

Sumitomo Electric Group

POLÍTICA MUNDIAL ANTI- MONOPOLIO Y DE COMPETENCIA

Los términos “antimonopolio” y “competencia” se usan generalmente de igual forma para referirse a las leyes que prohíben una conducta improcedente (anticompetitiva). No obstante, en general, el término “antimonopolio” se usa en los Estados Unidos (los EE.UU.), y “competencia” se usa en la mayoría de las demás jurisdicciones. Para ser más sencillo, el término “competencia” se usará para reflejar tanto “antimonopolio” como “competencia” a menos que se refiera a las leyes específicas en los EE.UU.

CARTA DEL PRESIDENTE

Estimados Colegas,

En nuestro Código de Conducta, hable de la orgullosa historia de Sumitomo Electric Group (“SEG”) de más de 120 años. Mencione el Espíritu de Sumitomo, que engloba nuestra meta de alcanzar excelencia en nuestro trabajo, e integridad en nuestra conducta comercial. En todos nuestros temas comerciales, operamos no sólo al pie de la letra y espíritu de las leyes y normativas, sino también de conformidad con las más altas normas éticas.

Parte de estas normas es asegurar que competimos vigorosamente donde desempeñamos operaciones de una forma ética. “Competir vigorosamente” de una forma ética significa que trataremos de obtener operaciones y pedidos, pero debemos hacerlo sin confabular, conspirar ni acordar nada ilegal con nuestros competidores. En otras palabras, siempre debemos determinar nuestro precio y operaciones independientemente.

Esta Política Mundial Antimonopolio y de Competencia SEG suplementa a nuestro Código de Conducta. Está aquí para recordar a todos nuestros empleados, donde quiera que estén, estar al corriente y seguir las diversas leyes de competencia en todo el mundo. La Gestión de todas las compañías SEG introducirán esta Política y asegurarán que nuestros empleados cumplen con la misma.

Nuestro Departamento Jurídico y la Oficina de Cumplimiento y Gestión de Riesgo han preparado esta Póliza para ayudar a los empleados a comprender los temas básicos e identificar situaciones que puedan presentar problemas. Nuestros Departamentos Jurídicos regionales están a disposición en todo el mundo para ayudarle a asegurar que comprende y cumple con estas leyes. SEG tiene un amplio programa de cumplimiento antimonopolio y de competencia y esta Política es una parte importante de dicho programa. Disponemos de formación, en persona y en línea. Todos ustedes deberán tomarse tiempo para asistir a estas formaciones con regularidad. Además, es su responsabilidad comprender cómo afectan a nuestras operaciones y a usted las leyes de competencia.

Les pido a cada uno de ustedes que hagan un compromiso personal para hacer operaciones conforme al Espíritu de Sumitomo y esta Política.

Osamu Inoue
Presidente y CEO
Sumitomo Electric Industries, Ltd.

DECLARACIÓN DE LA POLÍTICA ANTI-MONOPOLIO Y DE COMPETENCIA DE SEG MUNDIAL

Las leyes sobre competencia tienen como fin promocionar la competencia entre empresas y asegurar equidad y un mercado libre.

SEG ha adoptado un programa de cumplimiento antimonopolio y de competencia (un suplemento a nuestro Código de Conducta) con dos objetivos. Primero, establecer y comunicar las políticas SEG referente al cumplimiento con las leyes de competencia. Segundo, evitar violaciones de estas leyes de competencia.

Este programa de cumplimiento cubre los siguientes principios clave:

- Es la responsabilidad individual de todos los empleados, directores, administradores y ejecutivos de SEG de cumplir con todas las leyes de competencia pertinentes;
- Los empleados de SEG no deben dedicarse ni permitir que otros empleados se dediquen a aprobar ni tolerar ninguna conducta que viole las leyes de competencia pertinentes o la Póliza Antimonopolio y de Competencia de SEG;
- Los empleados en posiciones de gerencia son responsables personalmente no sólo de sus propias acciones sino también de la conducta de sus subordinados. Por este motivo, cada gerente deberá tener un cuidado particular para introducir los controles internos adecuados para reducir el riesgo de violaciones de la ley de competencia;
- Cualquier empleado que viole la Política Mundial Antimonopolio y de Competencia de SEG puede estar sujeto a una acción disciplinaria de hasta, e incluido, el despido; y
- SEG facilitará los materiales y programas docentes necesarios que expliquen de forma práctica lo que se espera de los empleados que puedan enfrentarse a problemas de competencia en relación con sus responsabilidades diarias.

