

GRUPO FUCHS

Política sobre la Ley Antimonopolio

MOVING YOUR WORLD



Política sobre la Ley Antimonopolio

Introducción	3	4 Consecuencias del incumplimiento de la prohibición de cárteles	9
1 Objetivos y ámbito de aplicación de esta política	4	5 Normas de conducta	10
1.1 Ámbito de aplicación	4	5.1 Principios básicos	10
1.2 Objetivos	4	5.2 Participación en reuniones de asociaciones, ferias comerciales u otros eventos	10
1.3 Objeto de la normativa	4	5.3 Correspondencia comercial y comunicación interna (incluidos e-mails)	10
2 Prohibición de cárteles	5	6 Oficina de Cumplimiento del Grupo, notificaciones de casos sospechosos y sistema de denuncias	11
2.1 Principios	5	6.1 Oficina de Cumplimiento del Grupo	11
2.2 Relaciones con los competidores: Restricciones horizontales de la competencia	5	6.2 Notificación de casos sospechosos	11
2.3 Cooperación permisible con competidores	6	6.3 Sistema de denuncias	11
2.4 Relaciones con proveedores y clientes: restricciones verticales de la competencia	6	6.4 Cómo gestionar las notificaciones	11
3 Prohibición de abuso de posición dominante en el mercado	8	Impresión	12

Por razones de mejor legibilidad, se ha prescindido del uso simultáneo del masculino, el femenino y las diversas formas del lenguaje. No obstante, todas las referencias a personas se aplican a todos los géneros.

Introducción

Estimadas/os empleadas y empleados:

El cumplimiento de las leyes y reglamentos legales nacionales e internacionales aplicables es una parte fundamental de la imagen de FUCHS, que también se expresa en el Código de Conducta. La legislación antimonopolio tiene particular importancia, ya que cualquier quebrantamiento de sus normas, a menudo complejas, puede ser causa del pago de multas muy elevadas, la obligación de pagar daños y perjuicios e incluso de una acción penal. Además, puede dañar irremediablemente la imagen pública de FUCHS. Con la ayuda de esta Política, queremos aumentar la comprensión de los empleados sobre los principios antimonopolio más importantes para ayudarles en su trabajo diario, asesorarles sobre cómo comportarse y garantizar que quienes trabajan para FUCHS actúan de acuerdo con la ley.

Naturalmente, esta Política no puede cubrir cualquier posible caso. Si desean hacer cualquier consulta o necesitan más información, no duden en ponerse en contacto con la Oficina de Cumplimiento del Grupo del grupo FUCHS o con el responsable de Cumplimiento

Mannheim, abril de 2022

FUCHS PETROLUB SE

Stefan Fuchs

Dr. Lutz Lindemann

Dr. Timo Reister

Dr. Ralph Rheinboldt

Dagmar Steinert

competente. Es aconsejable involucrar al departamento jurídico competente lo antes posible en proyectos relacionados con los competidores y la suscripción de contratos a largo plazo con proveedores y clientes.

Puede utilizar el sistema de denuncia por Internet "FUCHS Compliance Communication" –de forma anónima si lo desea– para comunicar información y sospechas sobre infracciones de la legislación antimonopolio u otras infracciones relacionadas con el cumplimiento en su empresa. Si desean realizar cualquier consulta o precisan más información, no duden en contactar con el responsable de Cumplimiento o con la Oficina de Cumplimiento del Grupo. Al final de esta Política encontrarán información adicional.

Les rogamos que lean detenidamente esta Política e interioricen las normas de conducta prescritas para actuar siempre de acuerdo con esta Política y, en general, con integridad en nombre de FUCHS y en el suyo propio.

1 Objetivos y ámbito de aplicación de esta política

1.1 Ámbito de aplicación

Esta Política se aplicará sin excepción y con carácter universal a todos los empleados del Grupo FUCHS (en lo sucesivo, «Empleados de FUCHS»). El Grupo FUCHS (en lo sucesivo, «FUCHS»), en lo que respecta a esta Política, incluye todas las participaciones mayoritarias directas e indirectas de FUCHS PETROLUB SE.

1.2 Objetivos

El objetivo de esta directriz es elaborar los principios antimonopolio que deben observarse para facilitar a los empleados de FUCHS (miembros del consejo de administración, directivos y empleados) que se ocupan de las cuestiones pertinentes, la comprensión de posibles cuestiones y proporcionarles instrucciones concretas sobre cómo comportarse.

