



Política global antimonopolio de Avient



Actualizada: febrero de 2021

Índice

Descripción general de la política	1
Descripción general de las leyes antimonopolio	2
Infracciones de leyes antimonopolio	3
Posibles áreas de preocupación antimonopolio	4
Conclusión	6
Informes de posibles infracciones	7
Línea Directa de Ética de Avient	7
Protección contra represalias	7
Lista de verificación antimonopolio	8
Referencia rápida: Qué hacer y qué no hacer en materia antimonopolio	10

Guía para el cumplimiento

Avient se compromete a fomentar la competencia justa y la libre empresa en el mercado. Por este motivo, la Empresa ha desarrollado esta Política global antimonopolio (“Política antimonopolio”) para evitar una práctica comercial anticompetitiva, garantizar el cumplimiento de las leyes pertinentes y mantener nuestra reputación. Avient se dedica a realizar sus actividades económicas con honestidad, integridad y las normas de ética más elevadas posibles y de conformidad con todas las leyes antimonopolio.

Esta Política refuerza la posición de Avient acerca del fomento de la competencia libre y justa y el compromiso de la Empresa de cumplir con todas las leyes y normativas pertinentes. Como empresa con sede en Estados Unidos con operaciones comerciales internacionales, Avient se compromete a cumplir las normas de conducta establecidas en la Ley Sherman de EE. UU., la Ley Clayton de EE. UU., la Ley Robinson-Patman de EE. UU. y la Federal Trade Commission Act (Ley de la Comisión Federal de Comercio) de EE. UU., así como las leyes de competencia locales de todos los países en los que opere la Empresa (de forma colectiva, las “Leyes antimonopolio”).

Esta Política antimonopolio es un suplemento de la sección de Competencia del Código de Conducta de Avient. Las preguntas acerca de la Política o su aplicabilidad en circunstancias particulares deben dirigirse al Departamento Jurídico de Avient.

Descripción general de la política

Las leyes antimonopolio protegen la competencia. Estas leyes reflejan la creencia de que los mercados competitivos proporcionarán a los consumidores los mejores productos y servicios con los precios más bajos. No es exagerado recalcar la importancia de cumplir las leyes antimonopolio federales, estatales y extranjeras. Una infracción de la ley antimonopolio puede exponer a Avient y a usted personalmente a graves sanciones penales y civiles. Totalmente aparte de evitar sanciones legales, el cumplimiento de las leyes antimonopolio es coherente con el compromiso de conducta ética de Avient.

Esta Política antimonopolio se aplica a todas las personas de Avient y sus filiales, divisiones y empresas conjuntas, incluidos todos los directores, empleados

y agentes u otros terceros que actúen en nombre de Avient en cualquier lugar del mundo. Todas las personas que trabajen para Avient o en su nombre tienen la responsabilidad y obligación personal de garantizar la implementación de esta Política antimonopolio y de realizar las actividades comerciales de Avient de forma ética y en cumplimiento con la legislación. La participación en prácticas anticompetitivas nunca es aceptable y puede exponer a las personas y a Avient a posibles acciones penales, daños a la reputación u otras consecuencias graves. La Empresa tomará medidas disciplinarias contra cualquier persona que se averigüe que ha participado en prácticas anticompetitivas; estas medidas pueden llegar hasta la rescisión del empleo.

¿Sabía que...?

Las infracciones pueden tener como resultado millones de dólares en multas y penas de prisión para las personas. Puesto que las leyes antimonopolio son tan importantes y las consecuencias de las infracciones tan graves, esta Política antimonopolio se debe cumplir estrictamente. Ningún director, empleado o agente de la Empresa puede autorizar, dirigir o consentir ninguna conducta incoherente con esta Política antimonopolio o las leyes antimonopolio.

El siguiente resumen de leyes antimonopolio es sobre las leyes antimonopolio de EE. UU., pero los empleados deben ser conscientes de que existen leyes antimonopolio estatales y que muchos países extranjeros tienen sus propias leyes antimonopolio ahora que también se deben revisar en relación con cualquier actividad comercial internacional. Este resumen no pretende ser completo. Aunque no se espera que se convierta en un experto en las complejidades de la ley antimonopolio, los empleados deben tener un nivel de conocimiento de esta Política antimonopolio suficiente para reconocer posibles problemas antimonopolio y solicitar asesoramiento del Departamento Jurídico de Avient.