SEG no tolerará ninguna conducta que pueda dar lugar a una violación de la ley de competencia y ningún gerente o supervisor dará ninguna instrucción al contrario.

A. RESUMEN DE LA LEY ANTIMONOPOLIO Y DE COMPETENCIA

1. Introducción

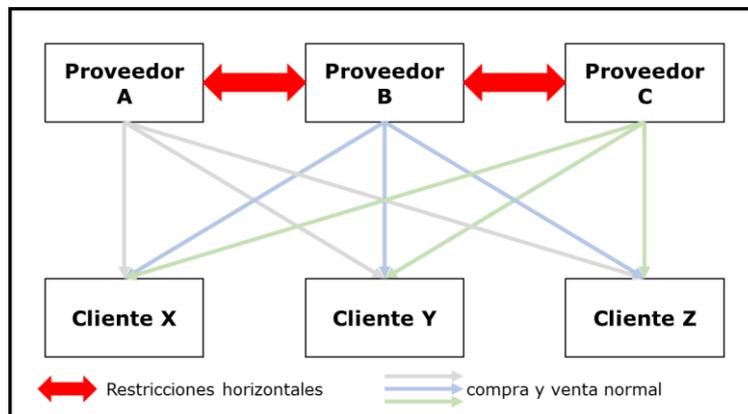
Más de 120 países en todo el mundo han adoptado las leyes de competencia. Entre algunas de estas leyes de estos países existen algunos principios comunes. SEG debe cumplir con las leyes de competencia en los lugares donde haga negocios. En algunos países, las autoridades de competencia aplican sus reglas a los incumplimientos de dicha ley que hayan tenido lugar fuera de su respectiva jurisdicción si consideran que la conducta se hace daño a los consumidores en su país. En algunos países, como en los EE.UU., ciertas acciones, como que los competidores que fijen el precio, siempre se consideran ilegales, sin importar el daño al consumidor. Consulte siempre con el Departamento Jurídico regional para determinar las leyes de competencia que aplican.

Las leyes de competencia generalmente tienen los mismos objetivos:

- 1) Asegurar que los mercados operan de forma eficaz por compañías que ofrecen precios competitivos, selección de productos e innovación. Esto significa, por ejemplo, que los compradores tengan diversos vendedores que compitan independientemente y que no actúen juntos para reducir el grado en que compiten. De igual forma, un vendedor se deberá enfrentar a compradores que compiten y que actúan en sus mejores intereses individuales para reducir costos;
- 2) Asegurar que donde una empresa domine un mercado de forma que pueda operar sin tener ninguna consideración del impacto que pueda ocasionar a los competidores y consumidores (por ejemplo, un monopolio o un oligopolio), que la empresa no afecte a la competencia por un proceder anticompetitivo; y
- 3) Asegurar que las compañías no puedan concluir las fusiones o adquisiciones si dichas acciones redujeran de forma importante la competencia y afectan al consumidor.

2. Trato con Competidores (Restricciones Horizontales)

Los competidores operan al mismo nivel de la cadena de suministro - por lo que los acuerdos entre competidores se conocen como «restricciones horizontales» (las siguientes flechas rojas).



La hipótesis básica de las leyes de competencia es que cada compañía debe tomar sus propias decisiones de forma independiente de sus competidores. Los acuerdos con competidores, como fijar los precios, asignar clientes o mercados, licitaciones ilegales o boicotear a otros

participantes o posibles entradas en el mercado, se consideran tan dañinas para los consumidores que las autoridades de competencia las consideran automáticamente ilegales.

