

## 1 OBJETIVO

Esta Política de Defensa de la Competencia (“Política”) tiene como objetivo asegurar que Acerbrag S.A y sus Colaboradores actúen en estricta conformidad con los principios contenidos en la Ley N° 27.442 de Defensa de la Competencia y demás normativa antitrust que resulte aplicable, con el objetivo de garantizar que Acerbrag continúe compitiendo en la Argentina y en todos los países en los que opere, dentro del marco legal y sin riesgo de incurrir en infracciones contra el interés económico general, generando así, valor para sus accionistas, consumidores, colaboradores, proveedores y demás socios comerciales.

Procura servir de guía a los Colaboradores y Colaboradoras de Acerbrag y debe ser leída e interpretada junto con el Código de Conducta.

Establece el Compromiso de la compañía en el repudio a cualquier práctica que pueda restringir el comercio o la libre competencia, en especial las prácticas ilegales de formación de cartelización, coordinación de posturas o abuso de posición dominante.

## 2 ALCANCE

Esta Política se aplica a todos los Colaboradores y Colaboradoras de Acerbrag, quienes tienen la responsabilidad de comprender y cumplir esta Política en todo momento.

La aplicación de la presente podrá hacerse extensiva a cualquier Tercero relacionado, cuando su actividad implique actuación ante competidores en representación de Acerbrag, o en cualquier otro caso en que así convenga para el cumplimiento de su finalidad y sea posible por la naturaleza de la relación.

## 3 DEFINICIÓN

**Alta Dirección:** son las personas o grupos de personas que dirigen y controlan Acerbrag al más alto nivel.

**Colaborador o Colaboradora:** aquellas personas que trabajan en Acerbrag, cualquiera sea su cargo, función o nivel dentro de la organización.

**Comité de Conducta:** Formado por miembros del Directorio de Acerbrag, quienes con imparcialidad y seriedad analizarán y resolverán las inquietudes, planteos y denuncias, recibidas a través de la Línea Ética u otra vía.

**Función de Cumplimiento, *Compliance Officer* o Gerencia de Asuntos Jurídicos y Compliance:** La persona o grupo de personas con independencia,

responsabilidad y autoridad para la gestión del Programa de Integridad y Cumplimiento de la organización.

**Informaciones Competitivamente Sensibles:** informaciones que pueden afectar las condiciones de competencia entre los concurrentes, tales como precios, volúmenes de producción, estrategias comerciales futuras, planes de negocio, etc., ya que las mismas tienen un alto potencial colusivo.

**LDC.** Se refiere a la Ley de Defensa de la Competencia 27.442.

**Línea Ética:** Canal preparado para recibir, analizar y solucionar las cuestiones de ética, especialmente aquéllas relacionadas con el Código de Conducta.

**Organización, compañía o Acerbrag:** se refiere, de manera indistinta, a Acerbrag S.A.

**Posición Dominante:** Conforme el art. 5 de la LDC, se entiende que una o más personas goza de Posición Dominante cuando para un determinado tipo de producto o servicio es la única oferente o demandante dentro del mercado nacional o en una o varias partes del mundo o, cuando sin ser única, no está expuesta a una competencia sustancial o, cuando por el grado de integración vertical u horizontal está en condiciones de determinar la viabilidad económica de un competidor participante en el mercado, en perjuicio de éstos. De acuerdo al art. 6 de la LDC, a fin de establecer la existencia de posición dominante en un mercado, deberán considerarse las siguientes circunstancias: (a) El grado en que el bien o servicio de que se trate es sustituible por otros, ya sea de origen nacional como extranjero; las condiciones de tal sustitución y el tiempo requerido para la misma; (b) El grado en que las restricciones normativas limiten el acceso de productos u oferentes o demandantes al mercado de que se trate; y (c) El grado en que el presunto responsable pueda influir unilateralmente en la formación de precios o restringir el abastecimiento o demanda en el mercado y el grado en que sus competidores puedan contrarrestar dicho poder.

