



PROGRAMA DE PROTECCIÓN PARA LA LIBRE  
COMPETENCIA ECONÓMICA (PLCE)

Código: M-PLC-001

Fecha de Vigencia: 02/01/2023

Versión: 001

# PROGRAMA DE PROTECCIÓN PARA LA LIBRE COMPETENCIA ECONÓMICA (PLCE)



**Suzuki Motor de Colombia S.A.**

**CODIGO: M-PLC-001**

**Versión 001**

## TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	5
1. COMPROMISO SUZUKI .....	7
2. ALCANCE .....	8
3. OBJETIVOS .....	8
4. MARCO LEGAL .....	9
4.1 Marco Constitucional de la Libre Competencia .....	10
4.2 Marco Jurídico Internacional .....	11
4.3 Legislación y Decretos .....	11
4.4 Normas Técnicas y Reglamentos .....	14
5. SIGLAS Y DEFINICIONES .....	15
5.1 Siglas .....	15
5.2 Definiciones .....	15
6. DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN- CONTEXTO INTERNO Y EXTERNO .....	18
6.1. CONTEXTO EXTERNO SMDC: .....	18
6.2. CONTEXTO INTERNO SMDC: .....	24
6.2.1. Funcionamiento del sistema de distribución: .....	24
6.2.2. Motores Fuera de Borda: .....	26
6.2.3. Exportaciones: .....	26
6.2.4 Terceras Partes de SMDC: .....	27
7. DECLARACIÓN DE PRINCIPIOS EN EL MARCO DEL PROGRAMA DEL PLCE .....	30
7.1 Enfoque al consumidor = Primero el consumidor .....	30
7.2 Protección para la Libre Competencia Económica = Libertad y Eficiencia .....	30
7.3 Pensamiento basado en riesgo = Prevención y mitigación .....	30
7.4 Autorregulación = Cero tolerancias frente a prácticas anticompetitivas .....	31
7.5 Autorregulación ética = Ética en los negocios .....	31
7.6 Responsabilidad legal = Enseñando con el ejemplo .....	32
7.7 Transparencia = Principio Transversal .....	32
8. POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS .....	32
8.1 Política de Competencia .....	32



PROGRAMA DE PROTECCIÓN PARA LA LIBRE  
COMPETENCIA ECONÓMICA (PLCE)

Código: M-PLC-001

Fecha de Vigencia: 02/01/2023

Versión: 001

8.1.1 Política de Competencia frente a sus Competidores Directos (Mercado Horizontal):	32
8.1.2 Política de Competencia frente a su red de distribución:	34
8.1.3 Política de Competencia frente al consumidor:	35
8.1.4 Política de Competencia frente a sus proveedores:	36
8.2 Política de colaboración con las autoridades	36
8.3. Política de Gestión de Riesgos:	37
8.3.1. Frente a los Riesgos:	37
8.3.2. Frente a los Controles:	38
8.4 Política de comunicación interna y externa	40
8.4.1 Comunicación interna:	40
8.4.2. Comunicación frente a la Red de Distribuidores:	41
8.4.3 Comunicación Externa:	41
8.5 Política canal de denuncia	42
8.6 Política de protección al denunciante	43
8.7. Procedimiento de Contratación	44
8.7.1. Contratación Privada:	44
8.7.2. Procedimiento en Materia de Contratación Estatal	44
8.7.3. Procedimiento expedición de certificaciones para su red	45
8.8 Procedimiento Disciplinario Interno	46
8.9 Procedimiento documentación y archivo	46
8.9.1. Materialización de Conductas:	47
8.10. Procedimiento de Monitoreo y Vigilancia	47
8.11. Procedimiento de Contingencia	48
9. PLAN DE MEJORA CONTINUA	48
10. ESTRUCTURA - RESPONSABILIDADES Y FUNCIONES	49
10.1. COMPETENCIA DE LOS COLABORADORES:	52
10.2 FUNCIONES DENTRO DEL PLCE:	52
10.2.1 Junta Directiva:	52
10.2.2 Presidencia	53
10.2.3 Oficial de Protección PLCE	54
10.2.4 Auditoría interna	55
10.2.5 Áreas Transversales	55
10.2.6 Todos los empleados	57



**PROGRAMA DE PROTECCIÓN PARA LA LIBRE  
COMPETENCIA ECONÓMICA (PLCE)**

**Código:** M-PLC-001

**Fecha de Vigencia:** 02/01/2023

**Versión:** 001

11. VIGENCIA..... 57

12. ANEXOS ..... 57



**PROGRAMA DE PROTECCIÓN PARA LA LIBRE  
COMPETENCIA ECONÓMICA (PLCE)**

**Código:** M-PLC-001

**Fecha de Vigencia:** 02/01/2023

**Versión:** 001

## **INTRODUCCIÓN**

Suzuki Motor de Colombia S.A, (en adelante SMDC), con el respaldo de su tradición, cultura de cumplimiento y ética empresarial que han caracterizado el ejercicio de su actividad productiva en Colombia desde su fundación, ejercerá su derecho a la libre empresa bajo el principio de la libre competencia dentro de los límites del bien común, asumiendo en todo momento en su cadena de producción y de distribución las responsabilidades y obligaciones que tal derecho trae consigo, inculcando a sus empleados y comunicando a sus terceros la preponderancia de la función social de la actividad empresarial que desarrolla y su compromiso en la protección del mercado, la promoción de su eficiencia y el beneficio para sus consumidores, implementando para este propósito el presente programa de Cumplimiento de Protección a la Libre Competencia Económica PLCE, que tiene como fin, prevenir, detectar, denunciar y sancionar los actos, acuerdos y comportamientos que restrinjan y obstruyan la libre competencia del mercado.

Para SMDC, es satisfactorio presentar ante la Superintendencia de Industria y Comercio como entidad de Inspección, Control y Vigilancia, ante los empleados de la compañía y ante sus terceras partes, el presente programa -PLCE- bajo las pautas de la NTC 6378:2020 y las guías de la OCDE, que será en adelante un instrumento funcional que aporte y agregue valor a la operatividad de SMDC y una útil herramienta para contribuir a la protección de la libre y sana competencia del mercado en el que la empresa despliega sus actividades comerciales.

El siguiente cuadro contiene la explicación gráfica del programa que se desarrolla en el presente manual:



Gráfica 1



**PROGRAMA DE PROTECCIÓN PARA LA LIBRE  
COMPETENCIA ECONÓMICA (PLCE)**

**Código:** M-PLC-001

**Fecha de Vigencia:** 02/01/2023

**Versión:** 001

## 1. COMPROMISO SUZUKI

La Junta Directiva de SMDC, como máximo órgano de decisión, declara su compromiso de ejercer su actividad productiva en el marco de los principios de la libre competencia contenidos en el presente Programa de Protección de la Libre Competencia Económica -PLCE-, con observancia de las normas que regulan el comportamiento eficiente, leal y transparente en el mercado; ejerciendo su carácter competitivo con ética de cumplimiento y cero tolerancia frente a actos, acuerdos y abusos que restrinjan la libre competencia y los derechos de los consumidores.

Reconocemos que la libre empresa es un derecho colectivo del que depende la economía y el bienestar social de la población, por esta razón en SMDC ejercemos nuestro derecho a competir en el mercado conscientes de las responsabilidades y obligaciones que trae nuestra participación en el proceso de producción, ensamble, venta y distribución de motocicletas, motores fuera de borda, venta de repuestos y servicios de taller.

Para el cumplimiento del Programa para la Protección de la Libre Competencia Económica -PLCE-, la Junta Directiva otorgará al Oficial de PLCE y al área de Cumplimiento, las herramientas, apoyo y respaldo necesario para ejercer sus funciones, garantizando su independencia y autonomía en el cumplimiento de su propósito, respondiendo directamente a este órgano.

**Kenichi Umeda**  
Miembro Principal y Presidente

**Masanori Hayashi**  
Miembro Principal

**Sandra Lucía Giraldo Niampira**  
Miembro Principal



**PROGRAMA DE PROTECCIÓN PARA LA LIBRE  
COMPETENCIA ECONÓMICA (PLCE)**

**Código:** M-PLC-001

**Fecha de Vigencia:** 02/01/2023

**Versión:** 001

## **2. ALCANCE**

Es compromiso de todos los órganos y dependencias de SMDC, contribuir con la adopción de buenas prácticas para la protección de la libre competencia económica en el desarrollo de su actividad comercial, teniendo como guía el presente programa de -PLCE-, cuyo cumplimiento es de carácter obligatorio por parte de todos los empleados de la empresa y su inobservancia acarreará las consecuencias disciplinarias contenidas en el régimen sancionatorio de SMDC.

El programa de Protección a la Libre Competencia Económica PLCE de Suzuki Motor de Colombia S.A, se comunicará a sus terceros, a través de la publicación en el sitio web de SMDC [www.suzuki.com.co](http://www.suzuki.com.co).

## **3. OBJETIVOS**

EL PLCE tiene los siguientes objetivos generales:

1. Fomentar las buenas prácticas para la libre competencia económica al interior de SMDC.
2. Fortalecer los procesos de autorregulación ética y cumplimiento normativo en derecho de la competencia que facilite la prevención, detección y sanción de actos, acuerdos, abusos o barreras artificiales que restrinjan la libre competencia.
3. Continuar fortaleciendo un ambiente competitivo y leal entre SMDC y su red de distribución que promueva la eficiencia económica en beneficio del consumidor final.
4. Diseñar e implementar los instrumentos que permitan la identificación, medición, mitigación y tratamiento de los riesgos en materia de prácticas restrictivas de la competencia.

Los objetivos establecidos para el Programa de Protección para la Libre Competencia Económica – PLCE- de SMDC, se enmarcan en la definición de objetivos SMART por cumplir con las siguientes características: son específicos, medibles, alcanzables, relevantes y se ha establecido un tiempo para su consecución.

En el documento Objetivos PLCE L-PLC-001 (Anexo 1), se determina como SMDC planifica y ejecuta el: QUÉ, PARA QUÉ, CÓMO, CUÁNTO, CUÁNDO de estos objetivos, de la misma manera específica los RECURSOS que destinará para ello. De otro lado, en el documento: Indicadores PLCE L-PLC-002 (Anexo 2), se plantean los indicadores y su medición para hacer el seguimiento de los objetivos PLCE.



#### 4. MARCO LEGAL

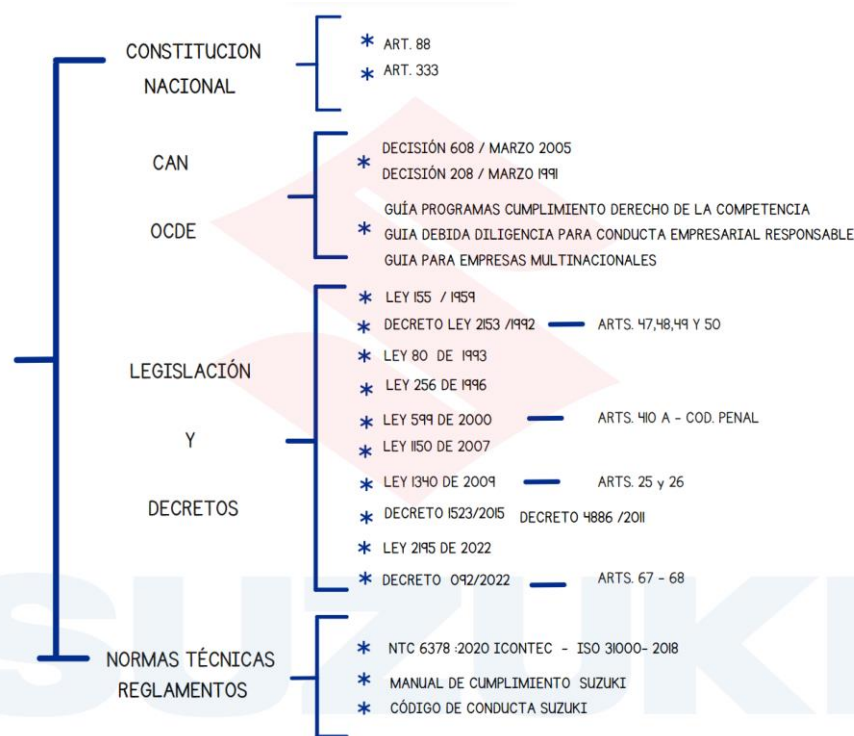
La libre competencia, es entendida como un derecho especial por su naturaleza constitucional y más que nada por su naturaleza de derecho colectivo. Desde 1991, el constituyente optó por elevar a la libre competencia al rango de derecho colectivo para proteger un bien público de interés para todos los habitantes del país como es el mercado de bienes y servicios, haciéndolo parte de un selecto y limitado grupo como los establecidos en el artículo 88 de la CN<sup>1</sup>. Entre los que se destacan: el ambiente, el espacio y el patrimonio público, comparación que permite comprender su nivel de importancia y explica la arquitectura institucional con la que hoy cuenta el Estado para garantizar que se honre y se respete la libre competencia, a través de diferentes entidades dotadas de instrumentos coercitivos necesarios para su protección, entidades entre las que sobresale la Superintendencia de Industria y Comercio.



Gráfica 2

<sup>1</sup> ARTICULO 88. La ley regulará las acciones populares para la protección de los derechos e intereses colectivos, relacionados con el patrimonio, el espacio, la seguridad y la salubridad públicos, la moral administrativa, el ambiente, la libre competencia económica y otros de similar naturaleza que se definen en ella.

## MARCO LEGAL NACIONAL E INTERNACIONAL PLCE SMDC:



Gráfica 3

### 4.1 Marco Constitucional de la Libre Competencia

Artículo 333 de la CN<sup>2</sup>: Esta norma superior, resalta algunos de los valores que se deben perseguir en el programa de cumplimiento y en el ejercicio de la actividades comerciales y empresariales en Colombia como se desprende de los siguientes apartes extraídos de dicha disposición:

1. “La economía y la iniciativa privada son libres dentro de los límites del bien común”.

<sup>2</sup> ARTICULO 333. La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley.

La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades.

La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial. El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional. La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación.

2. “La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades”.
3. “La empresa, como base del desarrollo tiene una función social que implica obligaciones”.
4. El Estado por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional”.

Si se observan y conjugan las palabras resaltadas, se puede identificar la ruta que SMDC, se compromete a transitar en cabeza de la Alta Dirección de la empresa, acompañado de su talento humano y con la disposición de los recursos que están a su alcance para contribuir con éste ideal que persigue tanto la Constitución como la Superintendencia de Industria y Comercio, las normas nacionales y los compromisos internacionales suscritos por Colombia en materia de transparencia y ética en los mercados establecidos por la OCDE.

