

CÓDIGO DE CONDUCTA

SECCIÓN I. INTRODUCCIÓN

CARTA DE BIENVENIDA DEL DIRECTOR GENERAL

Estimados Colegas:

Gracias al esfuerzo y la dedicación de todos ustedes, Univision ha obtenido grandes éxitos a través de los años y se ha convertido en la principal empresa de entretenimiento en español en Estados Unidos. Para mantener esa postura, debemos buscar constantemente nuevas formas de lograr nuestros objetivos comerciales. Al mismo tiempo, a efecto de mantener nuestra valiosa reputación, debemos siempre obrar bajo los más altos estándares éticos y cumplir diligentemente con todos los requisitos legales y regulatorios.

Es fundamental que cada uno de nosotros nos comportemos de conformidad con el Código de Conducta, Estándares Éticos y Prácticas de Negocios de la Empresa (el “Código”). Dicho Código abarca los principios básicos que todos debemos observar en la realización de nuestras labores y enfatiza la importancia que le damos en nuestra empresa a la integridad, a las prácticas comerciales leales y a la conducta ética. Actuando con sensatez y siempre observando los estándares de la Empresa en nuestras relaciones comerciales, continuaremos reforzando un ambiente laboral propicio para el éxito de Univision y de cada uno de nosotros en lo individual.

Univision está comprometida con una cultura que fomenta la prevención, detección y resolución de circunstancias de conducta dentro de la Empresa que no estén en conformidad con el Código o con las leyes y reglamentos estatales y federales. En caso de tener cualquier pregunta relacionada con el Código, usted deberá consultar inmediatamente con su supervisor, otro miembro de la administración, el Departamento Legal o el Funcionario de Cumplimiento Corporativo. También se puede obtener acceso a la Línea de Comunicación de Empleados (descrita en el Artículo 3.02 del Código) 24 horas al día de manera confidencial o anónima. Personalmente les garantizo que no habrá represalia alguna si, de buena fe, se plantean interrogantes o inquietudes sobre el Código o si reportan conductas que posiblemente sean indebidas.

Tenemos una rica herencia de ideales. Estamos comprometidos en asegurar que nuestras acciones reflejen en todo momento dichos ideales.

Atentamente,

Joe Uva

Director General

SECCIÓN II. CÓDIGO DE CONDUCTA, ESTANDARES ÉTICOS Y PRÁCTICAS DE NEGOCIOS

Esta sección establece el Código de Conducta, Estándares Éticos y Prácticas de Negocios (“Código”) que expone las políticas y prácticas de negocios que aplican en toda Univision Communications Inc., incluyendo todas las divisiones y subsidiarias (“la Empresa”). Todo miembro de la Junta Directiva, ejecutivo y empleado debe observar el más alto nivel de honestidad e integridad en el desempeño de sus responsabilidades en nombre de la Empresa. Obviamente, el Código no puede cubrir todas las situaciones posibles y por lo tanto, la mejor política es la sensatez combinada con un alto sentido de integridad personal. En caso de que surjan situaciones “dudosas”, usted deberá consultar con su supervisor, cualquier miembro de la gerencia, el Departamento Legal o el Funcionario de Cumplimiento Corporativo para obtener orientación. Todo miembro de la Junta Directiva, ejecutivo y empleado debe actuar en conformidad con este Código y con las leyes aplicables de los Estados Unidos y otras jurisdicciones en las cuales opera la Empresa. El Código no abarca todo problema que pueda surgir, pero sí define los principios básicos.

Si alguna ley está en contradicción con alguna política de este Código, usted debe observar dicha ley. Si tiene alguna pregunta acerca de la aplicación de este Código a alguna situación específica, debe preguntar a su supervisor cómo manejar la situación o seguir los procedimientos establecidos en el Artículo 2.06.

Aquellos que infrinjan las normas de este Código estarán sujetos a medidas disciplinarias. Si se encuentra en una situación que usted crea puede estar en violación o podría conducir a violación de este Código, guíese por las directrices que describe el Artículo 2.06.

2.01 ASUNTOS DE PROCEDIMIENTO; NOTIFICAR

- A. Responsabilidad.** La Junta Directiva responsabiliza a la gerencia ejecutiva de asegurarse de que, sin excepciones, este Código rija todas las actividades comerciales de la Empresa.
- B. Conducta Fuera del Código.** Toda conducta ajena a la que especifica este Código se considera fuera del trabajo del empleado. Cualquier acción ilegal o sin ética, o la apariencia de mala conducta o falta de decoro por parte de cualquiera que actúe en nombre de la Empresa es inaceptable.
- C. Notificar Infracciones.** La Empresa está comprometida con una cultura que fomenta la prevención, detección y resolución de circunstancias de conducta dentro de la Empresa que no estén en conformidad con las políticas de la Empresa y con las leyes y reglamentos pertinentes. Por consiguiente, los invitamos a notificar a la gerencia ejecutiva acerca de infracciones a este Código mediante las vías normales de rendición de informes o siguiendo los procedimientos establecidos en este Código. Cualquier comunicación de buena

fe sobre infracciones o violaciones al Código será mantenida confidencialmente en todo lo posible. No habrá represalias por reportar infracciones sobre la conducta de otros.