La finalidad de las leyes antimonopolio es preservar la libre competencia. Su objetivo es garantizar que todos los participantes en el mercado puedan competir libremente entre sí y que los consumidores obtengan los mejores productos posibles a los mejores precios posibles. Las empresas deben ser capaces de determinar por sí mismas y sin conocer el comportamiento de los competidores en el mercado («competencia secreta») qué prácticas comerciales desean adoptar y cómo imponerlas («requisito de independencia»). Además, la posición dominante en el mercado no debe ser objeto de abusos indebidos.

1.3 Objeto de la normativa

Prácticamente todos los países en los que opera FUCHS cuentan con legislación antimonopolio. En lo que respecta a las leyes antimonopolio, el contenido de las respectivas normas y reglamentos locales es similar a las normas antimonopolio alemanas y europeas enunciadas en este documento. Además de esta Política, deben observarse las posibles normas más estrictas. En caso de que las normas y regulaciones de algunos países sean menos estrictas, esta Política indica los estándares mínimos que deben cumplirse.

Los estándares y principios establecidos en esta Política no pueden cubrir todos los escenarios imaginables que sean susceptibles de considerarse problemáticos por la legislación antimonopolio del país respectivo. Por consiguiente, cada Empleado está obligado a aplicar su propio juicio a la hora de decidir si una determinada acción infringe las normas de esta Política o cualquier ley aplicable a nivel local. Si se plantea la cuestión de si dicha actuación puede infringir las leyes antimonopolio aplicables, corresponde al Empleado respectivo informar de antemano al superior jerárquico competente o al responsable de Cumplimiento competente.

La legislación antimonopolio incluye esencialmente tres esferas reglamentarias: relaciones con los competidores (ver 2.2), relaciones con proveedores y clientes (ver 2.4) y gestión de una posición dominante en el mercado (ver 3.).

2 Prohibición de cáteles

2.1 Principios

De acuerdo con las normas legales y reglamentarias «están prohibidos los acuerdos entre empresas, las decisiones de asociaciones empresariales y las prácticas concertadas en la medida en que su objetivo o efecto sea impedir, restringir o distorsionar la competencia».

Esto no solo se aplica al comportamiento de los competidores entre sí (restricción horizontal de la competencia, ver 2.2), sino también a las empresas que operan a diferentes niveles económicos como, por ejemplo, los proveedores y socios de distribución (restricción vertical de la competencia, ver 2.4).

2.2 Relaciones con los competidores: restricciones horizontales de la competencia

La prohibición de los cáteles impide los acuerdos de restricción de la competencia y las prácticas concertadas entre competidores.

Todas las empresas que compiten con FUCHS en el ámbito de la distribución o las compras son «competidores». En lo que se refiere a la adquisición de bienes y servicios, así como a la contratación de empleados, incluso las empresas de otros sectores industriales pueden ser competidores de FUCHS.

Basándose en una evaluación independiente de las condiciones del mercado, FUCHS debe decidir por sí misma cómo y a quién se venden los productos (incluidos los servicios) y a quién y en qué condiciones se adquieren los bienes. Se prohíben las prácticas concertadas con los competidores en relación con los siguientes asuntos en concreto:

- La fijación de precios (tanto de compra como de venta), aumentos de precios o componentes de precios (p. ej., bonificaciones, descuentos por pronto pago, márgenes, intereses, recargos) u otras condiciones comerciales esenciales;
 - La división de los mercados por productos, regiones, clientes o proveedores;
 - La estipulación de cuotas, cantidades de producción, capacidades o cuotas de mercado, en concreto acuerdos sobre la disminución de la producción o el cierre de capacidades de producción;
 - Acuerdos sobre el suministro o la compra de un cliente a un proveedor («boicot»).
 - Acuerdos sobre si se van a utilizar tecnologías y en qué medida, siempre que las empresas compitan en ese ámbito (p. ej., acuerdo de que solo se cumplan los requisitos mínimos legales sin que haya lugar a mejoras e innovaciones tecnológicas);
 - Acuerdos de no captación, sueldos no regulados y componentes salariales; y/o
 - Acuerdos sobre ofertas presentadas en un proceso de licitación que superen los límites de la cooperación permitida (p. ej., empresa conjunta o consorcio), los que requerirían la asistencia del departamento jurídico.
- Las siguientes circunstancias no modifican la existencia de infracción de las leyes antimonopolio:
- «En última instancia, nunca pusimos nada por escrito»: El formato del acuerdo no importa. También están prohibidos los acuerdos verbales o tácitos.
 - «No hubo acuerdo como tal»: El grado de obligación no es importante. Se prohíbe cualquier coordinación, incluso sobre la base de acuerdos no vinculantes (los llamados «acuerdos entre caballeros») o entendimientos tácitos.
 - «No hice más que escuchar» ¡La mera presencia en una reunión de competidores que suscriben acuerdos antimonopolio es suficiente para ser considerada una infracción!
 - «Nadie lo suscribió de todas formas» El mero acuerdo o tentativa de restricción de la competencia está prohibido, independientemente de que se implemente.
 - «Todo ello tuvo lugar a nivel asociativo»: La prohibición de cáteles se aplica independientemente del motivo del contacto (de manera oficial o en privado –de forma informal o en el marco de reuniones asociativas, sesiones de benchmarking o visitas a planta– directamente o a través de un tercero, una asociación, una institución de investigación de mercado o un proveedor).
- Encontrará más consejos sobre cómo comportarse en situaciones críticas en la sección 5 (Normas de Conducta).
- No sólo están prohibidos los acuerdos restrictivos con los competidores. Un intercambio de información con los competidores ya infringe la ley de competencia si reduce la incertidumbre típica de la competencia. Esto puede facilitar una coordinación prohibida del comportamiento entre los competidores. Por lo tanto, como cuestión de principio, no hable con los competidores sobre los temas mencionados anteriormente a menos que haya una razón comercial convincente para hacerlo (ejemplos en la sección 2.3).

Prohibición de Cárteles

Tenga en cuenta: La mera divulgación unilateral de información sensible de FUCHS a un competidor puede constituir una infracción de la legislación antimonopolio. Lo mismo aplica si recibe información sensible de un competidor sin plantear objeciones al respecto (por ejemplo: durante una reunión asociativa). Es indiferente que el intercambio tenga lugar directamente entre competidores o a través de un tercero (p. ej., asociación, institución de investigación de mercado, etc.).

2.3 Cooperación permitida con competidores

La prohibición de cárteles no se aplica de modo absoluto. Los acuerdos de cooperación entre competidores y el intercambio de información entre ellos pueden estar permitidas en algunas circunstancias. Esto se aplica, por ejemplo, a los siguientes escenarios:

- Relaciones de suministro: En principio, puede formalizarse un acuerdo de suministro con competidores siempre que se lleve a cabo en condiciones normales de mercado. Esto significa, en concreto, que los productos no pueden venderse a competidores por debajo de su valor de mercado sin una justificación objetiva, ya que esto podría considerarse una compra de la competencia.

Ejemplo:

FUCHS vende lubricantes a un competidor a precios considerablemente reducidos. Esto se hace con el acuerdo de que el competidor no aumente sus propias capacidades de producción de estos lubricantes y, por tanto, no entre en una competencia más fuerte con FUCHS en el mercado.

Las relaciones de suministro no deben dar lugar a una coordinación del comportamiento entre los competidores. Hable sólo con los empleados del competidor responsables de la relación de suministro y sólo sobre los temas relevantes para la relación de suministro específica.

- Cooperación: En determinadas circunstancias, está permitido cooperar con competidores (p. ej., en materia de compras, investigación y desarrollo, producción, etc.). Busque asesoramiento jurídico local en una fase temprana para que se pueda examinar la legalidad de dicha cooperación (especialmente sobre la base de las cuotas de mercado) y se pueda acompañar la puesta en práctica en cumplimiento de la legislación antimonopolio.

2.4 Relaciones con proveedores y clientes: restricciones verticales de la competencia

La prohibición de cárteles no solo se aplica entre competidores sino también con respecto a cualquier relación con clientes, proveedores y distribuidores. A este respecto, las siguientes medidas requieren un examen en el marco de la legislación sobre cárteles en particular:

- Fijación de precios de reventa: No se permite la fijación de precios de segunda mano. Esto significa que el proveedor, en sus acuerdos con los distribuidores, no debe dictar precios fijos o mínimos que deban cobrarse a otros clientes ni formalizar los respectivos acuerdos u ofrecer incentivos para adherirse a precios fijos o mínimos. Sin embargo, en la UE se permite efectuar recomendaciones de precios no vinculantes o establecer precios máximos bajo ciertas condiciones estrictas.