#### 4.2 Marco Jurídico Internacional

El programa para la Protección de la Libre Competencia Económica -**PLCE**-, cumple con los compromisos y estándares internacionales a los que se ha comprometido Colombia y por este conducto, su base empresarial. En éste sentido SMDC, tendrá en cuenta las decisiones 285 de 1991 y 608 de 2005 de la Comunidad Andina de Naciones CAN como normas para la protección y promoción de la libre competencia en la Comunidad Andina; las recomendaciones de expertos de la OCDE<sup>3</sup>(2021) consignadas en el documento denominado: Programas de Cumplimiento con el Derecho de la Competencia; aquellos códigos y recomendaciones sobre transparencia y ética que puedan aplicarse al derecho de la competencia como son: La Guía de la OCDE para Empresas Multinacionales, la Guía de la OCDE de Debida Diligencia para una Conducta Empresarial Responsable y en materia de contratación estatal las recomendaciones de la OCDE para combatir la colusión en contratación pública.

#### 4.3 Legislación y Decretos

En el marco jurídico nacional, encontramos diferentes normas que son la guía para la protección de la competencia por parte de SMDC, en la venta de sus bienes y servicios por su concurrencia al mercado de: motocicletas, motores fuera de borda, repuestos y servicios en talleres. Este marco jurídico es el que permite al área legal y de Cumplimiento en competencia, contrastar la conducta riesgosa identificada a través de su sistema de alertas, con comportamientos anticompetitivos o desleales consagrados en la legislación nacional, por lo que se convierte en el primer instrumento para prevenir y gestionar todos los riesgos relacionados con actos, conductas, acuerdos, colusiones, abuso de posición de dominio, etc que puedan restringir la competencia tanto en el mercado vertical como en la competencia intermarca.

<sup>3</sup> OCDE (2021), Programas de Cumplimiento con el Derecho de la Competencia, Documento de debate del Comité de Competencia de la OCDE, <http://oe.cd/ccp>.



➤ **Artículo 1 de la Ley 155 de 1959, Decreto 2153 de 1992 y la Ley 1340 de 2009- Régimen General de protección de la libre competencia en Colombia.**

La primera y más antigua norma de competencia es el artículo 1 de la Ley 155 de 1959, que debe entenderse como una cláusula general para la protección a la libre competencia por ser diseñada como una norma abierta en la que se pueden presentar variados comportamientos, que tal vez no encuentren adecuación o encaje en normas más cerradas o concretas como las que se estipulan en el decreto 2153 de 1992. El aparte de dicha norma que interesa al PLCE indica en los siguientes términos, las prohibiciones que deben ser atendidas y contempladas en los sistemas de control con enfoque de riesgos en materia de competencia durante la participación de SMDC en el mercado.

“Quedan prohibidos los acuerdos o convenios (sic) que directa o indirectamente tengan por objeto limitar la producción, abastecimiento, distribución o consumo de materias primas, productos, mercancías o servicios nacionales o extranjeros, y en general, toda clase de prácticas, procedimientos o sistemas tendientes a limitar la libre competencia y a mantener o determinar precios inequitativos.”

El decreto 2153 de 1992, determina con exactitud 10 posibilidades de acuerdos que en su objeto y efecto son contrarios a la libre competencia (Art. 47); 3 actos contrarios a la libre competencia (art. 48) y 6 conductas que representan abuso de posición dominante en el mercado. Para efectos del PLCE se describen a continuación los eventos que deben ser prevenidos por constituir **acuerdos y actos contrarios** a la libre competencia económica, así como abusos de la posición dominante.

Los acuerdos contrarios a la libre competencia son aquellos que tenga por objeto o como efecto lo siguiente: **i)** la fijación directa o indirecta de precios **ii)** determinar condiciones de venta o comercialización discriminatoria para con terceros **iii)** repartición de mercados entre productores o entre distribuidores **iv)** asignación de cuotas de producción o suministro **v)** asignación, repartición o limitación de fuentes de abastecimiento de insumos productivos **vi)** la limitación a los desarrollos técnicos **vii)** subordinar el suministro de un producto a la aceptación de obligaciones adicionales que por su naturaleza no constituirían el objeto del negocio **viii)** abstenerse de producir un bien o servicio o afectar sus niveles de producción. **ix)** 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. **X)** impedir a terceros el acceso a los mercados o a los canales de comercialización.

Para los mismos efectos de gestión y prevención de riesgos que atenten contra la libre competencia económica constituyen **actos** contrarios a la misma los siguientes:

**i)** Infringir las normas sobre publicidad contenidas en el estatuto de protección al consumidor **ii)** Influenciar a una empresa para que incremente los precios de sus productos o servicios o para que desista de su intención de rebajar los precios y **iii)** Negarse a vender o prestar servicios a una empresa o discriminar en contra de la misma cuando ello pueda entenderse como una retaliación a su política de precios.

Con relación a los eventos considerados por la ley como **abusos de posición dominante** se tienen como tales, los siguientes:



**PROGRAMA DE PROTECCIÓN PARA LA LIBRE  
COMPETENCIA ECONÓMICA (PLCE)**

**Código:** M-PLC-001

**Fecha de Vigencia:** 02/01/2023

**Versión:** 001

i) La disminución de precios por debajo de los costos cuando tengan por objeto eliminar uno o varios competidores o prevenir la entrada o expansión de éstos ii) La aplicación de condiciones discriminatorias para operaciones equivalentes, que coloquen a un consumidor o proveedor en situación desventajosa frente a otro consumidor o proveedor de condiciones análogas iii) Los 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 constituían el objeto del negocio, iv) La venta a un comprador en condiciones diferentes de las que se ofrecen a otro comprador cuando sea con la intención de disminuir o eliminar la competencia en el mercado v) Vender o prestar servicios en alguna parte del territorio colombiano a un precio diferente de aquel al que se ofrece en otra parte del territorio colombiano, cuando la intención o el efecto de la práctica sea disminuir o eliminar la competencia en esa parte del país y el precio no corresponda a la estructura de costos de la transacción vi) Obstruir o impedir a terceros, el acceso a los mercados o a los canales de comercialización.

➤ **Ley 256 de 1996**

En el mismo sentido, el PLCE adopta dentro de su marco legal la Ley 256 de 1996, la cual contiene las prohibiciones que para el caso colombiano se deben tener en cuenta para no incurrir en actos de competencia desleal; legislación relevante dada su conexión con las prácticas restrictivas de la competencia. Por ello, en el PLCE se identifican como riesgos que deben ser contemplados en la operación de SMDC aquellos actos y hechos que tengan la vocación de atentar contra la buena fe, las sanas costumbres y los usos honestos industriales y mercantiles con los que Suzuki Motor de Colombia S.A ha concurrido al mercado desde su fundación.

De acuerdo con esta normatividad, constituye competencia desleal, todo acto o hecho que se realice en el mercado con fines concurrenciales, cuando resulte contrario a las sanas costumbres mercantiles, al principio de la buena fe comercial, a los usos honestos en materia industrial o comercial, o bien cuando esté encaminado a afectar o afecte la libertad de decisión del comprador o consumidor, o el funcionamiento concurrencial del mercado.

En ese orden de ideas, la citada ley discrimina entre los artículos 7 a 19 los actos catalogados como de competencia desleal los cuales se incorporan en el PLCE y se vinculan en la política de gestión y prevención de riesgos sobre actos contrarios a la libre competencia económica con el fin de impedir su materialización durante el relacionamiento de SMDC con sus terceros. En armonía con lo anterior, son actos de competencia desleal lo siguientes:

i) Actos de desviación de clientela ii) Actos de desorganización de internamente la empresa, las prestaciones mercantiles o el establecimiento ajeno. iii) actos de confusión con la actividad, las prestaciones mercantiles o el establecimiento iv) actos de engaño que induzcan al público a error sobre la actividad, las prestaciones mercantiles o el establecimiento ajenos. v) Actos de descrédito vi) actos de comparación pública desleal vii) actos de imitación exacta y minuciosa que genere confusión en el mercado y frente a los consumidores viii) Explotación de la reputación industrial y de la propiedad intelectual ajena ix) violación de secretos empresariales e industriales x) Inducción a la ruptura contractual de los terceros con los competidores xi) violación de normas jurídicas para obtener ventajas competitivas xii) Pactos desleales de exclusividad para restringir el acceso de los competidores al mercado



**PROGRAMA DE PROTECCIÓN PARA LA LIBRE  
COMPETENCIA ECONÓMICA (PLCE)**

**Código:** M-PLC-001

**Fecha de Vigencia:** 02/01/2023

**Versión:** 001

➤ **Ley 80 de 1993; Ley 1150 de 2007 y Ley 2195 -Normas en contra de la corrupción y régimen legal de la contratación estatal**

Dentro del marco legal, se encuentran otras normas que impactan el comportamiento de la empresa en la comercialización de sus productos a través de las compras públicas como lo es la Ley 80 de 1993, la ley 1150 de 2007 que contienen el estatuto de contratación estatal, la ley 2195 de 2022 por medio de la cual se modifica la ley 1340 de 2009 y se adoptan medidas en materia de transparencia, prevención y lucha contra la corrupción y la ley 599 de 2000 – código penal así como las normas que reglamenten, modifiquen o adicionen el régimen de contratación estatal

Estas normas cobran relevancia desde el momento en el que SMDC decide participar como proponente en un proceso de contratación pública incluyendo aquellos con entidades públicas que no se rigen por las normas generales de contratación y en las que deberá participar con apego a los procedimientos especiales y en todo caso bajo los principios de la contratación estatal y la función pública establecidos en la ley y la constitución.

➤ **Ley 599 de 2000- Código Penal Colombiano**

El delito de colusión en la contratación pública establecido en el artículo 410-A de la ley 599 de 2000 es una de las prácticas más reprochables contra la libre competencia económica y por ello el PLCE de SMDC tiene este tipo de cartelización como un riesgo prioritario que debe ser abordado, gestionado y controlado a través de la política de gestión de riesgos en materia de competencia.

#### **4.4 Normas Técnicas y Reglamentos**

**Normas Técnicas:** SMDC incluye dentro de su programa de PLCE la norma técnica colombiana NTC 6378:2020, promovida por la Superintendencia de Industria y Comercio, cuyo objetivo se centra en generar cultura de cumplimiento de la libre competencia al interior de la empresa; con este objetivo, SMDC, adopta esta norma como uno de sus instrumentos para el cumplimiento de un sistema de gestión basado en el riesgo y la autorregulación, teniendo en cuenta su contexto interno y externo.

Así mismo, se tiene en cuenta la norma ISO 31000:2018, dándole valor a su importancia de directriz internacional para la gestión del riesgo en las organizaciones. Este programa contempla la identificación, valoración, tratamiento y mitigación de los riesgos en materia de la libre competencia que pueden generarse en la operación de SMDC, y por tal razón, bajo los parámetros de la norma ISO 31000 se mide su probabilidad e impacto, con el propósito de minimizar el riesgo de su materialización y repercusiones negativas en el mercado, en la competencia intramarca, frente al consumidor y en la reputación empresarial de SMDC.

**Reglamentos - Código de conducta de Suzuki Motor de Colombia S.A:** SMDC, se ha destacado por su interés en generar y mantener una cultura de integridad y de ética en el cumplimiento de sus obligaciones durante el despliegue de su actividad empresarial. Es así como de acuerdo con su Código de Conducta, declarado y comunicado desde el año 2016, imparte un imperativo ético que adopta el presente PLCE y que traemos por su relevancia y pertinencia:



***“Para que la sociedad confíe en Suzuki y nos sostengamos, cada uno de nosotros debemos comprometernos de manera justa y honesta sobre la base de altos estándares éticos, cumpliendo con todas las leyes y regulaciones, reglas internas y normas sociales.”***

La responsabilidad en el cumplimiento de estos estándares éticos establecidos en el código de conducta e integrados en el PLCE reside en el máximo órgano social y en las directivas de la compañía, para desde allí, irradiar sus efectos a los demás órganos relacionados con el cumplimiento del programa para la Protección de la Libre Competencia Económica -PLCE cuyo vigilancia y efectividad se encuentran bajo la responsabilidad del Oficial de Protección de la Libre Competencia y el área Cumplimiento de Suzuki Motor de Colombia S.A.

## 5. SIGLAS Y DEFINICIONES

Para un mayor entendimiento de este manual del PLCE, se presentan las siguientes definiciones y siglas, algunas tomadas de manera textual de la Norma Técnica Icontec NTC 6378:2020, de la norma ISO 31000:2018, de la legislación colombiana y otras de redacción propia.

### 5.1 Siglas

- **SMDC:** Suzuki Motor de Colombia S.A.
- **SIC:** Superintendencia de Industria y Comercio.
- **ICONTEC:** Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación.
- **OCDE:** Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos.
- **CAN:** Comunidad Andina.
- **RUNT:** Registro Único Nacional de Tránsito.

### 5.2 Definiciones

- **Actos:** Todo comportamiento de quienes ejerzan una actividad económica.
- **Actos contrarios a la libre competencia:** Son aquellos dirigidos a infringir las normas sobre publicidad, influenciar a una empresa para que incremente o reduzca precios, negarse a vender o prestar servicios a una empresa o discriminarla como retaliación a su política de precios.
- **Actos de competencia desleal:** Todo acto o hecho que se realice en el mercado con fines concurrenciales, cuando resulte contrario a las sanas costumbres mercantiles, al principio de la buena fe comercial, a los usos honestos en materia industrial o comercial, o bien cuando esté encaminado a afectar o afecte la libertad de decisión del comprador o consumidor, o el funcionamiento concurrencial del mercado.



PROGRAMA DE PROTECCIÓN PARA LA LIBRE  
COMPETENCIA ECONÓMICA (PLCE)

Código: M-PLC-001

Fecha de Vigencia: 02/01/2023

Versión: 001

- **Acuerdo:** Todo contrato, convenio, concertación, práctica concertada o conscientemente paralela entre dos o más empresas.
- **Acuerdos restrictivos de la competencia:** Son los acuerdos entre dos (2) o más empresas para imponer barreras artificiales al mercado y falsear la competencia.
- **Alta Dirección:** Persona o grupo de personas que dirigen y controlan una organización en su más alto nivel.
- **Administradores:** Son administradores, el representante legal, el liquidador, el factor, los miembros de juntas o consejos directivos y quienes de acuerdo con los estatutos ejerzan o detenten esas funciones.
- **Almacenes Directos:** Puntos de atención directa al público para venta minorista al cliente final de motocicletas, motores fuera de borda, repuestos y servicio postventa de la marca SUZUKI.
- **Agentes económicos:** Personas naturales o jurídicas que participan en el mercado de bienes y servicios.
- **Competencia Intramarca:** Proceso competitivo por un mercado entre agentes económicos a través de un producto de una misma marca. Suele observarse entre distribuidores y comercializadores de una marca.
- **Competencia Intermarca:** Proceso competitivo por un mercado entre agentes económicos a través de un producto de diferente marca. Se observa entre, ensambladores, productores, distribuidores y comercializadoras de diferentes marcas.
- **Concesionario:** Son terceros (personas naturales o jurídicas) que adquieren productos SUZUKI, tales como motocicletas, repuestos, motores fuera de borda para la reventa al por mayor o al detal y ofrecen el servicio postventa especializado.
- **Control al Riesgo:** Medida que mantiene o modifica el riesgo.
- **Consecuencia:** Resultado de un evento que afecta a los objetivos.
- **Colusión:** Acuerdo restrictivo de la competencia en un proceso de selección de contratación estatal
- **Derecho de la libre competencia:** Es “la libertad de concurrir al mercado ofreciendo determinados bienes y servicios, en el marco de la regulación y en la ausencia de barreras u obstáculos que impidan el despliegue de la actividad económica lícita que ha sido escogida por el participante” (Corte Constitucional, C 032 de 2017).
- **Evento:** Ocurrencia o cambio de un conjunto particular de circunstancias.