- D. Administración.** Este Código será administrado por el Funcionario de Cumplimiento Corporativo o su designado y por el Departamento Legal de la Empresa y estará bajo la supervisión del Comité de Auditoría de la Junta Directiva de la Empresa.
- E. Funcionario de Normas Corporativas.** La Empresa ha nombrado a John Paul Aceves como el Ejecutivo Encargado del Cumplimiento de Normas Corporativas. El Ejecutivo (o “Funcionario”) junto con sus designados realizarán consultas, a nivel confidencial, sobre temas particulares y asuntos de política empresarial comprendidos en este Código. En la medida de lo posible el Ejecutivo Encargado del Cumplimiento de Normas Corporativas mantendrá la confidencialidad de cualquier empleado que, de buena fe, reporte alguna sospecha de infracción. El Ejecutivo le reportará directamente al Comité de Auditoría de forma regular. Por favor revisen el Artículo 3.01 para obtener detalles sobre el Ejecutivo Encargado del Cumplimiento de Normas Corporativas.
- F. Línea de Comunicación.** Adicionalmente, la Empresa ha instalado una Línea de Comunicación a la cual se puede obtener acceso 24 horas al día. Toda comunicación realizada a través de la Línea de Comunicación es confidencial y puede ser realizada de forma anónima. Por favor revisar el Artículo 3.02 para mayor información sobre la Línea de Comunicación y el Artículo 2.06 para obtener detalles sobre Procedimientos de Cumplimiento de Normas Corporativas.
- G. Comité de Auditoría.** Cualquiera que tenga alguna inquietud sobre la contabilidad, los controles internos contables o asuntos de auditoría también podrá comunicar dicha inquietud directamente al Funcionario de Cumplimiento Corporativo o a través de la Línea de Comunicación. Tal inquietud será remitida a nuestro Comité de Auditoría que está compuesto en su totalidad por miembros de la Junta Directiva que son independientes, es decir, no son parte de la gerencia de la Empresa. Toda comunicación de esta índole es confidencial y puede hacerse de manera anónima. Por favor revisar los Artículos 3.01 y 3.02 para obtener detalles sobre el Ejecutivo Encargado del Control de Normas y la Línea de Comunicación.
- H. Certificación.** Todo el personal, los miembros de la Junta Directiva, los ejecutivos y los empleados de la Empresa estarán obligados a declarar anualmente su entendimiento y cumplimiento de los requisitos de este Código. La certificación requiere firmar un Certificado de Cumplimiento de Normas Corporativas que será suministrado por el Departamento de Recursos Humanos.

No cumplir con este requisito se considerará como haberse rehusado a cumplir con este Código y podrá resultar en medidas disciplinarias.

- I. **Sanciones.** Los Empleados que no cumplan con las disposiciones de este Código o que no cooperen con cualquier investigación estarán sujetos a medidas disciplinarias. Adicionalmente, cualquier supervisor, gerente o ejecutivo que dirija, apruebe o exculpe infracciones o que tenga conocimiento de éstas y no tome medidas inmediatas notificándolas o corrigiéndolas conforme a este Código, estará sujeto a medidas disciplinarias. Las medidas disciplinarias podrán incluir, entre otras, traslado, descenso, suspensión o, llegado el caso, destitución. Tal persona podrá asimismo estar sujeta a proceso legal para resarcir montos u otras pérdidas que pudiera haber incurrido la Empresa como resultado de tales infracciones. Cualquier acción que esté en violación de este Código podría también conducir a proceso legal del individuo bajo las leyes penales correspondientes.

- J. **Asuntos Comprendidos en la Ley Sarbanes-Oxley.** A pesar de que las acciones de la Empresa no cotizan en bolsa de valores, la misma presentará reportes periódicos con la Comisión del Mercado de Valores (Securities and Exchange Commission - “SEC”) mientras ello sea necesario conforme a ciertos instrumentos que amparan deuda de la compañía. Por lo tanto, este Código tiene como propósito cumplir con los requisitos del Artículo 406 de la Ley Sarbanes-Oxley promulgada en 2002, las reglas adoptadas por la SEC con el fin de poner en práctica el Artículo 406 de dicha Ley.

2.02 ASUNTOS DE CUMPLIMIENTO LEGAL

Cumplir con el texto y la intención de la ley es el cimiento sobre el cual esta Empresa ha construido sus estándares éticos. Procuramos superar a nuestra competencia de manera justa y honesta y adquirir ventajas competitivas mediante un desempeño superior, mas nunca mediante prácticas comerciales sin ética o ilegales. Los miembros de la Junta Directiva, los ejecutivos y los empleados de la Empresa deben respetar y obedecer todas las leyes procedentes en los territorios en donde conducimos nuestras operaciones comerciales. De lo contrario, la Empresa y su reputación podrían resultar adversamente comprometidas. Está prohibido usar fondos, servicios o activos de la Empresa con cualquier fin ilícito o indebido.

