

Abril 20 2020

Contenido

1. Introducción.....	2
1.1 Propósito.....	2
1.2 Alcance.....	2
1.3 Estándares mínimas.....	2
1.4 Aplicación de la ley de competencia.....	2
1.5 Consecuencias de las violaciones.....	3
2. Reglas y requisitos.....	3
2.1 Conducta anticompetitiva.....	3
2.2 Posición dominante.....	8
2.3 Acuerdos intragrupo.....	10
2.4 Creación de documentos.....	11
2.5 Detección e investigación.....	11
3. Implementación y monitoreo.....	13
3.1 Responsabilidades.....	13
3.2 Entrenamiento en competencia leal.....	15
3.3 Revisiones de competencia leal.....	17
3.4 Reuniones anuales de cumplimiento.....	18
Anexos.....	18
Anexo 1: Políticas y directivas de LafargeHolcim relacionadas con la Directriz de Competencia Leal.....	19
Anexo 2: Recomendaciones de LafargeHolcim relacionadas con la Directriz de Competencia Leal.....	19
Anexo 3: Entrenamiento FTF.....	20
Anexo 4: Entrenamiento E-Learning.....	21

1. Introducción

LafargeHolcim cree en la competencia leal. La competencia leal nos permite brindar a nuestros clientes los mejores productos y servicios en las condiciones más favorables. El éxito en nuestro negocio, por lo tanto, va de la mano con el cumplimiento de las normas de la ley de competencia.

1.1 Propósito

El objetivo de esta Directriz es establecer los principios básicos del derecho de la competencia que debe aplicar para cumplir su rol en LafargeHolcim.

La presente Directriz no puede abarcar todos los hechos y circunstancias posibles, ni todas las leyes y normas de competencia, las cuales pueden evolucionar con el tiempo. En caso que tenga dudas o preguntas, usted deberá comunicarse con su gerente de línea o, si corresponde, con su asesor legal ¹ para obtener lineamientos.

1.2 Alcance

El alcance de la Directriz es mundial y se aplica a LafargeHolcim Ltd, así como a todas las Compañías consolidadas del Grupo LafargeHolcim (en adelante denominadas conjuntamente "Grupo" o la "Compañía" o, cuando se refiere a una compañía individual del Grupo LafargeHolcim, como "Compañía del Grupo"), así como a todos sus respectivos empleados, directores y funcionarios.

Las compañías asociadas o negocios conjuntos (joint ventures) donde el Grupo no ejerce control sobre patrimonio o la administración (cada uno de ellos, una "**Compañía asociada**") deben estar al tanto de la Directriz y sus estándares, y deben comprometerse a adoptar la Directriz o al menos estándares que sean equivalentes. Todos los socios comerciales como agentes, distribuidores, franquiciados, subcontratistas o proveedores de servicios, están obligados a cumplir con las leyes de competencia aplicables en la ejecución de su contrato con la Compañía.

La presente Directriz se aplica a todas las líneas de productos y a todos los segmentos de negocio.

1.3 Estándares mínimos

La Directriz establece solo un estándar mínimo en lo que respecta a las normas de competencia. La mayoría de los países tienen leyes de competencia que puedan regular el comportamiento competitivo de manera ligeramente diferente. Esta Directriz refleja los estándares globales de mejores prácticas. Sin embargo, todas las leyes de competencia aplicables tienen que ser obedecidas cuando se hacen negocios en cualquier país. Cuando exista una incoherencia entre la presente Directriz y la ley local, debe aplicar el estándar más estricto. En países donde no hay leyes locales de competencia, deberá seguir esta Directriz como estándar mínimo. En caso de duda, consulte a su asesor legal.

¹ El asesor legal se refiere al Asesor General Local "LGC", si lo hay, o al Departamento de Ley de Competencia Legal del Grupo, o al asesor legal externo.

1.4 Aplicación de la ley de competencia

En general, las leyes de competencia prohíben las restricciones de la competencia, independientemente de donde pueda originarse esa restricción. Por lo tanto, pueden ocurrir violaciones si sus actividades afectan ilegalmente determinado país o región, a pesar de que la actividad se lleve a cabo en otro lugar. Por ejemplo, la fijación de precios con competidores fuera de la UE con respecto a un producto fabricado fuera de la UE puede seguir siendo penalizado bajo la legislación de la UE si ese producto se vende más tarde en la UE.

Principios similares se aplican en muchos otros países, incluyendo Australia, Brasil, China y los EE. UU., y las autoridades de estos países a menudo cooperan investigando y penalizando conductas anticompetitivas con alcance internacional.

Esté al tanto de las leyes y normas de competencia aplicables cuándo y dónde sea que se encuentre haciendo negocios.

1.5 Consecuencias de las violaciones

La violación de las leyes de competencia puede resultar en sanciones severas para las personas involucradas (incluidas multas penales y civiles, así como penas de prisión en ciertos países como Brasil y Corea, entre otros), altas multas para la Compañía (a menudo basadas en un porcentaje de la facturación nacional o global de la Compañía) y reclamos por daños y perjuicios en tribunales civiles. El éxito de los reclamantes en Los Estados Unidos, en particular, puede indicar que tengan derecho a daños "triplicados". En algunas jurisdicciones, los encargados de hacer cumplir la ley también pueden imponer restricciones a los acuerdos de M&A y prohibir la participación en licitaciones públicas.

Las investigaciones y los procedimientos legales resultantes de violaciones o presuntas violaciones pueden atraer cobertura mediática adversa y dar lugar a **graves daños a la reputación, pérdida formal de negocios**, pudiendo llevar años para resolverse, acumular **gastos importantes** y dedicar tiempo de la gestión en detrimento del negocio.

Es probable que las cláusulas contractuales que infringen las leyes de competencia se consideren "nulas y sin efecto", y puede conducir a la invalidez de todo el contrato.

Además, la conducta anticompetitiva por su naturaleza conduce a **ineficiencias y a la pérdida de innovación**, lo que limita la capacidad de las Compañías para responder a los competidores innovadores "Maverick".

2. Reglas y requisitos

2.1 Conducta anticompetitiva

Las leyes de competencia en la mayoría de las jurisdicciones prohíben los acuerdos entre compañías que tienen objeto o efecto de restringir la competencia. Los acuerdos colusorios pueden ser formales o informales, escritos u orales, firmados o sin firmar, y pueden ser ilegales aún si nunca se implementan realmente. Incluso la cooperación informal entre competidores que no alcanza un acuerdo real pero que equivale a una

"comprensión" tácita y que tiene el efecto u objeto de restringir la competencia (denominada "práctica concertada") puede ser ilegal según las leyes de competencia.

Las restricciones de la competencia se dividen en dos tipos: "horizontal" y "vertical".

- Las restricciones horizontales son acuerdos o prácticas concertadas que restringen la competencia entre compañías que operan al mismo nivel de la cadena de suministro (por ejemplo, dos productores de concreto).
- Las restricciones verticales son acuerdos o prácticas concertadas entre compañías que operan en diferentes niveles de mercado (por ejemplo, un proveedor de cemento y un distribuidor).

