

# Competencia **justa.**

Guía sobre leyes de competencia

# Índice

## Índice de nuestra Guía sobre leyes de competencia

Normativa de la empresa .....	4
Qué hacer y qué no hacer .....	6
Relaciones con la competencia.....	8
Relaciones con los clientes, distribuidores y proveedores .....	12
Conducta unilateral .....	16
Pautas de comunicación .....	20
Fusiones, adquisiciones y empresas conjuntas .....	22
Formación y auditorías .....	23
¡Hable sin temor! .....	24
Otros recursos .....	26

- Pautas para reuniones con empresas de la competencia

## Nuestra Política

# Política de la empresa

Celanese se compromete a trabajar con integridad y de conformidad con la legislación vigente y las políticas internas. Este compromiso se refiere a las leyes de competencia (también conocidas como leyes antimonopolio), que han sido diseñadas para promover una competencia honesta y para proteger a los clientes y a la competencia frente a conductas anticompetitivas.

Más de 90 países han adoptado leyes de competencia. La mayoría de las leyes de competencia de estos países sancionan cualquier conducta a escala mundial que perjudique a los consumidores o a la competencia del país en particular.

El objetivo de nuestra política es establecer pautas y procedimientos para el cumplimiento de las leyes de competencia. Celanese y sus empleados, oficiales y directivos están sujetos a dicha Normativa y deben cumplir con todas las leyes vigentes en cada jurisdicción en donde Celanese desarrolle su actividad empresarial.

Los empleados que no cumplan con nuestra política serán sancionados, e incluso podrían ser despedidos. La empresa podrá informar a las autoridades correspondientes si descubre que uno de sus empleados ha infringido una ley de competencia. Las infracciones de la ley podrán derivar en acciones legales por parte del gobierno, incluyendo multas y hasta penas de cárcel.

**Nuestra Guía sobre leyes de competencia** ayudará a los empleados a comprender los conceptos básicos de las leyes de competencia y a reconocer las situaciones en donde puedan surgir dudas. Si tiene alguna pregunta acerca de las leyes de competencia o de los requisitos de nuestra Política, póngase en contacto con el departamento jurídico.

## Empiece con las intenciones correctas...

### ¿Preguntas?

Simplemente haga clic en

<http://oneportal.celanese.com/sites/CompetitionLaw>

# Principios generales

**Hacer lo correcto significa que** respetamos las leyes de competencia en todos los países donde desarrollamos nuestros negocios.

## ALCANCE DE LAS LEYES DE COMPETENCIA

Las leyes de competencia prohíben poner trabas injustificadas a la libre competencia y se refieren generalmente a tres tipos de conducta que describiremos a continuación. Estas leyes están redactadas en términos generales y no hacen mención exhaustiva de todos los tipos de conductas ilegales posibles, lo que permite a los tribunales y autoridades una cierta flexibilidad en su aplicación. Consulte a un empleado del departamento jurídico si tiene alguna pregunta.

### ACUERDOS ANTICOMPETITIVOS

- Los acuerdos entre empresas de la competencia para fijar precios, distribuir mercados, o falsear de cualquier otra forma la competencia suelen ser ilegales en su amplia mayoría.
- Otros arreglos cooperativos entre competidores, como la investigación conjunta, la fijación de estándares y las actividades de lobbying pueden llegar a prohibirse si reducen la competencia.
- Los acuerdos restrictivos con proveedores o clientes también pueden representar problemas de competencia (por ejemplo, contratos de suministro).

### ABUSO DE POSICIÓN DOMINANTE Y MONOPOLIZACIÓN

- Las leyes de competencia prohíben que las empresas que ejercen un monopolio o gozan de una posición dominante en el mercado se sirvan de prácticas abusivas para excluir a la competencia o para explotar a sus clientes.
- Los problemas de ejercicio de monopolio y de posición dominante pueden surgir en empresas con cuotas de mercado tan bajas como de un 33%, o incluso menores en ciertas circunstancias.
- Alcanzar una cuota de mercado alta a través de una competencia justa y eficaz no representa una infracción de las leyes de competencia.

### FUSIONES, ADQUISICIONES Y EMPRESAS CONJUNTAS

- Las adquisiciones y empresas conjuntas están sujetas a revisión si exceden un cierto valor o dan lugar a una competencia desleal.
- Consulte con el departamento jurídico para obtener ayuda y asegurarse de que está respetando las leyes.
- Las actividades conjuntas entre competidores (por ejemplo, el intercambio de información o la planificación de integración) no están permitidas sin previa autorización del departamento jurídico.

... **Y llegue al lugar adecuado.**

## Qué hacer y qué no hacer

# Qué hacer

**Hacer lo correcto** quiere decir que **sí** cumplimos con esta Política y que nos enorgullecemos de nuestra filosofía de respeto a la legalidad.

