

# POLÍTICA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Cementos Avellaneda S.A.



## 1. OBJETIVO

Esta Política de conformidad con el Derecho de Defensa de la Competencia (en adelante “la Política”) tiene como objetivo asegurar que los empleados, colaboradores, directores, ejecutivos, representantes y agentes de Cementos Avellaneda S.A. (en adelante “CASA” o la “Compañía”) actúen en estricta conformidad con los principios constitucionales, legales y demás normas que conforman el denominado Derecho de Defensa de la Competencia para garantizar que CASA compita en las áreas comerciales en las que opera, dentro del marco legal y sin el riesgo de incurrir en infracciones contra el orden económico, generando así valor para sus accionistas, consumidores, empleados, colaboradores, proveedores y demás socios comerciales.

Esta Política deberá ser leída e interpretada junto con el Código de Ética de CASA y otras políticas generales de administración.

## 2. ALCANCE

Esta Política se aplica a todos los empleados, colaboradores, directores, ejecutivos, representantes y agentes de CASA, incluyendo todas las empresas vinculadas, asociadas o colaboradoras de CASA, que desarrollen actividades comerciales y/o mantengan contacto con clientes, competidores y proveedores.

Todos los empleados, colaboradores, directores, ejecutivos, representantes y agentes de CASA, sin importar su país de origen o residencia, tienen la responsabilidad de comprender y cumplir esta Política en todo momento.

CASA y sus empleados están obligados a cumplir y hacer cumplir todas las directrices de las leyes de Defensa de la Competencia. La Dirección de CASA asume el compromiso de cumplimiento de esta Política.

## 3. DEFINICIONES

Siempre que se utilice en esta Política y a menos que el contexto señale expresamente otra cosa, los términos con las iniciales en mayúsculas tendrán, tanto en singular como en plural, así como en femenino o masculino, los siguientes significados:

**a. Código de Ética:** El Código de Ética de CASA que se encuentra disponible en la web corporativa.

**b. Canal de Línea Ética de CASA:** Canal destinado a recibir, administrar y gestionar las cuestiones de ética, especialmente aquellas relacionadas con la efectiva aplicación del Código de Ética y las distintas Políticas vigentes, entre ellas la presente Política.

**c. Comité de Ética:** Es el órgano que se encarga de la gestión e implementación del Sistema de Gobierno Corporativo y las distintas Políticas vigentes, entre ellas la presente Política.

**d. Departamento Jurídico:** Es el Departamento Jurídico de CASA.

**e. ICS:** es la Información Competitivamente Sensible y como tal confidencial, que puede afectar las condiciones de competencia entre los competidores, tales como precios,

# POLÍTICA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Cementos Avellaneda S.A.



cantidades, etc.

**f. CASA o la Compañía:** refiere a Cementos Avellaneda S.A. y a todas las empresas en las que Cementos Avellaneda S.A. pueda tener participación mayoritaria o el control, 'joint ventures', empresas vinculadas o asociadas.

## 4. DIRECTRICES

### 4.1 Visión general del Derecho de Competencia

En los países que adoptan la economía de mercado, la libre competencia es un valor fundamental protegido por el Estado a fin de asegurar que la competencia efectiva entre los agentes económicos propicie la asignación más eficiente de los recursos, garantizando así precios más bajos para el consumidor, mayor variedad de productos para su elección y mejores incentivos a la creatividad y a la innovación tecnológica. En los últimos años, ha habido una creciente armonización de las políticas de Defensa de la Competencia alrededor del mundo.

La libre competencia está protegida para evitar que sea limitada o desestabilizada por los agentes económicos con poder de mercado. Por lo tanto, las leyes de Defensa de la Competencia pretenden prevenir y reprimir las violaciones al orden económico, fundado en la libre iniciativa y la libre competencia.

No se considera violación del orden económico a la existencia de posición dominante. Únicamente el abuso de tal poder de mercado puede generar las sanciones previstas en la normativa aplicable.

Se entiende que hay posición dominante cuando una determinada empresa puede afectar las variables del mercado con prescindencia de la conducta de sus competidores, compradores o proveedores.

Se considera que existe abuso de posición dominante cuando el o los agentes que se encuentren en tal situación actúan de manera indebida, con el fin de obtener ventajas o causar perjuicios a otros, los que no hubieran sido posibles de no existir tal posición de dominio.

La conducta abusiva se configura por la adopción de cualquier práctica por un agente económico, que pueda, aunque potencialmente, generarle una ventaja o causarle un perjuicio a otros, incluso si el infractor no tuvo intención de dañar el mercado, o si teniendo la intención, no consiguió su objetivo.

De esta forma, las leyes de Defensa de la Competencia tratan de preservar y promover un mercado libre y competitivo. CASA apoya totalmente este objetivo y se compromete a actuar de acuerdo con el Derecho de la Defensa de la Competencia vigente en el país y en los demás lugares en los que realice actividades comerciales.

Dependiendo de la legislación aplicable, la violación del Derecho de Competencia puede tener consecuencias adversas en la esfera administrativa, civil e, incluso, en otros ordenamientos en el ámbito penal, para la Compañía, directores, empleados, colaboradores y ejecutivos. Las sanciones administrativas por conductas anticompetitivas pueden incluir, por ejemplo:

# POLÍTICA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Cementos Avellaneda S.A.



- Multas en función de los ingresos de la Compañía o el perjuicio causado.
- Multas para el administrador o responsable de la conducta.
- Publicación de las sanciones aplicadas a la Compañía y sus directores, administradores o empleados responsables de la conducta.
- Imputación de la responsabilidad de la Compañía a la persona jurídica controlante.
- Determinación del cese de las prácticas anticompetitivas, imposición de medidas cautelares, transferencia del control corporativo, venta de activos, cese parcial de actividad o cualquier otro acto o providencia necesarios para la eliminación de efectos perjudiciales para el orden económico.