2.1.1 Relaciones horizontales

Acuerdos o prácticas concertadas entre competidores, que se refieren a los términos en que hacen negocios, plantean las preocupaciones más serias de la ley de competencia. Los siguientes principios generales deben considerarse en relación con cualquier trato con competidores:

2.1.1.1 Precios y otros términos y condiciones del negocio

Cada empresa es libre de establecer y cambiar sus propios precios, y al hacerlo, puede hacer reaccionar la conducta de sus competidores ya que esto se percibe en el mercado. También es libre de usar información de mercado que esté disponible públicamente, incluida información publicada por competidores. Sin embargo, es ilegal acordar o cooperar de alguna manera con los competidores para fijar o estabilizar precios y/u otras condiciones comerciales, o para intercambiar información comercialmente sensible con la competencia.

QUE HACER:

- ✓ Tomar decisiones sobre fijación de precios de manera unilateral y adecuadamente documentar sus decisiones y cálculos de precios de forma interna.
- ✓ Recopilar información sobre los precios de la competencia y de los mercados de forma independiente.

QUE NO HACER:

- ☒ Determinar conjuntamente con los competidores los precios mínimos o máximos de venta o compra, aumentos o rangos de precios.
- ☒ Discutir, negociar o celebrar cualquier acuerdo o intercambiar información con competidores que tenga que ver con precios, elementos de precios, estructuras de costos u otros términos y condiciones de negocios (incluidos reembolsos, descuentos, cambios de precios o métodos de cálculo de precios).

2.1.1.2 Reparto del mercado

Un acuerdo entre competidores para dividir, compartir o asignar mercados, ya sea por producto, por la producción, territorio, cliente (incluido el tipo o tamaño del cliente) o en cualquier otra forma, es ilegal.

QUE HACER:

- ✓ Tomar decisiones sobre territorios, producción y clientes de manera unilateral.

QUE NO HACER:

- ☒ Compartir o asignar mercados entre competidores con respecto a territorios específicos, líneas de comercio, productos, clientes o fuentes de suministro.
- ☒ Llegar a un acuerdo o entendimiento con los competidores para que cada parte se abstenga o restrinja las ventas (incluidas las exportaciones) en los territorios "de origen" de las otras partes.
- ☒ Discutir o acordar con los competidores sobre esfuerzos conjuntos para frenar las importaciones, especialmente importaciones de bajo precio.
- ☒ Fijar la producción, así como las cuotas de compra y venta con competidores.
- ☒ Limitar o controlar la producción o la inversión con competidores.
- ☒ Organizar cualquier reparto de mercado con competidores.

2.1.1.3 Licitación colusoria ("manipulación de ofertas")

Una característica esencial de los procedimientos de licitación es que los posibles proveedores deban preparar y presentar las ofertas de forma independiente. En consecuencia, cualquier coordinación de este proceso es probable que sea ilegal.

Excepción: la licitación conjunta con los competidores puede permitirse si puede justificarse objetivamente, como si una de las partes no tiene la capacidad de producción / recursos para cumplir el contrato de forma independiente. En este caso deberá consultar a un asesor legal si cree que esta excepción puede aplicarse.

QUE HACER:

- ✓ Tomar decisiones sobre cómo ofertar independientemente.

CONSULTE A UN ASESOR LEGAL:

? Cuando considere ofertar una licitación conjunta con un tercero, o para crear un consorcio para ofertar.

QUE NO HACER:

- ☒ Intercambiar información con competidores (incluso a través de una asociación comercial) comunicando que la empresa tiene la intención de presentarse a una licitación o a futuras licitaciones y de qué manera lo hará.
- ☒ Acordar con los competidores abstenerse de ofertar por un contrato en particular.
- ☒ En un escenario de licitación conjunta, intercambiar cualquier información que vaya más allá de los propósitos del proceso de licitación conjunta con su(s) socio(s).

2.1.1.4 Compartir información

Como regla de oro, no debe compartir con sus competidores directa o indirectamente (a través de intermediarios, por ejemplo: clientes o proveedores) ninguna información comercialmente sensible, es decir, información que no le gustaría que sus competidores sepan si usted está compitiendo vigorosamente con ellos.

En algunas jurisdicciones (en particular, la UE), incluso la recepción de dicha información o la divulgación de dicha información en su presencia puede ser problemática (en caso de duda, busque el consejo de un asesor legal). El intercambio de información puede plantear diferentes problemas en diferentes contextos.

(a) Información de precios

El intercambio de información de precios específicos (especialmente si está directamente relacionado con los precios o con elementos de precios) entre competidores probablemente conducirá a un comportamiento coordinado del mercado y, por lo tanto, es ilegal, independientemente de sus efectos reales.

(b) Otra información comercialmente sensible

El intercambio de información comercialmente sensible que no sea la fijación de precios (por ejemplo, cifras de ventas o costos, información de participación de mercado, producción, capacidades de producción, inversiones) también puede afectar la competencia y ser ilegal dependiendo, en particular, del tipo de información intercambiada y que tan antigua sea la información.

(c) Sistemas de información de mercado colectivo

El establecimiento de un sistema de información de mercado colectivo (por ejemplo, a través de una asociación comercial) puede ser legal, si (i) el intercambio de información está abierto a todas las partes interesadas, (ii) la información proporcionada es procesada por un organismo independiente de cada parte que la envía (por ejemplo, un proveedor de servicios externo independiente), (iii) la información individual entregada por cada parte que envía se mantiene en secreto de las otras partes, y (iv) la información que se comunica a las partes interesadas solo está disponible de forma consolidada (y no permite hacer inferencias en relación con plantas o compañías individuales).

Reglas especiales o políticas de la compañía pueden aplicar en diferentes jurisdicciones. Siempre debe consultar a un asesor legal antes de contribuir a un sistema de información colectiva.²

d) Comunicación al mercado

En general, se debe evitar la divulgación pública de planes estratégicos actuales o futuros sobre cantidades o políticas de precios en cualquier medio o sitio web de la empresa de acceso público, u otros anuncios públicos, a menos que sea requerido por ley/regulación o la información se consolide a un nivel que no es estratégicamente/comercialmente significativo. Reglas especiales pueden aplicar en diferentes jurisdicciones. Consulte a un asesor legal cuando comunique su política de precios al mercado y/o envíe cartas anunciando precios a los clientes.

QUE HACER:

- ✓ Configure su propia inteligencia de mercado para recopilar información sobre el mercado.

² En EU/EEA, se aplican los auto-compromisos ofrecidos por LafargeHolcim a la Comisión Europea; refiérase a ellos o busque el consejo de su asesor legal.

- ✓ Informe a sus clientes actuales y futuros de manera individual sobre sus precios, términos y condiciones, nuevos productos y nuevas aplicaciones para cada uno de ellos.
- ✓ Aléjese de cualquier intento de sus competidores para discutir información comercialmente sensible e informe dichos intentos a un asesor legal.

CONSULTE A UN ASESOR LEGAL:

? Al considerar prácticas o intercambios de información en el contexto de una relación legítima con su competidor (por ejemplo, consorcio para presentar licitación).

? Cuando se considera proporcionar información (incluso histórica, es decir, anterior a 12 meses) en un sistema de información de mercado colectivo.

? Antes de anunciar públicamente un cambio general en la tendencia de los precios (por ejemplo, un aumento importante de los precios) en el mercado.

QUE NO HACER:

- Comparta información comercialmente sensible (por ejemplo: precios, descuentos, cifras de ventas, información de participación de mercado, producción, capacidades de producción o inversiones) con los competidores.

2.1.1.5 Boicots

La negativa colectiva o concertada de un grupo de competidores para negociar con uno o más clientes o proveedores está generalmente prohibida. Los boicots incluyen el acuerdo con los competidores para establecer precios más bajos, así como la defensa en contra de nuevos y entrantes competidores.