### **RELACIONES CON LA COMPETENCIA**

- Competir vigorosa y éticamente
- Obtener la información sobre la competencia de fuentes legítimas
- Seguir las Pautas para reuniones con empresas de la competencia (ver páginas 26-27)
- Consultar con el departamento jurídico antes de realizar cualquier acuerdo con la competencia o de acudir a reuniones de organizaciones profesionales

### **RELACIONES CON LOS CLIENTES Y PROVEEDORES**

- Negociar honestamente para obtener el mejor acuerdo para Celanese
- Consultar con el departamento jurídico antes de negarse a abastecer a un cliente existente
- Obtener la autorización del departamento jurídico antes de formalizar cualquier acuerdo o contrato exclusivo

### **CONDUCTA UNILATERAL**

- Hacer crecer nuestro negocio a través de una competencia sana
- Seguir nuestras Pautas de inteligencia competitiva (ver página 19) a la hora de recopilar información
- Proteger nuestra ventaja competitiva a través del uso apropiado de los derechos de propiedad intelectual

### **PAUTAS DE COMUNICACIÓN**

- Ser prudentes al redactar correos electrónicos y diapositivas y asistir a la Formación sobre comunicación clara de Celanese (ver página 26)
- Consultar con el departamento jurídico durante el proceso de redacción de documentos de estrategia
- Obtener la autorización del departamento jurídico antes de efectuar cualquier anuncio público de precios

# Qué no hacer

**Hacer lo correcto** significa que **no** nos comportamos de manera anticompetitiva en ninguno de los países en los que desarrollamos nuestra actividad empresarial.

## **RELACIONES CON LA COMPETENCIA**

- No comente con la competencia precios o cualquier otro tipo de información confidencial o sensible
- No acuerde con la competencia que no venderemos productos a determinadas compañías o en ciertos mercados
- No comunique información delicada que haya escuchado en consejos de empresas conjuntas

## **RELACIONES CON LOS CLIENTES Y PROVEEDORES**

- No firme contratos de suministro sin previa autorización del departamento jurídico
- No utilice a los clientes o proveedores para intercambiar información con un competidor
- No efectúe acuerdos recíprocos de compra sin la autorización del departamento jurídico

## **CONDUCTA UNILATERAL**

- No intente ganar cuotas de mercado a través de conductas de fijación de precio ilegales
- No ofrezca a los clientes descuentos ni paquetes de productos gratuitos sin la aprobación del departamento jurídico

## **PAUTAS DE COMUNICACIÓN**

- No utilice palabras ambiguas o argot legal en sus comunicaciones
- No exagere acerca de la posición de mercado de Celanese
- No describa de forma negativa a la competencia ni menosprecie sus productos

## Relaciones con la competencia

# Relaciones con la competencia

**Hacer lo correcto** significa no comunicar información sensible a la competencia.

### INFORMACIÓN COMPETITIVAMENTE SENSIBLE

Las infracciones más graves de las leyes de competitividad son las relativas a las relaciones entre competidores. Está prohibido comunicar información de Celanese a los miembros de la competencia salvo con previa autorización del departamento jurídico. Algunos ejemplos de información delicada para la competencia son:

- precios actuales o propuestos
- condiciones de venta
- descuentos o rebajas
- niveles actuales de venta
- condiciones de crédito
- descuentos o financiaciones especiales
- métodos de fijación de precios
- garantías
- cargos por transporte
- mercado o territorios de venta
- términos de acuerdos con proveedores
- inversiones actuales o futuras
- Planes o tendencias de negocios o de marketing
- licitaciones, incluyendo nuestra intención de hacer o no una oferta para ganar un contrato en particular
- información financiera no pública
- capacidad de utilización/demanda
- cese de la fabricación de un producto a cambio del suministro de dicho producto
- costes de producción
- margen de beneficios
- información relativa a clientes
- calidades de productos
- tecnología/I+D
- cualquier otro asunto relacionado con los precios o que los afecte.

Muchos de nuestras **empresas competidoras** son también **clientes** o **proveedores**. Está permitido reunirse con ellos para intercambiar únicamente la información necesaria para nuestra relación comercial.

## Pregunta

“Durante una feria comercial, un amigo que trabaja para la competencia me invitó a cenar para que habláramos de trabajo. ¿Hay temas de los que no debemos hablar?”

## Respuesta

Todas las conversaciones deben respetar las leyes de competencia. Aunque sea durante la cena o compartiendo unas copas, evite revelar cualquier información acerca de la fijación de precios, clientes potenciales o estrategias de mercado, o cualquier otro tipo de información

sensible, ya que podría dar la impresión de estar participando en un acuerdo desleal con la competencia. Si su interlocutor insiste, excútese y contacte a un abogado de Celanese.

## COMUNICACIONES CON LA COMPETENCIA

### Reuniones con empresas de la competencia

- Las reuniones con las empresas de la competencia deben organizarse únicamente cuando sea necesario discutir acerca de temas que no estén relacionados con la competencia entre las dos empresas.
- Los empleados de Celanese deben seguir las Pautas para las reuniones con las empresas de la competencia (ver páginas 26-27) para evitar comportamientos que podrían considerarse inapropiados.

### Organizaciones profesionales

- Las organizaciones profesionales desempeñan funciones necesarias y legítimas, pero no deben utilizarse para organizar reuniones inapropiadas o intercambiar información competitivamente sensible con la competencia.
- Para poder participar en organizaciones profesionales o en organismos o actividades normativas es necesario obtener la autorización de la dirección y del departamento jurídico.

### Intercambio de información

- Está terminantemente prohibido el intercambio de información competitivamente sensible entre miembros de la competencia, incluso a través de terceras personas (como proveedores, clientes o distribuidores). La infracción de esta regla puede dar lugar a sanciones y/o multas.
- No se comunique con organizaciones que recopilan y analizan información de mercado (como ICIS y Tecnon OrbiChem) sin previa autorización del departamento jurídico.

## ¿Qué debo hacer?

Dos competidores producen y comercializan el mismo producto. Uno de ellos está considerando cerrar la planta en donde fabrica ese producto y el otro ofrece hacerse cargo de su producción.

### ¿Cuál es el problema?

- La producción subcontratada está permitida en general, y puede favorecer la competencia cuando una de las partes fabrica los productos de manera más eficiente. Sin embargo, los competidores no deben acordar entre sí restringir la producción en el sector infringiendo las leyes de competencia.