Además de las sanciones administrativas, las infracciones a la competencia también pueden ameritar consecuencias en el ámbito civil (por ejemplo, solicitudes de indemnización de los consumidores perjudicados, anulación de contratos, etc.).

## 4.2. Prácticas anticompetitivas

Están prohibidas por la legislación las siguientes prácticas:

- Fijar, concertar o manipular en forma directa o indirecta el precio de venta, o compra de bienes o servicios al que se ofrecen o demandan en el mercado, así como intercambiar información con el mismo objeto o efecto.
- Establecer obligaciones de producir, procesar, distribuir, comprar o comercializar sólo una cantidad restringida o limitada de bienes, o prestar un número, volumen o frecuencia restringido o limitado de servicios.
- Repartir en forma horizontal zonas, mercados, clientes y fuentes de aprovisionamiento.
- Concertar o coordinar posturas en las licitaciones o concursos.
- Concertar la limitación o control del desarrollo técnico o las inversiones destinadas a la producción o comercialización de bienes y servicios.
- Impedir, dificultar u obstaculizar a terceras personas la entrada o permanencia en un mercado o excluirlas de éste.
- Fijar, imponer o practicar, directa o indirectamente, en acuerdo con competidores o individualmente, de cualquier forma precios y condiciones de compra o de venta de bienes, de prestación de servicios o de producción.
- Regular mercados de bienes o servicios, mediante acuerdos para limitar o controlar la investigación y el desarrollo tecnológico, la producción de bienes o prestación de servicios, o para dificultar inversiones destinadas a la producción de bienes o servicios o su distribución.
- Subordinar la venta de un bien a la adquisición de otro o a la utilización de un servicio, o subordinar la prestación de un servicio a la utilización de otro o a la adquisición de un bien.
- Sujetar la compra o venta a la condición de no usar, adquirir, vender o abastecer bienes o servicios producidos, procesados, distribuidos o comercializados por un tercero.
- Imponer condiciones discriminatorias para la adquisición o enajenación de bienes o servicios sin razones fundadas en los usos y costumbres comerciales.

# POLÍTICA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Cementos Avellaneda S.A.



- Negarse injustificadamente a satisfacer pedidos concretos, para la compra o venta de bienes o servicios, efectuados en las condiciones vigentes en el mercado de que se trate.
- Suspender la provisión de un servicio monopólico dominante en el mercado a un prestatario de servicios públicos o de interés público.
- Enajenar bienes o prestar servicios a precios inferiores a su costo, sin razones fundadas en los usos y costumbres comerciales con la finalidad de desplazar la competencia en el mercado o de producir daños en la imagen o en el patrimonio o en el valor de las marcas de sus proveedores de bienes o servicios.

## 4.3. Acuerdos con la Competencia

Los acuerdos con competidores con el objetivo de limitar o de restringir la competencia (a modo de ejemplo, el establecimiento de precios, la distribución de clientes, la división geográfica o industrial de los mercados y la colusión en las licitaciones) constituyen una grave infracción contra el orden económico y están prohibidos. Tales acuerdos pueden ser tácitos o expresos, formales o informales, escritos o verbales.

Ningún empleado, colaborador, director, ejecutivo, representante o agente de CASA puede mantener ningún compromiso, acuerdo o plan, ya sea expresa o implícitamente, formal o informalmente, oral o por escrito, directa o indirectamente, con ningún representante de la competencia en materia de precios, términos o condiciones de venta, producción, distribución, territorios o clientes. Ningún empleado, colaborador director, ejecutivo, agente o representante de CASA puede divulgar o aceptar discutir con la competencia acerca de precios, términos y condiciones de venta o cualquier otra Información Competitivamente Sensible. Esta Política prohíbe absolutamente toda consulta a la competencia acerca de precios, términos o condiciones de venta o de cualquier otra Información Competitivamente Sensible, a menos que, después de evaluada su legalidad, sea aprobada expresamente por el Comité de Ética o por el Departamento Jurídico.

Sin embargo, no todos los acuerdos con la competencia son ilegales. En efecto, algunas formas de cooperación son lícitas y no afectan a la competencia efectiva, sino que, por el contrario, resultan beneficiosas para la economía, tales como, por ejemplo, los consorcios o joint ventures para la investigación.

Deberá consultarse previamente con el Comité de Ética o con el Departamento Jurídico antes de tomar cualquier decisión, si se planteara cualquier situación que implique acuerdos o entendimientos con los competidores.

Debe evitarse especialmente cualquier acuerdo, entendimiento o discusión con la competencia que involucre Información Competitivamente Sensible (ICS), a saber:

- Precios Actuales o Futuros y Condiciones de Venta de Productos y/o Servicios;
- Política de Ventas, Créditos y Descuentos;
- Costos de los Productos y/o Servicios;
- Ganancia o Márgenes de Ganancia;

# POLÍTICA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Cementos Avellaneda S.A.



- Cantidades vendidas o producidas;
- Capacidad de Producción (instalada y ociosa);
- Facturación de la Empresa;
- Participación en el mercado (market share);
- Clientes y Proveedores;
- Prácticas de Distribución;
- Áreas de Actuación;
- Datos de Stock;
- Planes de Inversión;
- Planificación Estratégica;
- Planes de Marketing; y
- Estrategia de Participación en Licitaciones.