PROGRAMA DE PROTECCIÓN PARA LA LIBRE  
COMPETENCIA ECONÓMICA (PLCE)

Código: M-PLC-001

Fecha de Vigencia: 02/01/2023

Versión: 001

- **Fuente de riesgo:** Elemento que solo o en combinación tiene el potencial intrínseco de originar un riesgo.
- **Gestión:** Actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización.
- **Gestión del Riesgo:** Actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización con respecto al riesgo.
- **Información documentada:** Información que una organización tiene que controlar y mantener y el medio que la contiene.
- **Integración horizontal:** “Es el proceso de adquirir o fusionarse con los competidores en la industria para lograr las ventajas competitivas que surgen de un gran alcance y tamaño de las operaciones” (Hill, Charles & Jones, Gareth R.; 2011; p. 287).
- **ISO 31000:** Proporciona directrices sobre la gestión del riesgo que afrontan las organizaciones. Estas directrices pueden ser personalizadas para cualquier organización y su contexto. En complemento la Norma IEC 31010 proporciona una lista de herramientas y técnicas de evaluación de riesgos que pueden tenerse en cuenta, dependiendo del contexto de la organización.
- **Libre competencia:** Es “la facultad que tienen todos los empresarios de orientar sus esfuerzos, factores empresariales y de producción a la conquista de un mercado, en un marco de igualdad de condiciones” (Corte Constitucional, C 032 de 2017).
- **Organización:** Persona u grupo de personas que tienen sus propias funciones con responsabilidades, autoridades y relaciones para el logro de sus objetivos.
- **Parte Interesada:** Persona u organización que puede afectar, ser afectada por, o percibirse a sí misma como afectada por una decisión o una actividad.
- **Posición Dominante:** Posibilidad de determinar de manera directa o indirectamente las condiciones de un mercado.
- **Probabilidad:** Posibilidad de que algo suceda.
- **Punto de Venta:** Son terceros (personas naturales o jurídicas) que exhiben en consignación motocicletas SUZUKI para vender a través de un Almacén Directo. Adicionalmente adquieren repuestos al por mayor o al detal para la reventa y ofrecen el servicio postventa especializada.
- **Prácticas restrictivas de la competencia:** Son conductas que tengan por objeto o como efecto la alteración de la libre competencia en el mercado ya sea porque se restringe, se falsea o se reduce. Dichas conductas

pueden revestir la forma de actos o acuerdos anticompetitivos, o de abuso de la posición dominante (Superintendencia de Industria y Comercio, Concepto No. 11-130722 de 2011).

- **Repuesteros:** Son terceros (personas naturales o jurídicas) que compran para la reventa al por mayor y al detal, repuestos y accesorios de la marca SUZUKI para motocicletas y motores fuera de borda.
- **Riesgo:** Efecto de la incertidumbre sobre los objetivos. Un efecto es una desviación de aquello que se espera. Esto puede ser positivo, negativo o ambos, crea o resulta en oportunidades y amenazas. Los objetivos pueden tener aspectos y categorías diferentes y pueden ser aplicados a diferentes niveles.
- **Servicio Postventa:** Respaldo de la marca representado en servicio técnico y suministro de repuestos.

## 6. DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN- CONTEXTO INTERNO Y EXTERNO.

### 6.1. CONTEXTO EXTERNO SMDC:

El contexto externo de SMDC pasa necesariamente por comprender sus 4 unidades de negocio: i) venta de motocicletas ii) venta de repuestos y servicio técnico de talleres iv) motores fuera de borda y iv) exportaciones de motocicletas; por medio de las cuales participa en el mercado y desarrolla la competencia intermarcaria.

El escenario competitivo de SMDC, es similar al que deben afrontar las otras marcas con las que se compite por el mercado relevante que incluye la venta de motocicletas, motores fuera de borda, servicio posventa de repuestos y servicio técnico.

#### i) **Venta de Motocicletas**

Para la implementación de las buenas prácticas que prevengan los riesgos de infracción a las normas de la libre competencia económica gestionados a través del presente Manual, se debe tener en cuenta la importancia que este segmento de la industria automotriz representa para la economía en general y para la economía de las familias en particular, aspectos que resaltan la trascendencia de la responsabilidad social del sector y la necesidad de una intervención estatal proactiva que impulse y abogue por la protección de este mercado.



**PROGRAMA DE PROTECCIÓN PARA LA LIBRE  
COMPETENCIA ECONÓMICA (PLCE)**

**Código:** M-PLC-001

**Fecha de Vigencia:** 02/01/2023

**Versión:** 001

Entre los elementos que SMDC tiene en cuenta para participar en el mercado de motocicletas, es el conocimiento de sus competidores principales entre los que se destacan: Auteco SAS, Auteco Mobility, Grupo UMA, Corbeta -AKT, Fanalca-Honda, Incolmotos Yamaha y Hero, de acuerdo con el último estudio de la ANDI (Estudio del sector, 2019). Sin embargo, a la fecha, se destaca que para el año 2022 la competencia dentro del mercado de motocicletas se desarrolla entre 91 marcas.

El contexto del mercado en el que se compete, con base en cifras del estudio de la ANDI (2019) arroja que las motocicletas son el medio de transporte más utilizado por los colombianos representando el 57.12% del parque automotor equivalente a 8.293.137 motocicletas; provee aproximadamente 70 mil empleos entre directos e indirectos y de acuerdo con el mismo estudio 2,6 millones de colombianos utilizan este medio de transporte como herramienta de trabajo.

Estas cifras por sí solas encumbran el cumplimiento de las normas de la libre competencia económica como un imperativo ético para SMDC, debido a la relevancia e impacto social que el comportamiento de este mercado significa para la economía nacional, para la población y para los consumidores.

Los compradores de motocicletas en Colombia y por contera de los servicios posventa, han sido caracterizados por la Cámara de la Industria Automotriz de la ANDI arrojando significativos datos que permiten el conocimiento del cliente como beneficiario final de las normas del derecho de la competencia; entre las cifras que se resaltan se tiene que para el año 2018, última fecha de caracterización realizada por el gremio automotriz el 68.2% de los compradores de motocicletas nuevas fueron hombres mostrándose en todo caso un aumento en la participación de la mujer en este indicador que pasó del 23% en 2012 a 31.8% en 2018.

En el mismo sentido y con enfoque a la caracterización del cliente como tercero fundamental para el PLCE, se tiene que el 95.5% de los compradores adquirieron la motocicleta para trabajar o para transportarse. El estudio sobre el sector 2019 de la ANDI, determinó que los estratos socioeconómicos de los motociclistas en un 91.5% pertenecen a los niveles 1,2 y 3, importancia que se amplía al identificarse que el 96,2% de estos, se encuentran empleados, reciben una remuneración o trabajan como independientes, contribuyendo a un espiral virtuoso que aporta a todos los sectores de la economía por la movilidad que garantiza, la cual es calculada en 50 millones de viajes diarios y el aporte a la capacidad adquisitiva de los clientes, mucho de ellos jefes de hogar (26% mujeres) y personas menores de 40 años (43.4.%).



Como cifra destacable de la caracterización del cliente que demanda motocicletas, se determinó en este estudio, que en el 25.6% del total de los hogares en Colombia existía mínimo una motocicleta, el 72% de los motociclistas estaban casados o vivían en unión marital de hecho, por lo que se convierte en un vehículo de utilidad para las familias del país.

Dentro del contexto externo y como punto de referencia del mercado relevante en el que cobra vigencia el PLCE de SMDC, se revela que de acuerdo con el Registro Único de Tránsito (RUNT) durante el año 2021 en Colombia se registraron 741.819 motocicletas de todas las marcas, de esta cifra, las motos marca Suzuki aportaron 75.610 unidades que equivalen al 10.19 % de la participación en el mercado general de este producto. Entre enero y septiembre de 2022 las unidades de la marca Suzuki registradas en esta base de datos ascienden a la cifra de 76.401 equivalente a una participación total en el mercado de motocicletas de 12.5%.

**- Homogeneidad y Sustituibilidad en el mercado de motocicletas en Colombia.**

En el mercado en el que compete SMDC se evidencia con facilidad la variedad de productos sustitutos de otras marcas como consecuencia de la homogeneidad en las características técnicas, precios, disponibilidad, acceso y destinación de dichos productos sustitutos entre sí. Esta situación, permite verificar la necesidad de competir en franca lid para ganar la elección del consumidor ofreciendo calidad y precios competitivos.

Para llegar a esta conclusión se hizo un ejercicio hipotético de abstracción sustrayendo a SMDC del mercado de motocicletas, y obteniendo como resultado que el consumidor no se vería perjudicado en precios y calidad, ni tampoco a discreción de un oligopolio o mercado imperfecto al ser rápidamente suplido el espacio de SMDC por otras marcas.

El análisis de sustituibilidad del producto principal de SMDC (motocicletas) se encuentra contenido en el documento: Datos Contexto Externo (Anexo 3), el cual hace parte integral del presente manual.

Lo anterior también refuerza la ausencia de posición dominante de SMDC como otro factor de interés para la gestión de riesgos en materia de protección a la libre competencia económica.



**i) Venta de Repuestos y Servicio Técnico de Talleres**

A diferencia de la venta de motocicletas, no existe una herramienta similar al RUNT que permita medir el estado de SMDC frente a la competencia intermarcaria en el servicio posventa de repuestos y servicio técnico, tampoco existe disponibilidad de estudios actualizados realizado por gremios, sin embargo, es presumible que haya una similitud entre ambas unidades de negocio, debido a que los repuestos de las marcas contra las que se compite directamente, al igual que los de Suzuki, solo pueden ser utilizados por las propias marcas por razones de diseño y fabricación.

Dos cifras desagregadas internas que permiten conocer el estado actual de esta unidad de negocio de SMDC, es de un lado, el incremento del 23% en las ventas de los repuestos entre septiembre del año 2021 y septiembre del año 2022; y de otro lado, que el 95% de los repuestos que comercializa SMDC son importados.

La manera en que SMDC realiza la competencia intermarcaria en este segmento del mercado, coincide con la forma en que lo hace la mayoría de sus competidores para llegar al consumidor final, esto es, comercializando los repuestos y prestando servicio técnico de talleres, a través de almacenes directos, concesionarios, repuesteros y talleres autorizados.

**ii) Motores Fuera de Borda**

Esta unidad de negocio se caracteriza por su especialidad y complejidad debido a los costos de la mercancía por ser motores de alto valor comercial y a las exigencias técnicas para su instalación y mantenimiento. Estas características limitan su comercialización por las condiciones de espacio que se requieren para la exposición del producto, por tener una demanda focalizada en consumidores del entorno náutico y por las especiales condiciones técnicas que deben tener los talleres en los que se puede prestar el servicio posventa.

La participación en el mercado de los motores fuera de borda marca Suzuki, no es determinable con exactitud, como sí sucede en el caso de la motocicletas porque a diferencias de estas, los motores no se matriculan, sin embargo, a través del registro de importaciones generado por la DIAN se tiene que la competencia en este segmento del mercado ubica a SMDC en un tercer lugar de ventas por debajo de la empresa Eduardoño que comercializa motores Yamaha y Surtiminas que comercializa la marca de motores Neptune. Cifras que se encuentran en el Anexo 3, denominado: Datos Contexto Externo.



**iii) Exportaciones de Motocicletas:**

SMDC exporta motocicletas a países, como: Ecuador, Perú, Bolivia, Chile, Panamá, Salvador, Trinidad y Tobago y Costa Rica.

**- BARRERAS DE ENTRADA Y/O DE SALIDA DEL MERCADO DE SMDC**

En la actualidad se ha logrado identificar algunas barreras de entrada que podrían ser catalogadas como coyunturales debido a que no se adecúan dentro de la clasificación de barreras regulatorias, estructurales o barreras ilegales con origen en los competidores como se explica a continuación:

**- Barrera por falta de disponibilidad del SOAT en Colombia o escasez de producto complementario e indispensable para la venta de motocicletas:**

En el mercado de motocicletas en Colombia se ha levantado una barrera de entrada, sin precedentes, relacionada con la falta de acceso por parte del consumidor del producto al Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito (SOAT). Esta situación pone en riesgo el crecimiento de las ventas en el sector por ser dicha póliza un obligación legal para circular por las vías del país, por lo que esta barrera de mercado tiene la capacidad de restringir, menguar y limitar el mercado de motocicletas en Colombia afectando directamente a los compradores cuya caracterización se explicó claramente en el contexto externo de esta unidad de negocio destacándose que de mantenerse tales restricciones, los más afectados serían los compradores de los estratos 1, 2 y 3 a los que pertenece el 91.5% de los usuarios de motocicletas, con efectos en la movilidad y la economía de los hogares y las empresas.

La razones de tal disminución son explicadas por FASECOLDA desde varios frentes i) Como efecto en el cambio de la regulación que ha disminuido la remuneración de los intermediarios en el expendio del seguro; ii) Déficit del SOAT a corte de agosto de 2022 por valor de \$211 mil millones iii) La insostenibilidad del sistema SOAT por el "fraude, la



evasión, el cambio en la composición del parque automotor y especialmente la alta accidentalidad” (Fuente: Periódico El Tiempo- Fecha: 13 de octubre de 2022).

#### - Barreras Tecnológicas del Mercado por Escasez de Microchips

La industria productora de microchips y conductores como los que utiliza el sector automotriz viene atravesando desde la pandemia del COVID 19 un rezago en la producción por rompimientos en la cadena de suministros, aumento de costos en su producción y dificultades logísticas en la distribución. Cuando tal situación parecía próxima a regularse por la superación de la pandemia, se genera el conflicto bélico entre Ucrania y Rusia que agravó la situación debido a que aproximadamente el 50% del neón que se requiere en el mundo para fabricar los conductores proviene de 2 empresas ucranianas Ingas y Cryoin, lo que a criterio de algunos expertos “el sector automotriz será el que seguirá siendo fuertemente impactado por este desabastecimiento de semiconductores en el mundo” (Fuente: Diario La República – Fecha : Marzo 18 de 2022).

Esta situación se ha convertido en una barrera coyuntural del mercado debido a que los micro conductores o microchips son indispensables para el sistema electrónico, de dirección y de frenos de las motocicletas de alto cilindraje generando una disminución en aquellas manufacturadas por SMDC lo que ha repercutido en una reducción de su participación en esta gama de motocicletas en el mercado nacional.