### ¿Qué es lo apropiado?

- Una de las empresas de la competencia puede hacerse cargo de la fabricación de un producto
- En la mayoría de los casos, el contrato no debe estar condicionado por un acuerdo de salida del mercado o de reducción de la producción de una de las plantas del competidor.
- Cualquier decisión de reducir la producción o de cerrar una planta debe:
  - Efectuarse de forma unilateral por el propietario sin que exista un acuerdo entre los competidores
  - Estar sustentada en razones empresariales legítimas
- El departamento jurídico debe participar de las discusiones previas al contrato

## ¿QUÉ ES UN ACUERDO?

El objetivo de la mayoría de las leyes de competencia es evitar los acuerdos que dañen la competencia. El significado de "acuerdo" es bastante amplio; no es necesario firmar un contrato formal para que se considere que ha pactado un acuerdo con un competidor. Los acuerdos verbales y entendimientos implícitos (resultado de acciones, intercambios de información u otra forma de comunicación) pueden considerarse como "acuerdos" ante las leyes de competencia.

### Acuerdos prohibidos:

- Mencionan precios al cliente actuales o futuros
- Asignan ventas en función de los clientes, territorios o productos
- Limitan la producción
- Restringen las exportaciones o importaciones
- Limitan la calidad del producto o la investigación
- Acuerdan con fines especulativos los plazos de introducción de nuevas tecnologías

Para evitar este tipo de acuerdos, y cualquier insinuación de que Celanese puede tener un acuerdo de este tipo con un competidor, no debe existir ningún tipo de comunicación directa o indirecta entre Celanese y nuestros competidores acerca de información delicada sin autorización previa del departamento jurídico.

# Pregunta

"Me gustaría pedirle a un competidor si puede suministrar un producto a uno de nuestros clientes durante una interrupción de la producción. ¿Esto está permitido?"

# Respuesta

Sí, estos acuerdos de intercambio pueden fomentar la competencia cuando se efectúan de manera adecuada, ya que brindan a nuestros clientes un suministro ininterrumpido. Recuerde que no debe intercambiar información delicada y que siempre debe consultar al departamento jurídico antes de iniciar las conversaciones o llegar a un acuerdo con el competidor.

**Acuerdos comunes y actividades que requieren una autorización por anticipado del departamento jurídico.**

- Negativas a negociar (boicot), acuerdos para no mantener o limitar una relación comercial con un comprador o vendedor específico
- Actividades de producción, investigación, marketing, compras o ventas.
- Cabildeo/soprote conjunto para influir en la actividad gubernamental, como la legislación o la regulación

**EVITAR EL DESPRESTIGIO A LA COMPETENCIA**

Los empleados de Celanese no deben hacer comentarios que difamen o desacrediten a la competencia.

-----  
Falsas declaraciones

+  
Pone en tela de juicio la calidad de los productos del competidor

+  
Disuade a los clientes de contratar al competidor

=  
**Difamación**  
-----

Aunque ciertas declaraciones y comparaciones de productos que se verifiquen de manera objetiva puedan considerarse legítimas, no debemos sacar conclusiones infundadas o realizar falsas declaraciones acerca de la competencia. Los datos y fundamentos que sirven de base para las comparaciones de productos siempre tienen que estar bien documentados.

**Proceda con precaución cuando intercambie información con la competencia. Aún las comunicaciones realizadas de buena fe pueden esgrimirse como prueba de un acuerdo ilegal (tal como la fijación de precios).**

## Relaciones con los clientes, distribuidores y proveedores

# Relaciones con los clientes, distribuidores y proveedores

**Hacer lo correcto** significa que siempre actuamos de forma ética, respetando a nuestros clientes, distribuidores y proveedores.

### ACUERDOS CON CLIENTES

A través de los contratos de ventas podemos ofrecerles a nuestros clientes garantías de suministro, así como de calidad y precio de los productos. Mientras que la mayoría de los acuerdos con los clientes ofrecen estos y otros beneficios que fomentan la competencia, las leyes de competencia impiden a los proveedores aceptar ciertos contratos de ventas que podrían limitar la competencia, en el caso de que el proveedor posea una gran cuota de mercado para de una gama de productos específica o si existen pocos proveedores para ese producto determinado. Debe obtener la autorización del departamento jurídico antes de negociar los siguientes tipos de contratos de ventas:

- **A largo plazo:** Que tienen una vigencia mayor a cinco años o una cláusula de renovación automática
- **De suministro:** Que ponen como requisito que el cliente compre todos o una parte de sus productos a Celanese
- **De descuentos:** Que ofrecen créditos o reembolsos en función de la cantidad comprada
- **Vinculados:** Que ponen como requisito que el cliente compre un producto para obtener otro.
- **De ventas conjuntas:** Que otorgan un descuento o rebaja por la compra de dos o más productos individuales de Celanese

## Pregunta

“Nuestro cliente ha aceptado comprarnos la totalidad de los productos que necesita si le hacemos un descuento por volumen. ¿Es posible hacer esto?”

## Respuesta

Los contratos de suministro y los descuentos pueden favorecer la competencia, pero no siempre están permitidos. Siempre siga la Política internacional de contratos de Celanese y contacte al departamento jurídico antes de iniciar las discusiones.

