

1. OBJETIVO

El objetivo de esta Norma es prevenir la ocurrencia de infracciones a la legislación de defensa de la competencia vigente, orientando a todos los colaboradores (en cualquiera de sus modalidades de contratación) de Loma Negra C.I.A.S.A. y sus compañías subsidiarias (en adelante, la “Compañía”) sobre cómo pautar su conducta profesional diaria en lo que se refiere a la relación con la competencia.

La Ley de Defensa de la Competencia N° 27.442 (en adelante, la “Ley de Defensa de la Competencia”) tiene como objetivo promover la competencia libre y justa en todos los mercados y la defensa del Interés Económico General. La normativa se aplica a todas nuestras relaciones comerciales: negociaciones con clientes, distribuidores y proveedores, contacto con competidores, marketing y promociones de venta. La Ley de Defensa de la Competencia prohíbe la adopción de conductas que restrinjan la competencia, la producción, la innovación, o que resulten en aumentos de precios abusivos o discriminatorios en detrimento de los consumidores.

El objetivo de la Ley de Defensa de la Competencia es asegurar la Libre Competencia, estimular la innovación tecnológica, incrementar la elección del consumidor y alentar niveles de precios más bajos, lo que se logra por medio de mercados competitivos.

Violar la Ley de Defensa de la Competencia puede tener consecuencias financieras y administrativas graves, afectar la imagen de marca y generar severas penalidades. Ellas incluyen multas, restricciones a las actividades de la empresa condenada y también, sanciones a los individuos involucrados, según los detallaremos a continuación.

El propósito de esta Norma es familiarizarlo/a con los principios generales de la Ley de Defensa de la Competencia y darle recomendaciones sobre la conducta apropiada a seguir. El área de Legales de la Compañía se encuentra disponible para responder cualquier duda.

Consecuencias para la Compañía:

- a) Multas: Las empresas que violan las reglas de la competencia están sujetas a severas multas, que representan un porcentaje relevante de su facturación.

- b) Reparación por daños y perjuicios: Personas y/o empresas que se consideren perjudicadas por una violación a la Ley de Defensa de la Competencia pueden iniciar un reclamo judicial y requerir indemnización por los daños sufridos. Dichos reclamos pueden darse también por medio de acciones colectivas en representación de cientos, miles y también millones de personas.
- c) Riesgo a la reputación: Las condenas por violación a la Ley de Defensa de la Competencia tienden a ser ampliamente divulgadas y generan publicidad negativa para las empresas. Además, muchas veces, la condena incluye la publicación de la sanción en periódicos de gran circulación y en sus sitios electrónicos, lo que denigra aún más la reputación de la empresa involucrada.
- d) Desperdicio de recursos por la Compañía: Las investigaciones por violación a la Ley de Defensa de la Competencia insumen: a) muchos recursos económicos de la compañía, y b) una considerable cantidad de tiempo y energía de funcionarios de la empresa, quienes deben involucrarse en la defensa de la empresa involucrada.
- e) Prohibición de contratar con la Administración Pública: Las empresas condenadas por violación a la Ley de Defensa de la Competencia pueden ser excluidas de la participación en licitaciones públicas promovidas por cualquier ente de la Administración Pública por un período de hasta 8 (ocho) años.
- f) Cancelación de contratos: Cualquier disposición contractual que infrinja la Ley de Defensa de la Competencia puede ser considerada nula y sin efecto.
- g) Pérdida o no concesión de beneficios tributarios a la Compañía: Al condenar a una empresa por violación a la Ley de Defensa de la Competencia, las autoridades de Defensa de la Competencia pueden recomendar a las autoridades fiscales que no concedan beneficios tributarios a la empresa condenada.

Consecuencias para los individuos involucrados:

- a) Multas: Los individuos que violen la Ley de Defensa de la Competencia pueden ser condenados al pago de multas. Dicha ley no diferencia entre individuos y empresas para el monto de la multa.
- b) Reparación por daños y perjuicios: Personas y/o empresas que se consideren perjudicadas por una violación a la Ley de Defensa de la Competencia pueden iniciar un

reclamo judicial contra todos los involucrados y requerir indemnización por los daños sufridos. Dichos reclamos pueden darse también por medio de acciones colectivas en representación de cientos, miles y también millones de personas.

- c) Inhabilitación para ejercer el comercio: Las personas sancionadas por violación a la Ley de Defensa de la Competencia pueden ser declaradas inhabilitadas para ejercer el comercio por un plazo de entre 1 (uno) y 10 (diez) años.

Por lo tanto, queda clara la importancia de prevenir la ocurrencia de infracciones de esta naturaleza. Por esta razón, la presente Norma debe ser estrictamente cumplida por todos las personas que trabajan en la Compañía.

2. DEFINICIONES Y SIGLAS

Compañía – Es la sociedad Loma Negra C.I.A.S.A. y todas sus empresas subsidiarias.

Competencia – Es el proceso de competición entre agentes económicos que operan en segmentos comerciales semejantes.

Libre Competencia – Es la situación de un mercado en que los diferentes productores/vendedores de un determinado bien o servicio actúan de manera independiente ante los compradores/consumidores, teniendo en vista alcanzar el objetivo de su negocio. En el ambiente de libre competencia, las empresas son impulsadas a operar eficientemente, estimulando innovación tecnológica y ampliando la disponibilidad de productos mejores para el consumidor.

Ley de Defensa de la Competencia - Es la ley Argentina N° 27.442 que tiene por objetivo prohibir y sancionar Conductas Anticompetitivas, relacionadas con el intercambio de bienes o servicios, que causen perjuicio al Interés Económico General.