El concepto de “acuerdo” para efectos de las leyes de Defensa de la Competencia no requiere de ningún documento escrito, sino que basta con el entendimiento formal o incluso un “apretón de manos”. La mera apariencia de un acuerdo entre competidores puede desencadenar una investigación administrativa o un proceso judicial. Deben evitarse las reuniones informales entre los empleados de los competidores, y las reuniones formales, si las hubiere, deben ser informadas de antemano al Comité de Ética o al Departamento Jurídico. Se recomienda, por lo tanto, a todos los empleados, colaboradores, directores, ejecutivos, representantes y agentes:

- NO iniciar o mantener ningún entendimiento, discusión o acuerdo con la competencia acerca de precios, políticas de precios, ganancias, márgenes de lucro, costos, volúmenes de producción, participaciones de mercado, condiciones de venta o de distribución;
- Interrumpir inmediatamente una discusión con la competencia en relación a cualquiera de estos temas que impliquen ICS;
- NO intercambiar listas de precios con la competencia;
- NO comunicar el aumento de precios a la competencia;
- NO recibir comunicaciones de aumento de precios de la competencia;
- NO indicar de ninguna manera a la competencia que la empresa implementará un incremento de precio;
- NO iniciar o mantener ningún entendimiento, discusión o acuerdo con la competencia para fijar los límites de suministro, de formas de alcanzar la estabilidad del mercado y/o el incremento de precios;
- NO iniciar o mantener ningún entendimiento, discusión o acuerdo con la competencia para dividir territorios;
- NO iniciar o mantener ningún entendimiento, discusión o acuerdo con la competencia para boicotear a ciertos clientes o a cierta categoría de clientes;
- NO iniciar o mantener ningún entendimiento, discusión o acuerdo con la competencia para evitar comprarle a cierto proveedor;



Línea ética

**54-11-4339-1276**

[denuncias@cavellaneda.com.ar](mailto:denuncias@cavellaneda.com.ar)

[www.cementosavellaneda.com.ar](http://www.cementosavellaneda.com.ar)

# POLÍTICA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Cementos Avellaneda S.A.



- NO iniciar o mantener ningún entendimiento, discusión o acuerdo con la competencia para limitar la producción o inhibir la apertura de nuevas plantas.
- NO crear barreras para impedir que otros competidores ingresen al mercado.
- SOLICITAR el asesoramiento del Departamento Jurídico si se es contactado por la competencia para discutir acerca de precios o para compartir ICS, incluyendo precios o la formación de un grupo de compra o cualquier otro grupo que cuente con la participación de la competencia;
- MANTENER en estricta confidencialidad la información acerca de precios, salvo cuando el consumidor la solicite, o en relación con una venta; y
- MANTENER los registros de la fuente que ha proporcionado cualquier ICS, de manera que se deje claro que no provino de la competencia.

#### 4.4. Relación con Clientes, Distribuidores y Proveedores

Los agentes económicos pueden, en principio, elegir libremente a sus clientes, distribuidores y proveedores, siempre que lo hagan de modo independiente, unilateral y no discriminatorio. Lo esencial es que una negativa eventual para vender, distribuir o comprar se base en razones comerciales legítimas, tales como la negativa de la otra empresa para adaptarse a los estándares de desempeño razonables, o a las dificultades de crédito, entre otras razones aceptables para la práctica comercial.

En la relación vertical de la Compañía con los clientes y los distribuidores, debe evitarse cualquier entendimiento o acuerdo para fijar precios o repartir territorios, que puedan ser interpretados por las autoridades de Defensa de la Competencia como restrictivos de la libre competencia.

Los acuerdos de distribución exclusiva deben justificarse de forma objetiva y racional, por ejemplo, como necesarios para la recuperación de inversiones en equipos o en la capacitación del personal o como necesarios para asegurar la asistencia técnica para el cliente final. Si CASA o alguna de sus empresas asociadas o vinculadas tuviera una participación significativa en el mercado, que pueda caracterizar, junto a otros factores, una posición dominante en el mercado, conviene examinar cualquier acuerdo de distribución exclusiva con especial atención, mediante la consulta obligatoria al Departamento Jurídico, ya que es posible que la autoridad administrativa encargada de la promoción y defensa de la competencia interprete dicho acuerdo como restrictivo de la libre competencia.

Las prácticas discriminatorias, consistentes en el ofrecimiento de precios y condiciones de pago diferentes para el mismo producto a clientes de la misma categoría y en las mismas condiciones, no son aceptadas y deben evitarse. La diferencia de precios y las condiciones de pago deben justificarse siempre de forma objetiva, por razones tales como el volumen de compra, el historial de crédito, la duración del contrato, las condiciones contractuales específicas, condiciones de financiación, etc.

No pueden llevarse a cabo las “ventas atadas”, que se producen cuando se condiciona la compra



# POLÍTICA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Cementos Avellaneda S.A.



de un producto o la prestación de un servicio a la compra de otro producto o la prestación de otro servicio, que a veces no es deseado o necesario ni hace al objeto del contrato.

En resumen, se debe observar lo siguiente:

- NO determinar el precio de reventa, el precio de reventa mínimo o el margen de ganancias de los clientes o distribuidores, ni fijar el nivel máximo de descuento que debe ser concedido por ellos a sus clientes;
- NO condicionar la participación en promociones o la obtención de descuentos a la aceptación de un precio de reventa;
- NO estipular ninguna relación o proporción entre el precio de reventa de los clientes o de los distribuidores y el precio de reventa de la competencia;
- NO utilizar ningún tipo de incentivo, penalidad o represalia por fijar el precio de reventa;
- NO obligar ni impedir la reventa del producto por el cliente en un territorio determinado;
- NO prohibir que un distribuidor exclusivo realice ventas no solicitadas fuera del territorio contratado;
- NO ofrecerles a los clientes ni a los proveedores de la misma categoría y condición precios y condiciones de pago discriminatorios, sin un motivo objetivo (volúmenes de ventas, historial de crédito, duración del contrato, condiciones contractuales específicas, condiciones de financiación, etc.);
- NO negar la venta del producto dentro de las condiciones de pago normales a los usos y costumbres comerciales, a menos que existan razones objetivas, tales como el historial de crédito, las obligaciones contractuales, los límites a la capacidad de producción, etc.;
- NO condicionar la compra de un producto a la adquisición de otro o al uso de un servicio, ni condicionar la prestación de un servicio al uso de otro servicio o a la adquisición de un producto (“ventas atadas”);
- CONSULTAR con el Comité de Ética o el Departamento Jurídico antes de celebrar cualquier acuerdo de distribución exclusiva o, sin ser de distribución, que requiera o imponga cierta exclusividad;
- CONSULTAR con el Comité de Ética o el Departamento Jurídico cada vez que parezca apropiado condicionar la venta de un producto a la aceptación de determinado servicio;
- JUSTIFICAR expresa y objetivamente en el instrumento contractual las razones por las cuales se celebra el contrato de distribución exclusiva;
- MANTENER los registros de las causas objetivas que autorizan la diferencia de precios y las condiciones de pago a los clientes de la misma categoría; y
- MANTENER los registros de las causas objetivas que autorizan la subordinación de la venta de un producto a la adquisición de un servicio determinado.