## ACUERDOS CON DISTRIBUIDORES

Celanese tiene varias relaciones con distribuidores que benefician a los compradores de nuestros productos proporcionándoles fuentes de suministro alternativas, suministro en regiones en las que no estamos presentes o suministro a clientes de pequeña envergadura. Sin embargo, las leyes de competencia limitan las restricciones que podemos imponer a las empresas que distribuyen o revenden nuestros productos y requieren que sea el distribuidor el único habilitado para tomar decisiones respecto a precios y otras condiciones de venta. Es necesaria la autorización del departamento jurídico antes de:

- Permitir a los distribuidores utilizar las instalaciones de Celanese o recibir una compensación por el uso de las instalaciones de los distribuidores
- Restringir las condiciones de reventa, incluyendo zonas, clientes, precios, productos o cualquier otra actividad.
- Romper relaciones con distribuidores (exista o no un acuerdo por escrito, o aunque este haya caducado)

## ¿Qué debo hacer?

Una compañía que cuenta con una importante cuota de mercado para uno de sus productos y que desea aumentar las ventas de otros dos propone ofrecer descuentos a los clientes que compren los tres productos juntos.

### ¿Cuál es el problema?

- Para aquellos clientes que utilicen los tres productos, la venta conjunta puede presentar ciertas ventajas financieras y de comodidad. Sin embargo, puede tratarse de una conducta anticompetitiva si se priva a las empresas de menor tamaño, que no ofrecen los tres productos, de vender su producto al cliente.

### Para analizar correctamente la proposición resulta útil saber:

- Si un competidor aún puede competir teniendo en cuenta el descuento ofrecido
- La posición relativa de la empresa respecto al producto primario, y si la empresa vende los mismos tres productos por separado y ofrece descuentos similares en ventas individuales.
- Si el importe del descuento, considerado como relativo a solo uno de los productos, tendría como resultado la venta del producto a un precio inferior a su coste de fabricación.

## SELECCIÓN DE PROVEEDORES

En general, debemos seleccionar a nuestros proveedores de manera independiente, ya que los acuerdos con terceras partes podrían constituir un incumplimiento de las leyes de competencia, a través de la divulgación de información competitivamente sensible para la competencia o de un uso abusivo de la capacidad de compra conjunta. Consulte con el departamento jurídico antes de:

- Hablar con los miembros de la competencia acerca de los proveedores
- Acceder a seleccionar proveedores conjuntamente con terceras partes que compren los mismos productos o servicios
- Divulgar a terceros información acerca de precios, términos o condiciones de los acuerdos con los proveedores

## ACUERDOS CON PROVEEDORES

Siempre debemos trabajar en pos de obtener las mejores condiciones posibles en nuestros acuerdos con los proveedores. Sin embargo, las leyes de competencia restringen nuestra relación con los proveedores. Los siguientes tipos de contratos de compras pueden causar problemas legales bajo ciertas circunstancias y siempre requieren la autorización previa del departamento jurídico.

# Pregunta

“Uno de nuestros proveedores de materias primas es también un cliente importante. ¿Puedo negarme a venderle el producto terminado si no nos ofrece un precio favorable?”

# Respuesta

En general las partes pueden decidir con quién quieren negociar. No obstante, debe consultar con el departamento jurídico antes de condicionar la venta de nuestros productos a la obtención de términos favorables por parte del proveedor, ya que la legalidad de este tipo de acuerdos depende en gran medida de la posición en el mercado correspondiente.

**Contratos de producción:** Acuerdos que requieran que un proveedor venda un porcentaje específico de su producción únicamente a Celanese:

- Pueden ser beneficios, ya que aseguran una fuente de suministro y en general están permitidos.
- Bajo ciertas circunstancias pueden ser anticompetitivos (por ejemplo, ciertos acuerdos que le impidan a un miembro de la competencia obtener una materia prima necesaria)

**Acuerdos recíprocos:** Acuerdos para la compra de productos de un proveedor bajo la condición de que dicho proveedor compre los productos de Celanese:

- Puede fomentar la competencia si trae como resultado un aumento de la eficacia o de la disponibilidad de suministro.
- Puede representar un problema legal en relación con la competencia dependiendo de nuestra cuota de mercado para cierto producto, o de la del proveedor.

**Cláusula de nación más favorecidas:** Acuerdos por los que el proveedor se compromete a no vender productos a la competencia en términos más ventajosos que los disfrutados por Celanese:

- Puede ser una forma eficaz de obtener el mejor precio posible para Celanese, y en regla general están permitidas
- Pueden ser anticompetitivas bajo ciertas circunstancias (por ejemplo, si Celanese tiene una posición dominante en el mercado)

**Nuestras relaciones con proveedores, distribuidores y clientes se rigen por las reglas contra acuerdos anticompetitivos y prácticas abusivas de las empresas dominantes.**

## Conducta unilateral

# Conducta unilateral

**Hacer lo correcto** significa que competiremos sin descanso, pero sin abusar de nuestra posición en el mercado.

### MONOPOLIOS Y ABUSO DE LA POSICIÓN DOMINANTE EN EL MERCADO

Las empresas con cuotas de mercado monopolicas, o que ostentan una posición dominante en cuanto a mercados de determinados productos en regiones geográficas específicas, están sujetas a reglas especiales que protegen a los clientes y proveedores frente a prácticas injustas o abusivas.

Mantener una cuota de mercado elevada no es, en sí mismo, ilegal y con frecuencia es el reflejo de una empresa que ofrece a sus clientes altos niveles de innovación o valor. Sin embargo, cuando esta característica va acompañada de prácticas injustas o abusivas, puede ser ilegal, como ocurre si

- se realizan pagos a los clientes a cambio de que acepten no comprar los productos de la competencia
- se llevan a cabo acciones que eliminan a la competencia en un mercado o evitan que nuevos competidores se sumen al mercado
- se lleva a cabo cualquier acuerdo con los clientes para evitar que los competidores hagan negocios

Establecer si una empresa es dominante o monopolista es una cuestión complicada, del mismo modo que la definición de mercado requiere de un análisis complejo. En algunos países, una cuota de mercado de 33% (o menor en determinadas circunstancias) puede considerarse dominante.