- Acuerdos de exclusividad/prohibiciones de competencia: Si usted, por ejemplo, (i) quiere conceder a un distribuidor la exclusividad para una región, (ii) prohibir a un distribuidor o a un cliente que fabrique, compre o venda productos de la competencia o (iii) hacer que un proveedor solo suministre a FUCHS, la admisibilidad depende de cada caso concreto, en particular, por ejemplo, de las cuotas de mercado de FUCHS y del socio contractual, la duración del contrato, etc.

Ejemplo:

FUCHS ha realizado un enorme esfuerzo para desarrollar un producto a medida para un cliente. En consecuencia, se prevé que el cliente solamente compre el producto a FUCHS.

- Acuerdos que restringen el área o los clientes a los que un distribuidor puede vender los productos obtenidos de FUCHS
- Tenga en cuenta que incluso las condiciones vinculadas a la venta por Internet pueden considerarse restricciones del área o de los clientes objetivo. Por lo tanto, la venta por Internet no debe prohibirse ni dificultarse de manera general; sin embargo, pueden estipularse requisitos de calidad.

El sistema de distribución no debe utilizarse en ningún caso para obstaculizar o intentar obstaculizar la exportación o reimportación de mercancías. Por lo tanto, no son admisibles las prohibiciones de exportación impuestas al distribuidor ni todas las restricciones comparables (p. ej., los sistemas de descuento o bonificación discriminatorios) que se apliquen o pretendan aplicar para cerrar los mercados.

En la medida en que los requisitos antes mencionados estén incluidos en una relación contractual vertical, éstas deben ser examinadas por la empresa FUCHS correspondiente que, con arreglo a las normas y reglamentos locales aplicables, para determinar si son admisibles según la legislación antimonopolio.

Se aplicarán condiciones especiales si FUCHS se dirige al cliente directamente y vende los productos a través de distribuidores (la denominada «doble distribución»). En tal caso, FUCHS compite con sus distribuidores y se aplicarán las condiciones que especifican los acuerdos con competidores (ver la sección 2.2). Esto significa que FUCHS no puede coordinar con los distribuidores quién ofrece un proyecto específico y a qué precio.

3 Prohibición de abuso de posición dominante en el mercado

Si, en casos concretos, FUCHS disfrutara de una posición dominante en el mercado, no deberá abusar de ella.

Una empresa es dominante si no está expuesta a ninguna competencia significativa en su mercado o tiene una posición de mercado mayor. Hay indicios de posición dominante cuando:

- FUCHS tiene una cuota de mercado de al menos el 40%;
- La cuota de mercado de FUCHS duplica a la del siguiente competidor de mayor tamaño.
- Los clientes y proveedores dependen de la benevolencia de FUCHS; o
- FUCHS tiene pocas restricciones a la hora de fijar los precios o las condiciones.

Las leyes antimonopolio prohíben la explotación abusiva de dicha posición dominante en el mercado, incluyendo, en concreto:

- Política de precios excesivamente agresiva: precios de combate, márgenes extremadamente elevados
- Discriminación: diferentes precios o condiciones para los clientes o proveedores, sin que existan razones válidas u objetivas que lo justifiquen.
- La negativa a suministrar o hacer negocios con una empresa sin justificación;
- Bonificaciones: bonificaciones por fidelidad, bonificaciones por exclusividad, etc.;

Ejemplo:

Se ofrecen bonificaciones en todos los productos vendidos si, en comparación con el mismo período del año anterior, el cliente aumenta el volumen de compra respectivo (bonificaciones por volumen).

Ejemplo:

Se ofrecen bonificaciones a los clientes si compran todo lo que necesitan o una parte esencial exclusivamente a FUCHS (bonificaciones por fidelidad).

- Acuerdos de exclusividad: Los clientes están obligados a comprar, o los proveedores están obligados a vender productos solo a FUCHS; y/o
- Combinación de productos: Venta conjunta de diferentes productos con el fin de extender la posición fuerte en un producto a otro.