## 4.5. Abuso de Posición Dominante

Para caracterizar una posición dominante, es necesario que la empresa o el grupo de empresas

# POLÍTICA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Cementos Avellaneda S.A.



tenga una parte sustancial de un determinado mercado relevante, determinado por dos aspectos fundamentales: (i) el producto o servicio prestado (si existen o no productos o servicios sustitutos) y (ii) el ámbito geográfico comprendido por el mercado, esto es, donde se vende ese producto o se presta el servicio. Se entiende que un agente goza de una posición dominante en el mercado, cuando pueda afectar sustancialmente las variables relevantes de este, con prescindencia de las conductas de sus competidores, compradores o proveedores.

La empresa o grupo de empresas que detenten una posición dominante en un determinado mercado no representan, solo por ese motivo, un agravio o incumplimiento a las leyes de Defensa de la Competencia. Para configurar una violación a la ley, es necesario que la empresa o grupo de empresas abusen de ese poder, perjudicando de esa manera a la libre competencia.

El poder de mercado será ilícito cuando la empresa (o grupo de empresas) actúe de manera indebida con el fin de obtener ventajas o causar perjuicios a otros, los que no hubieran sido posibles de no existir tal posición de dominio.

El abuso de la posición dominante, por lo tanto, solo se materializa si implica un alto poder de mercado y además cuando se usa ese poder en forma perjudicial.

Para evitar que ocurran comportamientos de este tipo, se debe tomar en cuenta el deber especial de lealtad de CASA y de las empresas vinculadas o asociadas, que puedan llegar a detentar una posición dominante, y que, como tales, deben velar porque no se configure ninguna conducta abusiva.

CASA y sus empresas vinculadas o asociadas siempre deben competir con lealtad. Todos sus empleados, colaboradores, directores, ejecutivos, representantes y agentes deben evitar especialmente las conductas abusivas (como cobrar precios por debajo del costo), excluyentes o de represalia (sancionar a un nuevo competidor, por ejemplo).

Al respecto, sigue relación de conductas ejemplificadas:

## **Precios:**

- NO ofrecerles a los clientes ni a los proveedores en las mismas condiciones, precios y condiciones de pago discriminatorios sin justificación objetiva (por ejemplo, volúmenes de ventas, historial de crédito, duración del contrato, condiciones contractuales específicas, etc.);
- NO establecer precios abusivos, es decir, NO reducir los precios por debajo del costo con el objetivo de eliminar a la competencia o de dificultar la entrada de nuevos competidores;
- NO imponerle al cliente una política de precios o condiciones de comercialización que limiten su relación con terceras partes, como la fijación de precios de reventa, descuentos o reembolsos, cantidades o márgenes de ganancia.

## **Obligaciones de exclusividad:**

- NO prohibirle al cliente que venda productos de la competencia; y
- NO imponerle al cliente la compra de productos de la Compañía por un período largo sin justificación objetiva y razonable.



# POLÍTICA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Cementos Avellaneda S.A.



## **Negativa de suministro:**

- NO rechazar la venta del producto dentro de las condiciones de pago normales para el uso y costumbres comerciales, a menos que existan razones objetivas, tales como el historial de crédito, las obligaciones contractuales o los límites en la capacidad de producción.

## **Ventas atadas:**

- NO condicionar la compra de un producto a la adquisición de otro o a la utilización de un servicio, ni condicionar la prestación de un servicio a la utilización de otro servicio o la compra de un producto cuando ello no se justifique racionalmente de acuerdo al objeto del contrato.

## **Barreras a la entrada:**

- NO limitar o impedir la entrada de potenciales competidores mediante prácticas engañosas, como por ejemplo, crear dificultades para la formación, funcionamiento y desarrollo de la competencia o barreras que impidan su acceso a las fuentes de insumos, materias primas, equipos o tecnología, así como a los canales de distribución.

## **4.6. Fusiones, Adquisiciones, Joint Ventures, Cooperativas, Acuerdos Asociativos, Intercambio de Bienes y Consorcios entre Empresas**

Además del control represivo a las conductas anticompetitivas, las autoridades de defensa de la competencia ejercen un control de los actos de concentración, especialmente de fusiones, adquisiciones, joint ventures, cooperativas, acuerdos asociativos, intercambio de activos o bienes y consorcios entre empresas, para evitar que perjudiquen a la libre competencia.

En cualquiera de estas situaciones, debe consultarse con el Comité de Ética o el Departamento Jurídico antes de comenzar las negociaciones, a fin de que se tomen las precauciones en relación al alcance y contenido de la información que puede intercambiarse, así como en lo que tiene que ver con la necesidad de notificación o autorización por parte de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia.