Descripción general de las leyes antimonopolio

Las leyes antimonopolio de EE. UU. tienen un amplio alcance y las agencias de EE. UU. que las exigen no dudarán en aplicar las leyes a las actividades anticompetitivas en el extranjero. Además, la mayoría de países extranjeros tiene sus propias leyes antimonopolio o de competencia. A veces, estas son más amplias que la ley de EE. UU.

En cualquier caso, las prácticas comerciales anticompetitivas que pueden afectar negativamente al comercio nacional de EE. UU. o exterior pueden infringir las leyes antimonopolio de EE. UU., independientemente de donde se produzca la actividad o las nacionalidades de las personas implicadas.

Entre algunos ejemplos de conducta prohibida destacan:

- Acuerdos para fijar precios de productos producidos o vendidos
- Acuerdos para manipular licitaciones de proyectos
- Acuerdos para dividir regiones geográficas
- Acuerdos para asignar clientes
- Prácticas monopolísticas como precios predatorios, subidas abusivas de precios o negativas para negociar en el mercado de EE. UU.

Las leyes federales antimonopolio de EE. UU. incluyen una serie de estatutos, principalmente la Ley Sherman, la Ley Clayton, la Ley Robinson-Patman y la Federal Trade Commission Act (Ley de la Comisión Federal de Comercio). Cada una tiene un enfoque diferente y todas constituyen la piedra angular de las leyes antimonopolio de EE. UU. y los fundamentos de muchas leyes internacionales.

1. Ley Sherman:

- Prohíbe los acuerdos que restringen injustificadamente el comercio (incluida la fijación de precios, limitación de la producción, asignación de clientes o territorios entre competidores, boicots de grupos y algunas restricciones distributivas y de licencias).
- Declara ilícitos los monopolios y los intentos y conspiraciones para monopolizar (incluso si no tienen éxito).

2. La Ley Clayton prohíbe:

- algunos acuerdos vinculantes, contratos de tratos y requisitos exclusivos;
- algunas fusiones y adquisiciones entre empresas competidoras que dañarían ilegalmente la competencia;
- una persona que actúe como director o responsable de corporaciones competidoras.

3. La Ley Robinson-Patman prohíbe:

- la discriminación de precios y la discriminación en el suministro de servicios y prestaciones promocionales, entre clientes competidores si se cumplen determinados requisitos jurisdiccionales y no se aplica ninguna de las protecciones de la Ley;
- la inducción o conocimiento de recepción de un precio discriminatorio.

4. La Federal Trade Commission Act (Ley de la Comisión Federal de Comercio) prohíbe:

- prácticas que infrinjan el texto o el espíritu de las otras leyes antimonopolio;
- prácticas que sean injustas o engañosas para los consumidores, como publicidad o etiquetado engañoso, no revelar defectos de productos y prácticas injustas de información de crédito.

Cada estado de EE. UU., así como más de 100 países fuera de EE. UU., tienen leyes antimonopolio. Esto incluye la Unión Europea y la mayoría de estados miembros así como Canadá, China, Japón y Australia. Las cuestiones antimonopolio que se tratan en esta Política se aplican, en sentido amplio, a la mayoría de leyes antimonopolio y relacionadas con la competencia en todo el mundo. Siempre que prevea implicarse en actividades susceptibles de antimonopolio que puedan tener un efecto dentro o fuera de EE. UU., debe consultarlas previamente con el Departamento Jurídico de Avient.



¿Sabía que...?

Un boicot se produce cuando una persona participa en negativas a negociar con un grupo de proveedores o clientes. Esto abarca acuerdos por los que un competidor se niega a hacer negocios con un cliente o proveedor concreto con el conocimiento escrito o no escrito de que su competidor hará lo mismo.

Un acuerdo vinculante es una práctica que implica condicionar la venta de un producto a un acuerdo de cliente para comprar también otro producto “vinculado”.

Infracciones de leyes antimonopolio

Una fuerte competencia en el mercado es buena para las empresas y los consumidores. Genera innovación, crea opciones y produce productos y servicios de mayor calidad a menores precios.