Ejemplo:

Un productor con una posición dominante en el mercado vende su producto (dominante) solamente junto con un contrato de servicios sin que la naturaleza del producto lo justifique.

La evaluación específica siempre dependerá de las circunstancias individuales y de las posibles consideraciones de justificación y en todo caso debe ser realizada por la empresa FUCHS respectiva basándose en la legislación local aplicable si ciertos aspectos sugieren una posición de mercado dominante o fuerte.

4 Consecuencias del incumplimiento de la prohibición de cárteles

Las infracciones de la legislación antimonopolio pueden conllevar riesgos considerables. Esencialmente, se trata de:

- Elevadas multas para las personas y la empresa implicadas;
- Reclamación de daños y perjuicios por las partes perjudicadas, es decir, clientes y competidores;
- Ineficacia de los acuerdos que incumplan la prohibición;
- Consecuencias penales;
- Consecuencias en virtud de la ley laboral;
- Perjuicio de la reputación de la empresa; y
- Exclusión de las ofertas públicas

Las multas impuestas por las autoridades antimonopolio han ascendido con frecuencia a decenas o cientos de millones y, en casos concretos, incluso a miles de millones.

El límite máximo de las multas impuestas por una violación de las leyes antimonopolio es del 10% del volumen de negocios mundial total del grupo en cuestión.

5 Normas de conducta

5.1 Principios básicos

No debieran evitarse los acuerdos de cooperación económicamente sensibles y admisibles debido al temor infundado de quebrantar las leyes antimonopolio ni debieran celebrarse, a la ligera, acuerdos de colaboración para restringir la competencia, o por desconocimiento, correr el riesgo de formalizar un acuerdo prohibido o involucrarse en comportamientos concertados con un competidor. Lo importante es reconocer y evaluar críticamente cualquier acuerdo o práctica concertada problemática. Para ello, es esencial que utilice esta Política y asista a todos los cursos de formación que ofrezcan una introducción a los principios básicos de la normativa antimonopolio y los requisitos para obtener información y actuar en consecuencia. Cualquier proyecto con competidores o la conclusión de contratos de entrega o suministro importantes y/o a largo plazo debe, basándose en la legislación local aplicable, ser comprobado por la respectiva empresa FUCHS en cuanto al cumplimiento de la normativa antimonopolio.

Distánciese explícitamente y sin ambigüedades de todos los acuerdos y de cualquier forma de comportamiento coordinado. En caso de duda, señale primero la necesidad de un examen por parte del departamento jurídico responsable. En ningún caso se debe dejar llevar por la consigna: «Lo más probable es que nadie se entere».

5.2 Participación en reuniones de asociaciones, ferias comerciales u otros eventos

La participación en asociaciones profesionales es necesaria y legítima. No obstante, las autoridades antimonopolio prestan especial atención a la labor de las asociaciones. Una de las razones es que las actividades que quebrantan las leyes antimonopolio se desarrollan dentro del contexto de trabajo relacionado con la asociación. Por lo tanto, debe cuidar de forma particular su implicación en las asociaciones profesionales. En ningún caso su compromiso con asociaciones, por ejemplo, con comités o grupos de trabajo, debe ser aprovechado para quebrantar las leyes antimonopolio. Ningún empleado que esté involucrado en el trabajo de la asociación debe participar en reuniones o discusiones que sean críticas en términos de la ley de cárteles. Esto se aplica igualmente al hecho de asumir un papel meramente pasivo.

Es imperativo que reaccione si tiene la impresión de que se ha sobrepasado el límite de lo permisible según la ley antimonopolio. Abandone inmediatamente una reunión de la asociación si, a pesar de su protesta, se discuten temas sensibles desde el punto de vista de la competencia. En tal caso, insista en que conste en acta su negativa a tratar dichos temas y el cese de su participación. El simple hecho de guardar silencio no le protegerá de una sanción posterior.

Si ha participado en discusiones potencialmente cuestionables, comuníquelo inmediatamente a la dirección y a la Oficina de Cumplimiento, indicando la fecha, los participantes y el contenido.

Los mismos principios se aplican a todas las reuniones con los competidores, como los grupos de trabajo, reuniones regulares en bares u otras reuniones informales.

