



# Manual de implementación de la política de competencia

Código:  
GJU-M-001

Versión: 01

Fecha de vigencia:  
11/09/2018

Responsable del instructivo: Comité  
Directivo

Páginas 1 de  
14

Elaboró: Verónica Toro, Líder Asuntos  
Legales Corporativos

Revisó: Santiago Arango, Líder Asuntos Corporativos

Aprobó: Comité Directivo

## i. Guía práctica sobre la Competencia “Glosario”

### ¿Qué se entiende por “Agente Económico”?

El Estado y las personas naturales o jurídicas que se ocupan en alguna de las actividades que tengan relación con la transferencia de bienes y servicios.

### ¿Qué es la Eficiencia?

Obtener un mismo objetivo empleando el menor número posible de recursos o alcanzar más metas con el mismo número de recursos o menos. Desde la perspectiva de la competencia, la eficiencia busca la asignación y adquisición efectiva de bienes y servicios en el contexto de un mercado con múltiples Agentes Económicos.

### ¿Qué es la Competencia?

Es el conjunto de esfuerzos que desarrollan los diferentes agentes económicos, quienes, actuando independientemente, compiten por una participación efectiva de sus bienes y servicios en un mercado.

### ¿Quiénes son los Consumidores?

Son todas las personas naturales o jurídicas que, como destinatarios finales, adquieren, disfrutan o utilizan un determinado producto para la satisfacción de una necesidad propia o ajena.

### ¿Qué entendemos por la libre y leal competencia económica?

Es la posibilidad que tienen los Agentes Económicos de participar libremente con sus bienes y con sus servicios en los diferentes mercados de los que hacen parte y de tener la garantía de que estos mercados operan de manera natural y libre. Para los consumidores y los usuarios esto se traduce en la posibilidad de encontrar variedad de productos, de calidad y de precios, así como en la posibilidad de escogerlos libremente. Es un derecho de todos los ciudadanos que supone responsabilidades y está sometido a los límites que establezca la ley.

### ¿Por qué la competencia beneficia al consumidor?

Porque la existencia de muchos Agentes Económicos en el mercado da lugar a que los



## Manual de implementación de la política de competencia

Código: GJU-M-001	Versión: 01	Fecha de vigencia: 11/09/2018	Responsable del instructivo: Comité Directivo	Páginas 2 de 14
----------------------	-------------	----------------------------------	--	--------------------

Elaboró: Verónica Toro, Líder Asuntos  
Legales Corporativos

Revisó: Santiago Arango, Líder Asuntos Corporativos

Aprobó: Comité Directivo

consumidores puedan escoger precio, calidad, y servicio, es decir, tienen oportunidad de tener varias opciones y escoger la que mejor le satisfaga sus necesidades.

### ¿Qué es la Competencia Desleal?

Son los actos que afecten o tienen impacto en el mercado, tales como; actos para desviar la clientela, desorganizar, confundir, engañar, desacreditar, comparar, imitar, explotar la reputación ajena, violar secretos, violar normas, realizar pactos desleales de exclusividad, entre otros.

### ¿Cómo podemos proteger la libre y leal competencia?

La libre y leal competencia la podemos proteger a través de nuestras actuaciones y decisiones, siempre que con ellas garanticemos un entorno competitivo en los mercados donde participamos. También podemos protegerla absteniéndonos de realizar cualquier acto o acuerdo que impida, obstaculice y/o restrinja la competencia. Así mismo, podemos protegerla al promover esfuerzos y principios para cuidar tanto los intereses de nuestra Compañía, de nuestros usuarios y consumidores, así como el de los demás participantes del mercado.

### ¿Qué es una Política de Competencia?

Es el conjunto de disposiciones o lineamientos definidos por una compañía, con el fin de orientar el comportamiento de los miembros de la organización para evitar o mitigar la ocurrencia de conductas violatorias de la libre competencia.