**Prácticas absolutamente restrictivas de la competencia:** por su mera naturaleza u objeto producen perjuicio al interés económico general; ya que constituyen acuerdos o prácticas anticompetitivas dirigidas a fijar e incrementar precios, restringir el suministro y dividir o repartir los mercados, causando daño económico sustancial. Conforme el art. 2 de la LDC, éstas prácticas son las siguientes: (a) Concertar en forma directa o indirecta el precio de venta o compra de bienes o servicios al que se ofrecen o demandan en el mercado; (b) Establecer obligaciones de producir, procesar, distribuir, comprar o comercializar solo una cantidad limitada de bienes y/o prestar un número, volumen o frecuencia limitada de servicios; (c) Repartir, dividir, distribuir, asignar o imponer en forma horizontal zonas, porciones o segmentos de

mercados, clientes o fuentes de aprovisionamiento; (d) Establecer, concertar o coordinar posturas o la abstención en licitaciones, concursos o subastas.

**Prácticas que restringen o distorsionan la competencia o el acceso al mercado, o que constituyan un abuso de posición dominante, en la medida que puedan generar un perjuicio al interés económico general:** se

mencionan de manera no taxativa en el art. 3 de la LDC, se encuentran sujetas a la regla de la razón, y serían las siguientes: (a) Fijar en forma directa o indirecta el precio de venta, o compra de bienes o servicios al que se ofrecen o demanden en el mercado, así como intercambiar información con el mismo objeto o efecto;

(b) Fijar, imponer o practicar, directa o indirectamente, de cualquier forma, condiciones para (i) producir, procesar, distribuir, comprar o comercializar sólo una cantidad restringida o limitada de bienes, y/o (ii) prestar un número, volumen o frecuencia restringido o limitado de servicios;

(c) Concertar la limitación o control del desarrollo técnico o las inversiones destinadas a la producción o comercialización de bienes y servicios; (d)

Impedir, dificultar u obstaculizar a terceras personas la entrada o permanencia en un mercado o excluirlas de éste; (e) Afectar 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;

(f) 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; (g) 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; (h) Imponer condiciones discriminatorias para la adquisición o enajenación de bienes o servicios sin

razones fundadas en los usos y costumbres comerciales; (i) 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; (j) Suspender la provisión de un servicio monopolístico dominante en el mercado a un prestatario de servicios públicos o de interés público; (k)

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; (l) La participación simultánea de una persona humana en cargos ejecutivos relevantes o de director en dos o más empresas competidoras entre sí.

#### 4 DIRECTRICES / PREMISAS

## 4.1 Derecho a la Competencia

La competencia es la forma de organización de los mercados que permite alcanzar los mejores resultados en términos de eficiencia, innovación y bienestar de los consumidores, toda vez que permite, la provisión de bienes y servicios en mayor cantidad, con mayor variedad y con menores precios, y fomenta la innovación y reducción de costos de proveer tales bienes y servicios<sup>1</sup>.

El régimen de protección y defensa de la competencia funciona a través de tres mecanismos:

- Perseguir y sancionar prácticas empresariales anticompetitivas a través de multas a empresas, personas físicas y/o asociaciones.
- Controlar las operaciones de concentración económica, por el cual las empresas que participan en operaciones de fusiones y adquisiciones, cuando el volumen de negocios traspasa el umbral previsto en la LDC, deben pedir autorización de la autoridad de aplicación y esta puede autorizar, negar la autorización o sujetarla al cumplimiento de ciertos condicionamientos.
- Llevar adelante actividades que promuevan la competencia o sirvan para detectar problemas de competencia en los mercados (ej.: investigaciones de mercado, recomendaciones, publica lineamientos, etc.)<sup>2</sup>.

## 4.2 Prácticas absolutamente restrictivas de la competencia

Estas prácticas son ilegales *per se*, ya que constituyen acuerdos o prácticas anticompetitivas dirigidas a fijar e incrementar precios, restringir el suministro y dividir o repartir los mercados, causando daño económico sustancial y están totalmente prohibidas<sup>3</sup>. Conforme a la LDC, cualquier acuerdo de este tipo es nulo de pleno derecho y, en consecuencia, no produce efecto jurídico alguno.

A los efectos de asegurar el cumplimiento de la Ley por Acerbrag, son obligaciones de sus Colaboradores y Colaboradoras:

- **No concertar** con competidores, bajo ninguna forma, el precio de venta de bienes o servicios al que se ofrecen al mercado, o bien, el precio de compra de bienes o servicios que se demanden en el mercado;

---

<sup>1</sup> Comisión Nacional de Defensa de la Competencia, “Guía sobre Defensa de la Competencia para Asociaciones y Cámaras Empresariales y Colegios y Asociaciones Profesionales”, diciembre 2018.

<sup>2</sup> Ibidem.

<sup>3</sup> Se encuentran detalladas en el apartado de “Definiciones” de la presente Política.

