

## Política antimonopolio

---

### FINALIDAD

---

Charles River Laboratories International, Inc. y sus subsidiarias (en conjunto, la “Compañía”, “CRL” o “nosotros”) cumplen con las normas de competencia y prácticas comerciales justas. Tenemos por política, y sin excepción, cumplir con todas las leyes y reglamentaciones aplicables en el desarrollo de nuestros negocios. Se espera que todos los empleados, ejecutivos y directores de la Compañía acaten esta política. Al realizar operaciones comerciales de la Compañía, los empleados, ejecutivos y directores deben evitar cualquier actividad que viole las leyes o reglamentaciones de competencia y antimonopolio de cualquier país o región en la que se opere.

---

### POLÍTICA

---

Esta política estipula los tipos de actividades que, si se realizan de forma incorrecta, podrían implicar problemas relacionados con las leyes o reglamentaciones de competencia y antimonopolio. Es importante que nuestras prácticas y actividades comerciales no den la impresión de ser un intento de participar en competencia desleal. Dada la complejidad de las normas antimonopolio, los empleados, ejecutivos y directores de la Compañía deben solicitar inmediatamente el asesoramiento del Departamento Legal Corporativo si se encuentran con una situación que consideran que puede violar las leyes antimonopolio.

Aunque no es una lista completa, los ejemplos mencionados a continuación señalan ciertas acciones que en el pasado se determinó que violaban las normas antimonopolio o de competencia. En consecuencia, es preciso ser prudente y consultar al Departamento Legal Corporativo antes de involucrarse en las siguientes conductas.

#### Interacciones con la competencia

El potencial más grande de problemas antimonopolio radica en las relaciones con la competencia, es decir, aquellas firmas que producen o venden los mismos bienes o servicios que nosotros. Cualquier tipo de acuerdo, entendimiento o arreglo entre competidores, ya sea escrito o verbal, formal o informal, expreso o implícito, que limita o afecta a la competencia está sujeto a revisión antimonopolio y, en casos extremos, puede tener como consecuencia sanciones penales tanto para CRL como para los empleados involucrados en la conducta ilegal. Los empleados, ejecutivos y directores deben decidir, con independencia de la

---

---

competencia, qué productos se van a elaborar, en qué cantidades, qué servicios se van a ofrecer, a quiénes se venderán, a qué precios y los términos y condiciones de la venta. Los competidores reales o potenciales no tienen permitido actuar concertadamente, lo que incluye enviarse señales mutuamente, o hacer acuerdos entre ellos, para corregir, fijar o controlar cualquiera de los aspectos que se acaban de describir, salvo en circunstancias inusuales y con aprobación regulatoria.

Hacemos negocios con firmas que son nuestra competencia en lo referente a algunos servicios o productos, pero que también son nuestros clientes o proveedores con respecto a esos mismos servicios o productos u otros diferentes. Al interactuar con esas firmas es importante distinguir con claridad entre (1) interacciones cliente-proveedor por un lado, donde las conversaciones sobre precios y condiciones son un aspecto necesario de la relación de abastecimiento, y (2) conversaciones competidor-competidor por otro lado, donde dichos intercambios probablemente generen sospecha. Los empleados de CRL deben evitar dejar que una conversación cliente-proveedor derive en otros temas que involucren a la competencia entre las firmas, y deben ser cautelosos a fin de garantizar que la información intercambiada en dichas conversaciones y comunicaciones se transmita únicamente a las personas necesarias y se utilice solo con los fines adecuados.

En una demanda antimonopolio, un acuerdo ilegal se puede probar simplemente si se demuestra que los competidores se encontraron y hablaron de condiciones comerciales y luego los precios aumentaron, o si un competidor optó por no ser oferente en un contrato contra el otro competidor con quien se reunió. Las condenas penales se pueden basar incluso en evidencias indirectas o circunstanciales de un acuerdo. Por consiguiente, es necesario ser extremadamente cuidadoso y evitar las reuniones personales o conversaciones telefónicas individuales con la competencia. Si inevitablemente se encuentra en una situación de ese tipo, lo sensato es aclarar que no hablará de nada relacionado con precios o prácticas comerciales. De igual modo, en interacciones con un cliente o proveedor de firmas que también son competidoras de CRL en otros servicios, es importante aclarar que no hablará de temas relacionados con la competencia si la otra parte intenta llevar la conversación fuera del contexto cliente-proveedor.

Además, cualquier intento de arribar a dichos acuerdos, entendimientos o arreglos, aunque no sea exitoso, puede estar sujeto a revisiones antimonopolio. Incluso las conversaciones aparentemente inocentes con empleados o representantes de la competencia pueden ser el fundamento de una acusación de un acuerdo ilegal con ese competidor.