Interés Económico General - Es el interés de los consumidores finales, para que estos no paguen, por un bien o servicio, un precio mayor que el que pagarían si hubiese Libre Competencia en el mercado.

Conductas Anticompetitivas – Son actos que tienen en vista o tienen potencial de eliminar o de cualquier forma limitar la Libre Competencia, pudiendo ser divididas en dos grupos: Conductas Colusorias y Conductas Unilaterales.

Conductas Colusorias – Son acuerdos o entendimientos entre competidores con el objetivo o efecto de reducir/eliminar la competencia para la obtención de ventajas económicas indebidas.

Conductas Unilaterales – Son conductas abusivas, realizadas por una empresa con posición dominante en un determinado mercado, que pueden ser exclusorias (cuando intentan excluir competidores del mercado) o explotativas (cuando abusan de los consumidores).

Información Competitivamente Sensible – Son informaciones del negocio que puedan influenciar la actuación de los competidores en el mercado, es decir, son informaciones estratégicas y confidenciales sobre: precio, descuentos, costos, márgenes de ganancia, planes comerciales y de marketing, planes de inversiones y lanzamiento de nuevos productos, etc. El intercambio de información sensible con competidores está estrictamente prohibido.

Programa de Clemencia - El artículo 60 de la Ley de Defensa de la Competencia establece que cualquier persona (física o jurídica) que haya incurrido o se encuentre incurriendo en una conducta de las tipificadas por el artículo 2 de la Ley de Defensa de la Competencia (los denominados cárteles de núcleo duro - prácticas absolutamente restrictivas de la competencia), podrá presentarse ante la Autoridad Nacional de la Competencia, revelando dicha conducta y solicitando que le sea otorgado el beneficio de exención o reducción de las multas previstas por la Ley de Defensa de la Competencia para este tipo de conductas.

A fin de poder acogerse al beneficio de la exención total de la multa, el solicitante del beneficio deberá reunir los siguientes requisitos:

- a) Ser el primero entre los involucrados en la conducta en suministrar información y aportar elementos de prueba que le permitan a la Autoridad Nacional de Competencia determinar la existencia de la práctica;
- b) Cesar de forma inmediata con su accionar. La única excepción a este punto es cuando la Autoridad Nacional de la Competencia expresamente requiera al solicitante del beneficio que continúe con el accionar o conducta violatoria;
- c) Cooperar en todo momento y hasta la conclusión del procedimiento con la Autoridad Nacional de la Competencia;
- d) No destruir, falsificar u ocultar pruebas de la conducta anticompetitiva; y
- e) No divulgar su intención a acogerse al beneficio.

El solicitante debe presentarse antes de haber recibido la imputación.

3. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

Del Área de Legales – (i) implementa y mantiene actualizada esta Norma de acuerdo con las especificidades de la legislación local; (ii) realizar, junto al área de Compliance, los entrenamientos necesarios para el conocimiento y garantía de cumplimiento de esta Norma; (iii) presta consultoría a las demás áreas de la Compañía en los temas relacionados con esta Norma; (v) define y supervisa el monitoreo del cumplimiento Norma; y (vi) conduce procesos de comunicación relacionados a esta Norma.

Del Área de Capital Humano – (i) coordina la obtención de la firma de los documentos definidos por el área de Legales por todos los colaboradores, y organiza y mantiene esos documentos junto con el legajo de cada colaborador; (ii) organiza y asegura que todos los colaboradores de la Compañía seleccionados reciban los entrenamientos necesarios que serán realizados por el área de Legales; y (iii) organiza y asegura que cada nuevo colaborador admitido sea debidamente entrenado.

Del Comité de Ética y Cumplimiento – recibe informaciones, analiza y encamina los asuntos a las áreas, según el caso.

De la Gerencia de Auditoría, SOX, Riesgos y Compliance – operacionaliza el monitoreo del cumplimiento de esta Norma.

4. CRITERIOS Y REGLAS

4.1. Principios fundamentales de las reglas de defensa de la competencia

De una manera general, las prácticas lesivas a la Libre Competencia se dividen en dos grandes grupos: (i) Prácticas Colusorias, e (ii) Prácticas Unilaterales.

La descripción de prácticas desarrollada a continuación no es exhaustiva. En el caso de dudas, el área de Legales deberá ser previamente consultado.

4.1.1 Directrices Generales

La Compañía siempre debe actuar de forma independiente con relación a sus competidores, ya sea en el ámbito privado o en negociaciones con organismos públicos.

Se encuentran expresamente prohibidos acuerdos y/o intercambios de Información Competitivamente Sensible con competidores.

Cualquier entendimiento, plan, arreglo, o acuerdo (escrito o no) entre la Compañía y sus competidores, que envuelva cualquiera de las siguientes materias, se encuentra **absolutamente prohibido** por esta Norma:

a) *Contactos con la competencia*

Acuerdos o entendimientos entre competidores, directos o indirectos, pueden generar preocupaciones de competencia y deben ser abordados con mucha cautela. Distintos acuerdos/entendimientos con competidores están prohibidos por la Ley de Defensa de la Competencia.

Las reglas del derecho de Defensa de la Competencia no exigen forma específica para que un acuerdo/entendimiento entre competidores sea considerado ilícito. Acuerdos no escritos (incluso un mero “acuerdo de caballeros”), como también acuerdos tácitos pueden ser suficientes para la caracterización de una conducta anticompetitiva. Del mismo modo, pueden constituir ilícitos de competencia, meros intercambios de Información Competitivamente Sensible.

Cuando mantenga reuniones con competidores, restrinja su participación a temas cuya información esté disponible en fuentes públicas, dejando de lado cualquier discusión que involucre información no pública, que, si se comparte, resulte en ventajas competitivas.