### ¿Qué es una práctica restrictiva de la competencia?

Una práctica restrictiva de la competencia es cualquier práctica, procedimiento o acuerdo realizado por una o varias empresas con la finalidad de buscar de manera directa o indirecta limitar la producción, el abastecimiento, la distribución o el consumo de materias primas, productos, mercancías o servicios nacionales o extranjeros, todo esto con la finalidad de limitar la libre competencia al mantener y determinar precios inequitativos.

### ¿Cuáles son las conductas prohibidas que restringen la libre y leal competencia?

- Los acuerdos entre dos o más empresas que restrinjan, o distorsionen la competencia;
- Ciertos actos unilaterales realizados por empresas que restrinjan o distorsionen la competencia;
- Las conductas abusivas por parte de las empresas que tienen una posición de dominio en el mercado;



## Manual de implementación de la política de competencia

Código: GJU-M-001	Versión: 01	Fecha de vigencia: 11/09/2018	Responsable del instructivo: Comité Directivo	Páginas 3 de 14
----------------------	-------------	----------------------------------	---	-----------------

Elaboró: Verónica Toro, Líder Asuntos Legales Corporativos

Revisó: Santiago Arango, Líder Asuntos Corporativos

Aprobó: Comité Directivo

- Los actos considerados por la ley como competencia desleal y que se relacionan más adelante; y
- Las integraciones económicas que contraigan sustancialmente la competencia y que no compensen con eficiencias.

Por ejemplo, nos encontramos frente a conductas prohibidas en los siguientes casos: los actos para desviar la clientela, la explotación de la reputación ajena, los pactos desleales de exclusividad, la fijación directa o indirecta de precios con nuestros competidores, la colusión en licitaciones, obstruir o impedirles a terceros acceder al mercado, entre otras.

### ¿Qué es un acuerdo y un acto anticompetitivo?

Por acuerdo anticompetitivo podemos entender todos los contratos, convenios, prácticas acordadas entre dos o más competidores o participantes de un mercado que dificulten o entorpezcan la competencia, o que tengan la capacidad de causar alguno de estos efectos. En consecuencia, se debe tener presente que los acuerdos pueden ser anticompetitivos no solo porque efectivamente con estos se haya logrado su finalidad sino también por el objeto con el que se celebraron, ya que su sola finalidad los hace potencialmente aptos para restringir la competencia.

Se considera que hay acuerdo no solo cuando el mismo se encuentra suscrito o reconocido verbalmente, sino también cuando se dan las denominadas prácticas concertadas o se presenta el comportamiento de “paralelismo consciente”.

Por su parte, el acto anticompetitivo es aquel comportamiento contrario a la libre competencia realizado por quienes ejercen una actividad económica.

### ¿Qué acuerdos no se entienden como contrarios a la libre competencia, y por tanto, podemos desarrollarlos previa su formalización?

1. Los que tengan por objeto la cooperación en investigaciones y desarrollo de nuevas tecnologías.
2. Aquellos sobre cumplimiento de normas, estándares y medidas cuando: (i) no han sido adoptadas como obligatorias; y (ii) no limiten la entrada de competidores al mercado.
3. Los que se refieren a procedimientos, métodos, y sistemas y formas de utilización de facilidades comunes que benefician al mercado.

### ¿Qué son las prácticas concertadas?



## Manual de implementación de la política de competencia

Código: GJU-M-001	Versión: 01	Fecha de vigencia: 11/09/2018	Responsable del instructivo: Comité Directivo	Páginas 4 de 14
----------------------	-------------	----------------------------------	---	-----------------

Elaboró: Verónica Toro, Líder Asuntos Legales Corporativos

Revisó: Santiago Arango, Líder Asuntos Corporativos

Aprobó: Comité Directivo

Las prácticas concertadas son una forma de coordinación voluntaria y consciente entre empresas competidoras de un mismo mercado, quienes, sin suscribir un acuerdo propiamente dicho, establecen una cooperación práctica que atenta contra la libre competencia, busca restringirla, logrando, por ejemplo, que un determinado producto se sitúe en unas condiciones de competencia que no corresponden a las condiciones normales del mismo.