- **No establecer con competidores**, bajo ningún concepto, obligaciones de (i) producir, procesar, distribuir, comprar o comercializar sólo una cantidad restringida o limitada de bienes, y/o (ii) prestar un número, volumen o frecuencia restringido o limitado de servicios;
- **No repartir, ni dividir, ni distribuir, ni asignar ni imponer con competidores** en forma horizontal zonas, porciones o segmentos de mercados, clientes o fuentes de aprovisionamiento;
- **No establecer, ni concertar ni coordinar posturas o la abstención**, con competidores, en licitaciones, concursos o subastas.
- **No discutir Información Competitivamente Sensible** con competidores.

Ante cualquier duda se debe solicitar el asesoramiento de la Gerencia de Asuntos Jurídicos y *Compliance*.

#### 4.3 Reuniones en cámaras o entidades empresariales o del sector

Las reuniones de las Cámaras Empresariales proporcionan oportunidades formales e informales para generar contactos entre empresas competidoras, que los pueden exponer a situaciones de riesgo en caso de que se tomen decisiones que movilicen acciones paralelas a las Cámaras, que puedan estar prohibidas por la LDC.

Sólo se debe participar en entidades que tengan objetivos favorables a la competencia, que promuevan los intereses económicos de la industria, que propongan o se opongan a la legislación de acuerdo con el interés del grupo representado y 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 misma.

También se deben tomar -con respecto a las reuniones y/o los intercambios de información en dichas entidades- precauciones como las siguientes:

- Definir un temario previo y un listado de participantes.
- Llevar agenda detallada de los temas a tratar y dejar registro de las deliberaciones y resoluciones adoptadas.
- Abandonar la reunión en caso de entender que algún tema puede ser violatorio de la LDC, dejar expresa constancia de ello en el acta en cuestión; e informar lo sucedido a la Función de Cumplimiento ([integridad@acerbrag.com](mailto:integridad@acerbrag.com)).

Estas precauciones aplican tanto a reuniones presenciales como virtuales.

Es importante tener presente que en los descansos de las reuniones, durante las comidas o en eventos sociales, se debe evitar la discusión de cualquier asunto prohibido conforme esta Política. Si ocurriera que se hablara de un asunto de estas características, debe dejarse clara la negativa a participar de la discusión, comunicando lo ocurrido a la Función de Cumplimiento ([integridad@acerbrag.com](mailto:integridad@acerbrag.com)).

Se enfatiza que, en cualquier supuesto, ante la duda se debe buscar asesoramiento de la Gerencia de Asuntos Jurídicos y *Compliance*.

#### 4.4 Prácticas que restringen o distorsionan la competencia o el acceso al mercado

Estas prácticas distorsivas de la competencia se mencionan de manera no taxativa en el art. 3 de la LDC, sujetas a la regla de la razón<sup>4</sup>. Por ello, los Colaboradores y Colaboradoras de Acerbrag **no deben**:

- **Fijar en forma directa o indirecta, con competidores, el precio** de venta, o compra de bienes o servicios al que se ofrecen o demanden en el mercado, así como intercambiar información con el mismo objeto o efecto;
- **Fijar, imponer o practicar, directa o indirectamente, con competidores o no, de cualquier forma, condiciones** para (i) producir, procesar, distribuir, comprar o comercializar sólo una cantidad restringida o limitada de bienes, y/o (ii) prestar un número, volumen o frecuencia restringido o limitado de servicios;
- **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 **excluirlos** de éste;
- **Afectar 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**;

---

<sup>4</sup> Estas prácticas e encuentran detalladas en el apartado “Definiciones” de la presente Política.

- **Imponer condiciones discriminatorias** para la adquisición o enajenación de bienes o servicios sin razones fundadas en los usos y costumbres comerciales;
- **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;
- **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;

A su vez, las personas miembro de la **Alta Dirección de Acerbrag no deben participar simultáneamente en cargos ejecutivos relevantes o de director en una empresa de la competencia.**

#### 4.5 Actos de concentración económica

Conforme fuera antes descripto en la presente Política, además del control represivo a las conductas anticompetitivas, la autoridad de aplicación de la LDC ejerce un control de los actos de concentración económica, para evitar que perjudiquen a la libre competencia.