2.1. ¿Qué constituye un Acuerdo?

Un acuerdo entre competidores en violación de las leyes de competencia incluye no sólo un contrato formal, sino también un entendimiento informal (un apretón de manos, un entendimiento, oral o de otro modo, una charla en el bar, una charla mientras se juega al golf etc. donde se intercambia información sensitiva competitivamente para alinear acciones del mercado). Un acuerdo se puede deducir de la conducta y otras circunstancias. En realidad, algunos acuerdos ilegales se deducen de evidencia circunstancial (ej., dos competidores se han comunicado entre sí - y puede que no hayan acordado ningún curso de acción - y más tarde actúan de forma comercial similar) de la conducta (ej., dos compañías constantemente suben o bajan los precios al mismo tiempo o anuncian dichos cambios al mismo tiempo). Un intercambio de información sensitiva competitivamente podría no parecer un acuerdo, pero una autoridad de competencia podría considerarlo evidencia de un acuerdo ilegal. E incluso cuando no se ha llegado a un acuerdo ilegal, las comunicaciones con un competidor pueden levantar sospechas de que se ha llegado a un acuerdo anticompetitivo que nos puede suponer una investigación o demanda judicial. Además, en algunas jurisdicciones, el intercambio de información sensitiva competitivamente es en sí una violación de las leyes de competencia.

2.2. ¿Qué Constituye un Competidor?

Una otra compañía es un competidor si compite con nosotros en nuestros mercados de ventas (cables de energía, cables de fibra, arneses de cables etc.), si compite en la compra de bienes y servicios, o si compite con nosotros por empleados en mercado laboral. Frecuentemente, los clientes de una parte de nuestra empresa serán competidores para otras partes de la misma.

2.3. Tipos de Acuerdos Anticompetitivos (o Carteles) entre Competidores

- I) **Acuerdos para fijar los Precios.** Firmar cualquier acuerdo con un competidor para fijar precios o términos competitivos es siempre ilegal. En algunos países - incluido Japón, EE.UU. y el Reino Unido - las personas que toman parte en acuerdos para fijar los precios pueden ir a la cárcel. Fijar precios se refiere no sólo a los precios, sino también a otros términos que afectan a los precios, como tarifas de envío, descuentos, tipos o servicios financieros. Además, en algunos países, un acuerdo con un competidor que limite o de otra forma fije los términos de empleo para los empleados actuales o futuros es también ilegal. Rogamos que consulte con su Departamento Jurídico regional en esta situación.
- II) **Acuerdos para Asignar Mercados o Clientes.** Siempre es ilegal de firmar cualquier acuerdo con un competidor (o competidores) para dividir mercados. En estos tipos de acuerdos, los competidores se asignan clientes, o tipos de clientes, productos o territorios específicos entre ellos. Un proveedor puede decidir independientemente no tratar con un cliente en particular, pero los proveedores no pueden acordar los clientes que proveerán/identificarán.
- III) **Licitaciones ilegales.** Siempre es ilegal de firmar cualquier acuerdo con un competidor sobre el valor (incluido el valor aproximado), términos y condiciones en una licitación o método por el cual se presentarán o determinarán las licitaciones. Licitación ilegal también incluye acuerdos o entendimientos entre competidores para: (i) alternar los proyectos/trabajos o licitaciones entre competidores; (ii) determinar quién licitará y quien no, quién licitará a qué clientes, quien licitará alto y quien lo hará bajo; o (iii) determinar los precios que los competidores individuales licitarán. En algunos casos, incluso el intercambio de información

relacionada con las licitaciones, o quién licitará, puede ser considerado de ser ilegal. Rogamos que consulten con su Departamento Jurídico regional en esta situación.

IV) Intercambio de Información Sensitiva Competitivamente entre Competidores.

En algunas jurisdicciones, el intercambio de algunos tipos de información sensitiva competitivamente (como información sobre futuros precios o estrategia comercial que no sea de dominio público) está castigado como un cartel. Incluso enviar información pública directamente a un competidor podría estar castigado como si se considerara un intento de influir la estrategia del competidor (paralelismo).