Siempre que sea posible, obtenga la agenda previa de cualquier evento o reunión con competidores para asegurarse de que no habrá discusiones que involucren información sensible. Comparta esa agenda previa con el área de Legales.

Todas las reuniones con la Competencia deben ser registradas en el formulario [Registro de Reuniones con la Competencia](#).

b) *Fijación de precios, cuotas de producción y/o condiciones de venta*

Acuerdos entre competidores, explícitos o tácitos, que influyeran, directa o indirectamente, la fijación de precios, reajustes, descuentos, cuotas de producción y/o condiciones de venta están expresamente prohibidos.

c) *Asignación de clientes o territorios de venta*

También están expresamente prohibidos los acuerdos entre competidores para: (i) dividir mercados y territorios; (ii) asignar ventas según los clientes o productos; (iii) controlar o limitar

la producción de bienes y servicios; (iv) limitar o controlar el nivel de inversiones a realizar por la empresa o desarrollo tecnológico; o (v) impedir o dificultar, mediante la creación de barreras de entrada, el ingreso de nuevos competidores en el mercado.

Acuerdos para asignación de revendedores o aun acuerdos de “respeto mutuo” a la red de revendedores de la competencia también están prohibidos por la Ley de Defensa de la Competencia.

d) Rechazo colectivo de suministro o de contratar (boicot)

En principio, las empresas pueden elegir libremente sus socios comerciales siempre que lo hagan de forma independiente y no discriminatoria.

Por ello, un acuerdo entre dos o más competidores para rechazar un suministro/contratación o para de cualquier otra manera, boicotear determinada empresa/individuo, dificultando o impidiéndole al mismo realizar sus actividades comerciales de forma libre, se encuentran expresamente prohibidos y configuran una violación a la Ley de Defensa de la Competencia.

También está prohibido desarrollar cualquier tipo de discusión, comunicación, entendimiento, plan, arreglo o acuerdo con un competidor para limitar el número de proveedores o abstenerse de desarrollar negocios con un cliente o proveedor en particular.

e) Acuerdos sobre distribución de revendedoras

Acuerdos entre competidores para asignar revendedores o aun acuerdos de “respeto mutuo” a la red de revendedores de cada una de las empresas competidoras también están terminantemente prohibidos por la Ley de Defensa de la Competencia.

f) Acuerdos sobre participación en licitaciones públicas

La realización de acuerdos entre competidores para determinar el resultado de una licitación pública configura una violación a la Ley de Defensa de la Competencia.

La Compañía siempre debe actuar de forma independiente en relación con sus competidores, lo que incluye:

- Nunca realizar acuerdos con competidores para incrementar o fijar precios y condiciones;
- Nunca realizar acuerdos con competidores para dividir un conjunto de licitaciones o lotes de la licitación;

- Nunca realizar acuerdos con competidores para que no comparezcan a la licitación, o retiren una propuesta formulada. Del mismo modo, nunca consentir en no comparecer o retirar una propuesta para favorecer a la competencia;
- Nunca realizar acuerdos con la competencia para la presentación de propuestas “pro forma”, es decir, acuerdos para presentar propuestas con precios indebidamente elevados o con vicios reconocidamente descalificatorios;
- Nunca combinar rotaciones con la competencia, es decir, nunca realizar acuerdos mediante los cuales la competencia se alternan entre los vencedores de una licitación específica. Por ejemplo, las empresas A, B y C combinan que la primera licitación será ganada por la empresa A, la segunda por la empresa B, la tercera por la empresa C y así sucesivamente; y/o
- Nunca hacer un acuerdo de no participar de las licitaciones o de desistir de la propuesta, a fin de ser subcontratados por los vencedores.

La única excepción se refiere a la hipótesis en que se celebre un consorcio/*joint venture* entre la Compañía y algunos de sus competidores, lo que deberá ser previamente sometido al análisis y autorización del área de Legales. En esa hipótesis, la Compañía actuará en la licitación a través del consorcio, el cual deberá cumplir con las reglas listadas precedentemente.

g) Intercambio de información sensible

El intercambio de Información Competitivamente Sensible entre competidores también puede resultar en una violación a la Ley de Defensa de la Competencia y, por ello, deben ser evitadas al máximo. El intercambio de Información Competitivamente Sensible entre competidores solamente debe ocurrir en el caso de negociaciones formales, debidamente validadas y en la forma aprobada por el área de Legales.

En este contexto es necesario cautela en contactos o discusiones con la competencia, debiendo ser evitadas discusiones, entre otros, sobre los siguientes asuntos:

- Precio, incluyendo descuentos y bonificaciones concedidos a clientes;
- Costos, incluyendo costos de flete, tributos y créditos;
- Márgenes de ganancia;
- Propuestas y pedidos de cotización;
- Relación con clientes;
- Planes comerciales;
- Planes de inversiones;
- Lanzamiento de nuevos productos; y/o
- Participación en licitaciones públicas.

La información será sensible también dependiendo de:

- Su antigüedad: la información con menos de 12 (doce) meses de antigüedad se considera sensible;
- Su detalle: cuanto más detallada sea la información, más riesgoso es su intercambio; y
- Su fuente: si el origen de la información es una fuente pública (por ej. un sitio web estatal) la misma no se considera sensible. Si el origen es la propia empresa, la información no debería ser compartida.

En el caso de Fusiones, Adquisiciones y otros contactos legítimos con la competencia:

El intercambio de Información Competitivamente Sensible en el ámbito de transacciones comerciales también debe ser tratado con mucha cautela, principalmente si la operación en cuestión involucra empresas de la competencia.