### ¿Qué es una conducta de paralelismo consciente?

Son conductas que reflejan comportamientos coincidentes de varias empresas durante un periodo de tiempo determinado y donde se evidencian acuerdos de no competir entre ellas, no hay rivalidad y por el contrario, los competidores se colaboran entre ellos aun en contra de sus propios beneficios. Por ejemplo, la fijación de precios configura una conducta de paralelismo consciente.

### ¿En qué consiste una conducta de paralelismo de precios?

Es aquella conducta en la que los Agentes Económicos fijan sus precios por un acuerdo entre competidores y no por un ejercicio juicioso de fijación de precios según la oferta y la demanda.

### ¿Qué elementos configuran un paralelismo de precios?

La práctica, la conciencia y el paralelismo. La **práctica** se evidencia en la conducta reiterada de fijar el precio de manera uniforme con otras empresas. La **conciencia** se da por cuanto las empresas conocen permanentemente que el precio de venta al público es igual para todas las marcas y el **paralelismo** es la presencia del comportamiento durante un periodo de tiempo.

### ¿Qué es un acuerdo de colusión?

Se trata de un acuerdo entre dos o más empresas para limitar la competencia, por ejemplo, un acuerdo para no competir entre ellas. El acuerdo es secreto o ilegal, y con este se engaña a otros para obtener un objetivo prohibido por la ley o para obtener una ventaja injusta en el mercado. Se presenta comúnmente en los procesos contractuales en que dos o más empresas llamadas a competir para obtener la adjudicación de un contrato deciden aliarse para no hacerlo. El acuerdo puede presentarse de diversas formas, pero siempre estará enfocado en lograr la adjudicación concertada o el favorecimiento de uno de los participantes de la colusión en detrimento de un tercero.



## Manual de implementación de la política de competencia

Código: GJU-M-001	Versión: 01	Fecha de vigencia: 11/09/2018	Responsable del instructivo: Comité Directivo	Páginas 5 de 14
----------------------	-------------	----------------------------------	--	--------------------

Elaboró: Verónica Toro, Líder Asuntos  
Legales Corporativos

Revisó: Santiago Arango, Líder Asuntos Corporativos

Aprobó: Comité Directivo

### **¿Qué pasa cuando en un proceso de licitación se presentan dos empresas que pertenecen a un mismo grupo empresarial?**

Se debe manifestar expresamente esta condición, de lo contrario, cuando se oculta esta situación, habrá un indicio para considerar que se incurrió en un acuerdo contrario a la libre competencia.

### **¿Qué es la posición de dominio?**

Es la capacidad que tiene una empresa para determinar las condiciones del mercado en el que participa. Esto es, la capacidad y autonomía para definir precios, montos de producción, calidad de sus bienes, etc., sin tener en cuenta a sus demás competidores.

### **¿Qué conductas constituyen un abuso por parte de las empresas con posición de dominio?**

Constituyen un abuso aquellas conductas realizadas por las empresas con la finalidad de excluir o explotar a sus competidores o consumidores.

Las empresas con posición de dominio deben tener un cuidado especial en cuanto a su comportamiento en el mercado toda vez que, basta con que el objeto de su conducta implique una pérdida o un daño en el bienestar social para que se configure una conducta abusiva.

### **¿Qué son las integraciones empresariales sin cumplimiento de la ley?**

Aquellas integraciones de empresas que producen una indebida limitación de la libre competencia y generan concentraciones de poder económico que desequilibran el balance propio de la competencia.

### **¿Qué son los precios predatorios?**

Corresponde a la práctica de vender un producto o servicio a un precio muy bajo, con la intención de expulsar a los competidores fuera del mercado, o crear barreras de entrada para los potenciales nuevos competidores.

### **¿Qué autoridad investiga las conductas de Competencia?**

La Superintendencia de Industria y Comercio - SIC es la entidad encargada de vigilar el cumplimiento de las normas de protección de la competencia, sin embargo, la



## Manual de implementación de la política de competencia

Código: GJU-M-001	Versión: 01	Fecha de vigencia: 11/09/2018	Responsable del instructivo: Comité Directivo	Páginas 6 de 14
----------------------	-------------	----------------------------------	---	-----------------

Elaboró: Verónica Toro, Líder Asuntos Legales Corporativos

Revisó: Santiago Arango, Líder Asuntos Corporativos

Aprobó: Comité Directivo

Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios también tiene facultades para investigar prácticas abusivas de la competencia.