CONSULTE A UN ASESOR LEGAL:

? Si cree que pueden existir circunstancias excepcionales para justificar una negativa para entrar en un negocio.

QUE NO HACER:

- Acordar con la competencia u otro cliente, no suministrar a ciertos clientes o no comprar de ciertos proveedores.
- Estar de acuerdo con los competidores para someter el suministro o la compra de bienes a terceros a ciertas condiciones mutuamente acordadas.

2.1.1.6 Acuerdos de cooperación horizontal.

Puede haber circunstancias en las que los competidores entran en acuerdos de cooperación entre sí que pueden tener beneficios económicos legales, en particular para los clientes. El impacto competitivo y la legalidad de dicha cooperación horizontal deben evaluarse caso por caso.

CONSULTE A UN ASESOR LEGAL:

? Antes de entablar negociaciones con un competidor (o cualquier otra empresa) sobre una futura cooperación, por ejemplo en las siguientes áreas:

1. Venta/mercadeo (o el establecimiento de sindicatos de venta conjunta).
2. Licitación (o el establecimiento de consorcios para procesos de licitación).
3. Suministro (o acuerdos de intercambio con competidores).
4. Compras (incluidas las importaciones conjuntas).
5. Producción (incluyendo producción conjunta, cobros de manufactura, especialización y acuerdos de subcontratación).
6. Transporte y/o almacenamiento.
7. Investigación y desarrollo o
8. Estándares técnicos.

2.1.1.7 Asociaciones comerciales

La participación en asociaciones comerciales no puede conducir a una conducta ilegal. Las actividades de tales asociaciones deben ser cuidadosamente monitoreadas. Se requiere especial precaución respecto a la información confidencial comercial que se divulga en su presencia: si usted no se abstiene activamente de recibir esta información, usted y la Compañía pueden encontrarse en violación de la ley de competencia.

QUE HACER:

- ✓ Exigir que se distribuya una agenda clara antes de participar en cualquier reunión de una asociación comercial.
- ✓ Asegúrese que las discusiones durante la reunión se ajusten a la agenda provista y que las actas de la reunión reflejan todos los temas discutidos.
- ✓ Salirse de una reunión de asociación comercial si en ella se discuten temas no conformes y asegurar que las actas reflejan el hecho de que dejó la reunión.
- ✓ Solo participe en reuniones oficiales de asociaciones comerciales y evite eventos no oficiales que infrinjan las reuniones de dicha asociación.

CONSULTE A UN ASESOR LEGAL:

? Antes de ser miembro de una asociación comercial.

? Antes de contribuir con cualquier información a un sistema de información colectiva organizado por la asociación comercial (sistema de "Black Box").

? Antes de intercambiar las mejores prácticas de la industria dentro de una asociación comercial.

? Antes de llevar a cabo una investigación de mercado conjunta a través de una asociación comercial.

? Al acordar peticiones conjuntas, asuntos de relaciones gubernamentales y temas similares dentro de una asociación de comercio.

QUE NO HACER:

- Compartir o recibir de competidores información específica y detallada sobre precios, descuentos, rebajas, condiciones de suministro, márgenes de rentabilidad, estructuras de costos, prácticas de cálculo, prácticas de distribución, cuotas de mercado, territorios, clientes, etc. durante las reuniones de una asociación comercial.
- Participar en ninguna votación, que tiene como propósito la exclusión de algún miembro de la industria de participar en la asociación comercial, en los mercados que cubra la asociación comercial o cualquiera de sus actividades.

2.1.2 Relaciones verticales

Los socios comerciales verticales incluyen socios ascendentes como proveedores o licenciantes, y socios intermedios como distribuidores, clientes o licenciarios. Preocupaciones de competencia asociadas con relaciones verticales surgen principalmente si un acuerdo vertical (i) contiene restricciones sobre la capacidad de un socio de competir en precio y/o libertad de contratar con terceros, y (ii) tiene el efecto de evitar que otros jugadores en el mercado tengan acceso a suficientes proveedores, clientes o distribuidores (todos estos en adelante, "**restricciones extremas**").

De lo contrario, los arreglos verticales generalmente generarán inquietudes solo cuando cualquiera de las partes involucradas tiene una importante cuota de mercado. En la UE, una cuota de mercado superior al 30% sería considerada como significativa. En Brasil y Rusia, esto es cercano al 20%.

También hay situaciones en las que usted puede entrar en un acuerdo vertical con un competidor como proveedor o cliente. En tal caso, debe tratar a su competidor siempre a distancia, limitar la discusión/intercambio de información a la relación proveedor/cliente y restringir el flujo de información a individuos limitados sobre una base de "**need-to-know**" (**Chinese Walls**). Usted debe siempre consultar a un asesor legal si desea celebrar un acuerdo vertical con un competidor.

2.1.2.1 Sostenimiento del precio de reventa

Un proveedor no debe establecer los precios de reventa cobrados por sus distribuidores.

QUE HACER:

- ✓ Realizar encuestas de forma independiente sobre precios regionales/locales, sin interferir o afectar la política de precios de su socio.

CONSULTE A UN ASESOR LEGAL:

? Antes de hacer una recomendación de precio no vinculante sobre los precios de reventa de productos con marca (y marque todas las declaraciones de precios de reventa como "precios de reventa recomendados o sugeridos").

? Antes de invitar a sus distribuidores a cumplir con los precios máximos de reventa.

? Antes de implementar un sistema de monitoreo de los precios cobrados por su distribuidor (ya que esto puede crear la impresión de un intento para sostener/mantener el precio de reventa).

QUE NO HACER:

- Fijar o establecer un precio de reventa mínimo o rebajas o descuentos o el margen de distribución a distribuidores o comerciantes de cualquier producto.
- Terminar el acuerdo con un distribuidor debido a su negativa para adherirse a los precios de reventa recomendados.
- Usar incentivos o desincentivos para inducir a la adherencia a un precio recomendado.
- Vincular su precio al precio de reventa de sus clientes.

2.1.2.2 Otras restricciones de reventa

También es probable que las siguientes restricciones se consideren ilegales:

- Imponer una prohibición a la reventa de un determinado producto, una restricción a la reventa a ciertos clientes, o una restricción de los territorios de reventa, ya que estos pueden conducir a la asignación de los mercados.³
- Imponer restricciones a la importación o exportación, ya que esto generalmente está diseñado para evitar el comercio transfronterizo, asignar mercados y proteger artificialmente diferentes niveles de precios en estos mercados.
- Medidas implementadas en conjunto entre un productor y un comerciante o distribuidor con el objetivo de limitar el mercado paralelo.

CONSULTE A UN ASESOR LEGAL:

? Antes de imponer restricciones de reventa a sus distribuidores/clientes en relación a un mercado específico.

? Antes de imponer a sus distribuidores/clientes una prohibición de revender sus productos.

QUE NO HACER:

³ Sin embargo, tales restricciones podrían, bajo ciertas circunstancias, ser aceptables para ciertas categorías de acuerdos verticales.

- ☒ Restringir a sus clientes (distribuidores) de suministrar "pasivamente" o imponer restricciones de importación o exportación.
- ☒ Imponer a su cliente (distribuidor) la obligación de remitir los pedidos recibidos de clientes en ciertos territorios a otros proveedores.
- ☒ Ordenar a su distribuidor para que no exporte un producto a solicitud de un cliente desde fuera del territorio.
- ☒ Hacer que la asignación de suministros a un comerciante o distribuidor dependa de su promesa de no revender o reexportar los productos.