Las transacciones comerciales involucrando a la competencia (fusiones, adquisiciones y *joint ventures*) exigen cuidados especiales desde su concepción. Reglas claras y bien delimitadas sobre el flujo de información deben ser previamente establecidas. Es esencial limitar el propósito de cualquier potencial intercambio de informaciones a lo estrictamente necesario a la realización del negocio.

El área de Legales de la Compañía siempre debe ser previamente informado sobre las operaciones de esa naturaleza para que pueda orientar y estructurar la mejor forma de proceder con la operación.

Operaciones de esta naturaleza normalmente involucran la necesidad de aprobación por parte de las autoridades de defensa de la competencia. Por ello, es indispensable consultar al área de Legales para saber cómo proceder con relación al intercambio de informaciones, antes y después de la firma de los contratos.

Cómo proceder si la competencia lo contacta para tratar Información Competitivamente Sensible:

En el caso que sea contactado por una competidora que busca realizar un acuerdo o intercambiar informaciones de mercado, deje claro que la Compañía prohíbe tal tipo de contacto y termine inmediatamente dicha discusión. Deje en claro su negativa no sólo en correos electrónicos y comunicaciones por escrito, sino también en conversaciones telefónicas.

Si recibe información comercial sensible de un competidor, que no debería haber recibido:

- Responda de inmediato indicando que no buscó esta información y notifique a su área de Legales; y
- No divulgue la información a otros y considere si su conocimiento de la información debería impedirle tomar decisiones o acciones potenciales en el futuro.

Recuerde las siguientes reglas en los contactos con la competencia:

Reglas a ser respetadas en el contacto con la competencia	
<p>Nunca discutir con la competencia sobre precios existentes en el mercado, descuentos, bonificaciones, márgenes y costos.</p> <p>Nunca discutir o acordar precios o cualquier componente del precio con la competencia.</p> <p>Nunca discutir o acordar propuestas y pedidos de cotización ni participación en licitaciones.</p> <p>Nunca proveer listas de precios a la competencia o cualquier material / información a partir del cual la competencia puede tener acceso a los precios fijados por la Compañía.</p> <p>Nunca solicitar o aceptar de la competencia la lista de precios o cualquier material / información que contenga informaciones sobre precios fijados por la competencia.</p> <p>Nunca discutir la relación con clientes, tampoco acordar división de clientes o zonas de actuación.</p>	<p>Está permitido obtener informaciones sobre precios existentes en el mercado a partir de la información brindada voluntariamente por clientes o terceros para fines de monitoreo del comportamiento del mercado. Sin embargo, dichos clientes/terceros no pueden actuar a pedido de la Compañía ni de la competencia.</p> <p>Está permitido el intercambio de información en el ámbito de transacciones comerciales con la competencia, siempre dentro de los límites de lo estrictamente necesarios para la realización del negocio y sólo después que el área de Legales haya aprobado las reglas para el flujo de información aplicable al caso específico.</p> <p>Siempre consultar al área de Legales en el caso de duda.</p> <p>Mantenga el contacto con competidores al mínimo indispensable.</p>

<p>Nunca indicar a la competencia que la empresa los acompañará en el caso que ellos aumenten sus precios.</p> <p>Nunca discutir o acordar planes comerciales y/o planes de inversión independientes de la Compañía.</p>	
--	--

h) Participación en Asociaciones, Cámaras y otras entidades

En principio, la participación en asociaciones, cámaras y otras entidades (en adelante, las “Entidades”) es legítima y, por sí sola, no configura una violación a las reglas de derecho de la competencia. Sin embargo, muchos acuerdos ilícitos entre competidores han ocurrido en el ámbito de esas Entidades y, como tal, han sido sancionados por las autoridades de defensa de la competencia en Argentina y en el exterior. Consecuentemente las Entidades están bajo frecuente análisis de las autoridades de defensa de la competencia. Por ello su participación en dichos foros debe ser vista con cuidado.

La participación de la Compañía en Entidades debe ser evaluada y aprobada por el Director General de la Compañía que, para ello, deberá tener en cuenta: a) su regular constitución y actuación, en conformidad con las leyes vigentes en Argentina, y b) la utilidad para la Compañía de participar en la Entidad.

La Compañía sólo debe participar de Entidades que se relacionen con su sector y que tengan un rol que sea útil, legítimo y que propicie la Libre Competencia.

Los colaboradores de la Compañía solamente deben representar a la Compañía en reuniones de Entidades a las cuales ésta se encuentre asociada.

Discusiones en las reuniones de Entidades

Es importante tener presente que los temas tratados en el marco de una Entidad no implican una exención a la aplicación de la Ley de Defensa de la Competencia. Tanto la Entidad, como sus miembros e incluso los funcionarios de las empresas presentes en las reuniones en que ocurrió una violación a la Ley de Defensa de la Competencia, están sujetos a investigaciones administrativas y a sus respectivas sanciones.

De ese modo, a fin de evitar que ocurra una violación a la Ley de Defensa de la Competencia es importante que el representante de la Compañía no participe de ninguna reunión que involucre alguno de los siguientes temas:

- Políticas de precios;
- Licitaciones pasadas, actuales o futuras;
- Producción o cuotas de ventas, capacidad, costos o volumen;
- Descuentos y promociones;
- Términos y condiciones de venta ofrecidos a determinado cliente;
- Identificación de clientes;
- Asignación de clientes o áreas;
- Rechazos de contratación con otras empresas; y/o
- Distribuidores y/o clientes.

Por lo tanto, es muy importante que la comunicación en el ámbito de estas Entidades sólo contenga información necesaria para la operación ordinaria de dichas asociaciones tales como, seguridad, medio ambiente, etcétera.