### ¿Cuáles son las funciones de la Superintendencia de Industria y Comercio en materia de Competencia?

Esta entidad estatal atiende las reclamaciones o quejas por hechos que afecten la competencia en los mercados y da trámite a aquellas que sean significativas para alcanzar las siguientes finalidades:

- mejorar la eficiencia del aparato productivo nacional;
- velar que los consumidores tengan libre escogencia y acceso a los mercados de bienes y servicios;
- vigilar que las empresas puedan participar libremente en los mercados; y,
- regular que en el mercado exista variedad de precios y calidades de bienes y servicios.

### ¿Qué es una Sanción en materia de Competencia?

Es la consecuencia económica de una conducta que constituye una violación de cualquiera de las disposiciones sobre protección de la competencia.

## ii. Lineamientos generales de conducta

Los siguientes son los lineamientos generales de conducta que debemos seguir todos los colaboradores de la Compañía en aras de garantizar el cumplimiento de todas las normas y recomendaciones sobre protección de la libre y leal competencia.

### Sobre las conductas contrarias a la protección o defensa de la competencia:

1. Nos abstenemos de realizar prácticas monopolísticas (distintas a las expresamente permitidas por la Ley) o restrictivas de la competencia, aun cuando nuestras actuaciones no produzcan el efecto de restricción en el mercado, pues solo con ejecutarlas son consideradas contrarias a la ley.
2. No ejercemos ninguna práctica que tenga la capacidad, el propósito o el efecto de generar competencia desleal o de restringir en forma indebida la competencia.
3. No realizamos ninguna práctica que impida a una empresa o usuario negociar libremente sus contratos de suministro.



## Manual de implementación de la política de competencia

Código:  
GJU-M-001

Versión: 01

Fecha de vigencia:  
11/09/2018

Responsable del instructivo: Comité  
Directivo

Páginas 7 de  
14

Elaboró: Verónica Toro, Líder Asuntos  
Legales Corporativos

Revisó: Santiago Arango, Líder Asuntos Corporativos

Aprobó: Comité Directivo

4. No realizamos ningún acto o contrato que prive a los usuarios de los beneficios ofrecidos por otras compañías competidoras.

### **Sobre los acuerdos contrarios a la libre competencia:**

1. No realizamos ningún acuerdo con ningún agente económico para fijar nuestros precios ni realizamos ningún acuerdo con nuestros competidores para establecer tarifas, ya sea directa o indirectamente. Esto incluye que no fijamos las fórmulas para determinar los precios ni para la fijación de descuentos.

La negociación del precio de venta de nuestros productos y/o servicios se basa en todos los casos en un ejercicio autónomo de Celsia. El proceso de negociación y definición de nuestro precio de venta bajo ninguna circunstancia es concertado con otros competidores o compradores.

2. No realizamos acuerdos que tengan por objeto o tengan como efecto determinar condiciones de venta o comercialización discriminatoria para con terceros. Es decir, no ejercemos tratos discriminatorios que generen diferencias injustificadas a los clientes aun si la discriminación tiene lugar dentro de un mercado competitivo o cuyas tarifas no estén reguladas.

3. No realizamos acuerdos con otras empresas para repartirnos el mercado, esto es, no nos asignamos zonas, municipios, barrios, tipos de clientes, clases de servicios, etc.

4. No celebramos ninguna clase de acuerdos con otras empresas para repartirnos cuotas o clases de servicios, en consecuencia, no creamos restricciones de oferta ni elevamos las tarifas por encima de lo que ocurriría en condiciones de competencia.

5. No participamos en ningún acuerdo para abstenernos de producir bienes o servicios o afectar los niveles de producción.

6. No obstruimos en forma alguna la participación en el mercado de otros participantes ni obstruimos su ingreso a los canales de distribución/comercialización.