2.1.2.3 Acuerdos de negociación exclusiva

Los acuerdos de negociación exclusiva incluyen: (i) distribución selectiva, es decir, un acuerdo mediante el cual un proveedor acepta vender solo a los distribuidores aprobados específicos y los distribuidores a su vez aceptan solo suministrar a consumidores finales u otros distribuidores autorizados; (ii) distribución exclusiva, es decir, un acuerdo por el cual el proveedor acepta vender a un solo distribuidor para revender en un determinado territorio; y (iii) compra o negociación exclusiva, es decir, un acuerdo por el cual el comprador está obligado a comprar bienes a un solo proveedor. Tales arreglos pueden ser anticompetitivos y, en consecuencia, ilegales, dependiendo de las circunstancias de cada caso particular. Típicamente, es probable que dichos acuerdos sean ilegales si contienen 'restricciones severas' (en particular, prohibiendo las ventas pasivas a otros territorios) o si alguna de las partes del acuerdo tiene una importante cuota de mercado. Consulte a un asesor legal antes de celebrar cualquier acuerdo de negociación exclusiva.

2.2 Posición dominante

Las compañías en una posición dominante en el mercado deben prestar especial atención a algunos principios adicionales del derecho de la competencia. El mero hecho de ser dominante no es ilegal. Sin embargo, abusar de dicha posición dominante en el mercado es ilegal. Los siguientes QUE HACER y QUE NO HACER aplica solo en mercados en los que una Compañía del Grupo es dominante.

Cuanto mayor sea la cuota de mercado, más cuidadosa debe ser una compañía al realizar negocios, particularmente en cuanto a cómo sus acciones afectan a sus competidores y clientes.

2.2.1 *Definición de dominante*

En los EE. UU., China y Corea, una cuota de mercado superior al 50% en un mercado determinado es un fuerte indicativo de una posición dominante. En otras jurisdicciones, como la UE, Rusia e India, una cuota de mercado menor puede ser suficiente. En la UE, una cuota de mercado estable superior al 40% indica una posición dominante, mientras que una cuota de mercado de entre el 20 y el 40% puede considerarse dominante según las circunstancias.

2.2.2 *Abuso de la posición dominante*

Las prácticas abusivas de mercado de las compañías dominantes se pueden clasificar de la siguiente manera:

- Prácticas excluyentes (es decir, prácticas que buscan dañar a los competidores o excluirlos del mercado); y
- Prácticas de explotación (es decir, prácticas que involucran a la compañía dominante, que usa su posición dominante para dañar directamente a clientes o proveedores).⁴

2.2.2.1 Prácticas excluyentes

(a) Imponer compromisos de compra exclusivos a los clientes

Las compañías dominantes no pueden restringir el acceso de los competidores a los clientes o distribuidores imponiendo obligaciones de compra exclusivas a sus propios clientes o distribuidores.

(b) Precios/dumping injustos o depredadores

Una compañía dominante tiene prohibido imponer precios injustos a sus clientes, así como cobrar precios por debajo de un cierto umbral de costo en el que los competidores no pueden competir de manera rentable.

CONSULTE A UN ASESOR LEGAL:

? En caso de ventas de sus competidores a costos inferiores (precios de dumping).

? En caso que pretenda vender productos por debajo de los costos de producción.

QUE NO HACER:

- Imponer precios de compra o venta injustos.

(c) Cláusula "English"

Es ilegal para una compañía dominante imponer una cláusula "English", la cual prohíbe a la otra parte comprarle a un competidor de la compañía dominante si éste no ha informado previamente a la compañía dominante del nombre del competidor y las cantidades y precios acordados.

QUE NO HACER:

- Acordar una cláusula "English" que obligue al cliente a revelar nombres y precios de los competidores.

(d) Negativa a vender

⁴ Los tipos de comportamiento descritos en esta sección como abusos también podrían prohibirse independientemente de la existencia de una posición dominante mediante disposiciones legales distintas de la ley de competencia.

La negativa de una compañía dominante a suministrarle a un cliente que no tiene otras fuentes alternativas y realistas de suministro, generalmente se considera un abuso de la posición dominante si no hay una justificación objetiva ("buena razón de negocio ") para el comportamiento.

CONSULTE A UN ASESOR LEGAL:

? Si tiene la intención de negarse a vender a un cliente nuevo o existente por una buena razón de negocio (por ejemplo, debido a la capacidad insuficiente o la solvencia del cliente).

QUE NO HACER:

- Negarse a vender o a reducir suministros a un cliente que cumpla con los mismos requisitos de otros clientes sin una justificación objetiva.

(e) Rebajas de fidelidad y rebajas con efectos similares

Las rebajas, descuentos y prácticas similares de fijación de precios son problemáticas cuando puedan tener un efecto negativo sobre la competencia y no puedan ser objetivamente justificados. Tales prácticas pueden ser objetivamente justificadas y por lo tanto permisibles si, por ejemplo, están vinculados únicamente al volumen de compras⁵ o pronto pago, o fijado objetivamente y aplicable a todos los compradores equivalentes con respecto al mismo producto o productos. La legalidad de las rebajas y otros esquemas de descuentos deben ser evaluados por un asesor legal caso por caso.

CONSULTE A UN ASESOR LEGAL:

? Siempre que tenga la intención de implementar un esquema de rebajas con sus clientes.

QUE NO HACER:

- ✓ Otorgar fidelidad y rebajas objetivas, es decir, rebajas otorgadas retroactivamente si el cliente alcanza un volumen particular o umbral de crecimiento de compras durante un período de referencia particular.
- ✓ Otorgar rebajas condicionados a la compra de otros productos (ventas atadas).

(f) Otras barreras para entrar

Una compañía dominante no debe tratar de crear barreras artificiales para ingresar a un mercado particular que no están relacionadas con sus intereses comerciales legítimos, por ejemplo, comprando todas las fuentes de suministro disponibles.

2.2.2.2 Prácticas de explotación

(a) Condiciones de venta discriminatorias/diferentes

⁵ Si se aplica al futuro y no se deja explícita o implícitamente condicionada a la compra de todas o la mayoría de las necesidades del cliente.

Una compañía con una posición dominante no puede discriminar con sus condiciones de venta al negociar con clientes equivalentes en circunstancias comparables.

QUE NO HACER:

- Otorgar diferentes condiciones de venta (precios, rebajas) a distribuidores o clientes que cumplan con los mismos requisitos

(b) Atadura

Las cláusulas de atadura son cláusulas que hacen que el suministro de un producto esté sujeto al acuerdo del comprador de comprar otros bienes y/o servicios que, por su naturaleza o según el uso comercial, son productos distintos. Tales cláusulas generalmente no deben usarse, a menos que haya un objetivo para su justificación (por ejemplo, razones de salud y seguridad).

QUE HACER:

- ✓ Permitir a los clientes comprar productos por separado a pesar que están relacionados en su uso.

QUE NO HACER:

- Condicionar el suministro del producto a la obligación de comprar otros productos y/o celebrar un acuerdo de servicio para cualquier tipo de servicio.
- Ofrecer rebajas especiales para específicamente inducir al comprador para que además le compre todo o parte de sus requerimientos para un segundo producto a usted.