Este Código no resume todas las leyes y reglamentos pertinentes a la Empresa y a sus empleados, ejecutivos y miembros de la Junta Directiva. Por favor consultar con el Departamento Legal de la Empresa y revisar las diferentes directrices que la Empresa ha preparado sobre leyes y reglamentos específicos.

Aunque no se espera que todos los empleados conozcan los detalles de estas leyes, es importante tener suficiente conocimiento para determinar cuándo buscar asesoría y consejo de los supervisores, gerentes u otro personal apropiado. La Empresa realiza

sesiones de información y capacitación para fomentar el cumplimiento de las leyes y reglamentos.

A. Uso de Información Bursátil Privilegiada. Debido a que quienes realizan corretaje de valores basado en “información bursátil privilegiada” tienen una ventaja injusta sobre otros inversionistas, tales actividades son consideradas ilícitas y podrían sujetar a quien las realiza y a la Empresa a gran perjuicio y riesgo. A pesar de que las acciones de la Empresa no cotizan en bolsa de valores, puede que tengas acceso a información privilegiada substancial de anunciantes, proveedores y vendedores de la Empresa. Si usted tiene acceso a información confidencial, usted no puede usar ni compartir esa información con el fin de realizar transacciones bursátiles o con ningún otro fin salvo el manejo de nuestro negocio. Tampoco podrá usted proporcionar a otros (incluyendo miembros de familia) información privilegiada substancial. Se presume que los miembros de su familia inmediata (incluyendo su cónyuge, hijos y cualquier otro domiciliado en su hogar) poseen su misma información y por eso no deberán realizar ninguna actividad que pudiera contravenir esta política empresarial.

Usted no podrá comprar ni vender acciones de cualquier otra empresa que cotice su capital en el mercado de valores con la cual la Empresa pudiera estar tramitando negociaciones importantes (como una adquisición) mientras que usted esté en posesión de información confidencial privilegiada substancial que podría afectar el precio de las acciones si dicha información fuera de conocimiento público. A continuación se enumeran algunos ejemplos de información que podrían encajar en esta categoría. Una vez que la información haya sido divulgada públicamente, usted debe seguir absteniéndose de negociar con esas acciones hasta que la información haya sido suficientemente diseminada al público y hasta que los inversionistas hayan tenido la oportunidad de evaluarla.

En general, se define “información privilegiada substancial” como cualquier información no divulgada al público que un inversionista prudente consideraría relevante para tomar decisiones sobre inversiones. A continuación se enumeran asuntos que, si aún no se han dado a conocer al público, podrían considerarse relevantes para tomar una decisión sobre inversiones: información sobre ventas, utilidades, pronósticos, cambios en la estructura del capital o en la política de dividendos; la adquisición o venta de estaciones u otros activos importantes; planes estratégicos; contratos de programación importantes o contratos importantes con talento televisivo o radial; la pérdida de algún proveedor importante; cambios de personal importante; litigación considerable, o la venta potencial de capital accionario o de instrumentos de deuda. Esta no es una exhaustiva ni completa.

A los miembros de la Junta Directiva, ejecutivos y a aquellos empleados quienes debido a la índole de su trabajo tengan más probabilidad de estar en

contacto con información privilegiada substancial, se les podrá requerir que firmen anualmente una declaración en la que reconocen el cumplimiento de la política de la Empresa que prohíbe negociar con información privilegiada.

La Empresa, al igual que cualquier miembro de la Junta Directiva, ejecutivo empleado que comparta información substancial que no haya sido diseminada públicamente, así como aquel que esté a cargo de supervisar a otro que comparta tal información, están sujetos a responsabilidad legal bajo las leyes federales que rigen las transacciones bursátiles. Las sanciones pueden variar desde devolución de ganancias y multas hasta una amplia gama de sanciones penales. Nótese que bajo la ley estas sanciones son aplicables, haya usted o no obtenido beneficio debido a las actividades de otros.

- B. Contribuciones Políticas; Sobornos a Funcionarios del Gobierno.** Las contribuciones políticas o pagos a funcionarios del gobierno están altamente reglamentadas y restringidas por la ley. Usted no deberá hacer ningún pago en nombre de la Empresa directa o indirectamente con el fin de ejercer influencia o de obtener intervención favorable por parte de alguna agencia gubernamental, de cualquiera que ejerza un cargo público o de un candidato a escaño público. Esta política empresarial no pretende restringir su libertad de apoyar a candidatos políticos y causas dentro del marco legal. Sin embargo, se debe obrar con precaución para evitar que sus acciones sean percibidas como un intento de ejercer influencia en las decisiones del gobierno sobre asuntos que podrían afectar a la Empresa. Cualquier contribución personal a candidatos, partidos y organizaciones no deberá ser presentada como una contribución de la Empresa.

La Ley de E.E.U.U. en Contra de la Corrupción Extranjera prohíbe regalar cosas de valor, directa o indirectamente, a funcionarios de gobiernos extranjeros o candidatos políticos extranjeros para obtener o celebrar contratos comerciales. Usted no deberá hacer pagos ilegales a funcionarios gubernamentales de ningún país.