7. No celebramos acuerdos que tengan por objeto o tengan como efecto subordinar el suministro de un producto a la aceptación de obligaciones adicionales que por su naturaleza no constituirían el objeto del negocio.

8. No realizamos acuerdos con eventuales opositores o competidores durante el trámite de cualquier acto o contrato en el que deba haber citaciones al público o a





## Manual de implementación de la política de competencia

Código:  
GJU-M-001

Versión: 01

Fecha de vigencia:  
11/09/2018

Responsable del instructivo: Comité  
Directivo

Páginas 8 de  
14

Elaboró: Verónica Toro, Líder Asuntos  
Legales Corporativos

Revisó: Santiago Arango, Líder Asuntos Corporativos

Aprobó: Comité Directivo

eventuales competidores con el propósito o como efecto modificar el resultado que se habría obtenido en plena competencia.

9. No celebramos acuerdos que tengan por objeto la colusión en las licitaciones o concursos o los que tengan como efecto la distribución de adjudicaciones de contratos, distribución de concursos o fijación de términos de las propuestas.

Conocemos que cualquier acuerdo que Celsia celebre con alguno de sus competidores para restringir la competencia es por sí mismo ilegal, independientemente de sus propósitos o efectos.

10. No incumplimos las normas especiales de competencia contenidas en la Ley 142 de 1994 y Resolución CREG 108 de 1997 o la norma que regule esta materia, sobre los derechos de los usuarios del servicio público de energía en relación con la facturación, comercialización y asuntos relativos a la prestación del servicio y el contrato de condiciones uniformes.

11. No incumplimos la regulación CREG sobre la disponibilidad y publicidad de la información de cantidades y ofertas de precios a fin de mitigar el riesgo de colusión tácita en que pueden incurrir los agentes generadores, en virtud de la característica oligopólica del mercado de la generación de energía

### **Sobre los actos contrarios a la libre competencia:**

1. No realizamos actos que infrinjan las normas de publicidad contenidas en el Estatuto de Protección del Consumidor, las cuales se encuentran contenidas en el Anexo 1 del presente Manual.

2. No emitimos publicidad engañosa; es decir, que induzca a error acerca de las características de nuestros productos o servicios.

3. No influenciamos a ninguna empresa para que incremente los precios de sus productos o servicios o para que desista de su intención de rebajarlos.

4. No nos negamos a vender o prestar servicios a una empresa ni discriminamos a la misma cuando ello pueda entenderse como una retaliación a su política de precios.

5. No les damos tarifas inferiores a los costos operacionales promedio a los clientes que se encuentren en un mercado competitivo, o cuyas tarifas no están sujetas a regulación.





## Manual de implementación de la política de competencia

Código: GJU-M-001	Versión: 01	Fecha de vigencia: 11/09/2018	Responsable del instructivo: Comité Directivo	Páginas 9 de 14
----------------------	-------------	----------------------------------	--	--------------------

Elaboró: Verónica Toro, Líder Asuntos Legales Corporativos

Revisó: Santiago Arango, Líder Asuntos Corporativos

Aprobó: Comité Directivo

6. No ofrecemos tarifas inferiores a nuestros costos operacionales promedio con el ánimo de desplazar competidores, prevenir la entrada de nuevos oferentes o ganar posición dominante ante el mercado o ante clientes potenciales.
7. No subordinamos el suministro de un producto a la aceptación de obligaciones adicionales que no constituirían el objeto del negocio.
8. No generamos, distribuimos ni comercializamos nuestra energía ni comercializamos nuestros bienes o servicios con fines restrictivos de la competencia.
9. No incumplimos la regulación vigente respecto a los topes de participación aplicables a la organización en las actividades de transmisión.
10. Nos abstenemos de realizar cobros discriminatorios que pretendan o tengan como efecto hacer más onerosos los costos de respaldo en las redes de distribución que opera la Compañía.
11. No exigimos requisitos técnicos que tengan por objeto o como efecto restringir, dificultar, excluir u obstruir la conexión a las redes que operamos.