2.3 Acuerdos Intra-Grupo

Los acuerdos entre compañías afiliadas controladas no están, en principio, dentro del alcance de las leyes de competencia. Por lo tanto, la presente Directiva no se aplica a las negociaciones entre Compañías del Grupo. En principio, una participación cercana al 100% significará que la matriz tiene control sobre el afiliado y, por lo tanto, no se aplicarán las normas de competencia. En el caso de participaciones significativamente más bajas, la inaplicabilidad de las reglas de competencia dependerá de otros factores de control, donde la evaluación se vuelve compleja y puede diferir significativamente entre las jurisdicciones. En la mayoría de las jurisdicciones, una participación del 50% o más, generalmente se consideraría como un control suficiente para que una compañía sea considerada como afiliada; sin embargo, esto deberá evaluarse caso por caso.

QUE HACER:

- ✓ Reevaluar los acuerdos existentes con las Compañías del Grupo si se transfiere el control sobre ellas total o parcialmente a un tercero.

CONSULTE A UN ASESOR LEGAL:

? Antes de concluir un acuerdo que contenga restricciones a la competencia con una compañía que no está totalmente controlada por una entidad del Grupo (en particular donde la participación en esa entidad es inferior al 100%).

QUE NO HACER:

- Suponer que un acuerdo entre compañías afiliadas controladas dentro del Grupo puede ser replicado con terceros fuera del Grupo, o con empresas conjuntas (joint ventures).

2.4 Creación de documentos

En la mayoría de los países, las autoridades de competencia pueden solicitar acceso/incautación electrónica interna o externa o registros en papel o comunicaciones ("**registros**") de compañías, ya sea durante un allanamiento "dawn raid" o una investigación o en el contexto de evaluar una transacción de fusión. Los registros a veces pueden ser engañosos si no están cuidadosamente redactados o si están incompletos. Este puede ser especialmente el caso si se toman fuera de contexto.

Los registros engañosos pueden conducir a una investigación más profunda y, por lo tanto, a costos e interrupción de las actividades de negocio de la compañía. Siempre que se comunique en cualquier forma, se deben observar los siguientes " que hacer y qué no hacer":

QUE HACER:

- ✓ Recuerde que cualquier cosa que deje por escrito podría hacerse pública en cualquier momento o usarse contra usted o la compañía.
- ✓ Indique claramente la fuente de cualquier precio o información de mercado que utilice.
- ✓ Mantenga sus registros objetivos y especifique cuándo una declaración es una estimación.
- ✓ Verifique estrictamente la precisión del lenguaje utilizado por consultores externos (como bancos de inversión) en documentos de asesoramiento estratégico.

QUE NO HACER:

- Dar la impresión que un cliente está recibiendo un tratamiento especial sin la debida justificación.
- Utilizar un vocabulario de poder o de dominación exagerando la posición de mercado de nuestra compañía (por ejemplo "controlaremos todo el mercado después de esto" y "ahora prácticamente hemos eliminado la competencia").
- Subestimar la posición de mercado de sus competidores.
- Utilizar vocabulario incorrecto (por ejemplo, "Destruya/elimine después de leer").
- Escribir cualquier cosa que pueda crear la falsa impresión de que los precios u otros elementos de su comportamiento de mercado se basan en cualquier otra cosa diferente a un juicio de negocio independiente o de información disponible públicamente.
- Destruir un registro en incumplimiento de la política de retención de documentos de la compañía.

2.5 Detección e investigación

Si bien se debe hacer todo lo posible para evitar que se produzca una conducta anticompetitiva, existe la posibilidad de que dicha conducta pueda sospecharse o investigarse en el futuro, ya sea internamente o por una autoridad de competencia. En caso que se detecte una conducta anticompetitiva, debe cumplir con lo siguiente para dar a la Compañía la mejor oportunidad posible para responder a cualquier investigación que pueda ocurrir, y para minimizar las multas u otras sanciones.

2.5.1 Informes internos

Si cree que alguno de los puntos de esta Directiva no se ha cumplido, debe alzar su voz.

QUE HACER:

- ✓ Revise periódicamente esta Directriz y los materiales de apoyo, y familiarícese con prácticas apropiadas para usted y sus colegas.
- ✓ Reporte cualquier sospecha de violación de la Directriz o de la ley de competencia a su jefe y si se siente incómodo al hacerlo, o cuando existan violaciones potencialmente graves, reporte directamente a un oficial de cumplimiento o al asesor legal interno.
- ✓ Al informar cualquier sospecha de violación, solo informe los hechos y sea exacto, y absténgase de hacer declaraciones o conclusiones sobre la legalidad de esos hechos.

QUE NO HACER:

- Enfrentarse directamente a los colegas de los que sospeche de violaciones graves, ya que esto puede comprometer la capacidad de la compañía para investigar y proteger adecuadamente su interés.
- Ponerse en contacto con competidores u otros terceros (como los medios de comunicación) con respecto a las presuntas violaciones.

2.5.2 Allanamientos "Dawn raids"

Cuando una autoridad de competencia sospecha una violación de la ley de competencia, puede llevar a cabo un allanamiento o redada en las instalaciones de negocio o personales para reunir pruebas. Las autoridades de competencia, en general, tienen amplios poderes de investigación, incluidos poderes para confiscar documentos y hardware de los computadores, interrogar a los empleados y sellar partes de las instalaciones.

Sin embargo, estos poderes se limitan al alcance de la autorización pertinente para llevar a cabo la incursión o allanamiento. En general, los documentos que contienen o hacen referencia a comunicaciones entre una Compañía del Grupo y su asesor legal están protegidos por el privilegio profesional legal y las autoridades no tienen acceso a ellos. En algunos casos, como las investigaciones de la Comisión Europea, no se reconoce el privilegio profesional legal para las comunicaciones entre los empleados de la Compañía y sus asesores legales internos.

En el caso de un allanamiento "Dawn Raid", usted por lo tanto, debe cooperar completamente con la investigación de la autoridad de competencia, pero solo dentro de los límites de lo que la autoridad tiene permitido investigar.

QUE HACER:

- ✓ Si usted es el primero en responder, notifique de inmediato a las personas establecidas en su lista de contactos en caso de allanamientos⁶, incluyendo su "coordinador de sitio" local, asesor general local y externo, y solicite retrasar la investigación hasta que lleguen.
- ✓ Mantenga la calma y la cortesía (pero sea firme, cuando sea necesario).
- ✓ Solicite ver la identificación de los oficiales y anote su nombre, título y autoridad a la que pertenecen.
- ✓ Solicite ver su autorización para investigar las instalaciones y tenga en cuenta el alcance de su investigación.
- ✓ Comuníquese inmediatamente con IT e indíqueles que estén listos para ayudar.

QUE NO HACER:

- ☒ Eliminar o destruir cualquier documento o correo electrónico, rechazar el acceso a cualquier parte de las instalaciones, o de cualquier forma obstruir la investigación, -si alguna parte de la empresa o planta está sellada por los funcionarios de la autoridad, no rompa el sello.
- ☒ Proporcionar más información o documentos de los necesarios, en particular verifique con un asesor legal si los registros podrían protegerse bajo las reglas legales de privilegio profesional.
- ☒ Responder a preguntas que requieran que usted haga "confesiones" o de otra manera declaraciones incriminatorias en nombre de la compañía.
- ☒ Firmar cualquier cosa sin consultar a un asesor legal.
- ☒ Ponerse en contacto con competidores u otros terceros (como los medios de comunicación) para informarles de la redada o allanamiento.