CUALQUIER PERSONA QUE REALICE ACTIVIDADES COMERCIALES FUERA DE LOS ESTADOS UNIDOS O CON PERSONAS FÍSICAS O MORALES LOCALIZADAS FUERA DE LOS ESTADOS UNIDOS DEBERÁ CONTACTAR EL DEPARTAMENTO LEGAL PARA OBTENER UNA COPIA DE LOS LINEAMIENTOS DE LA EMPRESA SOBRE PRACTICAS DE CORRUPCIÓN EN EL EXTRANJERO.

- C. Soborno Comercial.** Queremos que nuestro éxito esté basado en nuestros propios méritos y no en haberle pagado ilícitamente favores a alguien. Usted no debe pedir, recibir ni aceptar, directa o indirectamente, ningún soborno, comisión clandestina u otros pagos o beneficios de ningún empleado o representante de cualquier vendedor, proveedor, arrendador, arrendatario o

competidor, actual o potencial, ni de otras personas o entidades en cualquier asunto relacionado con la Empresa.

D. Antimonopolio. El objetivo de la ley antimonopolio es proteger, promover y conservar la competencia libre, justa, honesta y vigorosa. Aunque las metas de la ley antimonopolio son claras, las leyes en sí son muy generales, complejas y a veces imprecisas.

Nuestra Política de Cumplimiento de la Ley Antimonopolio y las Directrices de Antimonopolio aquí comprendidas son una guía para su conducta diaria. Aún los empleados con más experiencia y de mayor ética precisan familiarizarse con este documento debido a que los riesgos de antimonopolio no siempre son obvios. El cumplimiento de nuestra Política Antimonopolio, las Directrices de Antimonopolio y las leyes de antimonopolio es parte fundamental del sistema de valores de Univision.

Debe usted tener en cuenta que estas Directrices Antimonopolio no pretenden esclarecer todas las preguntas o convertir a quien las lea en especialista en la ley antimonopolio. Más bien, las Directrices Antimonopolio están primordialmente diseñadas para ayudarlo a reconocer los tipos de conducta y problemas cubiertos por las leyes antimonopolio. Siempre que tenga preguntas sobre la posible aplicación de las leyes antimonopolio a cualquiera de sus actividades, usted debe consultar con el Departamento Legal. La importancia que tiene el cumplimiento de la ley antimonopolio se debe enfatizar hasta el cansancio. Una violación de la ley antimonopolio podría constituir un delito grave. Un individuo que haya sido convicto de violación de la ley antimonopolio podría enfrentar un tiempo extendido de cárcel o altas multas monetarias y Univision también podría ser enjuiciada por la conducta indebida de dicho individuo. Univision podría recibir multas de cantidades considerables de dinero lo cual podría tener un gran impacto en nuestro negocio. Las penalidades probablemente estarían desmesuradamente en desproporción con respecto a cualquier la beneficio o ventaja que hubiera tratado de obtener. Adicionalmente, la litigación de antimonopolio es onerosa, de alto costo monetario y de tiempo para todos los involucrados, aún si al final el resultado fuera favorable.

Nuestra Política de Cumplimiento de la Ley Antimonopolio está contenida en el Anexo A y debe ser leída en su totalidad. A continuación aparecen algunos ejemplos de lo que se puede y no se puede hacer:

1. NUNCA llegue a ningún acuerdo con un competidor con respecto a:
 - (a) fijar precios u otras condiciones de compra o venta;
 - (b) dividir un mercado asignando clientes o territorios;
 - (c) rehusarse a hacer negocios con terceros; o

- (d) limitar o reducir la producción.
- 2. NUNCA (salvo con la aprobación del Departamento Legal) intercambie información con la competencia respecto a precios u otras condiciones de venta o costos o márgenes de utilidad. SIEMPRE indique la fuente, ya sea pública o un cliente o clientes, de cualquier información que obtenga sobre precios competitivos.
- 3. NUNCA asista con un competidor a una reunión en la cual es probable que se discuta el tema de precios u otros asuntos delicados sobre la competencia. Si se ha comenzado a discutir de precios en una reunión con un competidor, salga inmediatamente de la reunión y hágalo de una manera notoria.
- 4. NUNCA participe ni permita que ningún empleado participe en actividades de asociación comercial sin observar cuidadosamente las reglas establecidas en las Directrices Antimonopolio contenidas en la Política Antimonopolio de la Empresa.
- 5. NUNCA le exija a un cliente que le compre a Univision como condición de que Univision a su vez le compre a dicho cliente, ni amenace al cliente de que, a menos que le compre a Univision, Univision no le comprará a dicho cliente.
- 6. NUNCA haga nada de lo que se indica a continuación sin previa asesoría legal:
 - (a) exigirle a un cliente que está comprando un producto o servicio, que compre otro producto o servicio (acuerdo de atadura); o
 - (b) prohibirle a un cliente que le compre a la competencia de Univision (acuerdo de exclusividad).
- 7. SIEMPRE informe al Departamento Legal cualquier sospecha de problemas de antimonopolio, incluyendo invitaciones u ofertas por parte de la competencia o los clientes a participar en actividades que podrían ser ilegales.