Distinguir entre la competencia justa y las conductas injustas o abusivas no siempre es sencillo, de modo que es importante hablar con el departamento jurídico en el caso de cualquier posible conducta que pueda considerarse como abusiva. Las empresas dominantes que llevan a cabo prácticas abusivas pueden tener que hacer frente a multas elevadas que podrían incluir cargos criminales y el pago de millones de dólares en daños a las partes afectadas.

# Pregunta

“¿Cómo puedo saber si tenemos una posición dominante en el mercado en una región geográfica específica?”

# Respuesta

Consulte al departamento jurídico siempre que albergue cualquier duda acerca de la posición de mercado de Celanese. Para definir un mercado se requiere de un análisis complejo, y podría incluir otras regiones geográficas así como la sustitución de algunos productos. Evite describir un mercado en términos demasiado restringidos.

# ÉTICA DE LA FIJACIÓN DE PRECIOS

## Precios predatorios

Puede considerarse que existe un caso de fijación de precios predatorios si:

- Los precios que cobramos están por debajo de nuestros costos variables para reducir así la competencia y volver a captar, con el tiempo, las pérdidas a corto plazo; y
- Existe una posibilidad real de que podamos obtener una cuota dominante en el mercado y recortar nuestras pérdidas

Bajo ciertas condiciones de variación en los mercados, podría ser legal el establecimiento de precios por debajo de nuestros costes variables, la introducción o eliminación de una línea de productos o la eliminación de los precios de la competencia durante un corto tiempo para mantener la fidelidad de los clientes. Antes de llevar a cabo cualquier cambio en los precios que haga que no cubran por completo nuestros gastos asignados, debe realizar una consulta al departamento jurídico.

## Discriminación en los precios

Las leyes de competencia contienen normas complejas en cuanto a la discriminación en los precios, que consiste en ofrecer los productos de manera que se proporcione a un cliente una ventaja competitiva sobre los demás.

Puede permitirse la aplicación de diferentes precios, condiciones o asignaciones promocionales a clientes en situaciones similares, siempre que:

- La reducción de precios pueda justificarse con ahorros reales en los costos
- Los precios, servicios o pagos se ofrezcan de buena fe para igualar, pero no para superar, los términos ofrecidos por la competencia
- Las circunstancias de venta sean diferentes (incluyendo regiones y usuarios finales distintos)

Consulte al departamento jurídico si tiene cualquier duda acerca de la discriminación de precios.

# ¿qué debo hacer?

Estamos negociando dos contratos de ventas con empresas que compiten en las mismas aplicaciones de usuario final. Con una de las empresas hemos negociado un precio más alto por el mismo producto.

## ¿Cuál es el problema?

- Las empresas no están obligadas a cobrar el mismo precio a todos los clientes; sin embargo, cobrar a clientes en una situación similar precios distintos podría dar lugar, en determinadas circunstancias, a infracciones de las leyes de competencia.

## ¿Qué es apropiado?

- Existen diversas razones por las que se pueden cobrar precios distintos, como por ejemplo:
  - para igualar los precios con los de la competencia
  - para justificar los costos
  - como descuentos funcionales
  - en descuentos por volumen
  - por cambios en las condiciones

## CONSIDERACIONES ACERCA DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Las leyes de competencia pueden restringir la adquisición, desarrollo, imposición y disposición de los derechos de propiedad intelectual, y por lo general prohíben el abuso de estos derechos para lograr ventajas competitivas.

- Los propietarios de patentes tienen un monopolio estatutario en el país en el que se haya realizado el registro, durante la vigencia de la patente y dentro del alcance del campo o materia correspondiente. Puede darse un mal uso de una patente si se intenta o se amenaza con utilizar u obtener una patente que no sea válida.
- El uso indebido de una marca comercial puede ocurrir si se utiliza la marca comercial de un competidor para realizar declaraciones falsas acerca de un producto o servicio o si se utilizan los símbolos de marcas comerciales registradas como marcas no registradas.
- El otorgamiento de licencias de una propiedad intelectual suele beneficiar la libre competencia, pero negarse a otorgar las licencias, así como la aplicación de ciertas restricciones en las mismas puede causar problemas en ciertas circunstancias, como el caso de las licencias exclusivas y las restricciones a la investigación independiente.

Consulte a un abogado de Celanese especializado en propiedad intelectual y plantéele cualquier duda que tenga en relación con las cuestiones de propiedad intelectual.

## INTELIGENCIA COMPETITIVA

Las actividades de inteligencia competitiva, son parte integral de nuestro negocio y son una fuente importante de información, pero deben realizarse dentro de un estricto marco ético y legal.

- No intente obtener jamás, de manera ilegal o poco ética, los secretos comerciales ni la información confidencial o patentada de una empresa de la competencia
- Siempre siga las Pautas para la realización de actividades de inteligencia competitiva de Celanese (ver página 19)

# Pregunta

“Creo que un competidor podría estar infringiendo nuestros derechos de patentes. ¿Puedo adquirir una muestra del producto del competidor y analizar sus características?”

# Respuesta

Sí, adquirir los productos de un competidor que se encuentran a la venta en el mercado y analizarlos, probarlos o aplicarles sistemas de ingeniería inversa es legal y cumple con nuestras Pautas para la realización de actividades de inteligencia competitiva (ver página 19).