2.5.3 Aplicaciones de amnistía / clemencia

Después de una investigación interna o una redada o allanamiento, la Compañía puede tomar la decisión para solicitar "amnistía" o "clemencia", por la cual la Compañía asiste activamente en la investigación de la autoridad de Competencia para recibir una reducción total o parcial de posibles multas u otras sanciones. En este caso, usted debe cooperar en manera más extensa posible en el suministro de información sobre cualquier posible violación de manera oportuna. Cuanto más útil y oportuna sea la información suministrada a la autoridad de competencia en esta etapa, mayor es la probable reducción en la multa.

Una solicitud de amnistía o clemencia de una Compañía del Grupo solo se puede realizar con la aprobación previa y por escrito del Asesor General del Grupo (Group General Counsel).

⁶ La lista de contactos está disponible en todas las compañías del Grupo. Comuníquese con un asesor legal si tiene preguntas.

QUE HACER:

- ✓ Responder todas las preguntas de manera completa y honesta, y brinde cualquier información que considere relevante de manera oportuna.

QUE NO HACER:

- ☒ Ponerse en contacto con competidores, clientes o cualquier otro tercero (como los medios) para informarles de la aplicación de inmunidad / clemencia.

3. Implementación y monitoreo

3.1 Responsabilidades

3.1.1 Personal

El cumplimiento de esta Directriz y de las leyes de competencia aplicables es una responsabilidad personal y profesional. Todos los empleados, directores y funcionarios son responsables de adquirir la suficiente comprensión de las leyes de competencia aplicables y de reconocer de situaciones que puedan involucrarse con cuestiones de derecho de la competencia. Es su deber ser entrenado periódicamente en aspectos relevantes de la ley de competencia y de esta Directriz, si se encuentra ocupando posiciones de empleados alta o medianamente expuestos (como se describe a continuación en la sección 3.2 y en los Anexos 3 y 4 de la presente Directriz).

"No sabía que era ilegal" no es una defensa aceptable para el Grupo o ante las autoridades de competencia.

El incumplimiento de esta Directriz y de las leyes de competencia aplicables es un delito grave y los empleados, directores y funcionarios pueden estar sujetos a sanciones disciplinarias, incluida la terminación de su contrato de trabajo.

En caso que los empleados, directores o funcionarios adquieran información creíble de que esta Directriz y/o leyes de competencia están siendo, o pueden haber sido violadas, por una Compañía del Grupo o por un tercero (es decir, un competidor, cliente, proveedor o un agente, subcontratista, proveedor de un servicio actuando bajo un contrato con la Compañía), deben divulgar dicha información a su jefe o, si corresponde, a su asesor legal u oficial de cumplimiento. Dicha información también puede ser reportada a través de la 'Línea de Integridad', que es el sistema de reporte interno del Grupo.⁷ No habrá represalias ni penalidades por dicho reporte a través de alguno de los canales disponibles.

3.1.2 Compañías del Grupo

3.1.2.1 Responsabilidades Generales

⁷ Para obtener más información sobre los canales de reporte de la 'Línea de integridad', consulte la Directriz "Business Integrity and Speaking Up".

Cada CEO de las Compañías del Grupo (o la función equivalente) (cada uno "CEO Local") debe seguir todos los pasos necesarios para garantizar el cumplimiento de la Directriz, las leyes de competencia aplicables y la implementación de la Directriz en la Compañía del Grupo correspondiente.

3.1.2.2 Tomar consciencia de la de la ley de competencia local

Cada CEO Local debe garantizar que exista un nivel adecuado de conocimiento de la ley de competencia entre los empleados, directivos y directores de la Compañía del Grupo. El CEO Local también tiene que asegurar, dónde sea relevante, que los socios comerciales de la Compañía del Grupo, tales como agentes, distribuidores, franquiciados, subcontratistas o proveedores de servicios estén informados sobre los estándares de la ley de competencia y la expectativa de la Compañía para que se adhieran a éstos en el desarrollo de sus contratos con la Compañía.

3.1.2.3 Traducciones

Los entrenamientos en competencia leal locales deben realizarse en un idioma local o en inglés. La Directriz y los materiales de Entrenamiento de Competencia Leal (ver abajo la sección 3.2 y los Anexos 3 y 4) se pueden usar en su versión original en inglés o se pueden traducir al idioma local correspondiente. Las traducciones deben ser aprobadas por el Asesor General de la Compañía del Grupo ("**Asesor General Local**").

3.1.2.4 Alineamiento con las leyes locales

Cada CEO Local debe consultar con el Asesor General Local o, en ausencia de dicho cargo, con el Asesor General Regional que la documentación de competencia leal, en particular, la Directriz y documentos de orientación relacionados que complementan la Directriz y los materiales de capacitación (ver más abajo la sección 3.2) para que estén adaptados a los requisitos de su área geográfica de responsabilidad y requisitos legales locales. Las modificaciones de estos documentos, están sujetas a la aprobación previa del Departamento de Derecho de la Competencia Legal del Grupo.

3.1.2.5 Nombramiento de un asesor externo

El Asesor General Local tiene que identificar y nombrar, en consulta con el correspondiente Asesor General Regional y sujeto a la aprobación del Departamento de Derecho de la Competencia Legal del Grupo, el asesor legal externo para asesoría en asuntos de derecho de la competencia ("**Asesor Legal externo**"). El asesor legal externo debe ser lo suficientemente independiente de la Compañía del Grupo y especializado (es decir, con un historial probado recientemente) en derecho de la competencia.

3.1.3 Compañías Asociadas

En las Compañías Asociadas, el CEO Local relevante responsable de la inversión en La Compañía Asociada o, si no hay ninguno, el Miembro del Grupo COMEX correspondiente es responsable por crear consciencia en la Compañía Asociada para que se conozca la Directriz y sus estándares, y por alentar a la Compañía Asociada a adoptar medios disponibles para asegurar la adopción de estándares equivalentes.

3.1.4 Compañía Legal del Grupo

3.1.4.1 Responsabilidades generales

Cada Asesor General Local, junto con su equipo, es responsable de:

- a) proporcionar capacitación presencial sobre el cumplimiento de la ley de competencia leal a todos los Empleados relevantes de la compañía (como se describe a continuación en la sección 3.2.2.1 y en el Anexo 3 de la presente);
- b) brindar asesoramiento legal diario sobre asuntos de derecho de la competencia a las operaciones de negocio local;
- c) enlazar con el Asesor Legal Externo (las instrucciones pueden venir del Asesor General Regional o del Departamento del derecho de la competencia Legal del Grupo)
- d) reportar regularmente al Departamento del Derecho de la Competencia Legal del Grupo sobre asuntos en curso o posibles asuntos relacionados con el derecho de la competencia; y
- e) informar al Departamento del Derecho de la Competencia Legal del Grupo y al Asesor General Regional inmediatamente de cualquier asunto de derecho de competencia de relevancia para el Grupo (en particular cualquier potencial violación de la ley de competencia o investigaciones gubernamentales o cualquier proyecto local de fusiones y adquisiciones que puede (o no) requerir una aprobación de presentación de ley de fusión).

3.1.5 Grupo / RH de la Compañía del Grupo

El área de RH del Grupo/Compañía del Grupo es responsable de coordinar la organización de FTF y los Entrenamientos de E-Learning, incluido el envío de notificaciones.

3.1.6 Asesores Generales Regionales (RGC)

Los Asesores Generales Regionales son responsables - en coordinación con el Departamento del Derecho de la Competencia Legal del Grupo - de la organización e implementación de actividades de cumplimiento de la ley de competencia en la región relevante con miras a garantizar la eficiencia y la eficacia del programa de competencia leal.