V) Boicoteo. Un boicoteo es un acuerdo entre dos competidores o más para negar tener negocios con un tercero, ya sea otro competidor, cliente o proveedor, con un fin anticompetitivo. Los ejemplos incluyen una negación de mercancías a un “corte de precio” o descuento, o la exclusión de un competidor de una asociación industrial u organización que fije normas.

2.4. Acuerdos Legales con Competidores

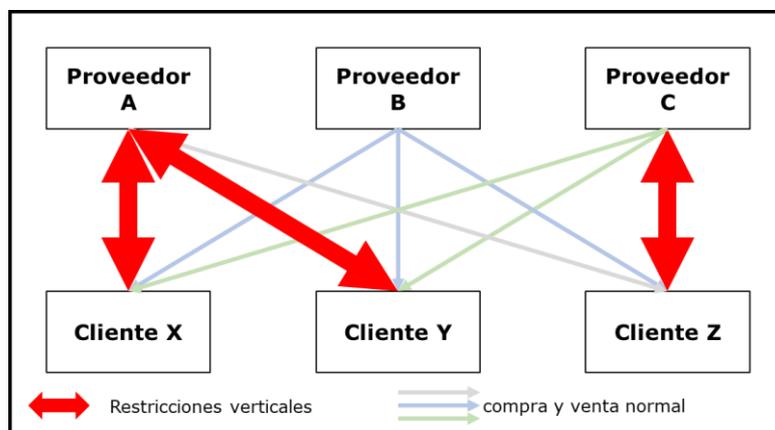
Puede haber razones legítimas para discutir o acordar temas con un competidor, por ejemplo:

- un cliente pide expresamente a los competidores que ofrezcan sugerencias sobre cómo resolver un reto técnico;
- Acuerdos de desarrollo conjunto, cooperación, IyD conjunta, Unión Temporal de Empresas y consorcios para un proyecto que sea demasiado arriesgado para que nuestra compañía lo haga por si sola debido a capacidad insuficiente, donde no tenemos los medios o capacidades técnicas, o donde el cliente solicita dicha cooperación; y
- las transacciones con competidores en áreas donde el competidor no compita con nuestra compañía (por ejemplo, la compra o venta de un bien o servicio en un área donde nuestra compañía y el comprador/vendedor no compitan).

En todos los casos cuando podría haber razones para negociar o, posiblemente acordar temas con un competidor, usted debe consultar con su Departamento Jurídico regional antes de comprometerse a las negociaciones con su competidor.

3. Restricciones Verticales

Los acuerdos entre partes que operan a diferente nivel de la cadena de suministro se conocen como “restricciones verticales” (las siguientes flechas rojas).



Restricciones verticales se refiere a ciertos tipos de prácticas por parte de fabricantes o proveedores relacionadas con la reventa de sus productos porque existe una restricción sobre cómo la otra parte puede tratar con los productos.

3.1. Mantenimiento del Precio de Reventa

Un acuerdo con distribuidores y mayoristas sobre los precios que el revendedor cargará a sus clientes con frecuencia se considera ilegal. Nuestra compañía no obtendrá acuerdos de clientes referente al precio, o precio mínimo al que el cliente revenderá un producto sin previa aprobación del Departamento Jurídico regional.

3.2. Otras Restricciones Verticales

En general, los siguientes tipos de restricciones Verticales pueden ser ilegales, según el ámbito al que afecten a la competencia en el mercado pertinente:

- un acuerdo que exija a un proveedor tratar exclusivamente con nuestra compañía, o restrinja a un proveedor vender sus bienes o servicios a competidores de SEG.
- un acuerdo con distribuidores o mayoristas sobre los territorios donde, o los clientes a los que, el revendedor pueda revender los productos;
- un acuerdo en el que nuestra compañía limite a personas o empresas de quien nuestros clientes comprarán bienes o servicios, o trate de limitar los derechos de nuestros clientes para comprar bienes y servicios de otros; o
- vender el mismo producto a diferentes precios o bajo diferentes términos o condiciones a diferentes clientes durante el mismo período de tiempo.