# Directrices para la realización de actividades de inteligencia competitiva

Nuestras actividades de inteligencia competitiva deben realizarse dentro de un estricto marco ético y legal y en cumplimiento con nuestra Política de conducta empresarial. Siga estas pautas cuando reúna información acerca de la competencia.

- Puede usarse la información del competidor que este divulgue públicamente como, por ejemplo, los folletos y las declaraciones realizadas en ferias comerciales en un entorno público, así como cualquier otra información obtenida sin engaños o subterfugios. Sin embargo, nunca debe:
  - Mentir acerca de quién es y a qué se dedica
  - Sobornar a alguien u ofrecerle incentivos indebidos a cambio de información
  - Recopilar información mediante grabaciones secretas o engaños
- Analizar, probar o utilizar ingeniería inversa en productos de un competidor que se hayan adquirido en el mercado es un método legal de reunir inteligencia competitiva
- Los métodos prohibidos para recopilar inteligencia competitiva son los siguientes:
  - Distribuir o intercambiar información falsa
  - Intercambiar información confidencial o negociar con ella
  - Robar secretos comerciales o información patentada de algún competidor
  - Obligar a alguien a proporcionar información que pueda poner en riesgo su trabajo o su reputación
  - Recopilar información acerca de empresas de propiedad federal (por ejemplo, en China) que pueda considerarse como secretos de estado
- Jamás revele información que pueda infringir un acuerdo de confidencialidad
- Jamás dé la idea equivocada, intencionalmente, durante una entrevista
- Jamás intercambie información con un competidor acerca de precios, costos, mercados, planes estratégicos ni ninguna otra información delicada de este tipo (ver página 8)
- Siempre documente la fuente de la que obtuvo la información e indíquela en cualquier presentación de materiales que realice
- Siempre consulte con la Oficina de crecimiento estratégico antes de utilizar redes de especialistas

## Pautas de comunicación

# Pautas de comunicación

**Hacer lo correcto** es asegurar que nuestras comunicaciones sean claras y precisas.

### COMUNICACIONES POR ESCRITO

Siempre tenga cuidado al crear documentos, incluyendo correos electrónicos, y evite usar términos que puedan sugerir una conducta inapropiada. Al escribir siga siempre las pautas establecidas en la Formación sobre comunicación clara de Celanese (ver página 26).

#### Comunicados de prensa y anuncios de precios

Cuando redacte comunicados de prensa tenga en mente las pautas siguientes:

- Céntrese en Celanese y no en el sector
- Mantenga la información y la perspectiva dentro de un enfoque general, histórico y basado en información disponible públicamente
- No mencione información delicada o competitivamente sensible
- Destaque la eficacia, la sinergia y las estrategias para una competencia más efectiva
- Consulte al departamento de Comunicaciones de negocio y al departamento jurídico

# Pregunta

“Queremos emitir un comunicado de prensa para informar que vamos a incrementar nuestros precios debido a que nuestros costos se han elevado en 5.00 USD por tonelada. ¿Es correcto?”

# Respuesta

Los anuncios de incrementos de precios pueden proporcionar a los clientes información valiosa y están permitidos bajo ciertas circunstancias, con la aprobación del departamento jurídico. Son válidas las referencias generales a incrementos en los costos, pero evite incluir información específica al respecto en el comunicado de prensa.

Si desea hacer público un anuncio relacionado con los precios, recuerde que:

- Está prohibido proporcionar una lista de precios a la competencia, así como intentar coordinar los precios con ella
- Todos los anuncios públicos relacionados con los precios deben contar con la aprobación previa del departamento jurídico

### **Documentos relacionados con estrategias**

Los documentos que se relacionen con nuestras estrategias también pueden dar lugar a conflictos con las leyes de competencia. Para evitar dar una impresión errónea de conducta anti-competitiva:

- No exagere la posición en el mercado que tiene Celanese ni utilice jerga o terminología jurídica como “monopolio” y “posición dominante” con significados específicos en las leyes de competencia
- No dé a entender que la empresa tiene el poder para subir los precios sin considerar las presiones de la competencia, dejar a sus rivales fuera del mercado o imponerles barreras de acceso
- Destaque cualquier ventaja que tenga para los clientes el fomento de la competencia, como las mejoras en los costos y la innovación

Siempre consulte con el departamento jurídico cuando redacte documentos relacionados con estrategias.

## ¿qué debo hacer?

Cada año, nuestras líneas de negocio deben desarrollar y presentar una estrategia empresarial. Cada línea de negocio crea muchas versiones de sus diapositivas de estrategia.

### **¿Qué debe tener en cuenta para la creación de diapositivas de estrategias?**

- Debe involucrar al departamento jurídico tan pronto como resulte práctico
- Debe incluir la revisión legal en la cronología de su programa
- Al escribir siga las pautas establecidas en la Formación sobre comunicación clara de Celanese (ver página 26).
- Destaque los aspectos positivos y las ventajas para los clientes ( no las implicaciones negativas para la competencia)

Las comunicaciones cotidianas de los empleados pueden tener repercusiones en las leyes de competencia. Por ello, debe asegurarse de que todas las comunicaciones constituyan registros útiles y precisos que comunican la información con claridad y sin ambigüedades.