En cualquiera de estas situaciones, debe consultarse con la Gerencia de Asuntos Jurídicos y *Compliance* antes de comenzar las negociaciones relativas a un posible acto de concentración económica, a fin de que se tomen las precauciones correspondientes al **alcance y contenido** de la información que puede intercambiarse. En los actos de concentración con la competencia, dichas precauciones son imprescindibles para limitar el intercambio de Información Competitivamente Sensible, en la fase de negociación, a lo estrictamente necesario para lograr el negocio. Además, en dicha oportunidad procede la evaluación por dicha Gerencia del encuadre de cualquier notificación o consulta en el marco del Reglamento para la Notificación de Operaciones de Concentración Económica<sup>5</sup>.

#### 4.6 Información Competitivamente Sensible

Complementariamente a lo descripto en la presente Política, debe evitarse especialmente cualquier acuerdo, entendimiento o conversación con la competencia que involucre **Información Competitivamente Sensible**, a saber:

---

<sup>5</sup> Reglamento para la Notificación de Operaciones de Concentración aprobado por la Resolución 905/23 de la Secretaría de Comercio.

- 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;
- Cantidades vendidas o producidas;
- Capacidad de Producción (instalada y ociosa);
- Facturación;
- Participaciones del 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.

#### 4.7 Relación con clientes, distribuidores y proveedores

En la relación con los clientes y distribuidores, debe evitarse cualquier entendimiento o acuerdo para fijar precios o repartir territorios, que puedan ser interpretados por la Autoridad de aplicación de la LDC como restrictivos de la libre competencia.

Los acuerdos de distribución exclusiva deben justificarse de forma objetiva, 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 la compañía tuviera una participación significativa en el mercado, que pueda caracterizar, junto a otros factores, su poder de mercado, conviene examinar con suma atención cualquier acuerdo de distribución, mediante la consulta previa y obligatoria a la Gerencia de Asuntos Jurídicos y *Compliance*.

Respecto de los clientes, la diferencia de precios y las condiciones de pago deben justificarse siempre de forma objetiva, por razones tales como el volumen de compra, el mix de productos adquirido, el historial de crédito, la duración de la relación comercial y/o contractual, las condiciones contractuales específicas etc.

Asimismo, no pueden llevarse a cabo las denominadas “*ventas casadas*”, que son aquellas que se producen cuando se condiciona la compra 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.

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, precios y condiciones de pago discriminatorios, sin un motivo objetivo (volúmenes de ventas, mix de productos adquiridos o vendidos, historial de crédito, duración del vínculo comercial y/o contrato, condiciones contractuales específicas, 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, mix de producto, tales como el historial de crédito, las obligaciones comerciales y/o contractuales, los límites a la capacidad de producción;
- 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

Los Colaboradores y Colaboradoras de Acerbrag deben:

- Justificar expresa y objetivamente en el instrumento contractual las razones por las cuales se celebra un 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.

#### 4.8 Comunicación

Es indispensable que los Colaboradores, y Colaboradoras de Acerbrag 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 empresa pueden ser objeto de las 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 por un tercero, durante el transcurso de la investigación, por ejemplo;
- **Citar la fuente de las Informaciones Competitivamente Sensibles** (precios, descuentos, participaciones en el mercado etc.), de modo que se deje claro que las mismas no provienen de fuentes inadecuadas, como, por ejemplo, de la competencia;
- **Señalar claramente los borradores**, o los textos en discusión o inclusive los no terminados, como "Borrador";
- **Resaltar, siempre que sea pertinente, el carácter favorable a la competencia de las estrategias comerciales** (tales como los productos o iniciativas que beneficiarán a los consumidores); y
- **No utilizar expresiones ambiguas, que puedan tener sentido negativo** (como "guerra de precios"), que erróneamente connoten poder en el mercado (como "dominar"), o que indiquen equivocadamente una práctica restrictiva de la competencia.

#### 4.9 Las acciones de Benchmarking u otros intercambios de información con los competidores

El intercambio de Informaciones Competitivamente Sensibles (de los cuales el *benchmarking* se considera una variación) entre los competidores pueden ser mal utilizado para facilitar prácticas ilícitas entre competidores, por lo cual debe ser evitado.

En el supuesto que por el motivo que fuere se haya solicitado el intercambio de Información Competitivamente Sensible con competidor/es, los Colaboradores y Colaboradoras de Acerbrag siempre deben consultar de forma previa al *Compliance Officer* ([integridad@acerbrag.com](mailto:integridad@acerbrag.com)), antes de realizar cualquier tipo

de intercambio de informaciones de este tipo con otra empresa, especialmente si fuera un competidor.