#### - ECONOMÍA DE ESCALA Y ALCANCE

##### **Producto terminado por ensamblaje y venta de repuestos:**

La Unidad de negocio de ensamblaje y venta de motocicletas, así como la unidad de negocio de venta de repuestos posventa en sí mismas responden a la lógica de las economías de escala y alcance, debido a que SMDC tiene acceso a mejores costos de producción y a transferencia de conocimiento y tecnología gracias a que son importados desde diferentes países, como: Japón, China, Tailandia, Indonesia, India, entre otros, que a su vez distribuyen para los lugares del planeta donde la marca Suzuki tiene presencia.



Para el caso del servicio posventa de repuestos, opera la misma situación, por lo que SMDC se beneficia de las economías de escala de la producción masiva, tales beneficios permiten transferir eficiencias tanto a los distribuidores como a los consumidores finales.

## 6.2. CONTEXTO INTERNO SMDC:

Suzuki Motor de Colombia S.A., desde el año de 1982 desarrolla en Colombia actividades de ensamblaje, fabricación y comercialización de motocicletas. Con posterioridad se agregó como unidad de negocios el ensamble y comercialización de motores fuera de borda. Adicional a la venta de sus productos, SMDC ofrece a sus clientes hasta por 10 años los repuestos necesarios para el mantenimiento de los bienes adquiridos, presta el servicio técnico para los usuarios de la marca y realiza operaciones de exportación de sus productos y de importación de materia prima para su proceso productivo.

SMDC tiene una planta ensambladora ubicada en la ciudad de Pereira departamento de Risaralda, desde la cual ejecuta su proceso de producción y dirige las operaciones de su negocio con el grado de calidad que caracteriza la marca bajo los más altos estándares técnicos y tecnológicos que le han permitido por cuatro décadas ofrecer productos idóneos, seguros y de calidad a sus consumidores. SMDC, genera más de 1.000 empleos directos y un clúster de proveedores y red de distribución que supera los 4.000 empleos (Estudio del sector- ANDI 2019).

Para comercializar el producto terminado, así como para prestar los servicios posventa, SMDC cuenta con dos canales de distribución conformado por almacenes directos y concesionarios, creando a través del tiempo un sistema de operación comercial que le ha permitido tener presencia en todo el territorio nacional y poner a disposición de los consumidores a septiembre del año 2022, 508 puntos donde pueden acceder a los productos marca Suzuki, dentro de los cuales se encuentran 119 talleres autorizados y 53 repuesteros.

### 6.2.1. Funcionamiento del sistema de distribución:

SMDC ha caracterizado sus puntos de venta y de servicios posventa con una clasificación que identifica por niveles la capacidad de cada uno de los almacenes directos y concesionarios para satisfacer las necesidades del mercado y de





**PROGRAMA DE PROTECCIÓN PARA LA LIBRE  
COMPETENCIA ECONÓMICA (PLCE)**

**Código:** M-PLC-001

**Fecha de Vigencia:** 02/01/2023

**Versión:** 001

los consumidores en concordancia con la apuesta de valor posventa que identifica la marca. En este orden de ideas se ha creado la denominación de almacenes y concesionarios 3S, 2S Y 1S, significando la S la palabra servicio y el número la cantidad de los servicios que allí se prestan.

Esta caracterización identifica a los puntos 3S como aquellos donde se adquieren los tres servicios que presta SMDC, es decir, venta de motocicletas, venta de repuestos y prestación del servicio técnico de talleres para los productos marca Suzuki. Los puntos 2S son aquellos en los que el consumidor encuentra motocicletas y en el mismo lugar la venta de repuestos; y los puntos 1S son aquellos donde solo se comercializan motocicletas.

La caracterización de los canales de distribución a septiembre del año 2022 arroja como resultado que existen 228 concesionarios de los cuales 211 pertenecen a la categoría de 3S, 6 a la categoría 2S y 11 a la categoría 1S; y del lado de los almacenes existen 36 de los cuales 33 son de categoría 3S, y 3 en la categoría 2S. Igualmente se cuenta con 53 distribuidores de repuestos y 119 talleres autorizados de servicio postventa.

El canal de distribución de concesionarios se encuentra organizado territorialmente en 3 regiones las cuales a su vez se dividen en 7 zonas tal y como se ilustra en los Datos Contexto Interno (Anexo 4), el cual hace parte de este manual de PLCE.

Los concesionarios se encuentran vinculados con SMDC, a través de un contrato de suministro regido por el derecho mercantil y se tiene con cada uno de ellos relaciones de largo plazo que en varios casos superan las tres (3) décadas. En este modelo de negocio se hace un acompañamiento de marca a los distribuidores siempre con respeto por el derecho a la libre empresa, otorgando programas de capacitación, apoyando su gestión comercial y campañas publicitarias por ellos propuestas y sugiriendo el precio de venta al público dejando al arbitrio de cada uno de los concesionarios la decisión final del precio.

En este contexto se destaca que, desde hace aproximadamente 2 años, como decisión empresarial SMDC ha optado por fortalecer el canal de distribución de concesionarios, cediendo algunos almacenes a miembros de la red de distribuidores luego de lograr su posicionamiento.



### 6.2.2. Motores Fuera de Borda:

Esta unidad de negocio como se adelantó desde el contexto externo se caracteriza por su especialidad y complejidad por razones de precio, requerimientos locativos para su exhibición, exigencias técnicas para su puesta en funcionamiento y servicio técnico posventa. La comercialización de este producto está a cargo de un área responsable denominada División Náutica, la cual dirige la operación desde los pedidos hasta la puesta de la mercancía en los puntos de venta. A septiembre de 2022 se cuenta con 50 distribuidores.

Para comercializar este producto, SMDC clasificó los lugares de Colombia donde se concentra el interés de los consumidores en tres vertientes: Vertiente Pacífico, Vertiente Caribe - Catatumbo y Vertiente Amazonas - Orinoco. La presencia territorial de SMDC en los lugares que conforman las vertientes se puede observar en los Datos Contexto Interno (Anexo 4).

Los motores fuera de borda se clasifican en motores de bajo caballaje y de alto caballaje. Luego de la caracterización de los clientes se identificó que en el caso de los motores de bajo caballaje los consumidores que lo utilizan los destinan para inflables, canoas recreativas, pesca y para pequeñas embarcaciones, por lo que SMDC realiza esfuerzos logísticos por ofrecerlos en algunos almacenes directos y en algunos distribuidores pequeños como ferreterías u otros establecimientos que comercializan diferentes productos, siempre y cuando cuenten con la capacidad instalada para ponerlos en funcionamiento y para prestar un servicio técnico posventa.

### 6.2.3. Exportaciones:

El responsable de esta unidad de negocio es la División de Exportaciones de SMDC, encargada de tomar los pedidos de los países a los que se exportan las motocicletas y marginalmente repuestos especificados en el contexto externo de la organización. Esta área gestiona los trámites legales aduaneros para sus despachos y los productos son llevados a los comercializadoras de motos de cada país en contenedores y por vía marítima y terrestre con promedios de entrega entre 30 y 45 días.

#### 6.2.4 Terceras Partes de SMDC:

- **Clientes:** SMDC Tiene dos tipos de clientes:
  - **Concesionarios:** El primero de ellos son los concesionarios que hacen parte del canal de distribución y a los que se les vende mercancías representada en motocicletas, repuestos y motores fuera de borda. Estos clientes son objeto de capacitación por el rol que desempeñan al llevar los productos fabricados por la ensambladora al mercado nacional. La caracterización de este tipo de cliente se encuentra ampliamente desarrollada en el contexto interno de la compañía.
  - **Consumidor:** SMDC tiene la capacidad de llegar de manera directa al consumidor final los productos terminados, ensamblados y fabricados en la planta principal de la compañía a través de los 36 almacenes directos que tiene distribuidos en todo el territorio nacional. La caracterización de este tipo de cliente se encuentra en el contexto externo del presente manual PLCE.
- **Proveedores:** SMDC cuenta actualmente con 900 proveedores activos con una antigüedad media de 14 años. La mayor parte de ellos son pequeñas y medianas empresas, ya que a la empresa le interesa impulsar la economía del país en el que desarrolla su actividad industrial y empresarial desde hace cuatro décadas.

De la misma manera, la cercanía con los proveedores permite generar eficiencias en costos y logísticas que son trasladables al producto y permite compartir de forma sistemática y permanente conocimiento, ciencia, tecnología e ingeniería japonesa para cumplir con las expectativas que el mercado tiene de la marca siendo esta una de las razones por las cuales SMDC y sus proveedores sostienen una relación de largo plazo caracterizada por el apoyo mutuo y el trabajo mancomunado. Los proveedores se pueden diferenciar entre quienes participan en la fabricación de piezas realizables en el país y aquellos que proveen bienes y servicios para el funcionamiento administrativo de la compañía.

- **Colaboradores:** SMDC cuenta en la actualidad con más de 1.000 colaboradores directos en todo el país, divididos entre los adscritos al área de producción, al área administrativa y al área comercial. Aquellos empleados con influencia en el cumplimiento de las normas de protección para la libre competencia económica como lo persigue el PCLE se encuentran mencionados en el capítulo 10 del presente manual y por lo tanto son sujetos a los que se les exige cumplimiento de políticas, directrices, instrucciones y tienen acceso a capacitaciones en la etapa de implementación de este programa, de la misma manera, sus responsabilidades corporativas han sido adicionadas para garantizar el cumplimiento de este programa.

El diagnóstico sobre el contexto interno de SMDC permite detectar algunos riesgos que deben contemplarse en los instrumentos que el manual PLCE ha determinado para prevenir, detectar, investigar y sancionar conductas anticompetitivas que se puedan concretar en el desarrollo del mercado vertical tanto aguas arriba como aguas abajo.

SMDC ha desarrollado su modelo de negocio en el que los terceros como los proveedores (mercado aguas arriba), distribuidores y consumidores de productos SMDC (mercado aguas abajo), son eslabones principales de la actividad empresarial y esa misma condición amerita frente a ellos, la implementación de buenas prácticas para la protección de la libre competencia económica.

Las prácticas que representan algún riesgo para la libre competencia económica **frente a la relación de SMDC con sus terceros se analizan a continuación:**

- **Abuso de posición dominante**

Esta práctica restrictiva regulada en el artículo 50 del Decreto 2153 de 1993, está destinada a regular el comportamiento de las empresas cuando tienen una posición dominante en el mercado y valiéndose de dicha posición abusan de ella dañando el mercado y a la competencia directa o intermarcaria.

Como resultó evidente del análisis de la competencia en el mercado horizontal con sustento en las cifras aportadas en el contexto externo del manual, se puede concluir que SMDC no ostenta posición de dominio en el mercado relevante. Adicional a esto, es importante distinguir entre posición de dominio contractual de interés para el derecho mercantil y posición de dominio como práctica restrictiva del mercado que estudia el derecho de la competencia.

No obstante lo anterior, se debe actuar con prevención y vigilancia de no incurrir en prácticas que discriminen a los distribuidores o proveedores sin que medien razones de eficiencia, o en prácticas que subordinen la venta de un



**PROGRAMA DE PROTECCIÓN PARA LA LIBRE  
COMPETENCIA ECONÓMICA (PLCE)**

**Código:** M-PLC-001

**Fecha de Vigencia:** 02/01/2023

**Versión:** 001

producto a un distribuidor o a un cliente a la compra de otro producto; o incurrir en disminución de precios con el fin de excluir a uno de los miembros de la red de distribución en determinado territorio, pues si bien es cierto, no se configuraría una posición dominante en el mercado, sí podría llegar a encajar en un tipo de infracción a la libre competencia a la luz del artículo 1 de La ley 155 de 1959, cuyo objeto contempla conductas que siendo anticompetitivas no son imputables a acuerdos, actos o abusos de posición dominante.

- **Actos restrictivos de la competencia**

Los actos restrictivos de la competencia, contemplados en el artículo 48 del Decreto 2153 de 1993 fueron considerados en la Matriz de Riesgos y Controles PLCE L-PCL-003 (Anexo 5) por tener probabilidad e impacto en la relación entre SMDC y sus terceros. Por esta razón infringir las normas sobre publicidad, influenciar precios de los distribuidores y la retaliación contra ellos por su política de precios fueron identificados dentro de este instrumento y se contempla la adopción de controles para evitar la materialización de estas conductas.

Por último, es importante anotar, que para la elaboración del contexto externo e interno de SMDC se analizaron datos desagregados, tanto internos recaudados y procesados por SMDC, como externas generados en fuentes oficiales y gremiales como: El Estudio del Sector 2019, elaborado por la Cámara Automotriz de la ANDI, la base de datos del RUNT y la base de datos sobre importaciones generada por la DIAN, que una vez agregados o analizados en conjunto permiten una lectura integral de la empresa, generándose un estado inicial de la misma a la entrada en vigencia del PLCE, este conocimiento actualizado aporta considerablemente a la identificación, prevención y mitigación de los riesgos relacionados con prácticas que atenten contra la libre competencia económica.

Este diagnóstico es el resultado de un trabajo entre los responsables de cada una de las áreas de interés para el PLCE con interacción y liderazgo de la Junta Directiva y el Oficial para la protección a la libre competencia económica. Este ejercicio será realizado como mínimo una vez al año por parte de estos mismos actores y tendrá como finalidad actualizar el Programa para la Protección la Libre Competencia Económica de acuerdo con los cambios, ajustes y mejoras para garantizar la gestión de riesgos en materia de libre competencia durante la participación de SMDC en el mercado relevante.



## 7. DECLARACIÓN DE PRINCIPIOS EN EL MARCO DEL PROGRAMA DEL PLCE

**Suzuki Motor de Colombia S.A.**, adopta los principios de libre competencia comprendidos en la NTC 6378:2020, los cuales desarrolla e implementa de la siguiente manera:

### 7.1 Enfoque al consumidor = Primero el consumidor

**SMDC**, desarrolla su actividad de producción, ensamble y distribución de motocicletas, partes, motores fuera de borda y la prestación de servicios técnico especializado, pensando y actuando siempre en beneficio del consumidor, procurando generar eficiencias en la producción que se traduzcan en mejores precios, calidad, idoneidad y seguridad de los productos ofrecidos a sus clientes.

### 7.2 Protección para la Libre Competencia Económica = Libertad y Eficiencia

**SMDC**, consciente de que el derecho a la libre empresa implica una función social y la asunción de responsabilidades con el mercado y los consumidores, se rige en el ejercicio de su actividad empresarial por las finalidades y propósitos del derecho de la competencia en Colombia y particularmente por: i) Libertad de entrada de las empresas al mercado ii) libertad de escogencia del consumidor y iii) Eficiencia del aparato productivo.

### 7.3 Pensamiento basado en riesgo = Prevención y mitigación

**SMDC**, promueve al interior de la compañía la cultura de la gestión del riesgo y la diligencia frente a su materialización, introduciendo en las áreas que tienen relación con el derecho de la competencia herramientas para la administración y gestión de riesgos que permitan acompañar su ciclo y su tratamiento desde la identificación, detección y mitigación; actuando en su actividad productiva, con la diligencia que la responsabilidad con el mercado y los consumidores exigen en el cumplimiento de las normas colombianas y la ética en los negocios.