E. Medio Ambiente, Salud y Seguridad. La Empresa está comprometida con la protección ambiental, de salud y seguridad de sus empleados, clientes, vecinos y otros que podrían ser afectados por sus productos o actividades. Aunque este compromiso está basado en el cumplimiento de la ley, el mismo excede dicha base.

Las leyes de medio ambiente federales, estatales y locales regulan las emisiones de contaminantes en la atmósfera, el derrame de contaminantes en aguas superficiales y subterráneas y el manejo y desecho de basuras. La Empresa tiene políticas y procedimientos operativos para garantizar el cumplimiento de dichas leyes y reglamentos y de los permisos emitidos conforme a estas leyes. Otras leyes también protegen la salud, la seguridad y el medio ambiente.

Las leyes y reglamentos sobre este tema son complejos y una infracción de los mismos puede resultar en graves consecuencias penales y civiles tanto para la Empresa como para los individuos. Si se enfrenta a algún problema ambiental, de salud o de seguridad debe comunicarse con el Departamento de Manejo de Riesgo o el Departamento Legal de la Empresa.

2.03 CONDUCTA PROFESIONAL E INFORMACIÓN CONFIDENCIAL

Es requisito de Univision que usted se comporte de manera profesional y que mantenga en todo momento el más alto nivel de ética de negocios. Los asuntos de negocios de Univision y sus clientes son confidenciales y no deben ser tema de discusión con ninguna persona, incluso otros empleados, excepto en que pudiera ser necesario durante el curso normal de actividades comerciales de Univision o con autorización previa de su supervisor. En ningún momento deberá usted utilizar o revelar información (incluyendo cartas, notas y documentos internos de la Empresa) a ninguna persona, firma o entidad con el fin de promover sus propios intereses. Tampoco podrá usted obtener acceso a información confidencial de supervisores o de otros empleados de la Empresa.

Si usted revela información o documentos confidenciales, además del despido inmediato de su empleo, usted podrá estar sujeto a responsabilidad civil o penal, o ambas, según disposiciones de la ley. Lo más acertado es remitir toda inquietud o indagación sobre información confidencial a su supervisor. Si usted no está seguro si alguna información particular es de carácter confidencial, debe preguntarle a su supervisor.

- A. Solicitar/Solicitar o Aceptar Regalos.** Queremos que las empresas e individuos que hagan negocios con nuestra Empresa estén libres de toda presión de dar regalos, hacer favores o similares (“**Regalos**”) a aquellos individuos que toman las decisiones de hacer negocios con ellos. Se consideran Regalos, entre otros, mercancías, servicios, entretenimiento lujoso o inusual, viajes personales, uso de bienes o propiedades y otros artículos tangibles o intangibles. Está prohibido solicitar o aceptar Regalos de Clientes o Proveedores o de otras personas que en la actualidad hagan negocios, o en el futuro puedan hacer negocios, con la Empresa. Debe rehusarse a recibir Regalos no solicitados cuyo valor exceda \$100 haciendo alusión a este Código. Si el rechazar un Regalo pudiera perjudicar una relación de negocios, usted debe notificar al Departamento Legal y, a discreción exclusiva de la Empresa, se podría hacer una excepción. Bajo ninguna circunstancia usted debe aceptar obsequios de dinero en efectivo o títulos bursátiles.

- B. Entretimiento.** Está permitido aceptar entretenimiento **moderado o razonable** (ej: almuerzos o cenas de negocios) de acuerdo con las prácticas de negocios acostumbradas, pero bajo ninguna circunstancia deberá usted aceptar viajes personales o planes vacacionales o favores similares de nuestros clientes o proveedores. Asistir a eventos deportivos o artísticos o tener almuerzos o cenas de negocios es una práctica de negocios normal y aceptable, siempre y cuando esté dentro de límites razonables.
- C. Selección de Proveedores.** En la medida de lo posible, los proveedores serán seleccionados mediante un procedimiento justo y abierto con base en calidad, necesidad, desempeño y costo. Todas las compras a los proveedores se realizarán de conformidad con las políticas de compra de la Empresa.
- D. Conducta Fuera de la Empresa** Se espera que usted se adhiera a principios éticos aceptables en lo a que a la conducta personal se refiere y que demuestre un alto nivel de integridad personal en todo momento. Cuando usted no se encuentre en su lugar de trabajo o no esté obrando en representación de la Empresa no debe obrar de una manera que pueda perjudicar la imagen de la Empresa o que refleje negativamente las prácticas de negocios de la Empresa,.

2.04 CONFLICTOS DE INTERÉS

Existe un “conflicto de interés” cuando sus intereses privados interfieren o se oponen a los intereses de la Empresa. Puede surgir una situación de conflicto si usted toma medidas o tiene intereses que dificulten el desempeño de su trabajo para la Empresa objetiva y eficazmente. Pueden también surgir situaciones de conflicto de interés si usted o su familia reciben beneficios personales indebidos como resultado de su cargo en la Empresa. “Miembros de su familia” incluyen su cónyuge, padres, hijos, hermanos, abuelos, madrastra, padrastro, hermanastras, hermanastros, hijastros, tíos, tías, sobrinos, sobrinas, primos, varias categorías de parientes políticos o cualquier otra persona con la cual usted pueda tener una estrecha y significativa relación personal según lo determine Univision.