3.1.7 Departamento del Derecho de la Competencia Legal del Grupo

El Departamento del Derecho de la Competencia Legal del Grupo tiene la responsabilidad general sobre todos los asuntos del derecho de la competencia del Grupo y puede instruir a la gerencia local o regional o al Asesor General Local en acuerdo con el Asesor General Regional sobre cualquier asunto de derecho de competencia que sea relevante.

Además, el Departamento del Derecho de la Competencia Legal del Grupo es, entre otros, responsable de proporcionar asesoramiento en asuntos de cumplimiento de la ley de competencia y de monitorear y asegurar

que se adopten las medidas suficientes en cada Compañía del Grupo para garantizar la adhesión a las leyes de competencia, la Directriz y normas y prácticas internas relacionadas.

El Departamento del Derecho de la Competencia Legal del Grupo supervisa y administra (en cualquier caso, si lo considera necesario) las investigaciones locales de la ley de competencia y monitorea el litigio de la ley de competencia en colaboración con los Asesores Generales Regionales (RGC).

3.2 Entrenamiento en competencia leal

3.2.1 Propósito y contenido

Cada CEO Local debe asegurarse de que los empleados, funcionarios y directores reciban capacitación periódica sobre aspectos relevantes del derecho de la competencia y sobre esta Directriz. En apoyo de este requisito, el Departamento del Derecho de la Competencia Legal del Grupo junto con cada Asesor General Local (LGC) se encargará del diseño y del despliegue de un programa de entrenamiento ("**Entrenamiento en competencia leal**" o "**FCT**").

El FCT consta de:

- a) Una presentación cara a cara sobre competencia leal ("**Entrenamiento FTF**"); y
- b) Una herramienta de aprendizaje en línea sobre competencia leal ("**Capacitación E-Learning o de aprendizaje electrónico**")

La capacitación E-Learning (en inglés) y un paquete básico de materiales de capacitación de FTF son entregados por el Departamento del Derecho de la Competencia Legal del Grupo a todos los Asesores Generales Locales (LGC).

3.2.2 Empleados relevantes

3.2.2.1 Empleados con alta exposición

Los siguientes empleados, funcionarios y directores (y si es necesario, los socios comerciales como agentes, distribuidores, franquiciados, subcontratistas o proveedores de servicios del Grupo o Compañías del Grupo) deben asistir a la capacitación de FTF al menos cada dos años (en adelante, "Empleados HE"):

- Todos los miembros del COMEX del Grupo/Compañía del Grupo y todos los empleados en posiciones N-1 y N-2 (donde N es el CEO Local), a excepción de los empleados en Recursos Humanos, Salud y Seguridad, IT o Funciones de Seguridad);
- Todos los empleados de las áreas Legales/de Cumplimiento, Auditoría Interna y Control Interno; y
- Todos los demás empleados, funcionarios, directores o representantes de la Compañía identificados por el Asesor General Local "LGC" (respectivamente Asesor General Regional "RGC") o en el caso de un empleado del Grupo, por parte del Departamento del Derecho de la Competencia Legal del Grupo (en ambos casos con soporte de recursos humanos) en todos los niveles de gestión que tienen una alta exposición relacionada con el

derecho a la competencia (en particular cuando tengan responsabilidad directa/indirecta de los precios), por ejemplo en las siguientes funciones: Comercial, Ventas, Crecimiento e Innovación / Marketing, Rendimiento & Costo, Logística, Finanzas, Adquisiciones, Comercio, Estrategia / M&A, Geocycle (AFR) y gerenciamiento de planta.

3.2.2.2 Empleados con mediana exposición

Los siguientes empleados, funcionarios y directores (y si es necesario, los socios comerciales como agentes, distribuidores, franquiciados, subcontratistas o proveedores de servicios del Grupo o Compañías del Grupo) deben completar la capacitación de E-Learning al menos cada tres años (en adelante, "Empleados ME"):

- Todos los demás empleados identificados por Asesor General Local "LGC" (respectivamente Asesor General Regional "RGC") o en el caso de un empleado del Grupo, por parte del Departamento del Derecho de la Competencia Legal del Grupo, excepto aquellos que no tienen una función orientada al mercado, es decir, que no son expuestos al mercado (incluso a través de la interacción con los actores del mercado) y no están de ninguna forma involucrados en la determinación o implementación del comportamiento del mercado del Grupo/ la Compañía del Grupo (por ejemplo, precios, volúmenes, descuentos o asignación de ventas).

Todo el personal recién contratado que se considere como empleados HE o ME tienen que recibir capacitación dentro de los seis meses de haber tomado su cargo en la Compañía.

3.2.2.3 Listas de empleados relevantes

Las listas de empleados HE y ME a nivel de Compañía del Grupo requieren la aprobación del Asesor General Local "LGC". En caso de dudas, el Asesor General Local debe solicitar la aprobación del Asesor General Regional "RGC" y del Departamento del Derecho de la Competencia Legal del Grupo.

3.2.3 Capacitación para la función legal local.

Los Asesores Generales Locales "LGC", sus designados en la función legal local y de cumplimiento local deben recibir información y capacitación periódicas sobre (i) la Directriz y su aplicación para todo el Grupo y (ii) el programa de competencia leal (incluida la realización de revisiones de competencia leal según lo descrito en la sección 3.3 a continuación).

Estas capacitaciones están diseñadas para garantizar que las funciones legales y de cumplimiento locales estén adecuadamente cualificadas y sean capaces de cumplir su función en materia de competencia leal en línea con los estándares del Grupo.

Dichos entrenamientos también se pueden organizar de manera ad hoc cada vez que se realiza un cambio sustancial en la Directriz, los materiales relacionados, los principios subyacentes, o según sea solicitado por el Miembro relevante del COMEX del Grupo.

Estos entrenamientos son organizados por el Departamento del Derecho de la Competencia Legal del Grupo y diseñado / entregado por el Departamento del Derecho de la Competencia Legal del Grupo en coordinación con los Asesores Generales Regionales (RGC).

3.3 Revisiones de competencia leal

3.3.1 Objeto en cuestión

Las revisiones de competencia leal ("FCR", por sus siglas en inglés) son revisiones sobre el cumplimiento de una Compañía del Grupo respecto a la Directriz y a las leyes de competencia aplicables.

3.3.2 Compañías elegibles del Grupo

Cada año, el Departamento del Derecho de la Competencia Legal del Grupo en coordinación con el correspondiente Asesor General Regional "RGC" y el miembro relevante de COMEX del Grupo seleccionarán las Compañías del Grupo que serán objeto de una FCR en el siguiente año calendario.

Dicha selección se realizará sobre la base de una evaluación de riesgos realizada por el Departamento del Derecho de la Competencia Legal del Grupo. También se pueden realizar revisiones ad hoc de vez en cuando a solicitud del miembro relevante del COMEX del Grupo, el Grupo o el Asesor General Regional "RGC" o a la iniciativa del Departamento del Derecho de la Competencia Legal del Grupo o el Asesor General del Grupo "GGC".