Sin embargo, cuando la competencia se ve amenazada por prácticas comerciales poco éticas o ilegales, las leyes antimonopolio entran en juego. Las leyes antimonopolio pueden ser complejas y están escritas en términos amplios. Las infracciones se pueden producir sin intención corrupta y pueden conllevar consecuencias graves para usted y para la Empresa.

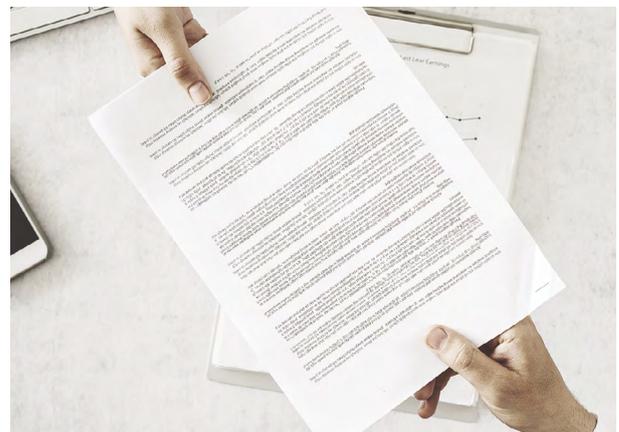
Por ejemplo, la fijación de precios es un delito punible con penas de cárcel y altas multas: hasta 1 millón de USD para personas y 100 millones de USD, o más, para empresas. Incluso la apariencia de comportamiento anticompetitivo puede conllevar denuncias de infracciones antimonopolio para empresas y personas. A continuación, se indican algunas áreas clave que se tienen que tener en cuenta.

¿Sabía que...?

La “**manipulación de licitaciones**” es cuando competidores conspiradores acuerdan por adelantado quién presentará la licitación ganadora para un contrato durante el proceso de licitación. En algunos esquemas, un licitador con el precio más bajo acordará retirar su licitación a favor del siguiente licitador con el precio más bajo a cambio de un subcontrato lucrativo que divida el precio más alto obtenido ilegalmente entre ellos.

La “**rotación de licitaciones**” implica que todos los conspiradores presentan licitaciones, pero se van turnando para ser el licitador con el precio más bajo. Por ejemplo, los competidores pueden turnarse en los contratos según el tamaño del contrato, asignando las mismas cantidades a cada empresa conspiradora o asignando volúmenes que se corresponden con el tamaño de cada empresa conspiradora. Un estricto patrón de rotación de licitaciones desafía la ley de oportunidades y sugiere que se está produciendo un complot.

La “**supresión de licitaciones**” se produce cuando uno o más competidores que, de otro modo, se esperaría que licitaran o que han licitado previamente, acuerdan abstenerse de licitar o retiran una licitación previamente presentada para que se acepte la licitación del competidor ganador designado.



Los tres puntos relacionados siguientes merecen una especial atención y énfasis:

En primer lugar, no hace falta un acuerdo formal por escrito para infringir la ley. Se expone a una condena por un “acuerdo entre caballeros” o una conversación en un entorno informal seguida de una acción paralela que respalde la existencia de un concurso de voluntades para cumplir un objetivo anticompetitivo.

En segundo lugar, aunque las asociaciones comerciales y las organizaciones de normalización tienen beneficios legítimos, por su naturaleza, participan en reuniones y debates con la competencia. No se debe pertenecer o asistir a una asociación comercial u organización de normalización a menos que haya un beneficio legítimo definido. Al principio de cada reunión, también se debe recordar los objetivos del encuentro. Además, si se incorpora a una organización o asociación, debe tener cuidado no solo en las reuniones formales, sino también en los encuentros informales.

En tercer lugar, sea cual sea el entorno, nunca debata sobre precios, condiciones de venta, niveles de producción ni asignación de clientes o mercados con ningún competidor. Si se encuentra presente cuando un competidor plantea alguno de estos temas, salga de la sala inmediatamente. Póngase en contacto con el Departamento Jurídico de Avient en cuanto tenga ocasión y documente el incidente, incluidas las respuestas a lo siguiente:

- ¿Quién estaba presente en la reunión?
- ¿Cuándo y dónde tuvo lugar la reunión?
- ¿Qué sucedió en la reunión?