## **5. RESPONSABILIDADES**

CASA está fuertemente comprometida con el cumplimiento de esta Política y de las Leyes de defensa de la competencia, y este debe ser el compromiso de sus empleados, colaboradores, directores, ejecutivos, representantes y agentes. Algunas de las responsabilidades derivadas de esta Política:

### **a. Empleados, Colaboradores, Directores, Ejecutivos, Representantes y Agentes de CASA:**

Los empleados, colaboradores, directores, ejecutivos, representantes y agentes son responsables personalmente de llevar a cabo sus actividades en nombre de CASA, en

# POLÍTICA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Cementos Avellaneda S.A.



cumplimiento de las Leyes Defensa de la Competencia.

Ninguno de los empleados, colaboradores, directores, ejecutivos, representantes y agentes de CASA tiene autoridad para participar en ninguna conducta o para permitir conscientemente que un subordinado incurra en ninguna conducta que viole el derecho de Defensa de la Competencia. Cualquiera que participe en tal conducta puede estar sujeto a las medidas correctivas o disciplinarias apropiadas, incluyendo el despido, sin perjuicio de las sanciones legales.

Todos los casos de incumplimiento de esta Política o de las Leyes de Defensa de la Competencia deben ser informados o revelados inmediatamente al Comité de Ética o al Departamento Jurídico, que informará a su vez a la Dirección de la Empresa.

Los empleados, colaboradores, directores, ejecutivos, representantes y agentes deben conocer, tener acceso y entender esta Política y saber de sus respectivas obligaciones en relación a su aplicación. Dicho conocimiento deberá actualizarse en caso de cambios significativos en la Política.

Al final de esta Política, hay una Declaración en la que sus destinatarios deberán manifestar el conocimiento de la Política y de sus anexos lo que se adjuntará a los legajos de cada empleado, colaborador o ejecutivo para el Área de Recursos Humanos de la Compañía. La Declaración es un documento legal importante y los destinatarios de esta Política deben garantizar que la entienden en su totalidad, y, en caso de ser necesario, deben buscar el asesoramiento del Departamento Jurídico.

## **b. Comité de Ética:**

El Comité de Ética tendrá las siguientes responsabilidades, además de las otras previstas en esta Política:

- Recibir e investigar las posibles denuncias de incumplimiento de esta Política y de las leyes que protegen la Promoción y Defensa de la Competencia;
- Realizar la actualización y la revisión de esta Política;
- Lograr la difusión de esta Política en todas las áreas de CASA por medio de capacitaciones periódicas presenciales o vía e-learning;
- Supervisar y auditar periódicamente las actividades de las distintas áreas de CASA para asegurar el cumplimiento de esta Política;
- Responder o redirigir las consultas que se le formulen en materia de Derecho de Defensa de la Competencia;
- Dar la atención adecuada a todos los casos que le sean informados;
- Informar periódicamente a los Directores de la Compañía de los casos de incumplimiento y el tratamiento que recibieron.

## **6. DIRECTRICES**

Esta Política se aplica a CASA y a cada una de sus subsidiarias en las cuales tuviere

# POLÍTICA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Cementos Avellaneda S.A.



participación mayoritaria o sus sucursales, 'joint ventures', filiales y vinculadas o asociadas, que deberán respetar plenamente su contenido en la definición de sus políticas internas cuando involucren temas relacionados.

## 7. DECLARACION DE COMPROMISO

Declaro haber leído y comprendido la Política de Defensa de la Competencia de CASA, adherirme plena e incondicionalmente a su contenido y asumo el compromiso de cumplirla y respetarla en todas mis actividades en la Compañía, asegurando su aplicación.

**Fecha:** .....

**Nombre Completo:** .....

**Firma:** .....

## 8. ANEXOS

Los anexos de la presente Política constituyen otras directrices y procedimientos de CASA en conformidad con el Derecho de Defensa de la Competencia y son una parte integral de esta Política.

Anexo A - Comunicación

Anexo B - Acuerdos de Permuta (Swap Agreements)

Anexo C - Acciones de Benchmarking u otros intercambios de información con la competencia

Anexo D - Protocolo para la Participación en Asociaciones empresariales y/o gremiales

Anexo E - Protocolo ante una Investigación Administrativa

Anexo F - Protocolo para la Creación de Documentos

### ANEXO A

#### Comunicación

Es indispensable que los empleados, colaboradores, ejecutivos y directores de CASA, usen un lenguaje claro, conciso y preciso en las comunicaciones internas o externas, verbales o escritas, a fin de alejar la apariencia de una conducta competitiva impropia que pudiera derivar del uso de expresiones inadecuadas.

Los e-mails, mensajes de texto, mensajes telefónicos, borradores manuscritos, agendas, archivos electrónicos y demás documentos producidos en la Compañía pueden ser objeto de investigaciones realizadas por las autoridades gubernamentales. Incluso se pueden recuperar los documentos electrónicos eliminados.

Por lo tanto, se recomienda:

- ESCRIBIR documentos de manera clara, concisa y precisa, considerando que tales documentos podrían, eventual y equivocadamente, ser descontextualizados si son leídos



Línea ética

**54-11-4339-1276**

[denuncias@cavellaneda.com.ar](mailto:denuncias@cavellaneda.com.ar)

[www.cementosavellaneda.com.ar](http://www.cementosavellaneda.com.ar)

# POLÍTICA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Cementos Avellaneda S.A.



por un tercero, por ejemplo, durante el transcurso de la investigación por la autoridad gubernamental;

- CITAR la fuente de las ICS (precios, descuentos, participación en el mercado etc.), de modo que se deje claro que no provienen de fuentes inadecuadas, como, por ejemplo, de la competencia;
- SEÑALAR claramente los borradores, los textos en discusión o inclusive los no terminados, como "Borrador";
- RESALTAR siempre que sea pertinente, el carácter favorable a la libre competencia de las estrategias comerciales (tales como los productos o iniciativas que beneficiarán a los consumidores); y
- NO utilizar expresiones ambiguas, que puedan denotar un significado contrario a la libre competencia (como "guerra de precios"), que erróneamente connoten poder de mercado (como "fortalecer" o "dominar"), o que indiquen equivocadamente una cooperación entre competidores.