La mejor manera de prevenir conflictos de interés es la sensatez y el buen juicio. Sin embargo, si usted tiene actividades o negocios personales que pudieran causar conflicto entre intereses personales y de la Empresa (o aún la sola apariencia de tal conflicto), usted deberá revelar información sobre dicho conflicto potencial con antelación y por escrito al Departamento de Recursos Humanos y al Departamento Legal.

Los conflictos de intereses están prohibidos salvo en casos que estén bajo directrices aprobadas por la Junta Directiva o su Comité de Auditoría. Las actividades o posiciones previamente aprobados por el Comité de Auditoría de la Empresa no serán consideradas como conflictos de interés bajo este Código.

Los conflictos de interés no siempre son obvios y por consiguiente, si tiene alguna duda al respecto, debe consultar con niveles más altos de la gerencia o con el Departamento Legal de la Empresa. A continuación se delinean áreas en las que pueden surgir conflictos. Estos ejemplos no constituyen una lista exhaustiva de todos los posibles conflictos de interés.

En caso de violación de la ley de conflicto de interés, un miembro de la Junta Directiva, ejecutivo o empleado, bajo la ley estatal procedente, podría no tener derecho a pagos de indemnización por parte de la Empresa. Adicionalmente, la cobertura de póliza de seguros a miembros de la Junta y a ejecutivos podría ser no aplicable debido a una excepción tradicional que existe con respecto a cualquier conducta relacionada con un conflicto de interés.

- A. **Trabajo para Terceros.** Se espera que los empleados dediquen todo su esfuerzo, energía y lealtad a Univision. Con esto en mente, la Empresa desincentiva el trabajo externo de los empleados o la prestación de servicios a entidades con ánimo de lucro. Casi siempre constituye un conflicto de interés el que usted trabaje para la competencia, un cliente o un proveedor. Si desea realizar dichas actividades, debe obtener aprobación de su supervisor. La Empresa, a discreción exclusiva, puede negar la solicitud de un empleado. Dado que estas decisiones se realizan en cada caso por separado, las decisiones tomadas en casos similares pueden ser diferentes. No se pretende con esta restricción impedir que los empleados hagan voluntariado en actividades de caridad y otras actividades comunitarias sin ánimo de lucro. De hecho, la Empresa anima a los empleados que desean servir como voluntarios en tales entidades, siempre y cuando estas actividades no interfieran con las responsabilidades y deberes del empleado. Debido a que el trabajo como funcionario de entidades gubernamentales o semi-gubernamentales podría resultar en conflicto de interés o posible conflicto de interés, usted debe obtener aprobación de su gerente de departamento antes de aceptar un nombramiento o antes de postularse para tal cargo.
- B. **Hacer que la Empresa Haga Negocios Donde Usted o un Miembro de su Familia Puedan de Obtener Ganancias.** Usted no debe hacer que la Empresa haga negocios con ninguna firma o entidad en la cual usted o un miembro de su familia, directa o indirectamente, tengan la posibilidad de obtener ganancias personales. Por ejemplo, existe un potencial conflicto de interés si un cliente o proveedor que vende productos o servicios a la Empresa también le vende a usted o a otro negocio en el cual usted tiene un interés accionario a precios más bajos de lo que normalmente ofrece al público.
- C. **Inversiones; Negocio de Familia.** Usted no debe invertir en ningún título bursátil (acciones, bonos, opciones, ventas al descubierto, etc.) o prestar dinero o de otro modo invertir en un cliente o proveedor, su casa matriz o

cualquiera de sus subsidiarias, a menos que la cantidad global de la inversión no exceda el uno por ciento (1%) de la deuda o del capital accionario del cliente o proveedor. *Usted debe notificar rápidamente por escrito al Departamento Legal de la Empresa cualquier inversión en clientes o proveedores que exceda el límite anteriormente mencionado.* El Departamento Legal de la Empresa decidirá el curso de acción apropiado, incluyendo la posible enajenación de tales inversiones. Para efectos de este párrafo, los términos “invertir” o “inversión” incluyen cualquier inversión que sea propiedad personal de o que sea para usufructo de miembros de su familia, sus designados u otras personas, en donde el resultado final sea que usted derive un beneficio de tal inversión.

No existe tal conflicto de interés si (i) la firma es una sociedad anónima cuyos títulos bursátiles están registrados en una bolsa nacional de valores, cotizan en NASDAQ o transan habitualmente por lo menos una vez a la semana en un mercado de acciones no cotizadas en la bolsa, y cuando el interés del empleado en la firma no excede \$50,000 o 20% del valor de la inversión total del empleado en empresas, el monto que fuese mayor, o si (ii) la posesión del interés es mediante un fondo mutuo de amplia tenencia.