#### 7.4 Autorregulación = Cero tolerancias frente a prácticas anticompetitivas

SMDC, es consciente de la importancia que reviste para la economía nacional y las jurisdicciones donde realiza sus negocios, la protección del mercado y los derechos de los consumidores. A partir de este reconocimiento, diseña e implementa el presente programa de Protección para la Libre Competencia Económica que tiene por finalidad: identificar, prevenir y mitigar los riesgos de actos, acuerdos y abusos en el mercado que distorsionen la competencia por parte de **Suzuki Motor de Colombia S.A**, en aplicación del principio de autorregulación basado en el precepto de **cero tolerancia** frente a las prácticas anticompetitivas.

#### 7.5 Autorregulación ética = Ética en los negocios

SMDC, se caracteriza por su carácter competitivo y su comportamiento ético en el mercado. Para armonizar estos dos propósitos, es fundamental el respeto por las normas del derecho de la competencia y las buenas costumbres mercantiles. En este sentido, la autorregulación ética se adopta como principio que permite cumplir espontáneamente las normas que regulan el derecho a la libre empresa con responsabilidad social.

Par el ejercicio de la autorregulación ética, SMDC incorpora en el programa de cumplimiento para la Protección a la Libre Competencia Económica -PLCE-, los siguientes valores cuya finalidad es proteger el mercado relevante en el que participa.

Hace parte integral del presente manual PLCE, el Código de Conducta CC-GHU-001 (Anexo 6).



Gráfica 4



## 7.6 Responsabilidad legal = Enseñando con el ejemplo

La cultura del cumplimiento normativo está impregnada en SMDC en todas sus actividades y operaciones; inicia su ciclo al interior de la empresa desde el máximo órgano de decisión y administración que, con el ejemplo, irradia todos los actos y decisiones de las áreas que funcionalmente la suceden.

## 7.7 Transparencia = Principio Transversal

**SMDC**, hace de la transparencia un principio transversal y presente en todos los procesos de toma de decisiones y actuaciones que influyan o pueda poner en riesgo el derecho de la competencia en las actividades, operaciones y procedimientos de SMDC.

# 8. POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS

## 8.1 Política de Competencia

La Junta Directiva como responsable directa de la implementación del PLCE, y en coordinación con Presidencia, tiene como función la de garantizar los recursos humanos, económicos y tecnológicos para la adopción del programa, de la misma manera, garantiza la completa independencia y autonomía del Oficial de PLCE para el ejercicio de sus funciones por lo que los informes sobre su gestión y hallazgos serán entregados directamente a este órgano.

### 8.1.1 Política de Competencia frente a sus Competidores Directos (Mercado Horizontal):

**Suzuki Motor de Colombia S.A.**, renueva su compromiso y ánimo competitivo dentro de los cánones de la lealtad y buenas prácticas mercantiles frente a otras marcas que ofrecen productos sustitutos en el mercado por considerar que es la manera más eficaz de proteger la libre competencia y generar eficiencias que se trasladen a los consumidores. En ese orden de ideas:

- De acuerdo con el estado inicial de la organización esbozado en el contexto externo e interno, **SMDC** hace parte de las empresas más importantes del país en la venta de motocicletas, motores fuera de borda y servicio



posventa de venta de repuestos y servicio técnico de talleres. Esta condición ha sido adquirida por su ánimo competitivo y conquista en franca lid del posicionamiento de su marca durante los últimos 40 años. Esta realidad, exige no solo mantener la política de competencia sino mejorarla, incrementando su participación en el mercado a través de nuevas estrategias comerciales que acompañada de las buenas prácticas para la protección a la libre competencia adoptadas en el PLCE le permitan trasladar beneficios y eficiencias a los consumidores, a sus proveedores y a sus distribuidores con los que se integra verticalmente para la competencia intermarcaria.

- **SMDC** tal y como lo manifiesta en el análisis del contexto externo de la organización que hace referencia al mercado relevante en el que participa y a las condiciones de este, continuará produciendo y comercializando productos que fortalezcan la disponibilidad de bienes y servicios que sigan aportando a la existencia de un mercado con opciones de elegibilidad para los consumidores por su sustituibilidad.
- **SMDC** ratifica su compromiso de conservar su ánimo competitivo como el mejor aporte a la protección a la libre competencia económica, participando en el mercado con productos seguros, de calidad e idoneidad.
- Como se consigna en el análisis del contexto externo de la organización, **SMDC** es consciente de que el mercado relevante en el que participa es de trascendencia social debido a que tanto la empresa como sus competidores directos llevan al mercado productos que tienen la capacidad de contribuir a la calidad de vida de una de cada cuatro familias colombianas particularmente de los estratos 1,2 y 3. Por esta razón como política principal, mantiene su compromiso de competir ejerciendo el derecho de libre empresa con responsabilidad social implementando y monitoreando el PLCE como el mejor instrumento para gestionar los riesgos en materia de competencia.
- La política de competencia de SMDC busca impedir que alguno de sus colaboradores, facilite, colabore, autorice, ejecute o tolere alguna de las siguientes conductas restrictivas de la libre competencia económica, por lo cual se establecen las siguientes **prohibiciones:**
  - a. Realizar acuerdos restrictivos de la competencia que promuevan cartelizaciones como aquellos contemplados en el artículo 47 del decreto 2153 de 1992.

- b. Realizar actos restrictivos de la competencia como los establecidos en el artículo 48 del decreto 2153 de 1992.
- c. Realizar alguna conducta que pueda encajar en la cláusula general de competencia comprendida en el artículo 1 de la Ley 155 de 1959 y que pueda ser considerada como una práctica restrictiva de la competencia.
- d. Crear barreras artificiales de entrada al mercado a otros competidores. Para prevenir este riesgo e identificar actuaciones que puedan impedir la entrada o permanencia de un competidor en el mercado relevante en el que participa SMDC, la Junta Directiva y el Oficial de PLCE, monitorearán y utilizarán los mecanismos de control y seguimiento establecidos en el presente manual para impedir o corregir conductas que puedan materializar una barrera de entrada a los competidores.

#### 8.1.2 Política de Competencia frente a su red de distribución:

Como se destaca en el contexto interno y el estado inicial de la organización a la entrada en vigencia del PLCE, la red de distribución es el canal de comercialización más importante para **SMDC** porque le permite a la marca tener presencia en todo el territorio nacional y llegar con productos seguros, idóneos y de calidad a los consumidores, es por ello que, como política de competencia y como se mencionó en el diagnóstico de la compañía, se tiene como una prioridad seguir creciendo y fortaleciendo la red de distribuidores para continuar compitiendo en el mercado Intermarcas.

Dentro de las buenas prácticas frente a la red de distribución se contemplan:

- Mantendrá y fortalecerá la red de distribuidores para competir en el mercado de motocicletas, motores fuera de borda y servicios posventa.
- Mantendrá y fortalecerá el respeto por las normas para la protección a la libre competencia económica frente a sus distribuidores, con el propósito de evitar los actos anticompetitivos que pueden materializarse en una relación vertical (mercado aguas abajo), contemplados en el artículo 48 del decreto 2153 de 1992.
- Para lograr el objetivo anterior y con base en la norma señalada, se tiene como política de competencia frente a la red de distribuidores, entre otras las siguientes:
  - a. **SMDC** velará por el respeto de la decisión de los distribuidores respecto a la fijación de los precios con que ellos participen en el mercado y se garantizará que por ningún motivo existirá actos de retaliación por su política de precios.



**PROGRAMA DE PROTECCIÓN PARA LA LIBRE  
COMPETENCIA ECONÓMICA (PLCE)**

**Código:** M-PLC-001

**Fecha de Vigencia:** 02/01/2023

**Versión:** 001

- b. **SMDC** monitoreará y vigilará permanentemente la política de relacionamiento comercial entre la empresa y los distribuidores, con el fin de impedir que se creen barreras artificiales a la entrada del mercado para su red. Con este objetivo adoptará los controles evidenciados en la matriz de riesgos del PLCE.
- c. **SMDC** monitoreará y vigilará el respeto de las normas de publicidad contenidas en el estatuto del consumidor en aquellos productos que le venda a la red de distribuidores.
- d. **SMDC** monitoreará y vigilará que, durante la relación vertical con los distribuidores, no se incurra en prácticas restrictivas de la competencia que puedan adecuarse a los comportamientos sancionados por el artículo 1 de la Ley 155 de 1959.
- e. **SMDC** prestará toda la colaboración necesaria en la entrega de información que la red de distribuidores solicite cuando estos la requieran para competir en el mercado intramarca e intermarca en procesos de contratación públicos y privados.

### **8.1.3 Política de Competencia frente al consumidor:**

**Suzuki Motor de Colombia S.A**, siempre ha comprendido que la libre competencia, tiene como uno de sus principales objetivos, la protección y el beneficio del consumidor. Por esta razón, reconfirma su respeto a la libre competencia y reconoce que esto contribuye para que las decisiones de compra del consumidor sean tomadas como consecuencia de la claridad en la información sobre la calidad, idoneidad y seguridad de los productos y servicios que **SMDC** pone en el mercado. Las políticas de competencia de enfoque al consumidor son las siguientes:

- Producir haciendo un uso eficiente de los recursos utilizados para ello, teniendo en cuenta que la eficiencia y optimización de estos repercuten directamente en mejores precios para el consumidor y promueve la competencia entre sus otros competidores directos.
- Reforzar los protocolos de verificación de las piezas publicitarias que se originen desde el área responsable al interior de la empresa y que sean puestas en conocimiento del público consumidor, los cuales permitan identificar que no se incurra en ningún tipo de engaño o distorsión de la realidad y que lo publicitado directamente por SMDC cumpla con los requisitos de calidad, idoneidad y seguridad con los que son anunciados.
- El consumidor de SMDC, continuará teniendo como canal de información a su disposición, el sitio web [www.suzuki.com.co](http://www.suzuki.com.co) en el cual encontrará las piezas oficiales de publicidad que contengan las características de sus productos y servicios. SMDC dispone de la línea telefónica 018000117898 y del móvil 300 9108092 para resolver las inquietudes del consumidor respecto a calidad, idoneidad y seguridad de los productos que los consumidores adquieran.



#### 8.1.4 Política de Competencia frente a sus proveedores:

Tal y como se amplía en el contexto interno y en el análisis del estado inicial de la compañía previo a la entrada en vigencia del PLCE, los proveedores representan para **SMDC** un aliado estratégico de la mayor importancia en la operación de su actividad y se caracterizan por tener con la empresa una relación comercial de largo plazo que promedia los 14 años de antigüedad.

La política de competencia frente a estos terceros consiste en:

- Respetar las normas relacionadas con el derecho de la competencia en los negocios jurídicos que con ellos se realice.
- Continuar transfiriendo conocimiento, ciencia y tecnología japonesa para seguir ofreciendo productos que trasladen beneficios y ventajas competitivas a los distribuidores y productos de calidad a los consumidores.

#### 8.2 Política de colaboración con las autoridades

Suzuki Motor de Colombia S.A, tiene por principio la colaboración con las autoridades en la investigación de presuntas infracciones al orden jurídico; y en materia de competencia declara y renueva su interés de colaborar con la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) como máxima autoridad para investigar prácticas restrictivas de la competencia.

Para este fin se tienen las siguientes políticas:

- Designar como responsable de la operatividad de esta política al oficial del PLCE quien deberá actuar de manera diligente frente a la SIC en cada uno de sus requerimientos.
- Identificar si el requerimiento por parte de la SIC es uno nuevo o la continuación de uno anterior, para que la respuesta sea pertinente, objetiva y colaborativa.
- Informar de manera inmediata del requerimiento, a través de correo electrónico a la Junta Directiva y la Presidencia de **SMDC**.
- Solicitar al área encargada a través de correo electrónico, la información requerida para la contestación del requerimiento. La respuesta a la solicitud debe realizarse de la manera más expedita posible. El recibimiento tardío de la información o documentación por parte de los responsables no exime al oficial de PLCE de la obligación de responder en término a la autoridad.
- Para dar respuesta a los requerimientos se deberá atender los términos legales o establecidos por la autoridad y las indicaciones o exigencias que sean dadas para esa respuesta. En caso de que se prevean dificultades

para brindar respuesta en término deberá mantenerse comunicación constante con la autoridad, realizar envíos parciales de información o solicitar prórroga para su entrega.

- En ningún caso se podrán dejar requerimientos sin respuesta.

### 8.3. Política de Gestión de Riesgos:

#### 8.3.1. Frente a los Riesgos:

**SMDC**, entiende la importancia de apoyar este programa con una eficiente gestión de riesgos, por tal razón, ha diseñado una matriz de riesgos para la identificación, medición, evaluación y mitigación de los riesgos de libre competencia que pudieran materializarse en la empresa.

Esta Matriz de Riesgos y Controles PLCE L-PCL-003 (Anexo 5) cuenta con los parámetros de la norma ISO 31000:2018, referente internacional para la gestión de riesgos y cuya metodología permite:

- ✓ Identificar los riesgos inherentes a los que se encuentra expuesta la empresa, de acuerdo con su contexto interno y externo, dicha identificación contempla las áreas, productos, servicios, terceros y responsables de los procesos en la empresa, donde se evidencia el riesgo inherente, así como las causas que lo generan y las consecuencias de su materialización.
- ✓ En la identificación de los riesgos se contemplan las conductas que pueden constituirse como prácticas restrictivas de la competencia tanto en el mercado horizontal, como el vertical, de acuerdo con el marco normativo colombiano.

En la matriz de riesgos del PLCE, se determina la calificación del riesgo inherente con el cálculo de la probabilidad e impacto para cada uno de los riesgos y se evidencia a través del mapa de calor dónde queda ubicado cada uno de estos y las consecuencias de su materialización.

MAPA DE CALOR RIESGO INHERENTE						
PROBABILIDAD						
Frecuente	5					
Probable	4					
Ocasional	3					
Posible	2					
Improbable	1					
		1	2	3	4	5
		Insignificante	Menor	Importante	Crítico	Crítico
		IMPACTO				

### 8.3.2. Frente a los Controles:

Luego de evidenciados los riesgos inherentes de SMDC frente a las prácticas restrictivas de la competencia, la empresa destina los esfuerzos y recursos necesarios para estructurar los controles de cada uno de estos, los cuales tienen como propósito disminuir la probabilidad e impacto de estas conductas. Es así como se estructuran y adoptan controles que buscan la mayor efectividad, a través de los siguientes elementos:

- ✓ Descripción del control (tratamiento del riesgo).
- ✓ Periodicidad (permanente, ocasional).
- ✓ Tipo de control (preventivo, detectivo, correctivo).
- ✓ Documentación del control (si, parcialmente, no).
- ✓ Estado de implementación (en desarrollo, implementado)
- ✓ Responsable del control.