Debe discutir cualquiera de estos temas con su Departamento Jurídico regional antes de llegar a cualquiera de estos acuerdos.

4. Abuso de Posición Dominante

No hay nada ilegal o equivocado con cuando una compañía tenga éxito por medios legítimos como el uso de patentes. Sin embargo, las leyes de competencia generalmente prohíben conducta exclusivista por un monopolio (ej. Japón y EE.UU.) o abuso de su fuerte posición de mercado (ej. Japón, UE y muchos otros países).

Se puede decir que las compañías con una fuerte poder del mercado tienen una responsabilidad especial para no permitir que su conducta tergiverse el mercado. La conducta que se puede considerar anticompetitiva de una compañía dominante / monopolizadora sin una justificación objetiva incluye:

- Cobrar altos precios irrazonables;
- Vender a precios bajos injustificados (por debajo del coste) para impedir a un nuevo competidor que entre en el mercado;
- Un acuerdo que vincule la compra de un producto a un acuerdo de compra de otro producto;
- Negarse a firmar un contrato con un cliente;
- Aceptar requisitos de compra o venta exclusivos (no competencia); o
- Estructurar rebajas/descuentos de forma que penalice al cliente si éste no compra todos los requisitos de la compañía dominante.

Si nuestra compañía tiene una posición muy fuerte en el mercado para cualquier producto específico, los empleados no deben firmar un contrato de productos o servicios con las condiciones anteriores (o negarse a firmar un contrato) ANTES de obtener asesoramiento legal de su Departamento Jurídico regional.

B. AREAS POSIBLEMENTE SENSITIVAS

1. Interacciones Sociales con Competidores

En caso de que interactúe socialmente con un competidor, debe tener cuidado de asegurar que dichas interacciones nunca se refieren a temas comerciales sensitivos como precios, gastos, términos y condiciones de venta, planes comerciales, proveedores, clientes, territorios, capacidad, producción o cualquier otro tema que se pueda considerar competitivamente sensitivo, a menos que esté aprobado por el Departamento Jurídico regional de antemano.

2. Asociaciones Industriales y Eventos Industriales

Las asociaciones industriales y Eventos Industriales reúnen a participantes de una industria específica para discutir temas de interés común. Sin embargo, estas reuniones de asociaciones y eventos industriales pueden ofrecer oportunidades para que los competidores discutan temas que pueden llevar a una violación de las leyes de competencia. Los empleados deben obtener formación o guías del Departamento Jurídico regional antes de asociarse a una asociación industrial e indicar esta formación o guía con regularidad. Una vez que el empleado se ha asociado a una asociación industrial, deberá asegurar que se prepara de antemano una agenda escrita de cada reunión y que los temas de debate siguen la agenda. Se espera que los empleados comuniquen inmediatamente al Departamento Jurídico regional si ocurre cualquier debate durante las reuniones que se relacionen competitivamente con temas sensitivos.

3. Intercambios de Información

Cualquier intercambio de información con un competidor que se refiera a información que no sea de dominio público, actual o futuro, desagregados o específicos de la empresa, y por lo tanto se considera de algún modo competitivamente sensitivo, es posible que toque algún riesgo de la ley de competencia. Cualquier intercambio de información competitivamente sensitiva entre competidores se deberá evaluar por el Departamento Jurídico regional en cuanto a riesgo de competencia y estructurada para reducir el peligro competitivo.

4. UTES, Consorcios, FyA, Acuerdos de Cooperación con competidores y otras Empresas Legítimas con Competidores

Aunque puede ser legítimo que competidores formen una UTE o un consorcio para competir mejor, estos acuerdos pueden crear importantes problemas de la ley de competencia. Debido a los riesgos de la ley de competencia asociados con la formación y ejecución de dichos acuerdos, desde el principio debe participar un miembro del Departamento Jurídico regional en las negociaciones. El Departamento Jurídico regional debe asegurar que los debates, negociaciones, comunicaciones y la propuesta UTE en sí son pro-competitivos, así como asegurar el flujo de la documentación y comunicaciones, y la ejecución de la empresa en sí, cumple con las leyes de competencia.