Para evitar la apariencia de complicidad o conducta indebida, no debemos participar en conversaciones o acuerdos públicos o privados con competidores reales o potenciales sobre los siguientes temas con respecto a áreas de solapamiento competitivo (a menos que se cuente con el visto bueno o el permiso formal para hacerlo del Departamento Legal Corporativo y con sujeción al tema anterior relacionado con los competidores que también son clientes):

- políticas de fijación de precios, descuentos, márgenes, reembolsos y otros términos y condiciones de venta;
- prácticas de fijación de precios o tendencias de proveedores, mayoristas, distribuidores o clientes;
- licitaciones, intención de licitar o procedimientos de licitación;
- ganancias proyectadas, márgenes de ganancias, participaciones de mercado o concentraciones de productos o servicios dentro de un mercado identificado;
- costos y proyecciones de costos;
- planes comerciales, de marketing y promocionales, incluidas fechas de lanzamiento de productos o servicios o controles o limitaciones sobre iniciativas de publicidad;

- 
- selección, rechazo o baja de clientes o proveedores;
  - decisión de comprar o vender a terceros en particular o no hacerlo;
  - actividades de investigación actuales o potenciales;
  - condiciones de crédito;
  - cargos de flete o regalías;
  - compensación de empleados o prácticas de “raptó” de empleados;
  - asignación de territorios de venta, clientes, listas de clientes o el sector de negocios de un cliente en particular;
  - control de la tasa de producción o abastecimiento en el mercado de cualquier producto o materia prima esencial para la fabricación de cualquier producto; o
  - control o intento de controlar o retrasar la producción o abastecimiento en el mercado de cualquier producto comparable, análogo o considerado un producto sustituto con competidores potenciales (es decir, “pagar para retrasar” o disposiciones de “pago compensatorio”).

Si un competidor le pide que celebre un acuerdo ilegal o cuestionable o que comparta información sobre las prácticas de nuestra Compañía, debe actuar de la siguiente manera:

1. informe al competidor que (a) dichas conversaciones podrían ser ilegales y tener como consecuencia sanciones penales, que incluyen encarcelación o multas y (b) usted no tocará este tema;
2. inmediatamente retírese de la reunión y deje asentada su partida en cualquier acta de la reunión; e
3. informe inmediatamente el incidente a su supervisor y al Departamento Legal Corporativo, y redacte una nota detallada para los archivos.

### **Interacciones con los clientes**

Además de las interacciones con la competencia, nuestras acciones podrían exponer también a la compañía a riesgos antimonopolio. En consecuencia, es preciso ser prudente y consultar al Departamento Legal Corporativo antes de involucrarse en las siguientes conductas con nuestros clientes o posibles clientes:

- exigir que se compren varios productos diferentes a fin de obtener un descuento (obsérvese que esto es distinto de crear incentivos para que los clientes compren varios productos a precios con descuento que están por encima de nuestros costos, lo cual es una práctica generalmente aceptable);
- celebrar un acuerdo en el cual limitamos el derecho de un cliente de comprar bienes y servicios a otros en circunstancias en las cuales las compras del cliente y las nuestras representan fracciones sustanciales de los mercados relevantes en general; o
- celebrar acuerdos o entendimientos con distribuidores que fijan los precios que el distribuidor cobrará a sus clientes.

---

Además, los empleados nunca deben:

- exigir a un cliente que nos compre a nosotros antes de comprarle al cliente (es decir, trato de reciprocidad);
- exigir a un cliente que compre un producto o servicio menos popular para tener derecho a comprar un producto o servicio más popular (es decir, condicionalidad);
- inducir a los clientes a finalizar, incumplir o infringir contratos con competidores; o
- sobornar a clientes o proveedores para que actúen en favor de nuestros intereses comerciales o perjudiquen a la competencia.

Los empleados, ejecutivos y directores deben evitar descalificar a nuestra competencia o los productos o servicios de la competencia con nuestros clientes. Las declaraciones sobre la competencia o sus productos o servicios que no se pueden fundamentar pueden violar las normas de competencia desleal o las prácticas de mercado desleales. Debido a la complejidad de las leyes antimonopolio, siempre que nos encontremos en negociaciones de precios o situaciones de licitación, es fundamental que no nos apartemos de nuestros estándares de precios existentes (incluidas las franjas de descuentos permisibles) y que, ante la duda, nos comuniquemos con el Departamento Legal para recibir asesoramiento adicional.

#### **Denuncia de conductas contrarias a esta Política**

Los empleados, ejecutivos o directores que sean testigos de conductas que violen esta Política o de alguna manera tomen conocimiento de ellas deben comunicarse con su supervisor, el representante local de Recursos Humanos, el Departamento Corporativo de Recursos Humanos o el Departamento Legal Corporativo. Además, los empleados pueden llamar a la Línea de ayuda de Charles River para denunciar la supuesta violación.

#### **INCUMPLIMIENTO**

Para tener éxito, todas las políticas requieren la cooperación de todos los empleados. Con sujeción a las leyes locales, todo empleado que se determine haya infringido materialmente esta Política puede ser objeto de medidas disciplinarias, las cuales pueden incluir el despido.

#### **GENERAL**

La Compañía se reserva el derecho a modificar o revocar esta Política, en cualquier momento y según lo considere necesario.

---

## **ALCANCE**

Todos los directores, ejecutivos y empleados de Charles River Laboratories International, Inc. (y sus filiales y subsidiarias).

---

---

## RESPONSABILIDADES

---

Toda pregunta relacionada con la interpretación de esta Política o un asunto que se incluya en esta Política se debe dirigir al vicepresidente corporativo de Cumplimiento Legal.

---

## DOCUMENTOS RELACIONADOS

---

Código de ética y conducta comercial