Estos elementos permiten hacer una calificación cualitativa y cuantitativa de la efectividad del control, así:

EFECTIVIDAD DE LOS CONTROLES	
CRITERIO	EFECTIVIDAD DEL CONTROL
No existen controles	0%
La efectividad del control no es óptima	25%
El riesgo está parcialmente controlado.	50%
No se han presentado eventos en el último año.	80%

La efectividad del control multiplicada por el riesgo inherente permite evidenciar el riesgo residual para cada uno de los procesos identificados, permitiendo establecer si estos se ubican en una calificación de riesgo aceptable por SMDC. En la Matriz de Riesgos y Controles PLCE L-PCL-003 (Anexo 5), se evidencia las calificaciones y análisis descrito en la presente política.

Cuando **SMDC** desarrolle un nuevo modelo de negocio, producto o servicio, o modifique aspectos sustanciales de su estructura u operación, la matriz de riesgos y controles será actualizada de manera inmediata, para evidenciar los nuevos riesgos inherentes, adopción de controles y riesgos residuales que respondan de manera satisfactoria a la nueva realidad del negocio.

Entendiendo que los controles deben ser revisados para comprobar su eficacia a lo largo del tiempo, SMDC ha diseñado la Matriz seguimiento a controles y planes de contingencia PLCE L-PLC-004 (Anexo 7), en la cual se establece a través de revisiones periódicas, auditorías internas, seguimiento a indicadores del PLCE e informes internos, los mecanismos utilizados por el oficial del PLCE y el Auditor Interno para realizar dicha evaluación, la cual debe quedar documentada y será custodiada bajo los parámetros establecidos en el numeral 8.10 de Procedimiento de Documentación y Archivo del presente manual del PLCE.

Estas dos herramientas de gestión de riesgos y controles también serán revisadas anualmente por la Junta Directiva de SMDC, para evidenciar que los riesgos allí descritos correspondan a la realidad de la empresa, así mismo, deberán



revisar la eficacia de los controles diseñados e implementados. Las observaciones deberán quedar por escrito y serán tenidas en cuenta en el plan de mejoramiento del programa.

## 8.4 Política de comunicación interna y externa

La comunicación interna y externa del PLCE, se constituye en una política fundamental para el éxito del programa, debido a que su conocimiento y comprensión por parte de los empleados de SMDC garantizan los objetivos de prevenir, detectar y sancionar prácticas restrictivas de la competencia.

### 8.4.1 Comunicación interna:

SMDC está convencido que la capacitación, es uno de los componentes más importantes en el proceso de implementación del PLCE. Por esta razón, prestará todo el apoyo necesario para que las jornadas de formación sobre el contenido de este programa sean dirigidas hacia todos aquellos colaboradores pertenecientes a las áreas transversales y de interés para el PLCE discriminados en el capítulo décimo del presente manual.

Adicionalmente, las capacitaciones versarán sobre los asuntos más relevantes sobre el derecho de la competencia con el objetivo de dotar a los colaboradores del conocimiento necesario para identificar y prevenir conductas que puedan lesionar al Régimen de la Libre Competencia en Colombia.

En aras de alcanzar este objetivo, se realizarán como mínimo dos (2) capacitaciones presenciales al año y su asistencia será de carácter obligatorio para los mencionados colaboradores en los que se encuentran incluidos los miembros de Junta Directiva y los altos directivos de SMDC. De igual forma, se realizarán dos (2) capacitaciones anuales virtuales para los gerentes y colaboradores de almacenes directos de todo el país. Las capacitaciones tendrán un componente evaluativo de carácter individual con el fin de conocer el nivel de aprendizaje y de aprehensión de conocimientos de cada uno de los colaboradores capacitados. Estas evaluaciones serán obligatorias y su no realización constituirá un incumplimiento del presente programa. Las mismas deberán ser conservadas bajo la política de Documentación y Archivo del presente manual, bajo custodia del oficial de PLCE.

Algunos de los temas que se abordarán en las capacitaciones:

- Explicar en qué consiste el Derecho de los mercados y en especial el Derecho de la Competencia.
- Explicar que conductas, actos o situaciones hacen parte de las prácticas restrictivas de la competencia.
- Informar, explicar y resolver las dudas frente a los procedimientos, políticas y las demás medidas que se hayan diseñado y adoptado en SMDC dentro del PLCE.





**PROGRAMA DE PROTECCIÓN PARA LA LIBRE  
COMPETENCIA ECONÓMICA (PLCE)**

**Código:** M-PLC-001

**Fecha de Vigencia:** 02/01/2023

**Versión:** 001

- Explicar las funciones y responsabilidades de los empleados que hacen parte de las áreas transversales de este programa.
- Fomentar la comprensión de los riesgos de prácticas restrictivas de la competencia y las señales de alerta que permiten su detección temprana.
- Fomentar la denuncia de actos contrarios a las políticas de este manual, a través del canal de denuncia dispuesto para esto.
- Dar a conocer los pronunciamientos más destacados en derecho de la competencia realizados por la SIC que puedan ser de interés para SMDC.
- Recalcar la importancia del cumplimiento de las políticas y procedimientos establecidos en el presente manual, así como las consecuencias desfavorables de acuerdo con el régimen disciplinario interno por la inobservancia de las mismas.

#### **8.4.2. Comunicación frente a la Red de Distribuidores:**

Con el objetivo de capacitar a la red de Distribuidores de SMDC, sobre El Derecho de la Competencia y la Prevención de Prácticas Restrictivas a la Libre Competencia Económica en Colombia, se tendrá de manera permanente en la plataforma CHI-E de la compañía, un módulo dirigido a estos terceros, al que podrán acceder de manera voluntaria por no existir entre ellos y SMDC una relación de subordinación laboral que autorice establecer la obligatoriedad de la capacitación.

Como política de divulgación del PLCE, se incluirá una cláusula en el contrato de suministro con los distribuidores, en la cual se comprometan a conocer el manual del PLCE de SMDC publicado en el sitio web: [www.suzuki.com.co](http://www.suzuki.com.co).

#### **8.4.3 Comunicación Externa:**

El programa de Protección a la Libre Competencia Económica PLCE de Suzuki Motor de Colombia S.A, se comunicará a sus terceros: empleados, clientes y proveedores, a través de medios digitales y la publicación en el sitio web de SMDC [www.suzuki.com.co](http://www.suzuki.com.co), el cual permitirá una divulgación amplia y pública del manual del PLCE donde gracias a su acceso sin limitaciones, las autoridades y comunidad en general podrán conocer las políticas y lineamientos que SMDC ha diseñado y adoptado en materia de protección de libre competencia. Así mismo se divulgarán las actualizaciones del programa, haciendo claridad de la versión, fecha de publicación y vigencia.



Igualmente, en los contratos firmados con nuestras contrapartes, son informadas y declaran que conocen el Programa de Protección a la Libre Competencia Económica (PLCE) y además se encuentra publicada en nuestra página web oficial.

En la Matriz de comunicación interna y externa del PLCE L-PLC-005 (Anexo 8), que hace parte integral de este manual, se evidencian las actividades, responsables, tiempos y otros elementos para la ejecución de esta política.

## 8.5 Política canal de denuncia

El compromiso de **cero tolerancia** frente a las prácticas contrarias a la libre competencia requiere de canales de comunicación que permitan su conocimiento y faciliten su detección. Por esta razón Suzuki Motor de Colombia S.A, ha dispuesto de cuatro (4) canales de comunicación para recibir las denuncias de manera verbal y escrita por medios digitales o físicos:

- Las denuncias escritas podrán ser dirigidas de manera digital al correo electrónico [proteccioncompetencia@suzuki.com.co](mailto:proteccioncompetencia@suzuki.com.co), o a través del sitio web de la empresa utilizando el canal directo de denuncias: <https://suzuki.com.co/canal-denuncias>.
- También se podrán radicar denuncias por medio de correo físico dirigiendo la comunicación escrita a la planta de producción ubicada en el Kilómetro 15 Vía Pereira - Cartago.
- Para las denuncias verbales se dispone de la línea telefónica **+57 321 7568145**.

Los cuatro (4) canales para recibir las denuncias están diseñados para que empleados, miembros de la red de distribución de SMDC, clientes, grupos de interés o cualquier persona, de manera anónima o pública puedan presentar sus denuncias frente a actos, situaciones o comportamientos contrarios a la libre competencia presuntamente cometidos por empleados u otros terceros de SMDC.

En todo caso, cualquier comunicación recibida por otro canal diferente a los establecidos y que esté relacionada con denuncias de posibles conductas contra el Programa de **PLCE**, debe ser remitida de manera inmediata al oficial del PLCE.

Los canales de denuncia usados por SMDC, garantizan la protección de la identidad del denunciante si este ha optado por actuar de manera anónima y permitir el mantenimiento de la integridad de la información.

Frente al procedimiento para la correcta aplicación de esta política en cabeza del Oficial del PLCE, se determina:



**PROGRAMA DE PROTECCIÓN PARA LA LIBRE  
COMPETENCIA ECONÓMICA (PLCE)**

**Código:** M-PLC-001

**Fecha de Vigencia:** 02/01/2023

**Versión:** 001

- Será el responsable de recibir las denuncias que lleguen por cualquier de los canales de comunicación dispuestos por SMDC.
- Realizar registro de las denuncias que se presenten en los formatos y medios tecnológicos de almacenamiento que cada canal exija. Este registro deberá estar debidamente documentado y con la trazabilidad requerida. (medio utilizado, fecha de recepción).
- Una vez recibida la denuncia se seguirá lo dispuesto en el Procedimiento de Contingencias del presente manual.
- Las denuncias recibidas deberán ponerse en conocimiento de la Junta Directiva de SMDC, en un término no superior a los 5 días hábiles siguientes después de su conocimiento.

Constituye una obligación de todos los empleados con SUZUKI MOTOR DE COLOMBIA S.A. la denuncia de las conductas anticompetitivas que conozcan o lleguen a conocer.

### **8.6 Política de protección al denunciante**

**Suzuki Motor de Colombia S.A.**, es consciente de que la prevención, detección y gestión de los riesgos relacionados con la vulneración a la libre competencia económica requiere de una actuación y compromiso de todos los empleados con la compañía y reconoce que la denuncia es un instrumento eficaz para cumplir con este objetivo. Por ello, en relación con la denuncia y el denunciante, SMDC garantiza que:

- El denunciante de una posible conducta anticompetitiva sancionable no será objeto de represalia, castigo, sanción, venganza, agresión u ofensa por parte de ninguna persona vinculada con **SMDC**. En caso de que se presente, la empresa se compromete a tomar las medidas necesarias para mitigar, corregir, y/o sancionar la conducta.
- La responsabilidad de este compromiso recae sobre la Presidencia de SMDC que a través de las áreas de Dirección Administrativa y la Gerencia de Gestión Humana, deberá velar porque dicha política se cumpla al interior de la compañía.



## 8.7. Procedimiento de Contratación

### 8.7.1. Contratación Privada:

A partir de la entrada en vigencia del PLCE, en todos los contratos que pretenda celebrar SMDC con personas naturales y jurídicas de carácter laboral, de prestación de servicios, con proveedores y con la red de distribución, incluirá dentro de su política de conocimiento de terceros la debida diligencia focalizada a detectar antecedentes sancionatorios de las posibles contrapartes por vulneración al régimen de Libre Competencia Económica en Colombia. SMDC, dará prelación a los terceros que no hayan sido sancionados por conductas anticompetitivas cuando sea posible, en los términos planteados en el Procedimiento de Contratación Privada PLCE P-PLC-002 (Anexo 9).

### 8.7.2. Procedimiento en Materia de Contratación Estatal

Suzuki Motor de Colombia S.A, así como es consciente que por mandato constitucional el derecho a la libre competencia supone obligaciones y que la empresa cumple una función social, también comprende que, por mandato de las leyes sobre contratación estatal en Colombia, los particulares al celebrar y ejecutar contratos con las entidades públicas, contribuyen al cumplimiento de los fines del estado y que la condición de contratista trae consigo una función social que implica obligaciones y responsabilidades.

Por esta razón, en el presente PLCE de SMDC como política general en los procesos de contratación estatal en los cuales decida participar, vigilará por el cumplimiento de la Ley 80 de 1993, la Ley 1150 de 2007, de todos los decretos relacionados con el Estatuto General de Contratación Pública, así como las normas que regulan la contratación de entidades públicas exceptuadas de la aplicación de dicho Estatuto. Así mismo, adopta los principios de transparencia, economía y responsabilidad establecidos en las mencionadas leyes de contratación estatal, los principios de la función pública de igualdad, moralidad, eficacia, economía, celeridad e imparcialidad establecidos en el artículo 209 de la Constitución Política, los cuales, serán respetados durante todas las etapas contractuales buscando siempre obrar con lealtad y buena fe, previniendo, detectando, denunciado y sancionado si es del caso, dilaciones, acuerdos colusorios y cualquier otra práctica contraria a la libre competencia.



**PROGRAMA DE PROTECCIÓN PARA LA LIBRE  
COMPETENCIA ECONÓMICA (PLCE)**

**Código:** M-PLC-001

**Fecha de Vigencia:** 02/01/2023

**Versión:** 001

SMDC cuenta con un procedimiento para gestionar el riesgo de colusión el cual se encuentra en el Procedimiento Contratación Estatal PLCE P-PLC-001 (Anexo 10), también adopta las recomendaciones de la OCDE (2012), para prevenir las colusiones en la contratación estatal e incorpora en sus buenas prácticas, las recomendaciones plasmadas por la SIC en la guía práctica para combatir los acuerdos colusorios en procesos de contratación estatal (2015) en todas las licitaciones y compras públicas en las que decida participar.

SMDC, en este contexto, ratifica sus 3 propósitos con el PLCE: i) Promover la libre competencia, ii) respetar los derechos del Estado y de la comunidad como consumidores finales y iii) Generar eficiencias que traslade beneficios a los consumidores poniendo lo que está dentro de su alcance para que los principios de selección objetiva y pluralidad de oferentes que persigue el estado con la oferta pública, no se vean afectados u obstruidos.

### **8.7.3. Procedimiento expedición de certificaciones para su red**

Cuando uno de los integrantes de la red de distribuidores participe en un proceso de oferta o licitación pública y llegare a solicitar como requisito habilitante alguna certificación que documente hechos ciertos de la relación comercial con SMDC, esta será enviada de manera oportuna al distribuidor entendiendo por ello que se prestará la colaboración necesaria que le permita aportar la certificación dentro de los tiempos del cronograma del proceso de contratación pública.

Este procedimiento con el criterio de oportunidad expuesto se extiende en todas sus partes a los procesos de contratación privada en los que participen los distribuidores, cuya certificación sobre vínculos comerciales con SMDC sea solicitada. Dicho procedimiento está consignado en el documento denominado "Instructivo para la solicitud de expedición certificaciones I-DIR-003" (Anexo 11) que hace parte del sistema de gestión documental de SMDC.

En los casos en que las certificaciones sean solicitadas por terceros ajenos a la red para proceso de contratación pública y/o privada, la certificación se limitará a consignar las transacciones comerciales que en calidad de comprador de productos de la marca ha realizado el tercero, en los últimos 5 años.