5. Temas del Índice de Referencia

El Índice de Referencia es una comparación de las ideas, procesos, prácticas o métodos de otras compañías. Puede ser una herramienta pro-competitiva cuando se use debidamente por: (i) el estudio o consulta de la organización usando ciertas salvaguardias, o (ii) usando sólo información pública o información facilitada legítimamente por un cliente. No obstante, el índice de referencia realizado sin seguir detenidamente estas salvaguardias se puede usar como medio para intercambiar información sensitiva competitivamente en una violación de leyes de competencia. Debe pedir permiso de antemano al Departamento Jurídico regional antes de participar, o acordar participar, en cualquier ejercicio de índice de referencia, excepto los

descritos en (i) y (ii) anteriores. Debe ponerse en contacto con el Departamento Jurídico regional si tiene cualquier duda o consulta referente a si un estudio de índice de referencia y/o ejercicio viola esta política.

6. Relaciones Comerciales Verticales con Competidores

Puede encontrarse en situaciones donde una compañía con la que compete SEG es también un proveedor, distribuidor o tiene otra relación con SEG separada y aparte del producto/área en la que compete la compañía. Debe asegurar que cualquier comunicación con este competidor está limitada estrictamente a la relación comercial “vertical” (ej. Comprador/proveedor, distribuidor/cliente, etc.), sin incluir otras áreas donde no compitamos. Si no está seguro si una comunicación sobre un tema con uno de estos competidores está permitida, es importante pedir consejo al Departamento Jurídico regional para poder obtener el asesoramiento adecuado e introducir las salvaguardias adecuadas, incluidos acuerdos de no divulgación y seguridades internas.

C. APLICACIÓN

Las consecuencias de una violación de la ley de competencia son graves tanto para la compañía como para el empleado culpable de la violación.

1. Consecuencias para la Compañía

1.1. Multas

Una violación de las leyes de competencia puede resultar en fuertes multas. Por ejemplo, en Europa la multa puede ser de hasta 10% de nuestro volumen mundial. En los EE.UU., las multas por una violación de la ley federal antimonopolio pueden ser de \$100 millones, o mucho más cuando el doble de la ganancia o pérdida de la violación exceda dicha cantidad. También se pueden imponer multas por violaciones de la ley estatal, y estas multas pueden ser muy importantes.

1.2. Compensación al Cliente

Las personas físicas afectadas también pueden llevar a SEG ante el tribunal para obtener compensación por el daño sufrido por SEG y sus competidores. En algunas jurisdicciones, como en los EE.UU., las personas físicas pueden obtener “triples daños” (daños igual a tres veces la cantidad de sobrecargo que hayan pagado a SEG y a sus competidores como resultado de la violación).

1.3. Coste de Investigaciones y Litigios

El costo financiero de las diligencias frente a las autoridades de competencia, así como casos de daños privados de continuación pueden ser altos y pone una carga financiera casi inmediata a las compañías de SEG.

1.4. Interrupción para la Directiva

La existencia de investigaciones o litigios es perjudicial y puede afectar en el tiempo de la dirección y en las operaciones diarias, lo que significa que se pueden demorar o afectar las decisiones clave.

1.5. Daño a la reputación.

No debemos olvidar el daño a nuestra reputación que puede tener dicha actividad ilegal. En la nueva era con medios sociales e Internet tan ampliamente accesible, el daño real o posible, a nuestra reputación se puede realizar rápidamente. Ser visto que llevamos una conducta anticompetitiva puede tener un fuerte impacto a nuestra reputación entre nuestros clientes, pero también entre el público en general, afectando nuestra facilidad para contratar personal.