El Departamento Jurídico de Avient lo ayudará a protegerse a sí mismo y a la Empresa si surgen preguntas más tarde.

Posibles áreas de preocupación antimonopolio

1. **Acuerdos horizontales.** Los delitos más graves son los acuerdos horizontales entre competidores para restringir la competencia. Entre algunos ejemplos de dichos acuerdos se incluyen los siguientes:
 - Fijación de precios: un acuerdo con un competidor para fijar o influir de otra forma en los precios, ofertas, términos o condiciones de ventas ofrecidos a clientes. Se debe recordar que los clientes y proveedores de Avient también pueden ser competidores de Avient.
 - Restricciones de producción: acuerdos con la competencia para limitar o restringir la producción con el fin de mantener suministros limitados y precios altos.
 - Restricciones de calidad: acuerdos con la competencia para limitar la competencia basada en la calidad de los productos.
 - División de mercados: acuerdo con un competidor para dividir mercados mediante la asignación de territorios de ventas, líneas de productos o por alguna división o asignación de clientes o proveedores.
 - Negativas a negociar: acuerdo con un competidor para boicotear o no negociar con una tercera empresa.

2. **Contactos con la competencia.** En el transcurso normal de las actividades comerciales, puede entrar en contacto con la competencia. En algunos casos, sus clientes también pueden ser sus competidores. Debe tener mucho cuidado al tener contacto con la competencia. No solo nunca debe acordar con cualquier competidor hacer algo que reduzca la competencia, debe evitar incluso la apariencia de haber tenido comunicaciones con la competencia sobre precios, descuentos, ofertas, niveles de producción, términos o condiciones de venta, o bien asignación de clientes o mercados. **Le pueden condenar basándose en la apariencia (lo que el fiscal o un jurado cree que ha hecho) incluso siendo inocente.** Por este motivo, evite el contacto innecesario con la competencia.

3. **Restricciones verticales.** Las restricciones verticales implican cualquier práctica que restrinja o limite la libertad de acción de un cliente o distribuidor en

cuanto a dónde, o de quién o a quién, puede comprar o revender productos y los precios de reventa de los productos. Entre algunos tipos de restricciones verticales se incluyen:

- Precio de reventa: acuerdo con un cliente para fijar o influir de otra forma en los precios, términos o condiciones de reventa.
- Trato exclusivo: acuerdo que prohíbe a un cliente tratar con productos de un competidor.
- Productos vinculantes: condicionar la venta de un producto o servicio por la compra de otro producto o servicio.
- Requisitos de línea completa o agrupación: exigir que el cliente compre una línea completa o lote de productos para tener derecho a comprar un producto individual de esa línea.
- Trato recíproco: cualquier acuerdo con un cliente que diga “le compraré si usted me compra”.
- Restricciones territoriales y de la clientela: limitar la libertad de un distribuidor para revender fuera de un territorio asignado o a determinados clientes o categorías de clientes.

Siempre que las restricciones se establezcan independientemente (no como parte de un acuerdo con la competencia), dichas restricciones verticales no infringirán automáticamente las leyes antimonopolio. De hecho, la ley reconoce que dichas restricciones pueden fomentar la competencia entre marcas y pueden ser perfectamente legales. Puesto que puede ser difícil distinguir una conducta ilegal de este tipo de una legal, debe consultar con el Departamento Jurídico de Avient antes de aplicar cualquiera de estos tipos de restricciones.

4. **Monopolización: abuso de poder de mercado.**

Muchas leyes antimonopolio, incluida la Ley Sherman, prohíben la monopolización ilegal y las conspiraciones para monopolizar el mercado de cualquier producto o servicio. La mera posesión de poder de mercado no es en sí misma una infracción de la ley; se requiere algún elemento de adquisición o mantenimiento deliberado de dicho poder, incluso mediante acciones legales en sí mismas. Incluso sin poder de mercado, puede ser ilegal realizar acciones para dominar un mercado, controlar precios de mercado o excluir a otras empresas del mercado

con la intención específica de intentar obtener un monopolio. Por ejemplo, si la empresa tiene una considerable posición de mercado, sería ilegal intentar cerrar los canales de distribución o fuentes de suministro de un competidor para producir el cese de actividad del competidor. Los precios bajo coste son una prueba de conducta predatoria y también se pueden llevar a los tribunales según leyes estatales específicas. La existencia de la intención necesaria para dañar o eliminar a un competidor se suele demostrar mediante pruebas circunstanciales. Si se puede demostrar que no había ninguna justificación comercial para una acción que no fuera la de dañar a un competidor, se puede suponer la intención. Para evitar dichas denuncias, nunca debe implicarse en comportamientos competitivos que no se puedan justificar con argumentos sólidos de negocio.