## ANEXO B

### Acuerdos de Permuta (Swap Agreements)

Es posible que las empresas celebren acuerdos de permuta con la competencia involucrando el intercambio de volúmenes de materias primas o productos ("Acuerdos de Permuta o de Intercambio"). Normalmente, el intercambio se realiza con el mismo tipo de producto. Los Acuerdos de Permuta permiten la reducción de los costos de flete y posiblemente también permitan comercializar en un área más grande de lo que sería rentable. Los Acuerdos de Permuta también aumentan la eficiencia de la empresa, de sus plantas y de la industria en su conjunto. También pueden darse este tipo de acuerdos en casos de ausencia temporal de insumos o productos.

Los Acuerdos de Permuta son, generalmente, favorables a la competencia y no suelen generar preocupaciones competitivas, siempre que se sigan las siguientes recomendaciones:

- NOMBRAR personal específico si fuese posible, para negociar e implementar los Acuerdos de Permuta, preferentemente alguien no involucrado en las actividades de fijación de precios, ventas y marketing de CASA;
- INCLUIR al Departamento Jurídico en la negociación de los Acuerdos de Permuta, cuando sea posible para la mayoría de los acuerdos, y siempre para cualquier acuerdo que incluya grandes volúmenes de productos que se intercambien durante un período significativo de tiempo;
- CELEBRAR Acuerdos de Permuta por escrito;
- NO intercambiar ninguna información competitiva o de fijación de precios recibida a partir de Acuerdos de Permuta con ningún empleado o colaborador de CASA que no sea uno de aquéllos directamente involucrados en la negociación, implementación y supervisión de estos Acuerdos de Permuta, especialmente con otros empleados involucrados en las actividades de fijación de precios, ventas y marketing de CASA;
- NO intercambiar o recibir ninguna información prospectiva de fijación de precios o

# POLÍTICA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Cementos Avellaneda S.A.



relacionada con los precios o descuentos proporcionados a los clientes en relación a los Acuerdos de Permuta;

- NO llegar a un acuerdo con la competencia para dejar de competir por ciertos clientes con un determinado producto o ámbito geográfico o llegar a acuerdo para restringir la competencia con un competidor, ya sea con el producto sustituido o con otro;
- PROTEGER informaciones confidenciales para CASA tales como: la relación de clientes, precios, programas de descuentos, tanto aquellos que hayan sido publicados como los no publicados;
- NO amenazar o adoptar ninguna acción disciplinaria, incluyendo la rescisión del Acuerdo de Permuta, debido a las políticas de descuentos, a la reducción de precios o a otras conductas practicadas por la competencia;
- Tratar de NO influir en alzas o mantener el precio al nivel en el que la competencia vende sus productos;
- NO celebrar Acuerdos de Permuta o imponer condiciones a la competencia para que:
  1. Restrinja el territorio o los mercados en los que la competencia pueda revender; o
  2. Solicitar que la competencia compre de CASA todo el volumen que demanda de un producto determinado;
- BUSCAR el asesoramiento del Comité de Ética o Departamento Jurídico siempre que haya alguna preocupación acerca de discusiones que puedan haber tenido con la competencia, esté o no relacionado con los Acuerdos de Permuta.

## ANEXO C

### Acciones de Benchmarking u otros Intercambios de Información con la Competencia

Este anexo indica las informaciones que las empresas puedan compartir entre ellas para benchmarking u otros propósitos empresariales legítimos.

Las leyes de Defensa de la Competencia de muchos países disponen que las empresas de un mismo grupo económico pueden realizar intercambios de información (ya sean técnicas, de costos, precios, etc.) libremente entre ellas, si es necesario para alcanzar los objetivos empresariales de este grupo.

El intercambio de Información Competitivamente Sensible (de los cuales el benchmarking se considera una variante) entre los competidores no se rige por las normas generales y dependerá de un análisis caso por caso. Es posible que el intercambio de información (incluyendo el benchmarking) sea favorable a la competencia y útil, pero también puede ser mal utilizado para facilitar acuerdos indebidos entre competidores.

Analizando cualquier intercambio de información específica, los órganos o las autoridades de Defensa de la Competencia evaluarán factores tales como la información intercambiada, el nivel de concentración de la industria (mayor concentración representa un riesgo mayor de acuerdos anticompetitivos), el objetivo de los participantes con el intercambio de informaciones y las garantías adoptadas para impedir cualquier acuerdo malicioso u otra conducta anticompetitiva. Si hubiera razones comerciales legítimas para el intercambio de

# POLÍTICA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Cementos Avellaneda S.A.



información y si este intercambio se llevara a cabo de acuerdo con las garantías adecuadas, entonces será, por lo general, considerado legítimo.

Según los factores indicados más abajo, los empleados de CASA siempre deben consultar al Comité de Ética o al Departamento Jurídico antes de celebrar un acuerdo (ya sea formal o informal) o realizar cualquier intercambio de información de este tipo con otra empresa, especialmente si fuera un competidor. A continuación se presentan algunos principios generales y directivas que deben ser consideradas en relación a la celebración de tales acuerdos:

- NO debe realizarse intercambio de información relacionado con precios y/o costos con competidores.
- En general, no se debe informar a los competidores acerca de las listas de clientes, listas de precios que no sean públicas, promociones planificadas o planes de marketing, etc.;
- Los datos acumulados son menos sensibles que los datos desagregados;
- Los datos históricos son menos sensibles que los datos actuales;
- El intercambio de información por medio de una tercera parte desinteresada (a menudo una asociación empresarial o gremial), reduce las preocupaciones si la tercera parte puede anexar datos y presentarlos como datos de la industria, sin entrar en detalles individuales relativos a las empresas integrantes de esta o del sector y garantizando la confidencialidad de los datos de cada empresa;
- El intercambio de información técnica relativa a los procesos de producción, los estándares de los productos o las técnicas de distribución, son por lo general, aceptables;
- El intercambio de información relacionada con la planificación para la introducción de un nuevo producto específico, cronogramas, dibujos o mejoras es más sensible y debe ser considerado caso por caso;
- Antes de realizar el intercambio de información con un competidor, se debe analizar y documentar previamente teniendo en cuenta el propósito de ese intercambio.

