiento de normas internacionales, el fortalecimiento continuo de sus procesos y el compromiso de su capital humano.

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

Gracias a su enfoque en la excelencia operativa, INTERGLO ha recibido importantes distinciones por parte de sus socios comerciales:

Proveedor de Excelencia en Logística (2019) – Otorgado por Walmart Centroamérica, en reconocimiento a su eficiencia en la gestión de la cadena de suministro.

Proveedor de Excelencia en Marcas Estratégicas (2024) – Otorgado por Walmart Centroamérica, como distinción a su desempeño sobresaliente en productos estratégicos y relaciones comerciales clave.

Reconocimiento como proveedor estratégico para cadenas de supermercados internacionales, lo que reafirma su capacidad de cumplir con altos estándares de calidad, servicio y abastecimiento.

CERTIFICACIONES Y NORMAS INTERNACIONALES

Las certificaciones que posee INTERGLO no solo garantizan el cumplimiento normativo, sino que también fortalecen su competitividad internacional, al demostrar a clientes, socios y consumidores que sus procesos cumplen con los más altos estándares globales:

1. SMETA (SEDEX MEMBERS ETHICAL TRADE AUDIT)

Qué es: Es una de las auditorías éticas más utilizadas en el mundo. Evalúa prácticas laborales, condiciones de salud y seguridad ocupacional, impacto ambiental y ética empresarial.

Importancia para INTERGLO:

Garantiza que la empresa opera bajo principios de responsabilidad social y transparencia.

Refuerza la confianza de clientes y socios internacionales, especialmente cadenas de supermercados que priorizan la ética y la sostenibilidad en sus proveedores.

Contribuye a la reputación corporativa, mostrando respeto por los derechos humanos y las condiciones laborales justas.

2. PrimusGFS

Qué es: Certificación reconocida globalmente para seguridad alimentaria, aplicable a productos agrícolas, plantas de empaque y procesamiento. Evalúa buenas prácticas agrícolas, manipulación, empaque, higiene y controles de inocuidad.

Importancia para INTERGLO:

Garantiza que los alimentos comercializados cumplen con estándares internacionales de inocuidad, condición indispensable para exportar.

Fortalece la competitividad de INTERGLO en mercados exigentes como cadenas de supermercados internacionales.

Demuestra compromiso con la salud del consumidor y con la mejora continua de sus procesos de producción y distribución.

3. ISO 50001 – SISTEMA DE GESTIÓN DE LA ENERGÍA



Qué es: Norma internacional que establece requisitos para implementar, mantener y mejorar un sistema de gestión de la energía. Se centra en la eficiencia energética, reducción de costos y disminución del impacto ambiental.

Importancia para INTERGLO:

Permite optimizar el uso de energía, reduciendo costos operativos y aumentando la rentabilidad.

Contribuye a la sostenibilidad y a la reducción de la huella ambiental, en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Refuerza la imagen corporativa de INTERGLO como una empresa comprometida con la responsabilidad ambiental y la eficiencia operativa.

La combinación de premios de excelencia, otorgados por socios estratégicos como Walmart, junto con el cumplimiento de certificaciones internacionales, posiciona a INTERGLO como una empresa responsable, innovadora y competitiva a nivel global.

Estas distinciones y normas no solo representan un sello de confianza para los clientes y consumidores, sino que también fortalecen la capacidad de la empresa para expandirse en mercados internacionales, donde se exige cumplir con prácticas éticas, sostenibles y seguras.

En conjunto, estos logros reafirman el compromiso de INTERGLO con la calidad, la innovación, la eficiencia y la satisfacción de sus clientes. Con un sólido plan de cumplimiento, INTERGLO se consolida como una empresa responsable, comprometida en cumplir y hacer cumplir las normas nacionales e internacionales, fortaleciendo así su papel como aliado estratégico en el sector agroalimentario de Costa Rica y más allá.



ANEXO A-CHECKLIST RÁPIDO DE ACTUACIÓN PARA PARTICIPACIÓN EN FOROS GREMIALES

Este checklist está pensado como una herramienta práctica para colaboradores que asisten a reuniones gremiales o sectoriales en representación de la empresa.



ANTES de la reunión

- ☐ ¿Estoy autorizado/a por la empresa para participar en esta reunión?
- ☐ ¿He recibido capacitación sobre temas de competencia?
- ☐ ¿Revisé el temario de la reunión para detectar posibles temas sensibles (precios, compras conjuntas, cuotas de mercado, etc.)?
- ☐ ¿Está disponible el Oficial de Cumplimiento o Asesoría Legal en caso de duda?



DURANTE la reunión

- ☐ ¿Se están abordando únicamente temas técnicos, normativos o informativos?
- ☐ ¿Evito participar en discusiones sobre precios, márgenes, condiciones de venta o estrategias comerciales?
- ☐ ¿Uso un lenguaje neutro y profesional?
- ☐ Si surge una conversación inapropiada:
- ☐ ¿Intervine para dejar claro que no participo en ese tipo de discusiones?
- ☐ ¿Solicité que se deje constancia en acta?
- ☐ ¿Me retiré si la conversación persistió?



DESPUÉS de la reunión

- ☐ ¿Elaboré un breve resumen escrito de la reunión (acta o correo) para registro interno?
- ☐ ¿Reporté cualquier situación dudosa o inadecuada al Oficial de Cumplimiento o al equipo legal?
- ☐ ¿Solicité aclaraciones si hubo alguna discusión o propuesta que me generó dudas?