Los empleados de Avient deben ser conscientes de si trabajan en un mercado donde Avient tiene poder de monopolio (la capacidad para subir unilateralmente precios o excluir la competencia) o una cuota de mercado indicativa de poder de monopolio (una cuota de mercado superior al 40 %). En dichos mercados, debe estar especialmente atento respecto a consultar con el Departamento Jurídico de Avient antes de instaurar cualquiera de las restricciones verticales descritas anteriormente. La conducta que sería “razonable” y “legal” para una empresa con menos poder de mercado puede conllevar un considerable riesgo antimonopolio si la realiza un competidor con poder de monopolio.

Además, debe consultar con el Departamento Jurídico de Avient antes de establecer precios de productos en o por debajo del coste variable. Esto es de especial preocupación si hay poder de monopolio o una cuota de mercado alta en el mercado del producto pertinente.

La monopolización hace referencia a la posesión de poder de mercado, a menudo, debido a una cuota de mercado dominante, y conducta para mantener o mejorar dicho poder. El poder de mercado suele ser el poder para controlar precios o para excluir a otros del mercado.

5. **Discriminación de precios.** Otra categoría de delitos antimonopolio (según la Ley Robinson-Patman) implica la discriminación de precios o condiciones de venta. Las infracciones se pueden producir en la venta a clientes o en la compra de proveedores. Si se perjudica la capacidad de un competidor para competir, según la ley, no importa si el precio o las condiciones de venta eran razonables o no. Por tanto, se debe consultar al Departamento Jurídico de Avient antes de publicar cualquier lista de precios que contenga descuentos por cantidad y antes de ofrecer cualquier condición de venta o precio discriminatorio que pueda dañar a un cliente.

También debe consultar al Departamento Jurídico de Avient si está trabajando en cualquiera de las siguientes situaciones de alto riesgo:

- Discriminación de precios: cobrar a clientes competidores distintos precios por el mismo producto.
- Prestaciones especiales: ofrecer cualquier servicio, descuento, pago u otra asistencia especial a un cliente que no se ofrece de forma proporcionalmente igual a la competencia de dicho cliente.
- Responsabilidad del comprador: cualquier transacción en la que la Empresa recibe, o intenta recibir, a sabiendas, condiciones de venta o precios discriminatorios de un proveedor.

¿Qué es la discriminación de precios?

Una discriminación de precios ilegal se puede producir cuando un vendedor cobra a un cliente un precio por un producto, pero exige a otro cliente que compite con el primero que pague un precio mayor por el mismo producto. Sin embargo, no sería ilegal que un vendedor cobre a un cliente final un precio mayor que el que cobra a un distribuidor, porque estos dos compradores están en niveles distintos de la cadena de distribución. Es decir, están en clases de clientes funcionalmente distintas y no están compitiendo entre sí. La discriminación ilegal también se puede producir si hay diferencias en las condiciones de pago, entrega u otras condiciones de venta que pone en desventaja a algunos compradores competidores. La Ley Robinson-Patman también exige que las prestaciones y servicios promocionales estén disponibles proporcionalmente para clientes competidores. Igualmente es ilegal según la Ley Robinson-Patman que un comprador induzca intencionadamente de palabra, acción o representación, o reciba un precio discriminatorio ilegal de un vendedor.

Conclusión

Esta Política antimonopolio está destinada a que sea más consciente de las áreas de peligro antimonopolio. No se espera que se convierta en un experto en ley antimonopolio. Debe estar lo suficiente familiarizado para solicitar asesoramiento del Departamento Jurídico de Avient cuando se encuentre con una situación que pueda infringir leyes antimonopolio. También debe consultar la lista de verificación adjunta para obtener más orientación. Finalmente, debe entender la gravedad de las sanciones en este ámbito y que Avient no consentirá ninguna desviación de las condiciones de esta Política antimonopolio o el texto de la ley.