Participación de la Compañía en estudios del sector que involucre recolección de datos de las empresas miembros

La elaboración de informes y estudios con estadísticas sobre aspectos relevantes de la industria es una de las funciones más importantes de una Entidad. Ese intercambio de informaciones puede resultar en efectos pro-competitivos, como incremento de eficiencia, reducción de costos e incremento de la seguridad del trabajo.

Muchas de las discusiones en las Entidades se refieren a preocupaciones comunes de naturaleza ambiental, tendencias económicas, políticas públicas asociadas al sector y cuestiones laborales, los cuales normalmente no representan infracciones a la ley de defensa de la competencia.

Sin embargo, se encuentran prohibidos los intercambios de Informaciones Competitivamente Sensibles entre la competencia. Del mismo modo, la Entidad no puede elaborar estudios que divulguen las siguientes informaciones: (i) políticas de precios, actuales o futuras de sus asociadas; (ii) la participación de mercado de las empresas del rubro; (iii) la participación de sus asociadas en licitaciones pasadas o actuales; (iv) costos del negocio de cada una de sus asociadas; (v) descuentos y promociones realizados por sus asociadas; (vi) términos y condiciones de venta ofrecidos a determinado cliente; e (vii) identificación de clientes de sus asociadas.

Toda la información que se comparta debe tener una antigüedad de al menos 12 (doce) meses.

Las Entidades y sus miembros pueden realizar estudios sobre niveles generales de precios históricos (es decir con una antigüedad de al menos 12 -doce- meses), comportamiento de la demanda y comportamiento de la oferta. Dichos estudios se deben realizar con extrema cautela, especialmente cuando involucren la recolección y diseminación de informaciones comercialmente sensibles, como precios, participaciones de mercado, costos, niveles de producción y estimaciones de crecimiento del mercado. Es importante que dichos estudios tengan como base datos estadísticos e históricos que, presentados de forma agregada, no permitan a las empresas rivales identificar tendencias que los ayuden a prevenir el comportamiento comercial de sus competidores.

De ese modo es importante observar las siguientes reglas en lo que se refiere al procedimiento de recolección y diseminación de datos presentados a Entidades y asociaciones:

- Nunca brindar Información Competitivamente Sensible de la Compañía en reuniones de la Entidad;
- Nunca brindar Información Competitivamente Sensible de la Compañía en comunicaciones en que estén copiados funcionarios de otras empresas de la competencia, aunque estén actuando en nombre de la Entidad;
- Asegurarse que la Información Competitivamente Sensible enviada por la Compañía sea dirigida a una persona de la Entidad que no tenga vínculo de empleo con cualquier empresa de la competencia; y
- Nunca informar datos comerciales actuales o futuros de la Compañía, sino que presentar datos “históricos” (es decir con una antigüedad mayor a 12 (doce) meses).

Es esencial que los informes/estudios elaborados por la Entidad cumplan con las siguientes reglas:

- Se refieran sólo a datos “históricos” (es decir con una antigüedad mayor a 12 (doce) meses);
- Diseminen la información sólo de forma agregada, es decir sin mayor detalle. Cuanto más agregada es la información, menor es el riesgo de efectos anticompetitivos. Las informaciones no deben permitir la identificación de datos individualizados de empresas o posibles prácticas comerciales de la competencia; y
- Mantengan la identificación de las empresas participantes y de sus datos bajo absoluto secreto.

Participación de la Compañía en Entidades que elaboran listas de precios

En los mercados de cemento y hormigón, la elaboración, la divulgación y la implementación de listas de precios por Entidades configuran ilícitos de competencia, ya que dichas listas pueden facilitar e influenciar la adopción de precios uniformes entre la competencia. Siendo así, personas vinculadas a la Compañía no deben participar de ninguna discusión que tenga por objetivo la elaboración, divulgación o implementación de listas de precios, aunque sean sólo indicativas.

Recuerde las siguientes reglas en reuniones de Entidades:

Reglas a ser respetadas en reuniones de Entidades	
<p>Nunca se involucre en actividades entre competidores prohibidas por la Ley de Defensa de la Competencia.</p> <p>No participe en reuniones de Entidades cuyo propósito, objeto o consecuencias sean restringir la competencia. Evite cualquier discusión o conducta que pueda conducir a acusaciones de acuerdos prohibidos. Sea cuidadoso con las discusiones informales.</p> <p>Nunca intercambie información sobre precios, capacidad/producción, condiciones de venta, o cualquier otro tipo de información comercialmente sensible.</p> <p>En las reuniones, no permita que las otras persona/s presente/s asuma/n que su silencio implica conformidad con una propuesta para coordinar la actuación en el mercado. Exprese claramente su oposición y retírese de la reunión.</p>	<p>Asegúrese de recibir y/o preparar, según corresponda, en forma previa a cualquier reunión de una Entidad la agenda que indique los temas que serán discutidos, revise la agenda con el área de Legales y asegúrese que la agenda sea estrictamente respetada. También asegúrese que se preparen minutas de la reunión y que dichas minutas sean circuladas entre todos los asistentes a la reunión.</p> <p>Asegúrese que el acta de la reunión sea distribuida, registrada y firmada.</p> <p>Sea cauteloso en relación con reuniones informales y conversaciones durante los intervalos de las reuniones.</p> <p>Registre formalmente su objeción en el caso de actividades potencialmente contrarias a las reglas de la competencia. Es necesario que se deje perfectamente claro que representantes de la Compañía no participarán de dichos contactos, exigiendo a los demás presentes que suspendan inmediatamente la discusión.</p>

	<p>En el caso que dicha discusión no sea inmediatamente terminada, retírese de la reunión, haga constar en el acta su objeción y retirada, como también comunique el hecho inmediatamente al área de Legales.</p> <p>Aplique los mismos principios en discusiones fuera de las Entidades (tales como almuerzos y cenas).</p> <p>La discusión conjunta de estándares técnicos en la industria no es, en principio, riesgosa siempre que sea pautada por razones de seguridad, calidad u otros beneficios a los consumidores y no para excluir posibles competidores.</p> <p>Actividades conjuntas ante autoridades (tales como, discusión de iniciativas legislativas) también son legítimas, siempre que no involucren compartir de informaciones sensibles con la competencia.</p>
--	---

En el caso que sea elaborada un Acta en las reuniones o trabajos mencionados anteriormente, entregue una copia al área de Legales para que proceda con el archivo de ella.