## Fusiones, adquisiciones y empresas conjuntas

# Fusiones, adquisiciones y empresas conjuntas

**Hacer lo correcto** es incrementar nuestro negocio dentro del marco de la ley en todas sus transacciones.

### FUSIONES, ADQUISICIONES Y EMPRESAS CONJUNTAS

Consulte al departamento jurídico antes de cualquier discusión relacionada con fusiones, adquisiciones y empresas conjuntas o transacciones similares, para poder evaluar los posibles efectos sobre la competencia. Las leyes de competencia prohíben fusiones anticompetitivas y con frecuencia exigen que se realicen notificaciones previas a cualquier fusión en las jurisdicciones en las que opere cualquiera de las partes, antes de que se lleve a cabo la transacción.

Aún en el caso de que dos competidores hayan acordado celebrar una transacción, deberán funcionar de manera independiente hasta que esta se complete. Las partes no podrán llevar a cabo, y ni siquiera hablar acerca de actividades conjuntas, incluyendo planes de integración, desarrollo conjunto de productos o ventas y marketing en común sin contar con la aprobación del departamento jurídico.

## Pregunta

"Yo trabajo en China. ¿Me afectan a mí las leyes estadounidenses de competencia?"

## Respuesta

Las leyes estadounidenses de competencia se aplican a casos que afectan la competencia en Estados Unidos, sin importar dónde ocurran dichos casos, y nuestra política se aplica a todas las actividades de Celanese en el mundo. Nuestra Política, así como toda la formación y las auditorías relacionadas con ella, busca cumplir con las leyes de competencia aplicables en todas las jurisdicciones en las que operamos.

## Capacitación y auditorías

# Capacitación y auditorías

**Hacer lo correcto** implica entender y ratificar nuestras obligaciones en relación con el cumplimiento de las normas de las leyes de competencia.

### **CAPACITACIÓN**

Celanese ofrecerá entrenamiento sobre las leyes de competencia de forma periódica. La capacitación será obligatoria para determinados grupos de empleados que, por sus actividades laborales, tienen más probabilidades de estar expuestos a problemas relacionados con las leyes de competencia.

### **AUDITORÍA**

Celanese llevará a cabo auditorías internas y procedimientos de prueba de forma periódica. Estas auditorías incluirán la consideración y revisión de cuestiones de competencia, con especial énfasis en el cumplimiento de la legislación del país correspondiente y de las normas, las prácticas y los procedimientos de Celanese.

**Asista a la capacitación anual para enterarse de las últimas novedades y las tendencias de cumplimiento.**

**¡Hable sin temor!**

# ¡Hable sin temor!

**Hacer lo correcto** implica la obligación permanente de informar con prontitud sobre cualquier infracción, o presunta infracción, de la Política de la empresa a través de los cauces adecuados.

El cumplimiento de la Política de la empresa y de todas las normas de conducta empresarial es una condición indispensable para trabajar en Celanese. No se tolerará infracción alguna.

## **INFORMAR Y AUSENCIA DE REPRESALIAS**

Los empleados tienen la obligación permanente de informar de cualquier infracción, o presunta infracción, de la Política de la empresa o de cualquiera de las normas de conducta empresarial al superior correspondiente o al supervisor funcional, a un coordinador regional de la (BCP, al encargado del departamento de cumplimiento, a un abogado de Celanese o a través de la línea de Asistencia Ética. Si se produce una denuncia en un sitio específico y el denunciante duda de que se haya prestado la atención suficiente al asunto, deberá recurrir a instancias superiores o mediante la Línea de Asistencia Ética.

**Si sabe algo acerca de cualquier conducta que infrinja los estándares de las leyes de competencia establecidas en esta normativa, tiene la obligación de informarlo.**

Las denuncias también pueden hacerse de forma anónima a través de la Línea de Asistencia Ética en el número +1 (866) 384-4223 o a través de Internet en la dirección <https://www.compliance-helpline.com/CelaneseBCP.jsp>

Para las plantas europeas, consultar la dirección <https://www.compliance-helpline.com/CelaneseEU.jsp>

Dichas denuncias se tratarán de forma confidencial en la medida en que sea apropiado y la ley lo permita. Celanese prohíbe las represalias por la denuncia de conductas que, de manera razonable, se cree que constituyen una infracción de nuestra Política de las leyes de competencia u otras normas de Celanese o de la legislación vigente.

## CONSECUENCIAS DE LAS INFRACCIONES

Se tomarán las medidas disciplinarias correspondientes ante las infracciones de nuestra Política de la ley de competencia. Las infracciones de la Normativa de la empresa podrían afectar las primas y los aumentos de sueldo y dar lugar a la aplicación de las siguientes medidas:

- Amonestación verbal
- Amonestación por escrito
- Suspensión sin sueldo
- Plan de mejora del rendimiento (PIP)
- Despido

Además, cualquier persona que infrinja las leyes de competencia es susceptible de ser denunciada a las autoridades correspondientes, lo que podría dar lugar a procesos penales con el resultado de sanciones económicas y condenas de cárcel.

## ¿qué debo hacer?

**Pregunta:** Escuché que un compañero de trabajo hablaba con un miembro de la competencia acerca de una nueva iniciativa de marketing y precios. ¿Qué debo hacer?

**Respuesta:** Tiene la obligación inmediata de denunciarlo, así como cualquier presunta infracción de esta política ante un superior, el responsable equivalente, un coordinador regional de la BCP, el encargado del departamento de cumplimiento, un abogado de Celanese o, de forma anónima, a través de la Línea de Asistencia Ética.

## Otros recursos

# PAUTAS PARA LAS REUNIONES CON LAS EMPRESAS DE LA COMPETENCIA

Las reuniones entre competidores en el sector pueden ser legales y fructíferas, tanto en lo social como en lo económico. Sin embargo, si no se toman las precauciones adecuadas, pueden malinterpretarse y hasta exponer a las empresas como Celanese y a sus empleados a cuestiones de responsabilidad bajo las leyes de competencia.