Es obligatorio, en consecuencia:

- **NO efectuar comparación de indicadores de desempeño** (*benchmarking*) con la competencia;
- **NO solicitar informaciones de la competencia;**
- **Obtener** las informaciones necesarias 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.

#### 4.10 Incumplimiento de la Política

La violación a la LDC y en consecuencia a la presente Política, puede tener serias consecuencias legales para Acerbrag, sus Colaboradores y Colaboradoras.

Las sanciones administrativas y/o comerciales por conductas anticompetitivas pueden incluir, por ejemplo: (i) Cese inmediato de la conducta anticompetitiva y remoción de sus efectos; (ii) Multas económicas<sup>6</sup>; (iii) Imposición de condiciones que impliquen una neutralización de los efectos distorsivos en caso de verificarse un abuso de posición dominante; (iv) Disolución, liquidación, desconcentración o división de la compañía infractora; (v) Suspensión del Registro Nacional de Proveedores del Estado.

Asimismo, los Colaboradores y Colaboradoras que incumplan esta Política quedarán sujetos a la aplicación por parte de la compañía, de las medidas y sanciones disciplinarias que correspondan, conforme lo disponga el Comité de Conducta.

#### 4.11 Consulta en caso de dudas a la Función de Cumplimiento

Es importante que los Colaboradores y Colaboradoras de Acerbrag consideren las implicancias que podría tener cualquier interacción con empresas de la competencia, sea esta una interacción personal o comercial y deben evitar

---

<sup>6</sup> La LDC contempla multas de hasta 30% del volumen de negocios para los productos involucrados durante el ejercicio económico previo, multiplicado por la duración de la infracción (hasta un límite de 30% del volumen de negocios consolidado en Argentina del grupo económico al que pertenecen las compañías involucradas durante el ejercicio económico previo) o hasta el doble del beneficio ilícito obtenido por la compañía como consecuencia de su conducta ilegal. Si la sanción puede calcularse utilizando ambas metodologías, se impondrá la multa más alta.

cualquier acción que pueda insinuar cualquier tipo de acuerdo de precios o prácticas anticompetitivas con competidores.

Se debe consultar a la Gerencia de Asuntos Jurídicos y *Compliance* ante cualquier duda respecto a la presente Política y en especial:

- **Antes de iniciar cualquier tipo de acto de concentración económica con un competidor**, como por ejemplo, una fusión o adquisición.
- Antes de **participar por primera vez en una asociación comercial que involucre competidores**;
- Cuando el **contacto inadecuado sea iniciado por un competidor**;
- Al **considerar cualquier tipo de acuerdo de cooperación con un competidor**, como por ejemplo, la producción o comercialización conjunta y logística compartida;
- Cuando **se sospeche que un tercero está actuando de manera anticompetitiva con la compañía**.
- **Antes de celebrar cualquier acuerdo de distribución exclusiva**;
- Acerca de la **elaboración de una política de descuentos y condiciones de pago** basada en criterios transparentes y objetivos;
- Cada vez que parezca apropiado **condicionar la venta de un producto a la aceptación de determinado servicio**.

## 5 RESPONSABILIDADES

### 5.1 Alta Dirección

- Asegurar el cumplimiento de la Política en la empresa.
- Promover su actualización y mejora.
- Proveer los recursos para garantizar su efectiva aplicación.

### 5.2 Dirección de Asuntos Jurídicos y Relaciones Institucionales (DAJRI)

- Asistir a la Alta Dirección en la promoción del cumplimiento de la Política y monitorear su funcionamiento.

### 5.3 Gerencia de Asuntos Jurídicos y Compliance o Compliance Officer o Función de Cumplimiento

- Llevar adelante la gestión operativa de la presente Política
- Brindar asesoramiento en todos los asuntos relacionados a la presente Política.

#### 5.4 Colaboradores

- Conocer y aplicar las reglas y principios contenidos en la presente Política
- Asegurar la comprensión y cumplimiento de esta por el personal a cargo
- Comunicar cualquier conducta dudosa de la que se tome conocimiento usando los canales disponibles.

#### 5.5 Comité de Conducta

- Atender, analizar y resolver las posibles inquietudes, planteos y/o denuncias de incumplimiento de esta Política y de la Ley que reciba, ya sea a través de la Línea Ética u otra vía.