### **Sobre las conductas de competencia desleal:**

1. No realizamos actos para desviar la clientela de nuestros competidores a través de conductas contrarias a la buena fe comercial y económica, a las sanas costumbres mercantiles o en contra de los usos honestos en materia industrial o comercial.
2. No realizamos ninguna práctica que sea susceptible de inducir a error o crear confusión sobre nuestros competidores, así como sobre la naturaleza de sus servicios, las características, la aptitud en el empleo, sus productos, entre otros.
3. No utilizamos ni difundimos indicaciones o aseveraciones incorrectas o falsas sobre nuestros competidores ni sobre terceros, ni omitimos las verdaderas.
4. No realizamos prácticas que tengan por objeto o como efecto desacreditar la actividad, las prestaciones, el establecimiento o las relaciones mercantiles de nuestros competidores o de terceros, a no ser que sean exactas, verdaderas y pertinentes.
5. No obstruimos ni impedimos a terceros el acceso a los mercados o a los canales de comercialización.



## Manual de implementación de la política de competencia

Código: GJU-M-001	Versión: 01	Fecha de vigencia: 11/09/2018	Responsable del instructivo: Comité Directivo	Páginas 10 de 14
----------------------	-------------	----------------------------------	---	------------------

Elaboró: Verónica Toro, Líder Asuntos Legales Corporativos

Revisó: Santiago Arango, Líder Asuntos Corporativos

Aprobó: Comité Directivo

6. No comparamos públicamente nuestra actividad con la de nuestros competidores o terceros, cuando dicha comparación utilice indicaciones o aseveraciones incorrectas o falsas, u omita las verdaderas.
7. No imitamos de manera exacta y minuciosa las prestaciones de un competidor cuando generen confusión o comporten un aprovechamiento indebido de la reputación ajena o cuando pretendamos impedir su consolidación en el mercado.
8. No nos aprovechamos en beneficio propio o ajeno, de las ventajas de la reputación industrial, comercial o profesional adquirida por un competidor en el mercado.
9. No empleamos sin autorización signos distintivos ajenos (marcas, nombres o enseñas comerciales).
10. No divulgamos ni explotamos sin autorización los secretos industriales o empresariales a los que tenemos acceso legítimamente, ni obtenemos secretos empresariales ilegítimamente.
11. No inducimos a colaboradores, proveedores, clientes y demás obligados, a infringir los deberes contractuales básicos que han contraído con los competidores.
12. No nos aprovechamos en beneficio propio o ajeno de una infracción contractual ajena cuando, siendo conocida, tenga por objeto la expansión de un sector industrial o empresarial o vaya acompañada de circunstancias tales como el engaño, la intención de eliminar a un competidor del mercado u otros análogos.
13. No pactamos en nuestros contratos cláusulas de exclusividad, cuando dichas cláusulas tengan por objeto o como efecto, restringir el acceso de los competidores al mercado o monopolizar la distribución de productos o servicios.
14. No incumpliremos las normas especiales contenidas en la regulación vigente respecto a concentración de participación, de propiedad de operaciones asociadas a las actividades de generación y transparencia en el manejo de la información orientada a promover y preservar la libre competencia en el mercado eléctrico mayorista

### **Sobre las integraciones empresariales:**

1. Debemos someter a consideración del equipo Legal, todos los documentos que puedan tener como propósito o efecto la celebración de contratos de fusión, escisión por absorción, asociación, colaboración empresarial, adquisición de activos, acciones, cuotas



## Manual de implementación de la política de competencia

Código: GJU-M-001	Versión: 01	Fecha de vigencia: 11/09/2018	Responsable del instructivo: Comité Directivo	Páginas 11 de 14
----------------------	-------------	----------------------------------	--	---------------------

Elaboró: Verónica Toro, Líder Asuntos Legales Corporativos

Revisó: Santiago Arango, Líder Asuntos Corporativos

Aprobó: Comité Directivo

sociales con empresas dedicadas a las mismas actividades a las que se dedica la Compañía.