En cualquier situación de contacto con la competencia, complete adecuadamente el formulario de [Registro de Reuniones con la Competencia](#) haciendo clic aquí.

i) Contactos con Revendedores

En el contacto con revendedores está expresamente prohibido establecer criterios distintos de tratamiento de revendedores en igualdad de condición, como también intervenir de manera arbitraria en la conducción y administración de los negocios de los revendedores.

Acuerdos relativos a precios

Inicialmente es importante destacar que, no están prohibidos los intercambios de informaciones sobre precios con revendedores y acuerdos sobre algunos componentes de los precios con revendedores. Sin embargo, la imposición al revendedor del precio de reventa o precio mínimo de reventa configura una violación a la Ley de Defensa de la Competencia.

Los revendedores deben ser libres de decidir en forma totalmente independiente el precio de reventa de los productos de la Compañía. Incluso si no se encuentra prohibido, en ciertos casos, el hecho de preparar una lista de precios indicativos o recomendados podría interpretarse como ilegal al hacer esos precios obligatoriamente restrictivos (particularmente al ofrecer una recompensa a los vendedores minoristas que los apliquen o al sancionar a aquellos que no los apliquen).

Así, debe ser evitada cualquier conducta que pueda ser interpretada como un esfuerzo para exigir que un revendedor respete determinado nivel de precio impuesto/recomendado por la Compañía.

En el caso que la Compañía entienda que la sugerencia de precio de reventa sea determinante para su política comercial, el área de Legales deberá ser consultada previamente.

Restricciones territoriales para revendedores o distribuidores

Una empresa puede ofrecer sus productos exclusivamente por medio de distribuidores y/o revendedores seleccionados en determinados territorios. Generalmente está permitido que las empresas seleccionen revendedores y distribuidores para áreas geográficas específicas y determinen que tales áreas sean el foco primario de atención.

Sin embargo, no se debe impedir que dichos revendedores y/o distribuidores comercialicen el producto en cuestión fuera de sus territorios, salvo en los casos en que las características específicas del negocio y la extensión de la restricción justifiquen dicha práctica. Cualquier decisión sobre posibles restricciones territoriales debe ser antes revisada por el área de Legales.

Restringir revendedores o distribuidores a determinados clientes

La limitación para que un revendedor o distribuidor pueda vender sólo a determinados clientes está regida por las mismas reglas que las restricciones territoriales.

Está permitido seleccionar distribuidores especializados en determinados tipos de cliente y designar dichos clientes como foco de atención primario.

Sin embargo, no se debe impedir que dichos revendedores y/o distribuidores comercialicen el producto en cuestión a otros clientes, salvo en los casos en que las características específicas del negocio y la extensión de la restricción justifiquen dicha práctica. Cualquier decisión sobre posibles restricciones de venta a clientes debe ser antes revisada por el área de Legales.

Acuerdos de exclusividad

Los acuerdos de exclusividad celebrados con distribuidores y/o revendedores pueden generar cuestionamientos desde el punto de vista de defensa de la competencia en el caso que configuren la creación de barreras a la expansión o ingreso de competidores. Del mismo modo, acuerdos de largo plazo en que un distribuidor se obliga a adquirir una parte sustancial de los productos a un único vendedor pueden ser cuestionados por las autoridades de defensa de la competencia.

La ilegalidad o no de la práctica dependerá básicamente de la disponibilidad de otros revendedores/distribuidores en el mercado que puedan ser usados por la competencia de la Compañía.

En el caso de que desee celebrar contratos de exclusividad o de largo plazo con revendedores/distribuidores, pida la previa aprobación del área de Legales.

Rechazo de Suministro a un distribuidor o a un revendedor

La Ley de Defensa de la Competencia determina que el rechazo de contratar en condiciones normales de mercado puede configurar una conducta anticompetitiva.

Siempre consulte con el área de Legales para la adopción de los mejores procedimientos cuando entienda que la Compañía deba rechazar un negocio con determinado distribuidor o revendedor.

Discriminación de precios y servicios

Es ilegal que una empresa que tiene una posición dominante trate en forma diferente a sus clientes, a menos que exista una razón objetiva para hacerlo. La prohibición legal de las prácticas discriminatorias se relaciona primariamente con las diferencias que afecten

directamente los precios de venta o los precios de los servicios establecidos por la empresa. También se refiere a diferencias en el trato en lo que hace a límites de crédito o condiciones de pago.

Siendo así, es importante que la Compañía tenga reglas claras sobre qué requisitos justifican la diferenciación en las condiciones de precios, condiciones tarifarias y métodos de pago entre distintos clientes. En caso de duda consulte con el área de Legales.

Rebajas y descuentos

Las rebajas y descuentos deben estar basadas en mejoras en eficiencia y estar relacionados con ahorros de costos identificables, por ejemplo, con relación a los volúmenes.