#### 5.6 5.5. Dirección de Desarrollo Humano Organizacional (DHO)

- Agregar al legajo personal de cada persona colaboradora del área Comercial la carta de adhesión a la presente Política, que será firmada al inicio de la relación laboral y, al menos, una vez al año.

#### 5.7 Terceros

- Cumplir la presente Política en aquellos casos en los que les sea extendida y, en caso de ser una persona jurídica, monitorear su cumplimiento por parte de sus integrantes.

## 6 INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

### 6.1 Planteamiento de inquietudes – Línea ética

Todos los Colaboradores, Colaboradoras y cualquier parte interesada que tenga conocimiento o dudas, de buena fe y sobre la base de una creencia razonable, de alguna conducta o de algún acto en contra los principios previstos en la presente Política, debe comunicarlo al área de Compliance ([integridad@acerbrag.com](mailto:integridad@acerbrag.com)), de la compañía y/o plantear su inquietud por medio de la Línea Ética dispuesta a ese fin, con confianza y sin temor a represalias.

Vías de acceso:

Teléfono: 0 800 555 0906

Web: <https://canaldeetica.com.br/acerbrag/>

## 6.2 Anexos

Los anexos de la presente Política son una parte integral de la misma.

### 6.2.1 Anexo A- Protocolo ante investigaciones gubernamentales

Acerbrag tiene como política cooperar con cualquier investigación llevada a cabo por las autoridades gubernamentales y/o de defensa de la competencia acerca del cumplimiento de la legislación aplicable. Ningún Colaborador deberá impedir tales investigaciones.

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

Si algún colaborador de Acerbrag fuera requerido por una autoridad gubernamental con respecto a cualquier asunto que involucre el cumplimiento de la Ley, el Gerente de Asuntos Jurídicos y *Compliance* y la Directora de la Dirección de Asuntos Jurídicos y Relaciones Institucionales, deberán ser alertados inmediatamente.

Existiendo la información que Acerbrag, o cualquiera de sus unidades, es el 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 preanunciadas, debe estar presente al menos un representante de la Dirección de Asuntos Jurídicos y Relaciones Institucionales.

En las inspecciones o búsquedas y detenciones realizadas sin previo aviso por las autoridades gubernamentales y/o de defensa de la competencia, se debe:

- Solicitar la presencia inmediata de al menos un representante de la Dirección de Asuntos Jurídicos y Relaciones Institucionales;
- Solicitar copia del auto de inspección o de búsqueda y detención, firmado por las autoridades que conducen la investigación, que debe contener una relación detallada de todos los documentos incautados;
- Informar a las autoridades que habrá plena cooperación y que no se creará ningún obstáculo para la búsqueda;

- Pedir a las autoridades que esperen a la llegada del representante de la Dirección de Asuntos Jurídicos y Relaciones Institucionales;
- 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 de la Dirección de Asuntos Jurídicos y Relaciones Institucionales; y
- Solicitarles a las autoridades permiso para fotocopiar los documentos incautados, 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 e incautación sólo puede ser firmada por el Gerente de Asuntos Jurídicos y *Compliance* o la Directora de la Dirección de Asuntos Jurídicos y Relaciones Institucionales, quienes velarán que no se excedan los términos del mandato judicial.

#### 6.2.2 Anexo B – Carta de Adhesión a la Política

Los Colaboradores y Colaboradoras del área Comercial de Acerbrag y aquellos que estén expuestos a los riesgos de Defensa de la Competencia conforme sea definido por la Función de Cumplimiento, firmarán al momento del ingreso a la compañía y, al menos, una vez al año, la siguiente carta de adhesión, que será agregada al legajo del Colaborador, que lleva DHO:

*“Reconozco que estoy sujeto y obligado a cumplir la Política de Defensa de la Competencia de Acerbrag y sus anexos (“Política”). Informo que entiendo la Política, cuyo objetivo es el de promover el cumplimiento de las normas aplicables al Derecho de Competencia y de la legislación antitrust de los países en los que Acerbrag hace negocios. Entiendo que la adhesión y el cumplimiento de la Política es una condición impuesta por Acerbrag y que no hacerlo puede resultar en medidas disciplinarias, incluyendo el despido. Firma. Nombre y apellido. DNI. Cargo. Lugar y Fecha”.*

## 7 RIESGOS DEL NEGOCIO ASOCIADO

Los riesgos del negocio asociados a esta Política son los riesgos de Defensa de la Competencia en particular el de incumplimiento de las obligaciones establecidas en la Ley 27.442 de Defensa de Competencia.