5.3 Correspondencia comercial y comunicación interna (incluidos e-mails)

Cuando se comunique interna y externamente, sea siempre consciente de cómo podría leer su redacción un tercero. Procure utilizar un lenguaje claro y evite dar la falsa impresión de prácticas colusorias o de coordinación con competidores o ejerciendo una influencia indebida sobre los distribuidores o proveedores. Tanto el contenido como la elección de las palabras deben presentarse siempre bajo la premisa de que el documento podría ser leído posteriormente por una autoridad antimonopolio.

Por supuesto, el mismo cuidado se debe aplicar a las relaciones públicas, los comunicados de prensa o las entrevistas. Al hacerlo, no haga afirmaciones -sin examen jurídico en el caso concreto- sobre el comportamiento futuro de los precios o las cantidades y no se refiera a un comportamiento uniforme de los competidores.

6 Oficina de Cumplimiento del Grupo, notificación de casos sospechosos y sistema de denuncias

6.1 Oficina de Cumplimiento del Grupo

Para ayudarle a determinar la admisibilidad o inadmisibilidad de una conducta en virtud de la legislación antimonopolio o para aclarar cuestiones de duda sobre la legitimidad de una conducta, FUCHS ha establecido un punto de contacto central para todos los empleados en forma de la Oficina de Cumplimiento del Grupo. Puede contactar con esta oficina, así como con el respectivo responsable de Cumplimiento, con todas las preguntas, comentarios y observaciones sobre temas relacionados con la legislación antimonopolio.

Oficina de Cumplimiento del Grupo FUCHS

Email: compliance@fuchs.com

6.2 Notificación de casos sospechosos

Los empleados de FUCHS que tengan conocimiento de hechos concretos y verificables que indiquen una violación de los principios anteriores están obligados a informar de ello inmediatamente. Las personas de contacto para ello -así como para cualquier otra cuestión relacionada- son los respectivos superiores, la Oficina de Cumplimiento del Grupo, el respectivo responsable de Cumplimiento o la unidad competente. Existe un incentivo especial para denunciar la violación de las leyes antimonopolio: Los participantes en cárteles prohibidos pueden ser eximidos total o parcialmente de las multas si cooperan como testigos de clemencia en el descubrimiento del cártel. El factor decisivo para el alcance de la exención es el orden en que se presentan las solicitudes de clemencia a la autoridad (principio del orden de llegada).

6.3 Sistema de denuncias

Las posibles infracciones de la ley y/o de las normas de cumplimiento también pueden denunciarse en línea a través de nuestro sistema de denuncias por Internet denominado «FUCHS Compliance Communication». El portal se basa en una solución de sistema estandarizada y cumple con los más altos estándares de seguridad informática. FUCHS Compliance Communication ayuda a los Empleados de FUCHS a presentar observaciones detalladas sobre infracciones o casos sospechosos y a entablar un diálogo con la unidad competente. Los usuarios del Sistema FUCHS Compliance Communication pueden permanecer en el anonimato durante todo el proceso si así lo desean. Pueden acceder al portal en → www.bkms-system.net/FUCHS-Compliance-Communication

6.4 Cómo gestionar las notificaciones

Los Empleados de FUCHS que, actuando de buena fe, notifiquen posibles infracciones de esta u otra política del grupo, del Código de Conducta o de la legislación, no estarán expuestos a represalias. FUCHS aprecia la transparencia. Apoyamos a cualquiera que, actuando de buena fe, notifique sus inquietudes. Esto también se aplica si, posteriormente, estas inquietudes resultan ser injustificadas. Si los Empleados de FUCHS consideran que, por haber presentado su notificación con arreglo a esta Política, son objeto de un trato adverso, les pedimos que se pongan en contacto con la Oficina de Cumplimiento del Grupo o con el responsable de Cumplimiento competente. FUCHS confirmará la recepción de la notificación en un plazo de siete días e informará al denunciante en un plazo de tres meses sobre cómo se ha gestionado la denuncia y qué medidas se han adoptado. Esto no significa, sin embargo, que deba finalizarse una posible investigación en un plazo de tres meses.

Impresión

Editor

FUCHS PETROLUB SE
Einsteinstraße 11
68169 Mannheim Germany
www.fuchs.com/group

Oficina de Cumplimiento del Grupo

compliance@fuchs.com