Informes de posibles infracciones

Cualquier empleado que tenga motivos para creer que ha tenido o que puede tener lugar una infracción de esta Política debe transmitir rápidamente esta información a cualquiera o todos los siguientes recursos para que se pueda llevar a cabo una investigación exhaustiva.

- Su supervisor o cualquier gerente de Avient
- El responsable de Ética Corporativa mediante correo electrónico a ethics.officer@avient.com
- El Asesor Jurídico de Avient mediante correo electrónico a legal.officer@avient.com
- Cualquier miembro del Departamento Jurídico
- La Línea Directa de Ética de Avient

Línea Directa de Ética de Avient

La Línea Directa de Ética está disponible globalmente en 20 idiomas, en todo momento, por teléfono y desde un sitio web. Una empresa independiente recibe todos los informes enviados a través del sitio web y por teléfono en la Línea Directa de Ética y transmite la información al responsable de Ética Corporativa. Todos los informes se mantendrán confidenciales en la medida de lo posible. El sitio web de la Línea Directa de Ética se encuentra en avient.ethicspoint.com. Puede realizar una consulta o presentar una queja desde este sitio web o llamando a la línea directa externa en cualquiera de los números de teléfono específicos para el país que aparecen en el sitio web.

Protección contra represalias

Está estrictamente prohibida la toma de represalias de cualquier tipo contra cualquier empleado que, de buena fe, haya informado de una infracción o una posible infracción de esta Política. Los empleados que infrinjan esta Política estarán sujetos a sanciones disciplinarias que pueden llegar hasta el despido.

Línea Directa de Ética

<https://www.Avient.com/company/policies-and-governance/ethics-hotline>

Teléfono en la Línea Directa de Ética:

1-877-228-5410



Lista de verificación antimonopolio

1. **Compita** enérgica e independientemente en todo momento. Actúe en todo momento de forma que demuestre a todo el mundo que compite enérgicamente. Evite el contacto innecesario con la competencia.
2. **No** celebre ningún tipo de acuerdo formal o informal, “pacto entre caballeros”, “acuerdo mediante apretón de manos” ni ningún debate con ningún competidor respecto a temas como precios, beneficios, costes, términos o condiciones de venta, licitaciones, producción, territorios de comercialización o clientes. Evite incluso la apariencia de cualquier acuerdo de este tipo y evite circunstancias en las que se puedan producir dichos acuerdos.
3. **No** se comunique con los competidores sobre ningún aspecto de una oferta. No obtenga de otra forma información (en especial, información de precios) directamente de la competencia.
4. **No** intercambie de ninguna forma información sensible desde el punto de vista de la competencia con sus competidores. Registre y documente en sus archivos la fuente de su información sobre la competencia (si aún no está clara por el contexto). Asimismo, documente la base de cualquier decisión comercial independiente que en el futuro pueda estar sujeta a sospecha, para que en el registro quede claro que no se tomó conforme a un acuerdo con un competidor.
5. **No** se implique en circunstancias que puedan dar o sugerir la apariencia de un acuerdo con un competidor. No haga nada con lo que se sentiría incómodo si lo viera en la portada de un documento comercial o un periódico. Actúe en todo momento de forma que demuestre a todo el mundo que compite enérgicamente.
6. **No** asista a reuniones con la competencia (incluidos encuentros de asociaciones comerciales) en las que se debatan precios o cualquiera de los temas anteriores.
7. **Márchese** inmediatamente de cualquier reunión con la competencia en la que se debatan precios o cualquiera de los temas anteriores y haga que su marcha de la reunión o debate sea suficientemente obvia de forma que aquellos que estén presentes puedan recordar la marcha. (En otras palabras, no se limite a “salir por la puerta de atrás”.) Documente el incidente, incluidas las respuestas a lo siguiente: quién estaba presente en la reunión, cuándo y dónde tuvo lugar la reunión y qué sucedió en la reunión.
8. **Informe** al Departamento Jurídico de Avient inmediatamente después de asistir a cualquier reunión en la que se debata sobre cualquiera de estos temas.
9. **Respete la independencia de su cliente;** no imponga nunca restricciones de precios, territorios, clientes o uso final respecto a la capacidad de su cliente de revender productos de Avient sin la aprobación previa del Departamento Jurídico de Avient.
10. **No** celebre ningún acuerdo, pacto o debate con ningún cliente respecto a la selección o cese por parte de Avient de otros clientes ni las condiciones con las que Avient trata o puede tratar con cualquier otro cliente, incluidos qué productos vender, a quién, a qué precios y en qué territorios o mercados.
11. **Consulte** con el Departamento Jurídico de Avient antes de cesar a cualquier agente, intermediario o distribuidor.
12. A menos que tenga la aprobación previa del Departamento Jurídico de Avient para ello, **no** intente alcanzar un acuerdo con un cliente de que comprará todos sus requisitos de un producto concreto solo de Avient, de que tratará exclusivamente con Avient o de que no comprará o manejará de otra forma productos de la competencia. Asimismo, no exija a un cliente que compre un producto o servicio como condición de su venta al cliente de otro producto o servicio sin la aprobación previa del Departamento Jurídico de Avient.
13. **Evite tácticas** que se puedan interpretar como diseñadas para excluir a todos o un gran porcentaje de la competencia de Avient en cualquier línea de negocio del mercado o que se puedan interpretar como un esfuerzo por destruir de forma anticompetitiva a un competidor o controlar los precios. Consulte con el Departamento Jurídico de Avient si tiene alguna pregunta.