2. Consecuencias para las Personas Físicas

Las violaciones de las leyes de competencia son delitos criminales en varias jurisdicciones y pueden resultar en cárcel para los empleados individuales. Los EE.UU., por ejemplo, son extremadamente agresivos en declarar a ejecutivos individuales responsables por dedicarse a violaciones antimonopolio, incluso cuando toda la conducta ocurra fuera de los EE.UU., y las sentencias de cárcel son comunes y pueden ser de hasta 10 años (posiblemente extraditando y encarcelando a las personas en los EE.UU.) Otras jurisdicciones usan cada vez más sus poderes de ejecución criminal para penalizar la conducta de cartel.

D. GUÍAS PRÁCTICAS - LO QUE SE DEBE Y NO SE DEBE HACER

Los empleados deben

- Discutir cualquier consulta o duda de competencia con el Departamento Jurídico regional.
- Seguir los requisitos referentes a leyes de competencia y seguir toda la formación necesaria.
- Para las conversaciones, especialmente con un competidor, si sospecha que puede tocar áreas inadecuadas cuando tenga dudas sobre su legalidad. Debe:
 - (i) informar inmediatamente a esta persona que esta conversación es una violación directa de esta Política;
 - (ii) terminar inmediatamente la conversación y/o dejar la conversación, pidiendo que se anote su partida;
 - (iii) tomar inmediatamente una nota física de sus acciones; y
 - (iv) lo antes posible después ponerse en contacto con el Departamento Jurídico regional sobre los detalles de esta conversación.
- Denunciar inmediatamente cualquier conversación que contenga los temas relacionados anteriores al Departamento Jurídico regional.

Los empleados no deben:

- Discutir precios, los períodos de cambios de precio, costos, márgenes, términos y condiciones de los descuentos y rebajas, capacidades, licitaciones comerciales, nuevos proyectos, estrategias, planes comerciales, proveedores, clientes o cualquier otra información sensible competitivamente con los competidores de SEG. Esta prohibición cubre en todo momento y a todas las sedes, incluidas asociaciones industriales, ocasiones sociales y medios sociales.
- Haga bromas o use un lenguaje ambiguo o especulativo que se pueda entender que sugiere o expresa un acuerdo o entendimiento para: fijar precios conjuntos u otros términos de venta (incluidos términos o descuentos de crédito); fijar o acordar sobre licitaciones (o acuerdos para no licitar); asignar mercados o clientes; reducir o controlar la producción o resultado; o boicotear, penalizar o de otra forma discriminar contra otra compañía o persona.
- Acordar con un cliente o competidor no tratar con otras compañías.
- Acordar con un competidor referente a la contratación o reclutamiento de personal (incluido acordar no contratar o reclutar ningún personal) o los términos y condiciones de empleo.
- Dedicarse a cualquiera de las siguientes actividades - sin la aprobación del Departamento Jurídica regional:
 - (i) limitar el territorio en el que, o el precio al que, un cliente puede revender nuestra compañía.
 - (ii) limitar la persona o compañías a quienes el cliente puede revender los productos de nuestra compañía;
 - (iii) exigir a un cliente que compre un producto o servicio para comprar otro producto o servicio (acuerdo de venta);
 - (iv) prohibir a un cliente que compra de sus competidores (acuerdo de venta exclusiva); y/o
 - (v) dedicarse a actividades que puedan parecer que abusan una posición dominante.

E. CONCLUSIÓN

Esta Política impone la responsabilidad para asegurar el cumplimiento de las leyes de competencia a cada administrador, ejecutivo, director y empleado.

Esta Política tiene como fin ser una ayuda para asistirle a comprender y desempeñar su responsabilidad para cumplir con el Código de Conducta de SEG.

Esta Política no tiene como fin hacerle un experto, sino más bien ayudarle a identificar los temas de competencia que puedan surgir en el curso de las responsabilidades de su trabajo.

Las prácticas descritas anteriormente no incluyen todos los tipos de contrato o acuerdo que se han mantenido y que constituyen una violación de la ley de competencia.

Debe informar a nuestro Departamento Jurídico regional cualquier acuerdo, relación comercial u oportunidad comercial que pueda presentar dudas de competencia.