Las rebajas basadas en la lealtad de los clientes, por ejemplo, rebajas condicionadas a la obligación del cliente de comprar todas o una parte sustancial de los requerimientos de productos al proveedor durante cierto periodo, son ilegales.

Los descuentos basados en objetivos, es decir, sujetos al logro de metas, generalmente son ilegales. Los sistemas de descuentos que se refieren a objetivos de participación de mercado o cuotas de mercado mínimas están prohibidos.

Los sistemas progresivos de descuentos cuantitativos, como, por ejemplo, los sistemas de descuentos que involucran una escala de precios, por lo que la tasa del reembolso depende de la cantidad total comprada por el cliente durante un periodo determinado generalmente, está permitida.

Los sistemas de reembolsos no escritos, no transparentes o subjetivos también son ilegales.

Recuerde las siguientes reglas en el contacto con distribuidores y revendedores:

Reglas a ser respetadas en el contacto con distribuidores y revendedores	
No fijar precio de reventa a distribuidores y revendedores.	Siempre justificar porque se elige la distribución exclusiva.
No fijar precio de reventa mínimo a distribuidores y revendedores.	Siempre justificar el tratamiento diferenciado concedido a determinado distribuidor o revendedor.

<p>No fijar margen de ganancia a los clientes y distribuidores y tampoco el descuento que estos pueden conceder.</p> <p>No exigir la adopción de precio de reventa por medio de amenazas, intimidaciones, avisos y penalizaciones.</p> <p>No obligar al distribuidor/revendedor a revender los productos de la empresa en un determinado territorio sólo y/o con exclusividad, salvo en los casos justificables y previamente aprobados por el área de Legales.</p> <p>No obligar al distribuidor/revendedor la reventa de los productos de la empresa solo a clientes exclusivos, salvo en los casos justificables y previamente aprobados por el área de Legales.</p> <p>No ofrecer condiciones distintas para revendedores/distribuidores en la misma situación.</p> <p>No rechazar la negociación con un tercero (cliente, proveedor, asociado, etc.) interesado en contratar con la Compañía según las condiciones normales de mercado.</p>	<p>Siempre analice con el área de Legales la negociación de descuentos o rebajas que se fijan por exclusividad o lealtad.</p>
--	---

j) Competencia desleal:

Está expresamente prohibida la práctica de actos considerados de competencia desleal, tales como:

- Prestar, publicar o divulgar, por cualquier medio, información falsa de la competencia o información;

- Imitar fachadas, embalajes, imágenes de producto, dominio de internet, marca, expresión o signo distintivo de propaganda utilizado por tercero con el objetivo de confundir al consumidor o utilizarse de cualquier otro medio fraudulento para desviar clientela de tercero en provecho propio;
- Usar marca, patente u otra propiedad intelectual de tercero sin la debida autorización;
- Hacer propaganda engañosa de sus productos, aun por omisión de información esencial que pueda llevar al consumidor a error; y/o
- Obtener por medios ilícitos o fraudulentos informaciones confidenciales de terceros.

4.2. Directrices Generales a ser observadas en la definición de estrategias y planes comerciales de la Compañía

Las violaciones a la Libre Competencia no se restringen a contactos con competidores, Entidades y revendedores, pero también incluyen la adopción de estrategias comerciales que pueden tener efectos lesivos al mercado.

a) *Venta atada*

La Ley de Defensa de la Competencia prohíbe la práctica conocida como “venta atada”. Una venta atada, es una venta en donde un vendedor obliga a un comprador que quiere comprar un producto en particular (o servicio) a comprar un segundo producto (o servicio) que el comprador no quiere, haciendo la compra del primer producto condicionado en la compra del segundo producto. Si el vendedor tiene una posición fuerte en el mercado de referencia, esto puede afectar negativamente a la competencia en este mercado.

b) *Precios abusivos*

Es importante aclarar que, las autoridades de defensa de la competencia no tienen poder para determinar cuáles precios puede fijar una empresa. Sin embargo, cuando una empresa tiene posición dominante en un mercado, las autoridades tienen facultades para sancionar aumentos de precios que entiendan ser abusivos. Siendo así, es importante que la empresa registre claramente las razones que justifiquen los reajustes de la política de precios. Algunas de las razones aceptadas por las autoridades de defensa de la competencia son: elevación de los precios de la materia prima, aumento de los costos de logística, gastos en inversión en investigación y desarrollo, entre otros factores.

c) *Precios predatorios (precios excesivamente bajos)*

Está prohibido fijar precios por debajo de los costos de producción. Incluso si, en una economía de mercado, la venta de un producto a bajo precio como resultado de mejoras técnicas o procesos optimizados de gestión o comercialización parece ajustarse al principio de libertad de empresa y a la obligación de competitividad, esto no es el caso cuando una empresa propone productos a un precio que sólo cubre parte de los costos de sus productos con el único objetivo de eliminar competidores, atraer clientes y asegurar una posición ventajosa frente a sus competidores. Las prácticas de fijación de precios que resultan en la eliminación de una empresa o uno de sus productos de un mercado o que impiden la entrada de una empresa o uno de sus productos en un mercado, están prohibidas.

d) Creación de barreras al ingreso, funcionamiento o desarrollo de competencia

Se considera ilegal la creación de barreras para el ingreso, funcionamiento o desarrollo de la competencia.

De ese modo, no está permitido, por ejemplo, que un determinado productor firme un acuerdo de exclusividad con el único proveedor de determinada materia prima. Esa conducta excluiría cualquier posibilidad de que una nueva competidora ingrese al mercado, o también que los existentes se mantengan en el mercado. Es importante que la Compañía trate de actuar siempre en el interés de sus propios negocios, sin que para eso sea necesario perjudicar a la competencia.