**PROGRAMA DE PROTECCIÓN PARA LA LIBRE  
COMPETENCIA ECONÓMICA (PLCE)**

**Código:** M-PLC-001

**Fecha de Vigencia:** 02/01/2023

**Versión:** 001

Cuando SMDC y uno de los distribuidores o terceros ajeno a la red, coincidan y compitan en un proceso de compras públicas o privadas y estos requieran la emisión de las certificaciones sobre las relaciones comerciales con SMDC, los mismos deberán ser expedidos de manera oportuna al distribuidor entendiendo por ello que se prestará la colaboración necesaria que le permita a dicho distribuidor aportar la certificación dentro de los tiempos del cronograma del proceso de contratación pública en el cual coincide con su tercero.

### **8.8 Procedimiento Disciplinario Interno**

**SMDC** con el fin de garantizar que al interior de la empresa sean investigados los hechos que involucren a colaboradores por incumplir el manual PLCE, así como por facilitar, colaborar, autorizar, ejecutar o tolerar una práctica restrictiva de la libre competencia, ha reformado el reglamento interno de trabajo e introdujo la obligación del empleador de velar por el cumplimiento del PLCE, a su vez que estipuló obligaciones y prohibiciones para los colaboradores con relación a las buenas prácticas para la Protección de la Libre Competencia Económica en Colombia.

Para cumplir con el debido proceso, SMDC adicionó un capítulo especial en el reglamento interno de trabajo en el que se contempla un procedimiento disciplinario dividido en dos etapas:

La primera etapa consiste en una investigación preliminar a cargo del Oficial del PLCE quien, en caso de encontrar mérito debidamente justificado, trasladará la investigación formal a un comité disciplinario interno creado especialmente para el funcionamiento del PLCE conformado por el Presidente de la compañía, el responsable del área de Gestión Humana y el Oficial del PLCE. Si este comité, encuentra razones para sancionar a los investigados, deberá trasladar a la Junta Directiva el proceso disciplinario para que sea el máximo órgano social de SMDC el que decida en última instancia la necesidad y el tipo sanción.

El nivel de las consecuencias disciplinarias dependerá de la gravedad de los hechos y podrá consistir en llamados de atención, suspensión del cargo o despido con justa causa. Durante todas las etapas de la investigación se respeta el debido proceso, garantizando el ejercicio de los derechos de audiencia, defensa y contradicción de los disciplinados.

El acápite relacionado con el PLCE en el Reglamento Interno de Trabajo, hace parte integral de este manual de PLCE R-GHU-001 (Anexo 12).

### **8.9 Procedimiento documentación y archivo**

**Suzuki Motor de Colombia S.A**, incorpora el presente manual a su sistema de gestión documental "ISODOC", con el objetivo que haga parte integral de la información a la que tienen acceso las personas de las áreas transversales del programa (capítulo IX de este programa: Estructura, responsabilidades y funciones), como parte importante para la implementación de las políticas contempladas. Así mismo, **SMDC** garantizará el correcto almacenamiento y custodia de los documentos e información que hacen parte del programa, de acuerdo con los lineamientos de protección y reserva de información establecidos en SMDC.



**PROGRAMA DE PROTECCIÓN PARA LA LIBRE  
COMPETENCIA ECONÓMICA (PLCE)**

**Código:** M-PLC-001

**Fecha de Vigencia:** 02/01/2023

**Versión:** 001

Para la conservación de la documentación es importante anotar:

- El Oficial del PLCE, será el encargado del manejo y archivo de la documentación frente a la implementación de las políticas de: canal de denuncia, procedimiento de contingencia, proceso disciplinario interno, política comunicación interna y externa, política de gestión de riesgos y demás información que considere relevante para el correcto funcionamiento del PLCE.
- La documentación podrá reposar en medio físico o magnético.
- Deberá asegurarse que el medio en el que esté contenida la información sea seguro, garantice su confidencialidad y mantenga su integridad.
- El acceso a la información será restringido a personas autorizadas para el efecto y se debe garantizar la confidencialidad y protección de esta.
- La documentación del **PLCE** deberá seguir los parámetros establecidos por el área de auditoría interna dentro del sistema de gestión de calidad de SMDC, en cuanto codificación y demás características que se requieran.
- La documentación será conservada por el periodo de tiempo dispuestos en la normatividad aplicable. En caso de que no se disponga de un término, éste será de diez (10) años contados a partir de la fecha de su registro. (Art. 28 Ley 962 de 2005 Racionalización de la conservación de libros y papeles de comercio).

#### **8.9.1. Materialización de Conductas:**

Dentro de las funciones del Oficial PLCE se encuentra la de conservar el registro de las decisiones, controles o acciones ejecutadas como resultado de la materialización de conductas que puedan considerarse contrarias o que vayan en detrimento de la libre competencia.

La información será guardada y custodiada por el Oficial del PLCE, el cual deberá responder por su seguridad. Su acceso estará limitado a los miembros del Comité Disciplinario y de la Junta directiva.

#### **8.10. Procedimiento de Monitoreo y Vigilancia**

Se establece un plan de monitoreo y vigilancia del presente programa que permita evaluar que las políticas, procedimientos y funciones establecidas estén siendo aplicadas y las mismas sean efectivas para evitar conductas o prácticas restrictivas de la competencia. Para ello se tiene en cuenta:

- a) Reuniones trimestrales con las áreas transversales del programa y el oficial de PLCE, de las cuales se generarán los informes correspondientes de la efectividad de las medidas implementadas.



**PROGRAMA DE PROTECCIÓN PARA LA LIBRE  
COMPETENCIA ECONÓMICA (PLCE)**

**Código:** M-PLC-001

**Fecha de Vigencia:** 02/01/2023

**Versión:** 001

- b) Informes semestrales del oficial de PLCE, que permita revisar los avances de la ejecución del programa, así como las oportunidades de mejora que deben diseñarse e implementarse.
- c) El seguimiento a las alertas que se presenten por parte de las áreas transversales o del Oficial del PLCE para conocer y realizar una detección temprana de las posibles conductas. Para todo lo anterior, SUZUKI MOTOR DE COLOMBIA S.A. conservará el registro de las acciones como evidencia de la ejecución de este plan de monitoreo y vigilancia, y sus resultados serán tomados como insumo principal para el plan de mejora continua.

### **8.11. Procedimiento de Contingencia**

Cuando se genere una contingencia o presunto caso relacionado con prácticas anticompetitivas de las que trata el PLCE, para su verificación se deberá seguir el siguiente procedimiento:

1. Verificar la efectiva ocurrencia de los hechos y la forma como se dieron.
2. Verificar la configuración de los hechos como una conducta anticompetitiva.
3. Verificar los involucrados y su responsabilidad.

Esta verificación estará a cargo del Oficial del PLCE. Para ello podrá solicitar información adicional al denunciante, a las áreas donde presuntamente se cometieron los hechos, o a las personas relacionadas con los mismos.

Cuando de la investigación resulte que los hechos constituyen conductas que atenten contra la libre competencia en las que se evidencie participación de empleados de la empresa, los hechos se pondrán en conocimiento de la Junta Directiva y Presidencia, y se llevará a cabo lo contemplado en el Procedimiento Disciplinario Interno del PLCE.

La Matriz seguimiento a controles y planes de contingencia PLCE L-PLC-004 (Anexo 7), hace parte de este numeral.

### **9. PLAN DE MEJORA CONTINUA.**

**Suzuki Motor de Colombia S.A.**, en todas las áreas y procedimientos opera bajo la filosofía KAIZEN basada en la mejora continua de sus procesos. Es por ello que esta filosofía se ve reflejada en los siguientes propósitos del Programa de Protección de la Libre Competencia Económica PLCE y le permite por medio de este instrumento, reforzar y renovar su compromiso y voluntad para promover el respeto y cumplimiento de las normas sobre libre competencia en Colombia así:

- i) Mejorar y continuar aportando a la construcción y consolidación de un mercado competitivo con la adopción de sus buenas prácticas de competencia.
- ii) Mejorar y continuar los procesos de eficiencia en su producción que transfieran beneficios en precios, calidad y seguridad hacia el consumidor.





**PROGRAMA DE PROTECCIÓN PARA LA LIBRE  
COMPETENCIA ECONÓMICA (PLCE)**

**Código:** M-PLC-001

**Fecha de Vigencia:** 02/01/2023

**Versión:** 001

- iii) Mejorar y continuar sus buenas prácticas en materia de publicidad e información que garanticen el derecho a la libertad de escogencia de los consumidores.

Para lograr estos 3 propósitos, el **PLCE** aprobado por la Junta Directiva de SMDC, contempla las políticas y procedimientos que se implementan en las áreas y procesos relacionados y de interés para el derecho de la competencia, este programa cuenta con el liderazgo de los directores de dichas áreas, el compromiso en su adopción por parte de los equipos de trabajo y el acompañamiento, monitoreo y control por parte del Oficial de PLCE.

SMDC, realiza un análisis y evaluación constante por parte de la Alta Dirección y el Oficial del PLCE a través de los Indicadores PLCE L-PLC-002 (Anexo 2), para conocer las oportunidades de mejora de este programa. Lo anterior con el fin único de evitar la materialización de conductas anticompetitivas al interior de la empresa. Cuando se identifica una oportunidad de mejora, se lleva a cabo el siguiente procedimiento:

- Evalúa la posibilidad, pertinencia e impacto de diseñar e implementar la acción de mejora teniendo en cuenta las áreas y procesos que serán objeto de esta.
- Luego de determinar la conveniencia de la acción de mejora, se procede a su diseño y adopción, teniendo en cuenta que debe cumplir con las etapas de documentación, capacitación y efectiva implementación.
- Posteriormente, se revisa la eficacia de cualquier acción tomada.
- Se procede a la actualización si es necesario de los riesgos identificados y los cambios que se requieran dentro del manual de PLCE.

Para todo lo anterior, SUZUKI MOTOR DE COLOMBIA S.A. conservará el registro de las acciones como evidencia de la ejecución de este plan de mejora.

## **10. ESTRUCTURA - RESPONSABILIDADES Y FUNCIONES**

La eficiente adopción del PLCE implica un compromiso de todos los empleados de **SMDC**, en actualizar sus conocimientos en materia de derecho de competencia y en dar cumplimiento al programa, particularmente por parte de aquellos que tienen relación directa con los procesos y áreas donde pueden presentarse las conductas que transgredan las normas de libre competencia económica.

Desde la introducción del PLCE se mencionó que, como antecedente trascendental del presente programa de cumplimiento, se tiene que, **Suzuki Motor de Colombia S.A** desde el año 2019, ordenó la revisión de los procesos internos que tuvieran injerencia en su política de libre competencia. Este diagnóstico le permitió desde entonces, realizar cambios sustanciales para gestionar algunos riesgos de incurrir en prácticas anticompetitivas, siendo uno de ellos, la



**PROGRAMA DE PROTECCIÓN PARA LA LIBRE  
COMPETENCIA ECONÓMICA (PLCE)**

**Código:** M-PLC-001

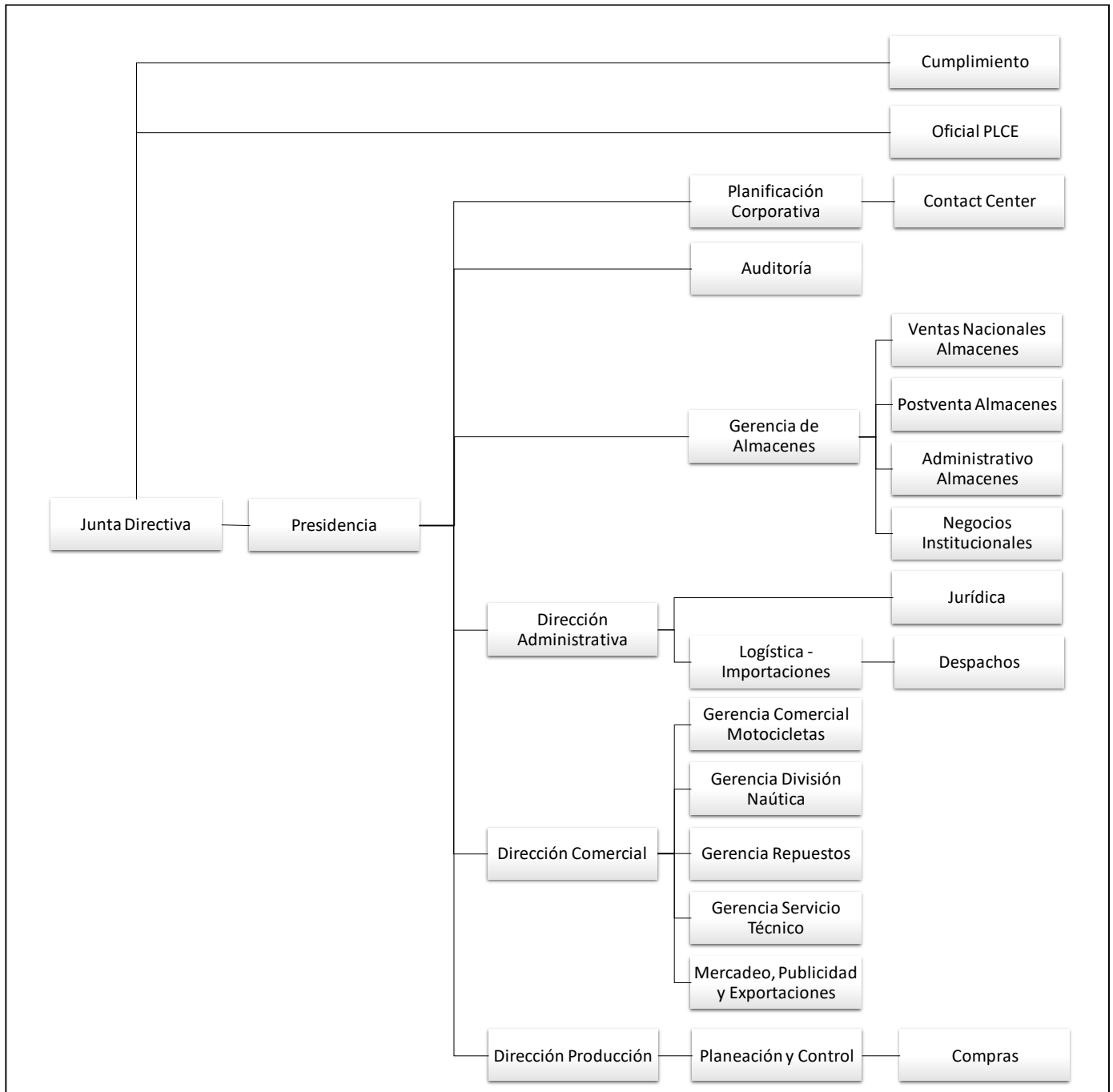
**Fecha de Vigencia:** 02/01/2023

**Versión:** 001

modificación de sus políticas de expedición de certificaciones solicitadas por su red de distribuidores de cara a demostrar requisitos habilitantes para cuando uno de ellos decidiera participar en procesos de contratación pública.