El intercambio de información con la competencia, si no incluye información competitivamente sensible y se limita a datos históricos, presentados de forma conjunta, puede ser favorable a la libre competencia. Sin embargo, el riesgo de que cualquier intercambio de información con la competencia facilite la realización de acuerdos que tiendan a restringir la competencia, o de que sean interpretados por la autoridad administrativa como una vía para la concertación de esos acuerdos, es muy alta, por lo que es recomendable evitar dichos intercambios.

## **Se recomienda:**

- NO solicitar información a la competencia o referente a la competencia a través de terceros;
- Obtener la información necesaria para el logro de la inteligencia de mercado de fuentes públicas; y
- Mantener un registro escrito de las fuentes y de las circunstancias a través de las cuales se obtuvieron las informaciones de mercado.



Línea ética

**54-11-4339-1276**

[denuncias@cavellaneda.com.ar](mailto:denuncias@cavellaneda.com.ar)

[www.cementosavellaneda.com.ar](http://www.cementosavellaneda.com.ar)



# POLÍTICA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Cementos Avellaneda S.A.



## ANEXO D

### Protocolo para la Participación en Asociaciones empresariales o gremiales

Las asociaciones empresariales o gremiales son relevantes para la representación de grupos con intereses afines que se encuentran o intercambian opiniones e informaciones en una base de datos de toda la industria, o que promueven o defienden intereses generales del sector de actividad, lo que puede beneficiar no solo a sus miembros, sino a toda la sociedad. Se corre el riesgo, sin embargo, de que dichas entidades faciliten la cooperación indebida entre los competidores, a través del intercambio de ICS de forma anticompetitiva o inadecuada o que en dicho ámbito se consensuen prácticas anticompetitivas.

Para asegurar la participación de CASA de forma legítima en estas entidades, se debe observar lo siguiente:

- Solo participar en entidades que tengan objetivos empresariales o gremiales que promuevan los intereses económicos de la industria o ramo de actividad en que opera la Compañía, que tengan una actitud favorable a la competencia, y que fomenten el cumplimiento de la legislación de acuerdo con el interés del grupo representado (teniendo en cuenta los límites legales), y/o que recojan y divulguen los datos históricos consolidados de la industria con el objetivo de construir la imagen de la industria;
- NO involucrarse en una entidad sin directrices ni reglas adecuadas al derecho de Defensa de la Competencia;
- BUSCAR la aprobación del Departamento Jurídico o del Comité de Ética antes de que CASA se una a cualquier asociación empresarial o gremial, para que realice el análisis previo de los estatutos y el objeto de la misma, a fin de verificar si la entidad está formalmente constituida, si obedece a criterios objetivos, transparentes y no discriminatorios para la aceptación y exclusión de sus miembros, si adopta reglas de gobierno corporativo, si toma decisiones de una manera transparente y si tiene autoridades independientes, etc.

Asegúrese de que la Compañía:

- Se limita en sus reuniones a analizar asuntos generales de la industria o rama de actividad, que interesen a la generalidad de sus asociados, y que en ningún caso se adoptan resoluciones que pudieren restringir o afectar la competencia;
  - Siempre tiene una agenda escrita de las reuniones;
  - Mantiene actas y registros de los comités, consejos, asambleas y, en general, de las reuniones que se celebran; y
  - Si en las reuniones de la entidad hay alguna discusión acerca de los precios de la competencia, costos, clientes, planes de marketing o planes para futuros productos, hay que dejar constancia por escrito durante o después de la reunión –en este caso, de forma inmediata con posterioridad a la reunión--, de que el representante de CASA se negó a participar en la reunión o en la discusión y de la resolución adoptada absteniéndose o votando en forma negativa. En este caso, deberá informar de lo ocurrido inmediatamente al Comité de Ética.
- Los intercambios de información realizados en virtud de la participación en estas entidades,

# POLÍTICA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Cementos Avellaneda S.A.



como se indica a continuación.

## Reuniones:

- Se recomienda que la entidad tenga una agenda pública de reuniones, que indique claramente los temas tratados;
- Antes de cada reunión, debe divulgarse entre sus participantes una agenda escrita, que indique claramente los temas que serán discutidos;
- Al comenzar las reuniones de dichas entidades, el representante de CASA en la reunión debe hacer la lectura del siguiente texto o de uno similar en caso de que la entidad ya tenga alguna práctica similar en ese sentido, que deberá constar en el acta correspondiente:

Las empresas integrantes de esta (nombre de la entidad) se comprometen a actuar en plena conformidad con la legislación de Defensa de la Competencia aplicable. Todos los presentes en esta reunión son conscientes y cumplen con las Leyes de Defensa de la Competencia y reconocen que cualquier acuerdo o discusión entre competidores que pueda, injustificadamente, restringir o limitar la competencia o, incluso, cualquier actitud que pretenda manipularla será considerada ilegal y los infractores estarán sujetos a sanciones administrativas y civiles.

Los temas de discusión en esta reunión se limitan a aquellos que constan en la agenda correspondiente. No obstante, los presentes reconocen que cualquier reunión entre competidores corre el riesgo de facilitar discusiones que puedan, potencialmente, configurar una violación a la legislación acerca de la Defensa de la Competencia. De esta manera, formal o informalmente, los participantes deben evitar en todo momento, las discusiones o acciones que podrían considerarse anticompetitivas o por lo menos aparentar ser contrarias a la libre competencia.