Aunque, en ciertas circunstancias, puede requerirse un intercambio limitado de información, nunca intercambie con la competencia información competitivamente sensible. Los reguladores de las leyes de competencia ven con recelo las conversaciones entre competidores y las supervisan con gran minuciosidad para determinar si se han mencionado comportamientos que potencialmente afecten la libre competencia (como llegar a un acuerdo en los precios o establecer restricciones de producción) o cualquier otro tipo de acuerdo que resulte igualmente ilegal.

Recuerde: todas las conversaciones cuentan, incluso si se llevan a cabo en un restaurante o en un bar. La ley no distingue entre infringir las leyes de competencia a sabiendas y con toda intención, o hacerlo sin querer.

Si surge un tema que resulte inadecuado, insista en que se abandone de inmediato y, de no hacerse así, retírese de la conversación. Haga evidente su partida, de modo que los demás recuerden que usted se marchó.

Además de imponer multas fuertes a las empresas, el gobierno puede multar o encarcelar a los individuos que infrinjan las leyes de competencia. Las consecuencias para nuestra empresa en términos de multas y daños pueden ser catastróficas. Para limitar el riesgo, es necesario que comunique de inmediato al departamento jurídico de Celanese cualquier conversación que haya sostenido con un competidor y que le haya hecho sentir incómodo o le haya dado motivo de preocupación, para que los asesores puedan tomar las medidas necesarias.

**Nuestra guía de recursos le indica dónde acudir cuando tenga que hacer frente a dificultades relacionadas con las cuestiones de cumplimiento con las leyes de competencia.**

### **Sitio web de Celanese sobre las leyes de competencia**

<http://oneportal.celanese.com/sites/CompetitionLaw>

- Guía sobre leyes de competencia
- Material de formación
- Pautas para reuniones con empresas de la competencia
- Pautas para la realización de actividades de inteligencia competitiva
- Muestra de una agenda de reunión y otros formularios
- Principales estatutos de las leyes de competencia e información sobre el cumplimiento en el sector

### **Sitio web de cumplimiento del departamento jurídico**

<http://one.celanese.com/public/LawDept/Compliance>

- Normas de conducta empresarial y material de formación
- Información sobre otros programas y formación de Celanese
- Datos de contacto de los coordinadores regionales de normas de conducta empresarial
- Formación sobre comunicación clara

Los empleados de Celanese deben seguir las directrices que se establecen a continuación en las reuniones con las empresas de la competencia para evitar incluso la apariencia de un comportamiento inapropiado:

- Las reuniones con las empresas de la competencia deben organizarse únicamente cuando existe una razón de negocio legítima que no esté relacionada con la competencia entre las dos empresas. Consulte con el departamento jurídico si alberga alguna duda acerca de la existencia de un propósito empresarial legítimo. En caso de que vaya a revelarse cualquier información que no sea del dominio público, deberá firmarse antes un acuerdo de confidencialidad apropiado.
- Se debe establecer una agenda escrita antes de reunirse con empresas de la competencia que manejen productos similares a los nuestros.
  - Revise la agenda con un abogado antes de la reunión y asegúrese de que cualquier discusión se lleve a cabo en estricto cumplimiento con las leyes de la competencia. Podrá encontrar el nombre de los contactos del departamento jurídico, así como una muestra de una agenda en: <http://oneportal.celanese.com/sites/CompetitionLaw>.
  - Durante la reunión, siga al pie de la letra la agenda fijada y pase cualquier otro tema que se presente a una reunión posterior, de modo que pueda incluirse el nuevo tema en una agenda formal, siempre y cuando resulte apropiado.
  - Las únicas excepciones a este requisito son las reuniones regulares de organizaciones en las que no se tocan temas relacionados con información competitivamente sensible y aquellas reuniones que hayan sido previamente aprobadas por el departamento jurídico.
- El departamento jurídico podría requerir la presencia de un abogado en la reunión para asegurar el cumplimiento de las leyes de competencia.
- Sea consciente de cuál es su competencia en el curso de una reunión. Con frecuencia, existen miembros de la competencia que son también nuestros clientes o proveedores. En esos casos, debe limitarse a comentar con el cliente o proveedor aquellas cuestiones que tengan que ver estrictamente con su relación de suministros.
- No comente información competitivamente sensible sin antes obtener la aprobación del departamento jurídico (en la página 8 de la Guía sobre leyes de competencia se incluye una lista de esta información, y también puede encontrarla como documento anexo a estas directrices).

Si tiene cualquier duda en relación con estas directrices, acuda a <http://oneportal.celanese.com/sites/CompetitionLaw> y hable con alguno de los abogados especialistas en comercio.

**En Celanese**, nuestros valores fundamentales de Seguridad, **Integridad** y Responsabilidad significan que operamos siguiendo los criterios más estrictos de comportamiento empresarial.

Aunque **compitamos encarnizadamente** en el mercado, **siempre seguimos las reglas**.

**Hacer lo correcto nos asegura de respetar las leyes de competencia en todos los países donde desarrollamos nuestra actividad empresarial.**

Para obtener información adicional, consulte: <http://oneportal.celanese.com/sites/CompetitionLaw>

© 2011, CELANESE CORPORATION. RESERVADOS TODOS LOS DERECHOS. CELANESE® Y EL LOGOTIPO C SON MARCAS COMERCIALES REGISTRADAS DE CELANESE CORPORATION. GUÍA SOBRE LEYES DE COMPETENCIA, VIGENTE A PARTIR DEL 1 DE SEPTIEMBRE DE 2011