En el mismo sentido, se inició un proceso de reorganización que a la fecha se encuentra en funcionamiento, en el que como se mencionó, modificó su estructura corporativa y mapa de procesos con el objetivo de separar los responsables de los dos principales canales de distribución de la compañía como son los almacenes directos y la red de distribuidores, para que se reflejara con claridad las condiciones de igualdad para competir y el sometimiento de ambos canales a los mismos tiempos y procesos de producción, logística, despachos y políticas comerciales, creando para ello dos gerencias que compiten entre sí y promoviendo al interior de SMDC la libre y sana competencia.

El siguiente organigrama permite evidenciar las áreas transversales del programa PLCE; el cuadro que se muestra a continuación es *extraído*\* del organigrama general de SMDC.



**Gráfico 5:** Obedece a extracción parcial del organigrama de SMDC con el fin de explicar los cambios estructurales para la promoción de la competencia entre almacenes propios y concesionarios privados.



## 10.1. COMPETENCIA DE LOS COLABORADORES:

Las competencias profesionales de los colaboradores que hacen parte de las dependencias transversales al PLCE es variada y en su mayoría pertenecen a las áreas del conocimiento de las ciencias económicas, administración de empresas e ingeniería industrial. Algunas áreas sensibles al derecho de la competencia están a cargo de profesionales del derecho.

Esta caracterización de los colaboradores permite identificar la pertinencia de tener en cuenta durante las capacitaciones sus competencias para construir módulos de formación que permitan adquirir al recurso humano conocimientos en derecho de la competencia partiendo de lo general a lo particular. Como punto positivo se destaca que el hecho de que buena parte de los colaboradores tenga formación en ciencias económicas y administración de empresas, se convierte en un insumo importante por la relación directa que el derecho de la competencia tiene con la economía y la administración de empresas con las buenas prácticas.

Otro de los aspectos destacables que reafirma el compromiso de SMDC de contar con profesionales idóneos para la ejecución de este programa es la elección del oficial del PLCE, cuya experiencia y formación facilitará los procesos de aprendizaje y la implementación de estas buenas prácticas.

Con el plan de capacitación contemplado en el PLCE y el sistema de evaluación planteado, se están tomando las acciones necesarias para contar con un personal idóneo en la gestión de riesgos y la prevención al interior de SMDC de conductas que atenten contra la libre competencia económica.

Anexo 13: Inclusión de compromiso de cumplimiento al PLCE dentro del manual de funciones para los cargos de las áreas transversales al PLCE.

Anexo 14: Perfil y estudios de los cargos transversales al PLCE.

## 10.2 FUNCIONES DENTRO DEL PLCE:

### 10.2.1 Junta Directiva:

- Velar por el cumplimiento del Programa de Protección de Libre Competencia Económica – PLCE- de Suzuki Motor de Colombia S.A.
- Aprobar el manual del programa y sus actualizaciones, a través de las correspondientes actas.
- Nombrar el Oficial de Protección de la Libre Competencia Económica de SMDC, a través de acta. La Junta Directiva, debe verificar que la persona cumpla con la idoneidad, conocimiento y experiencia que se requiere. El perfil, funciones y responsabilidades del Oficial de PLCE, está dentro del sistema de gestión documental de SMDC. De



**PROGRAMA DE PROTECCIÓN PARA LA LIBRE  
COMPETENCIA ECONÓMICA (PLCE)**

**Código:** M-PLC-001

**Fecha de Vigencia:** 02/01/2023

**Versión:** 001

igual forma, la Junta Directiva debe garantizar la autonomía e independencia del Oficial de PLCE para el ejercicio de sus funciones.

- Garantizar la destinación de recursos económicos dentro del presupuesto de SMDC, para el cumplimiento de las actividades estipuladas en las políticas del programa.
- Aprobar los indicadores de cumplimiento y realizar revisiones periódicas al programa.
- Revisar los informes semestrales del Oficial de PLCE, opinar sobre los mismos y ordenar cuando sea necesario las acciones de mejora del programa. Lo anterior debe hacerse a través de actas de junta directiva.
- Hacer seguimiento a las acciones de mejora trazadas al PLCE.
- Verificar que las solicitudes de información y requerimientos realizados por parte de autoridades de inspección, control y vigilancia sobre este programa de PLCE o sobre posibles conductas contra la libre competencia de SMDC sean resueltas a tiempo y en debida forma.

#### **10.2.2 Presidencia**

- Garantizar que el Oficial de PLCE, cuenta con los recursos destinados por la Junta Directiva para el correcto funcionamiento del programa para la libre competencia económica.
- Prestar especial colaboración en la implementación y ejecución de todas las políticas y procedimientos del PLCE e invitar a todos los empleados de SMDC para su debido cumplimiento.
- Verificar que el Reglamento Interno de Trabajo de SMDC, esté permanentemente actualizado con los procedimientos sancionatorios para los empleados que incumplan las políticas del PLCE o incurran en las conductas señaladas como anticompetitivas.
- Realizar mínimo una reunión al año con el Oficial de PLCE para hacer seguimiento al programa de cumplimiento para la libre competencia económica de SMDC.
- Actuar y decidir con diligencia respecto a los traslados de información que en el marco del proceso de contingencia realice el oficial de protección a la libre competencia económica.

### 10.2.3 Oficial de Protección PLCE

- Responder por la implementación y monitoreo permanente del programa de PLCE, para lo cual contará con el apoyo de todos los empleados de SMDC y particularmente de las áreas transversales al programa.
- Velar por las actualizaciones o modificaciones que requiera el PLCE con el objetivo de que siempre esté ajustado a las normas sobre la protección de la libre competencia económica y a la realidad de los procesos de la empresa.
- Verificar que la política de gestión de riesgos contemplada en este programa corresponda al contexto interno y externo de **SMDC**; así como su eficiente diseño e implementación a través de los instrumentos que contiene el programa: matriz de riesgos y controles de PLCE.
- Diseñar y ejecutar la política de comunicación y divulgación del **PLCE**, con la participación del área de Gestión Humana para la coordinación de las capacitaciones a los empleados de SMDC vinculados en las áreas transversales identificados en el PLCE como relevantes para la protección del derecho de la competencia.
- Conceptuar cuando se le requiera con la debida antelación, en asuntos en los que se detecte una posible afectación a las políticas de competencia adoptadas en el PLCE.
- Realizar informes semestrales a la Junta Directiva de **SMDC**, sobre el programa de PLCE. Estos informes deberán contemplar: acciones realizadas en el marco del programa, cumplimiento de objetivos, indicadores y oportunidades de mejora detectadas dentro del programa.
- Presentar cuando lo considere necesario, informes extraordinarios sobre sus funciones y hallazgos a la junta directiva.
- Dirigir y ejecutar el procedimiento establecido en la política de contingencia del PLCE para determinar si un empleado de **SMDC**, incurrió o no en el incumplimiento de las políticas o procedimientos de este programa.
- Realizar una reunión trimestral con las áreas transversales del programa con el objetivo de revisar en detalle las actividades, procesos y procedimientos de dichas dependencias frente al PLCE.
- Revisar mensualmente, las comunicaciones dirigidas a la red de distribuidores y almacenes sobre asuntos relacionados con publicidad, precios y promociones de productos aprobadas por el área jurídica con el fin de sugerir mejoras y ajustes de acuerdo con la normatividad vigente en derecho de la competencia.



**PROGRAMA DE PROTECCIÓN PARA LA LIBRE  
COMPETENCIA ECONÓMICA (PLCE)**

**Código:** M-PLC-001

**Fecha de Vigencia:** 02/01/2023

**Versión:** 001

- Responder de manera oportuna y en términos legales a los requerimientos de la Superintendencia de Industria y Comercio. Tanto los requerimientos como la respetiva respuesta deberá informarse a la Presidencia y Junta Directiva de SMDC así como del estado de dicho proceso, hasta su culminación.
- Diseñar e implementar los procedimientos y formatos internos que se requieran para el correcto funcionamiento del programa de **PLCE**, los cuales deben estar en concordancia con el mapa de procesos de Suzuki Motor de Colombia S.A en el sistema de control documental "ISODOC", y conforme a su proceso de su certificación de calidad ISO 9001:2015.

#### **10.2.4 Auditoría interna**

- Auditar que los objetivos y políticas del programa de cumplimiento se implementen de manera adecuada y efectiva.
- Realizar una revisión periódica de los indicadores que integran el PLCE, con el objetivo de determinar su evolución y contribución a la toma de decisiones en materia de protección de la libre competencia por parte de la alta dirección de SMDC.
- Evaluar la efectividad y cumplimiento de los requisitos establecidos en el PLCE de SMDC. Estos resultados deben ser presentados en informe escrito, con periodicidad de por lo menos una vez al año al Oficial de Protección PLCE y a la Junta Directiva de SMDC.
- Auditar que los empleados con injerencia en el PLCE cumplan con sus funciones y aportes a la implementación exitosa del programa de PLCE.

#### **10.2.5 Áreas Transversales**

Los empleados de las áreas transversales del PLCE, estarán en permanente capacitación sobre temas relacionados a la libre competencia, así como en comunicación constante con el Oficial de PLCE para resolver inquietudes frente a actividades y procedimientos de sus áreas que pueda materializarse en una práctica restrictiva de la competencia.

Los responsables de las áreas transversales y el Comité Directivo de SMDC<sup>4</sup> deberán asistir a las reuniones trimestrales con el Oficial de PLCE para verificar la correcta implementación de este programa, realizar el monitoreo y seguimiento a los procedimientos establecidos y conocer las oportunidades de mejora que se requieran diseñar e implementar.

<sup>4</sup> Dicho comité está conformado por: el Presidente, Asistente Comercial de Presidencia, Asistente de Producción de Presidencia, Director Comercial, Director Administrativo, Director de Producción, Gerente de Planeación Corporativa y Gerente de Contabilidad.



**PROGRAMA DE PROTECCIÓN PARA LA LIBRE  
COMPETENCIA ECONÓMICA (PLCE)**

**Código:** M-PLC-001

**Fecha de Vigencia:** 02/01/2023

**Versión:** 001

Su participación es fundamental en la construcción y actualización de los instrumentos de control del PLCE por la facilidad de acceso a la información que tienen dichas áreas y la cercanía día a día con las situaciones que pueden generar algún riesgo de una conducta contra la libre competencia.

- **Gerencia de Almacenes y Gerencia Comercial:**

Como se mencionó desde la introducción del PLCE estas dos dependencias revisten la mayor importancia para el programa por ser las responsables de dirigir las áreas que constituyen el escenario natural de competencia intramarca y, por lo tanto, las convierte en ejecutoras de las políticas consignadas en el presente manual. El interés de SMDC consiste en que se sigan cumpliendo y mejorando continuamente las buenas prácticas comerciales para materializar las condiciones competitivas entre los almacenes directos y la red de concesionarios.

Para el cumplimiento de sus labores, estas áreas deberán estar en permanente contacto con el área jurídica y con el oficial de protección a la libre competencia económica PLCE con el fin de evaluar las políticas y estrategias comerciales y publicitarias que se implementen con ambos canales de distribución y comercialización debido a la dinámica propia de esta integración vertical y su sensibilidad al riesgo de incurrir en prácticas contrarias a la libre competencia por desconocimiento de la norma.

- **Dirección Administrativa**

A través de la dependencia Dirección Administrativa y su área logística se realizan los despachos de productos de SMDC, tanto a los concesionarios como a los almacenes directos, por esta razón esta dependencia continuará fortaleciendo su política de logística de envíos en la que tendrá en cuenta entre otros los siguientes criterios: antigüedad de pedidos, eficiencias que beneficien al consumidor, y estado de la cartera del miembro de la red de distribución.

- **Área Cumplimiento**

Esta dependencia debe apoyar en todo momento la labor del oficial PLCE poniendo a disposición su experiencia, recursos tecnológicos, logísticos y humanos que faciliten el cumplimiento de sus funciones. Los empleados del área de cumplimiento deberán estar en condiciones de reemplazar al oficial de protección a la libre competencia económica durante sus ausencias temporales, por lo que es su obligación conocer todas las políticas y procedimientos del PLCE. En el mismo sentido deberán participar en la actualización de los instrumentos de gestión del riesgo implementados en el programa y cumplir con los procesos de debida diligencia con el fin de identificar riesgos de contagio por parte de terceros que tengan o pretendan tener relaciones comerciales o contractuales con SMDC y que tengan antecedentes de prácticas restrictivas de la competencia determinadas por la Superintendencia de Industria y Comercio o cualquier otra autoridad competente.



### 10.2.6 Todos los empleados

Todos los empleados de SMDC actuarán con base en los principios de este manual, los cuales deben ser observados en concordancia con el Programa de Transparencia y Ética Empresarial PTEE, para lograr siempre los más altos estándares éticos y de integridad que caracterizan a **SMDC** y en armonía con su filosofía **KAIZEN** de cambio y mejora continua. Todos los empleados de SMDC tienen la obligación de denunciar actos o situaciones que atenten contra la libre competencia de los que tengan conocimiento, cometidos por otros empleados o terceros de la empresa. Para ello harán uso de los canales de denuncia establecidos en el PLCE.

Como manifestación del compromiso de los colaboradores de SMDC con el PLCE, se han suscrito compromisos para su cumplimiento a manera de ejemplos ver (Anexo 13).

## 11. VIGENCIA

El presente manual entra a regir a partir del día **2 de enero de 2023**, tal como se aprobó mediante reunión de Junta Directiva de Suzuki Motor de Colombia S.A.

Las modificaciones, eliminaciones o adiciones entrarán a regir a partir de un (1) día calendario después de su publicación.

El Programa de Protección de la Libre Competencia Económica PLCE deberá actualizarse por lo menos una (1) vez cada dos (2) años.

## 12. ANEXOS

- (Anexo 1) Objetivos PLCE L-PLC-001
- (Anexo 2) Indicadores PLCE L-PLC-002
- (Anexo 3) Datos Contexto Externo
- (Anexo 4) Datos Contexto Interno
- (Anexo 5) Matriz de Riesgos y Controles PLCE L-PCL-003
- (Anexo 6) Código de Conducta de SMDC CC-GHU-001
- (Anexo 7) Matriz seguimiento a controles y planes de contingencia PLCE
- (Anexo 8) Matriz de comunicación interna y externa del PLCE L-PLC-005
- (Anexo 9) Procedimiento de Contratación Privada PLCE P-PLC-002
- (Anexo 10) Procedimiento Contratación Estatal PLCE P-PLC-001
- (Anexo 11) Instructivo para la solicitud de expedición certificaciones I-DIR-003



**PROGRAMA DE PROTECCIÓN PARA LA LIBRE  
COMPETENCIA ECONÓMICA (PLCE)**

**Código:** M-PLC-001

**Fecha de Vigencia:** 02/01/2023

**Versión:** 001

- (Anexo 12) Reglamento Interno de Trabajo, hace parte integral de este manual de PLCE R-GHU-001
- (Anexo 13) Inclusión de compromiso de cumplimiento al PLCE dentro del manual de funciones para los cargos de las áreas transversales al PLCE.
- (Anexo 14) Perfil y estudios- de los cargos transversales al PLCE.