- Las reuniones deben constar en actas detalladas y ser dirigidas y distribuidas a todos los participantes;
- PUEDEN discutirse, entre otros, los siguientes temas:
  - Las normas y estándares técnicos, siempre que no levanten barreras artificiales a la entrada de nuevos competidores en el mercado, impidan la innovación de la industria o inhiban a la competencia de cualquier otra forma;
  - Cuestiones relacionadas con la seguridad en el trabajo y la protección del medio ambiente;
  - Tendencias económicas;
  - Políticas públicas relacionadas con el sector;
- NO debe discutirse, bajo ninguna hipótesis, información competitivamente sensible, tal como los precios actuales y/o futuros, márgenes de ganancia, políticas de descuentos, capacidad, procesos, métodos y costos de producción, territorios de ventas, planes de marketing, planes de crecimiento, medidas para obstaculizar o impedir la entrada de los competidores, entre otras;
- Si alguno de los asuntos prohibidos se discutiera en las reuniones de las asociaciones gremiales o en las asociaciones empresariales, el representante de CASA deberá manifestarse

# POLÍTICA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Cementos Avellaneda S.A.



e indicar claramente a los demás participantes que dejará la reunión porque se niega a unirse a participar en la discusión y reportará el incidente inmediatamente al Comité de Ética;

- **IMPORTANTE:** en los descansos de las reuniones, durante las comidas o en eventos sociales, se debe evitar la discusión de cualquier asunto prohibido. Si acaso se hablara del asunto, se debe dejar en claro la negativa a participar de la discusión, comunicándole lo ocurrido al Comité de Ética.

## ANEXO E

### Protocolo ante una Investigación Administrativa

CASA tiene como política cooperar con cualquier investigación llevada a cabo por las autoridades gubernamentales y de defensa de la competencia. Ningún empleado, colaborador, director, ejecutivo, representante o agente de CASA deberá impedir tales investigaciones.

Cada vez que haya una investigación administrativa, deberán observarse los procedimientos establecidos en el presente anexo.

Si algún empleado, colaborador, director, ejecutivo, representante o agente de CASA fuera contactado por una autoridad administrativa con respecto a cualquier asunto que involucre el cumplimiento del derecho de Defensa de la Competencia, se debe alertar inmediatamente al Departamento Jurídico de la Compañía.

Habiendo sido informados de que CASA, o cualquiera de sus unidades, es objeto de investigación, los procedimientos regulares de destrucción de documentos deben ser interrumpidos para disipar malentendidos y otras acusaciones por destrucción de pruebas.

En las inspecciones o investigaciones sobre documentos, se debe:

- SOLICITAR la presencia inmediata de al menos un representante del Departamento Jurídico;
- SOLICITAR copia de la resolución que dispone la realización de la inspección o del requerimiento de información, firmado por las autoridades que conducen la investigación, que debe contener una relación detallada de todos los documentos solicitados;
- PROPORCIONAR a la Comisión de Defensa de la Competencia toda la información que le fuera requerida, toda la información que conociere y tuviere en su poder relativa al hecho en cuestión;
- INFORMAR a las autoridades que habrá plena cooperación y que no se creará ningún obstáculo para la investigación;
- NO retirar ni destruir documentos que puedan ser relevantes para la investigación;
- NO entablar conversaciones con las autoridades, limitándose a indicar, cuando se le pregunte, dónde están las oficinas, escritorios y archivos;
- SUGERIR que las autoridades formulen todas las preguntas relacionadas con la investigación al representante del Departamento Jurídico u otro director específicamente designado al efecto; y
- SOLICITARLES a las autoridades permiso para fotocopiar los documentos requeridos, sellando todos, para un control posterior de todo lo que fue incautado.

Cabe señalar que cualquier notificación relativa a la investigación o a la búsqueda y

# POLÍTICA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Cementos Avellaneda S.A.



requerimiento de documentos sólo puede ser firmada por el gerente de la unidad o por el abogado responsable (Representante del Departamento Jurídico). Este último deberá velar para que no se excedan los términos del mandato judicial o las competencias de la autoridad administrativa a cargo de la investigación.

## ANEXO F

### Protocolo para la Elaboración de Documentos

Los documentos mal o erróneamente enviados pueden hacer que las conductas legítimas parezcan inadecuadas e inadvertidamente conduzcan a investigaciones o a acciones legales innecesarias. Los correos electrónicos o mensajes de texto, bromas o comentarios fuera de lugar pueden causar daños graves a CASA.

Por ejemplo, una declaración como “se comenta que CementCo está reduciendo sus precios” puede interpretarse como si CASA estuviese discutiendo la fijación de precios con CementCo. Si esta información proviniera de los clientes, la declaración estaría mejor redactada si dijese: “nuestros clientes nos han dicho que CementCo está reduciendo sus precios”.

Por lo tanto, se recomienda observar lo siguiente en la elaboración de documentos:

- CITAR las fuentes de información (para dejar claro que la información no proviene de una fuente incorrecta). Si usted está presentando la opinión o la estimación de un tercero, asegúrese de decirlo;
- NO utilizar palabras o frases que sugieran, inapropiadamente, mala intención (tales como “batalla”, “dominación” y “reglas de compromiso”), que denoten, inadvertidamente, un poder de mercado (por ejemplo, “apalancamiento”, “obstaculizar”, “dominante” y “bloqueo”) o que, inadvertidamente, denoten cooperación entre competidores;
- ASEGURAR que todos los borradores para la discusión estén marcados como “borrador” y no parezcan documentos finales;
- PENSAR y dirigirse en términos que favorezcan a la libre competencia (es decir, cómo los productos e iniciativas beneficiarán a los consumidores).