3.3.3 Elementos principales

La FCR incluye los siguientes elementos principales:

- Dos rondas de entrevistas a empleados clave, funcionarios o directores ("Entrevistados") seleccionados por el Departamento del Derecho de la Competencia Legal del Grupo en coordinación con el Asesor General Regional "RGC" correspondiente y el Asesor General Local "LGC";
- Revisión forense de cualquier comunicación electrónica, datos e información utilizada por los entrevistados con fines comerciales, como cuentas de correo electrónico y, tras la aprobación del Departamento del Derecho de la Competencia Legal del Grupo, revisión de cualquier otro dato electrónico relevante (imágenes digitales de computador), cualquier información del teléfono, incluidos, entre otros, SMS, WhatsApp u otras plataformas de redes sociales o medios electrónicos de intercambio y cualquier documento relevante y/o notas.
- La FCR será realizada por un asesor legal externo calificado e independiente (seleccionado por el Departamento del Derecho de la Competencia Legal del Grupo en coordinación con el correspondiente Asesor General Regional "RGC" y / o Asesor General Local "LGC") que emitirá un documento legalmente privilegiado y confidencial que establecerá las conclusiones de la FCR y la propuesta de acciones de remediación (si son necesarias) ("**Reporte FCR**"); el Reporte FCR servirá de base para la sesión informativa y la asesoría de un Asesor Legal Externo en las Reuniones de Cumplimiento Anuales (ver sección 3.4 a continuación).

3.4 Reuniones de cumplimiento anuales

El propósito de las Reuniones de Cumplimiento Anuales ("YCM" por sus siglas en inglés) es evaluar el nivel de madurez de la cultura de cumplimiento de la ley de competencia leal en el Grupo y, en particular, en las Compañías del Grupo que fueron asunto de un FCR, para identificar debilidades, acordar un plan de acción de remediación y monitorear la implementación de los planes de acción de remediación previamente acordados.

El YCM es organizado por el Jefe de Derecho de Competencia del Grupo en colaboración con el Asesor General Regional "RGC" y debe ser atendido por el miembro relevante del COMEX del Grupo, el Asesor General Regional "RGC" y Jefe de Derecho de Competencia del Grupo.

Control del documento	
Aprobado por	Keith Carr, Asesor General del Grupo
Políticas, Directivas y MCS relacionados	Código de Conducta Política de cumplimiento MCS2 Esta Directriz reemplaza la Directriz de competencia Leal anterior y la Directroz de implementación de competencia leal.

Control de la versión			
Versión Número	Fecha de Emisión	Autor	Actualización
1	Abril 20, 2020	Grupo Legal y Compliance	-----

Anexos

- Anexo 1: Políticas y directivas de LafargeHolcim relacionadas con la Directiva de Competencia Leal.
- Anexo 2: Recomendaciones de LafargeHolcim relacionadas con la Directiva de Competencia Leal.
- Anexo 3: Entrenamiento FTF.
- Anexo 4: Entrenamiento E-Learning

Anexo 1: Políticas y directivas de LafargeHolcim relacionadas con la Directiva de Competencia Leal.

Enlace a la política	Directiva	Descripción/Definición	Responsabilidad	Referencia
Política Marco de referencia	CoBC	Establece un claro "tono desde arriba" y proporciona específica orientación relacionada con el cumplimiento para empleados.	Todos los directores, oficiales y empleados	CoBC
Política Marco de referencia	Política de Cumplimiento	Establece el alcance y el mandato de la función de cumplimiento así como los principios de la política que rigen el Programa de Cumplimiento.	Todos los directores, oficiales y empleados	Política de Cumplimiento
Directiva Relacionada	Directiva de Documentación comercial	Garantiza la transparencia y verosimilitud de LafargeHolcim para ser autónomo en su política de precios y decisiones, y sobre la capacidad de LafargeHolcim para rastrear y grabar contactos con competidores, así como información de las fuentes de mercado, en orden de subrayar los esfuerzos de cumplimiento de LafargeHolcim.	Todos los empleados	Directiva de Documentación Comercial
MCS relacionado	MCS#2	Cumplimiento de la Leyes de competencia Leal y requisitos	Todos los empleados	Controles Mínimos Estándar

Anexo 2: Recomendaciones de LafargeHolcim relacionadas con la Directiva de Competencia Leal

Recomendación	Definición/Descripción	Referencia
Manual de revisión de Competencia Leal	Manual que establece en detalle el proceso de Revisión de Competencia Leal que deben seguir los países que deben presentar un informe de Revisión de Competencia Leal.	Manual FCR

Anexo 3: Entrenamiento FTF

Objetivo:

La capacitación FTF debe proporcionar a los empleados de HE una buena comprensión de los principios clave del derecho de la competencia y capacitación sobre la Directriz.

Alcance y frecuencia

Todos los empleados HE deben asistir a una capacitación completa de FTF cada dos años.

Los empleados HE recién contratados deben recibir capacitación dentro de los primeros seis meses una vez ingresan a la Compañía.

La exención de la frecuencia anterior solo puede ser otorgada, caso por caso, por el Departamento del Derecho de la Competencia Legal del Grupo.

Estructura

El entrenamiento FTF debe basarse en materiales estándar proporcionados por el Departamento del Derecho de la Competencia Legal del Grupo y / o firmado por el mismo.

Metodología

La Capacitación FTF es impartida por el Asesor General Local "LGC" o, si es a nivel de Grupo, por el Departamento del Derecho de la Competencia Legal del Grupo. En ausencia de un Asesor General Local "LGC", el Asesor Jurídico Externo (aprobado por el Departamento del Derecho de la Competencia Legal del Grupo) realizará el entrenamiento.

Paquete de entrenamiento

Un paquete de capacitación FTF ("**Paquete de capacitación FTF**") que incluye material de capacitación estándar deberá ser proporcionado por Departamento del Derecho de la Competencia Legal del Grupo. Las variaciones sustanciales del paquete de capacitación FTF deben ser acordadas con el Departamento del Derecho de la Competencia Legal del Grupo antes que se realice el entrenamiento FTF en el las Compañías respectivas del Grupo.

Documentación de cumplimiento

La participación en la capacitación de FTF por parte de los empleados HE debe registrarse mediante la firma en una lista de participación o por cualquier otro medio verificable (en papel o en formato electrónico), que debe ser enviado y retenido por el Asesor General Local “LGC” o, a nivel del Grupo, por el Departamento del Derecho de la Competencia Legal del Grupo.

Anexo 4: Entrenamiento E-Learning

Propósito

El entrenamiento de E-Learning tiene como objetivo aumentar la consciencia de los empleados, funcionarios y directores sobre los principios básicos de derecho de la competencia en todos los niveles de todo el Grupo.

Alcance y frecuencia

Todos los empleados ME deben completar la capacitación E-Learning al menos cada tres años.

Los empleados ME recién contratados deben recibir capacitación dentro de los primeros seis meses de empleo en la Compañía.

La exención de la frecuencia anterior solo puede ser otorgada, caso por caso, por el Departamento del Derecho de la Competencia Legal del Grupo.

Modalidades

La formación E-Learning se pone a disposición de las Compañías del Grupo en inglés. Es responsabilidad de las Compañías del Grupo la traducción en los idiomas locales, en la medida que sea necesario.

El Asesor General Local “LGC” debe asegurarse que los empleados ME puedan acceder adecuadamente a la herramienta E-Learning.

Documentación de cumplimiento

Al completar con éxito la capacitación E-Learning, cada empleado ME debe firmar una declaración de finalización (si la herramienta no genera un certificado automático), que debe ser enviada y retenida por el Asesor General Local “LGC” o, a nivel del Grupo, por el Departamento del Derecho de la Competencia Legal del Grupo.