Siempre consulte el área de Legales antes de firmar contratos de exclusividad, ya sea con cualquier proveedor o cliente y antes de adoptar cualquier conducta que limite la competencia en el mercado.

4.3. Implementación y monitoreo del cumplimiento de esta Norma y de la legislación aplicable

La fiscalización del estricto cumplimiento de esta Norma por los funcionarios incluirá auditorías internas periódicas, constante monitoreo de la implementación de programas de mercado y prácticas comerciales, y revisión periódica de procedimientos y conductas.

Conversaciones telefónicas, correos electrónicos y otras formas de comunicación que impliquen la utilización de herramientas facilitadas por la Compañía podrán ser verificados en cualquier momento. Lo mismo ocurre para documentos físicos y electrónicos de las Personas que trabajan en la Compañía, vehículo de la Compañía o en sus herramientas de trabajo (computadoras, celulares, teléfono fijo y otros).

Existe la posibilidad de realizar verificaciones internas que pueden ser realizadas por la Gerencia de Auditoría, SOX, Riesgos y Compliance con apoyo del área de Legales y de abogados o auditores externos, con el objetivo de verificar el cumplimiento de esta Norma.

Cualquier colaborador de la Compañía que identifique una situación que pueda configurar violación a la ley de defensa de la competencia debe comunicar el hecho al área de Legales o utilizar la Línea Ética. Todas las denuncias serán investigadas de acuerdo con el Protocolo de Gestión de la Línea Ética.

Es importante resaltar que, si bien el monitoreo por parte de la Compañía está restringido al lugar y a las herramientas de trabajo, las autoridades de defensa de la competencia pueden realizar inspecciones con mayores facultades.

Estas inspecciones, las cuales son sin anunciar, permiten a las autoridades tomar copias de documentos y algunas veces hasta llevarse esos documentos, secuestrar computadoras, teléfonos y agendas privadas, entrevistar al personal de la Compañía y llevan a cabo investigaciones exhaustivas sobre los equipos de electrónicos.

No hay límite en cuanto al tipo de compañía afectada por estas visitas. No sólo puede ser una compañía directamente sospechosa de prácticas contrarias a la competencia, sino que también puede ser un tercero, en particular un competidor o un cliente. Del mismo modo la inspección puede tener lugar en el domicilio fiscal de la compañía o en una sucursal, punto de venta, etc. La visita puede tener lugar en cualquier momento durante el procedimiento de investigación y una compañía puede ser objeto de varias inspecciones durante un procedimiento de investigación.

4.4 De la comunicación y entrenamiento

Esta Norma debe ser ampliamente comunicada a todos los colaboradores de la Compañía.

En los casos de dudas sobre el contenido de esta Norma consulte con el área de Legales. La no comprensión de cualquier punto de esta Norma no eximirá a las Personas que trabajan en la Compañía de las consecuencias de su incumplimiento.

Todos los funcionarios que estén directa o indirectamente involucrados en actividades comerciales y/o tuvieren contacto con clientes, distribuidores, proveedores y/o competidores deben: a) familiarizarse y sujetarse de manera estricta a la letra y el espíritu de la Norma y de

todas las leyes relacionadas con la Libre Competencia; y b) ser entrenados periódicamente en cuanto al adecuado uso y aplicación de esta Norma.

Línea Ética

En la medida en que lo permitan las leyes y regulaciones aplicables, un colaborador que sea testigo de un comportamiento que considera inapropiado y que se encuentra dentro del alcance de la presente Norma, puede informarlo a través de la Línea Ética de la Compañía (la “Línea Ética”).

4.5 Mecanismos de disciplina y corrección de infracciones a esta Norma y a la legislación aplicable

Las sospechas de infracción a esta Norma y a la Ley de Defensa de la Competencia serán examinadas por el área de Legales y por Capital Humano, Auditoría, Interna y Compliance a ese efecto, quienes deberán oír a todos los involucrados antes de tomar cualquier decisión definitiva.

En el caso que sea confirmada la infracción, los administradores y/o funcionarios responsables estarán sujetos a medidas disciplinarias internas, que serán impuestas por la Compañía tomando en consideración las circunstancias de cada caso concreto, sin perjuicio de las posibles sanciones previstas en leyes aplicables por las autoridades.

Esas medidas disciplinarias podrán variar desde advertencia verbal y participación obligatoria en programas de entrenamiento de competencia, entre otras, hasta el despido por justa causa.

En la definición de la sanción aplicable, la autoridad de Defensa de la Competencia tomará en cuenta la gravedad de la infracción cometida, considerándose principalmente los siguientes factores:

- Naturaleza de la práctica: si la infracción es sólo a esta Norma, si constituye infracción administrativa o una conducta anticompetitiva;
- Consumación: si la práctica llegó o no a ser implementada;
- Alcance: nivel de efecto en el mercado;
- Impacto sobre la imagen de la Compañía;
- Ventaja personal: si el responsable tuvo o tendría alguna ventaja con la práctica; y
- Buena fe: si el responsable tenía conciencia del carácter prohibido de la conducta.

Las medidas disciplinarias aplicadas por la Compañía no limitan o sustituyen las eventuales sanciones que pueden ser impuestas por las autoridades con base en la ley aplicable, ni eliminan la responsabilidad personal por los daños causados a la Compañía.

No serán toleradas violaciones a esta Norma y a la legislación vigente.

5. ANEXOS

No aplica.

6. REGISTROS

No aplica.

7. HISTORIAL

Versión 1.0: Se crea por Maria Virginia Linaza. Fecha: 30/12/2022.