14. A menos que tenga la aprobación previa del Departamento Jurídico de Avient para ello, **no** ofrezca a distintos distribuidores o clientes independientes del mismo nivel de distribución diferentes precios, descuentos, reducciones u otras condiciones de venta por los mismos productos o productos similares, a menos que sea necesario hacerlo para cumplir precios o condiciones de venta similares documentados ofrecidos a dicho distribuidor por un competidor, o bien haya un menor coste que se pueda demostrar para atender al cliente al que se le ha ofrecido el menor precio (p. ej., menor coste de envío debido a la proximidad del cliente). Incluso en el primer caso, haga todo lo posible por verificar y documentar el precio de la competencia antes de ofrecer a un distribuidor un precio menor destinado a cumplir ese precio de la competencia. Sin embargo, no intente verificar el precio de la competencia poniéndose en contacto con el competidor directamente. En dicho caso, puede “cumplir” el precio de la competencia, pero no puede “superarlo”.
15. **No** suministre servicios técnicos, publicidad, material promocional o prestaciones para publicidad o servicios promocionales a un distribuidor independiente a menos que ponga dichos servicios, material o prestaciones a disposición de todos los distribuidores competidores de forma proporcionalmente igual. El Departamento Jurídico de Avient debe revisar cualquiera de estos programas antes de su implementación.
16. **Evite cualquier programa de marketing o de otro tipo que pueda describirse como injusto o engañoso.** Cumpla siempre los principios de honestidad, franqueza y sinceridad en la venta de los productos de la Empresa, incluidas la publicidad y la promoción de dichos productos.
17. **No** se incorpore a una asociación comercial o de normalización sin la aprobación oportuna. En general, Avient tiene como política pertenecer a asociaciones comerciales y de normalización solo cuando dichos grupos contribuyen con beneficios considerables para justificar el tiempo y el coste de la pertenencia o el respaldo.
18. El personal de Avient **siempre debe tener en cuenta la legislación y normativas extranjeras en el ámbito del antimonopolio.** Las divisiones o subsidiarias que operen fuera de Estados Unidos deben conocer y cumplir las leyes, reglas y normativas extranjeras, etc. a la hora de realizar negocios en el extranjero además de cumplir las directrices antimonopolio de la Empresa.
19. **No** haga indirectamente lo que tiene prohibido hacer directamente. Examine sus motivos para implicarse en una conducta concreta. Si es para lograr algún resultado prohibido por algún medio aparentemente legal, no lo haga.
- Asuma que todo lo que haga o diga se hará público. Cuanto más dañina pueda ser una acción o afirmación, más probable será que otra persona la anote o la recuerde. Si no puede, o no desearía, explicar públicamente lo que dijo o hizo o el motivo, no lo diga ni lo haga en absoluto.
 - Tenga especial cuidado de que cualquier documento (incluidos memorandos internos y correo electrónico) que prepare no esté sujeto a posibles malas interpretaciones. Diga con precisión lo que quiera decir con un lenguaje prudente y preciso que no deje margen a interpretaciones oscuras. No especule sobre las acciones futuras de un competidor de forma que cree la impresión equivocada de que se comunica con el competidor. Asuma que los documentos de la empresa acabarán en manos del gobierno u otras partes contrarias en caso de litigio. Recuerde que las notas escritas en el margen de un documento u otras comunicaciones escritas informales se pueden malinterpretar y, por lo tanto, pueden ser mucho más dañinas que los documentos formales.
 - En sus escritos, evite las palabras o frases de “culpa” como “destruir después de leer”. Evite usar palabras de poder que recalquen la cuota de “mercado”, por ejemplo, o que puedan sugerir cualquier deseo de “dominar”, “dejarlos sin negocio” o “eliminar la competencia”. En su lugar, hable de “superar a la competencia”, “atender mejor a los clientes”, “propuesta de valor de Avient” y “atraer a clientes”.
20. Póngase en contacto con el Departamento Jurídico de Avient si tiene alguna pregunta sobre la corrección de alguna acción que esté considerando.