2. Nuestros abogados deberán informar o someter a consideración de la autoridad competente las operaciones de integración empresarial que proyectamos realizar en cumplimiento de las normas sobre competencia.

3. Adicionalmente, debe tenerse en cuenta que existen normas expedidas por la CREG que prohíben que empresas del sector eléctrico tengan participación accionaria en otras empresas del mismo sector o que no puedan tener una participación superior a determinado porcentaje accionario definido en la norma vigente.

### iii. ¿Cómo debemos manejar nuestras relaciones con nuestros competidores cuando tengamos reuniones?

1. Preparamos y lideramos la reunión definiendo previamente el tema que vamos a tratar, los escenarios de discusión y el lenguaje que se va a emplear.

2. Limitamos las reuniones a discusiones sobre temas relacionados con las asociaciones gremiales y aspectos sobre políticas públicas, actividad legislativa y otras coyunturas que afecten a la industria en general.

3. No buscamos que las decisiones de los entes estatales, respecto a temas regulados del sector, se tomen con información distorsionada.

4. Cumplimos los requisitos de convocatoria y quórum de la reunión conforme a estatutos o documentos internos existentes, y debemos elaborar actas, con fecha y debidamente firmadas por los asistentes o delegados para el efecto. Es recomendable que quienes las realicen sean personas familiarizadas con nuestra Política de Competencia para que se cumpla en todo momento con lo dispuesto en el presente Manual.

5. Nos aseguramos de que en las actas de las reuniones quede constancia de lo que se discute en las mismas y exigimos el cumplimiento efectivo de los acuerdos y compromisos logrados en dichas reuniones, las cuales deberán siempre tener un propósito empresarial válido y ajustado a las normas.

6. En caso de reuniones en asociaciones o agremiaciones en los que seamos parte, debemos exigir a la asociación y a los terceros que frente a los datos entregados, se garantice la no divulgación de información puntual de los mercados de la Compañía, salvo que sea información pública. Tampoco deben compartirse listas de clientes, listas de



## Manual de implementación de la política de competencia

Código: GJU-M-001	Versión: 01	Fecha de vigencia: 11/09/2018	Responsable del instructivo: Comité Directivo	Páginas 12 de 14
----------------------	-------------	----------------------------------	--	---------------------

Elaboró: Verónica Toro, Líder Asuntos Legales Corporativos

Revisó: Santiago Arango, Líder Asuntos Corporativos

Aprobó: Comité Directivo

precios, descuentos, márgenes de utilidad, planes futuros y demás información comercial. La información sobre precios nunca debe obtenerse de los competidores.

7. Para datos estadísticos de las asociaciones y agremiaciones podemos entregar información general y agregada que corresponda a datos pasados, para que se realicen estudios y análisis generales de información de mercados.

8. Conductas prohibidas en reuniones con competidores:

8.1. Con nuestros competidores no conversamos sobre precios, ni políticas comerciales ni planes futuros de expansión.

8.2. Con nuestros competidores jamás acordamos ni le revelamos el precio al cual se comercializarán los productos frente a los clientes, o se adquirirán de manos de los proveedores.

8.3. Con nuestros competidores no intercambiaremos información de precios (de venta al público o compra a los proveedores).

8.3. Está estrictamente prohibido acordar o revelar a un competidor la estructura de costos de nuestros productos i.e. transporte, servicios especiales, garantías adicionales etc.

8.4. Con nuestros competidores nunca acordaremos o discutiremos acerca del proceso de creación de precios i.e. márgenes mínimos de utilidad, costos de compra, costos logísticos, volúmenes de compra, etc.

8.5. Con nuestros competidores jamás hacemos declaraciones que puedan ser interpretadas como una invitación para que un competidor tome ciertas acciones relacionadas con sus precios. Ni siquiera para efectos de llenar solicitudes de medidas de defensa comercial, ni en la fase previa a una integración.

8.6. Con nuestros competidores no debemos comentar planes futuros.

8.7. Con nuestros competidores no debemos realizar comentarios que se interpreten como una invitación a que estos tomen o adopten ciertas acciones, como por ejemplo, comentar que los precios están demasiado bajos.