Referencia rápida: Qué hacer y qué no hacer en materia antimonopolio

DEBE

- ✓ Informe inmediatamente al Departamento Jurídico de Avient, por escrito, de los contactos con competidores que hayan solicitado o comunicado precios u otra información sensible desde el punto de vista de la competencia.
- ✓ Interrumpa inmediatamente cualquier conversación en la que un competidor saque temas de precios, u otros temas prohibidos, e informe del intento de conversación al Departamento Jurídico de Avient por escrito.
- ✓ Documente la fuente y la fecha de la recepción de listas de precios de la competencia o de otros datos competitivos incluidos en sus archivos.
- ✓ Márchese inmediatamente de cualquier reunión donde la competencia debata sobre precios o clientes. Inmediatamente después de marcharse, escriba una nota sobre la hora, el lugar y las partes implicadas en el debate, firme y feche la nota y entréguesela al Departamento Jurídico de Avient.
- ✓ Consulte al Departamento Jurídico de Avient antes de realizar transacciones con un competidor.

NO DEBE

- × Debatir sobre precios (pasados, presentes o futuros), estrategias, licitaciones o presupuestos, términos o condiciones de ventas, clientes o similares con la competencia.
- × Intercambiar precios u otra información competitiva, directamente o a través de un intermediario acordado, con la competencia.
- × Preguntar a la competencia sobre precios u otra información competitiva ni comunicar los precios actuales o futuros de la Empresa a petición o de otra forma.
- × Debatir con ningún competidor los clientes a los que la Empresa no tiene previsto vender o los proveedores a los que la Empresa no tiene previsto comprar.
- × Acordar dividir territorios, productos o clientes con la competencia.
- × Acordar, instar o decir a alguien que no trate con otra persona.
- × Debatir sobre información de marketing o planificación estratégica específica, incluida la capacidad / el uso actual, el desarrollo de instalaciones, los planes futuros de productos o los mercados u otra información competitiva sensible.

Si se encuentra presente cuando un competidor plantea alguno de estos temas, salga de la sala inmediatamente. Póngase en contacto con el Departamento Jurídico de Avient en cuanto tenga la primera oportunidad y documente el incidente.



www.avient.com

Norteamérica

Sede mundial de Avon Lake,
Estados Unidos

33587 Walker Road
Avon Lake, OH,
Estados Unidos 44012

Llamada gratuita: +1 866 765 9663
Teléfono: +1 440 930 1000
Fax: +1 440 930 3064

Asia Pacífico

Sede regional de Shanghái,
China

2F, Bloque C 200 Jinsu Road
Pudong, 201206
Shanghái, China

Teléfono: +86 (0) 21 6028 4888
Fax: +86 (0) 21 6028 4999

Sudamérica

Sede regional en São Paulo,
Brasil

Av. Francisco Nakasato, 1700
13295-000 Itupeva São Paulo,
Brasil

Teléfono: +55 11 4593 9200

Europa

Sede regional de Pommerloch,
Luxemburgo

19 Route de Bastogne
Pommerloch, Luxemburgo,
L-9638

Teléfono: +352 269 050 35
Fax: +352 269 050 45