**iv. ¿Cómo podemos prevenir que la Compañía incurra en alguna de las conductas mencionadas?**



## Manual de implementación de la política de competencia

Código:  
GJU-M-001

Versión: 01

Fecha de vigencia:  
11/09/2018

Responsable del instructivo: Comité  
Directivo

Páginas 13 de  
14

Elaboró: Verónica Toro, Líder Asuntos  
Legales Corporativos

Revisó: Santiago Arango, Líder Asuntos Corporativos

Aprobó: Comité Directivo

1. Anticipemos los efectos que puede tener cada una de nuestras actuaciones y discutamos los efectos antes de actuar.
2. Antes de contactar a nuestros competidores, asegurémonos de tener un propósito legítimo y de estar actuando dentro del marco de la Política de Competencia y del presente Manual.
3. Confirmemos que todas las comunicaciones que se van a enviar a nuestros competidores tengan un propósito claro, legal, en línea con el presente manual y hayan sido cuidadosamente elaboradas.
4. Observemos, interioricemos y socialicemos el contenido de la Política de Competencia, así como los principios y valores que inspiran a Celsia en este aspecto.
5. Cuando se reporta información del mercado, debemos declarar siempre claramente la fuente de la información.
6. En caso de duda, solicitamos asesoría del Área Legal de la Compañía. Si esta solicitud se hace por medio de correo electrónico, se recomienda se indique en el asunto del correo la siguiente nota: Documento Confidencial Sujeto Al Secreto Profesional/Abogado- Cliente.

### **v. Implicaciones del incumplimiento sobre lo dispuesto en este Manual de Implementación de la Política de Competencia para la Compañía y sus colaboradores**

El incumplimiento a lo dispuesto en la presente Política puede conllevar a:

1. Daños sobre la reputación.
2. Interrupción de los negocios, pues la autoridad de competencia puede ordenar que se terminen los contratos y otros acuerdos que restrinjan la libre competencia en los mercados.
3. Posibilidad de inicio de investigaciones administrativas.
4. Restricciones a las actividades dentro del mercado y a las políticas comerciales por parte de la autoridad de competencia.
5. Posibilidad de inicio de acciones civiles por daños y perjuicios.



## Manual de implementación de la política de competencia

Código: GJU-M-001	Versión: 01	Fecha de vigencia: 11/09/2018	Responsable del instructivo: Comité Directivo	Páginas 14 de 14
----------------------	-------------	----------------------------------	---	------------------

Elaboró: Verónica Toro, Líder Asuntos Legales Corporativos

Revisó: Santiago Arango, Líder Asuntos Corporativos

Aprobó: Comité Directivo

6. Imposición de sanciones a la Compañía, a los colaboradores y/o a sus administradores, según el caso.

7. Incumplimiento de los colaboradores frente a las obligaciones previstas en la ley y en su contrato de trabajo que podrá dar lugar a las correspondientes sanciones y consecuencias establecidas en la Compañía.

### vi. Consideraciones finales

1. Todos los colaboradores de Celsia, durante el ejercicio de nuestras actividades, debemos dar cumplimiento a lo establecido en esta Política. Las actuaciones contrarias a esta Política o a las normas que regulan la competencia deben ser informadas a los Líderes Legales y al Líder de Cumplimiento.

2. Así mismo, se deberá informar a los Líderes Legales y al Líder de Cumplimiento, de manera inmediata, cuando se tenga conocimiento de una posible visita de la Superintendencia de Industria y Comercio o de la entidad competente, así como de una posible investigación.

3. La competencia es un elemento esencial del mercado y la Compañía espera de sus colaboradores un comportamiento que vaya en pro de esta, manteniendo siempre un comportamiento ajustado a las normas, respetuoso de las conductas permitidas y ajustado siempre a los límites impuestos por la ley.

### CONTROL DE CAMBIOS EN EL MANUAL

VERSION	FECHA	JUSTIFICACIÓN DE LA VERSIÓN
01	11-09-2018	Creación del documento