Transacciones potenciales con negocios de familia u otros negocios en los que usted participa como dueño, socio, miembro de la junta directiva, ejecutivo, empleado, asesor o accionista y que *puedan* crear conflicto de interés y/o *puedan* interferir con sus deberes con la Empresa deben ser reveladas por escrito al Departamento Legal de la Empresa para su aprobación. La apariencia de favoritismo, el potencial de conflicto de interés y la probabilidad de alejar en el futuro a otros proveedores de servicios/productos serán cuidadosamente considerados por el Departamento Legal de la Empresa antes de decidir la aprobación de una transacción.

- D. Oportunidad Corporativa.** Se prohíbe a empleados, ejecutivos y miembros de la Junta Directiva (a) adueñarse personalmente de oportunidades que pertenecen a la Empresa o que hayan sido descubiertas mediante el uso de bienes, información o cargos corporativos; (b) utilizar bienes, información o cargos corporativos para beneficio personal; y (c) competir con la Empresa. Los empleados, ejecutivos y miembros de la Junta Directiva tienen el deber de fomentar los intereses legítimos de la Empresa cuando se presente la oportunidad.
- E. Prácticas Justas y Leales.** Todo empleado, ejecutivo y miembro de la Junta Directiva debe procurar mantener prácticas comerciales justas y leales con los clientes, proveedores, competidores y empleados de la Empresa. Nadie debe aprovecharse de ninguna otra persona manipulando, ocultando o abusando de información privilegiada, tergiversando hechos substanciales, o cualquier otra práctica desleal.

2.05 ASUNTOS FINANCIEROS; HONESTIDAD

No obstante que ya no somos una empresa de propiedad pública, tenemos deuda que requiere que presentemos informes ante la SEC. Los acreditantes confían en la calidad e integridad de nuestros reportes financieros y comunicados de prensa. Por consiguiente, es imperativo que la Empresa mantenga la más alta precisión en sus libros y contabilidad y que reporte sus resultados financieros y su estado financiero con precisión. Se espera que usted haga todo lo que esté a su alcance para garantizar que la información financiera y no financiera de la Empresa sea mantenida y reportada de forma precisa y adecuada.

- A. Libros y Documentación de Contabilidad.** Todos los activos, pasivos, gastos y transacciones deben ser asentados en los libros de contabilidad ordinarios de la Empresa en conformidad con los controles internos y las políticas contables de la Empresa. Por ningún motivo se deberán establecer ni mantener fondos ni activos encubiertos o no registrados. La documentación referente a toda transacción comercial importante debe describir con precisión la información esencial.
- B. Conservar y Destruir Documentación de Contabilidad.** Se debe conservar o destruir documentación de contabilidad según lo establezcan las políticas empresariales de conservación de archivos y documentación. En conformidad con dichas políticas empresariales, consulte con el Departamento Legal de la Empresa en caso de litigación o investigación por parte del gobierno.
- C. Estados Financieros.** Tanto la política empresarial como la ley prohíben estrictamente falsificar datos, a sabiendas, en la preparación de estados financieros, información financiera u otra documentación corporativa. En ese sentido usted no debe:
- Hacer, permitir ni dirigir a otra persona a que asiente partidas esencialmente falsas o fraudulentas en los estados financieros o en los libros o documentación de la Empresa;
 - Dejar de corregir algún estado financiero o libro contable de la Empresa que sea esencialmente falso o fraudulento cuando usted esté autorizado para realizar tales correcciones; o
 - Firmar, permitir ni dirigir a otro a que firme un documento que contenga información material esencialmente falsa o fraudulenta o que omita información material que sería necesaria, a la luz de las circunstancias presentes, para prevenir que el documento resulte fraudulento.
- D. Informes Periódicos y Otros Documentos de Divulgación.** La Empresa se compromete a divulgar información de manera completa, justa, exacta, comprensible y a tiempo en reportes periódicos requeridos en función de algunos de nuestros instrumentos de deuda que son registrados con el SEC

(“**Reportes Periódicos**”) y en todos los demás documentos de divulgación presentados, registrados con o entregados al SEC o de cualquier otra forma a los principales tenedores de pagarés de la Empresa (“**Documentos de Divulgación**”). Si usted participa en la preparación, revisión, registro o distribución de los Reportes Periódicos o los Documentos de Divulgación de la Empresa, o en la compilación y envío de datos financieros y no financieros para ser incluidos en tales reportes o documentos, usted debe:

- Entregar e informar rápidamente a la gerencia toda la información substancial relacionada con la Empresa, especialmente durante períodos en los cuales se estén preparando tales reportes y documentos.
- Revisar con cuidado los estados financieros y otros datos financieros (incluyendo, tal como corresponda, notas de pie de página, datos financieros selectos y discusión y análisis de la gerencia sobre el estado y resultados financieros de las operaciones) que sean parte de un borrador (draft) de cualquier Reporte Periódico o Documento de Divulgación que le hayan mandado para su revisión.
- Si usted cree que los estados financieros y/u otros datos financieros incluidos en tal reporte o documento no reflejan con objetividad todos los aspectos substanciales del estado financiero, los resultados de las operaciones y los flujos de caja de la Empresa durante los períodos que se estén presentando, usted deberá rápidamente notificar a la gerencia apropiada o deberá seguir las alternativas de rendición de informes bajo el artículo 2.06 sobre cualquier inquietud o deficiencia significativa en la divulgación de datos financieros y no financieros incluidos en un borrador (draft) de cualquier Reporte Periódico o Documento de Divulgación.
- Notificar rápidamente a la gerencia apropiada o seguir las alternativas de rendición de informes bajo el Artículo 2.06 si se enterara de (a) cualquier deficiencia significativa en el diseño u operación de los controles internos de la Empresa que podrían tener un efecto adverso en la capacidad de la Empresa para contabilizar, procesar, resumir y reportar datos e información financiera y (b) cualquier fraude, sea o no substancial, que involucre a la gerencia u otros empleados de la Empresa que tengan un papel importante en presentación de reportes financieros o controles internos de la Empresa.

E. Trato con Auditores Externos y con Personal de Auditoría Interna.
Nuestro personal que se comunica con auditores externos y personal de auditoría interna tiene el deber de observar las directrices que se definen a continuación.

- Usted deberá comportarse de manera franca y directa en su trato con los auditores externos y el personal de auditoría interna y no deberá tergiversar datos a sabiendas ni dejar de divulgar hechos substanciales.
- Usted no deberá adoptar medidas, ni dirigir a otra persona a que tome medidas para coaccionar, manipular, engañar o influir de manera fraudulenta a ningún auditor que esté realizando una auditoría de los estados financieros de la Empresa con el propósito de convertirlos en estados financieros esencialmente fraudulentos.
- Usted no deberá hacer o causar que se haga una declaración esencialmente falsa a algún contador o auditor con respecto a (a) cualquier auditoría, revisión o investigación de los estados financieros de la Empresa o (b) la preparación o registro de cualquier documento o reporte a ser presentado ante la SEC.
- Usted no deberá omitir o hacer que otra persona omita cualquier hecho substancial necesario para hacer que las declaraciones dadas, en conexión con la circunstancia en la que se dieron tales declaraciones, no sean tergiversadas para engañar a un contador sobre (a) cualquier auditoría, revisión o evaluación de los estados financieros de la Empresa o (b) la preparación o registro de cualquier documento o reporte que se requiera presentar al SEC.

2.06 MEDIDAS DE CUMPLIMIENTO

A. Nuestras Políticas Empresariales. La Empresa está comprometida con una cultura que fomenta la prevención, detección y resolución de situaciones de conducta dentro de la Empresa que no estén en conformidad con nuestras políticas empresariales o con las leyes y reglamentos estatales y federales. Todo miembro de la Junta Directiva, ejecutivo y empleado tiene la responsabilidad, como se ha definido anteriormente, de notificar cualquier caso de conducta indebida a:

- a su supervisor inmediato;
- a cualquier miembro de la gerencia;
- al Departamento Legal; o
- al Funcionario de Cumplimiento Corporativo como lo establece la Artículo 3.01;

Los empleados que de buena fe notifiquen sospechas de infracciones no estarán sujetos a represalias.

B. Responsabilidad de los Supervisores. Los supervisores que reciban reportes de empleados sobre inquietudes sobre los estados financieros o la presentación de informes financieros de la Empresa, el comportamiento de cualquier

miembro de la Junta Directiva o ejecutivo o alguna violación a este Código o a otras políticas empresariales, deberá inmediatamente notificar tal información al Funcionario de Cumplimiento Corporativo.

C. Qué Medidas Tomar. Debemos todos procurar que se tome acción inmediata y consistente en contra de violaciones de este Código. Sin embargo, en algunas situaciones es difícil distinguir entre el bien y el mal. Ya que no podemos prever toda situación que pueda surgir, es importante tener una manera de abordar nuevos problemas y dudas. Las siguientes son los pasos a tener en cuenta:

- ***Asegúrese de conocer todos los hechos.*** Debemos estar completamente informados para llegar a la soluciones acertadas.
- ***Pregúntese: ¿Qué se me pide hacer concretamente? ¿Parece ser una falta de ética o algo indebido?*** Esta pregunta lo ayudará a enfocarse en el problema específico que enfrenta y las opciones que tiene. Use su mejor criterio y sentido común; si algo parece ser una falta de ética o algo indebido, quizás lo es.
- ***Aclare su responsabilidad y su papel.*** En casi toda situación existe una responsabilidad compartida. ¿Sus colegas están informados? Podría ser útil involucrar a otros y debatir el problema.
- ***Discuta el problema con su supervisor.*** Está es la guía básica para toda situación. En muchos casos, su supervisor tendrá mayor conocimiento acerca de la pregunta y agradecerá que lo haya hecho participe del proceso de decisión. Recuerde que es la responsabilidad de su supervisor ayudar en la resolución de problemas. El supervisor responderá cualquier pregunta y/o remitirá la pregunta al personal adecuado dentro de la Empresa.
- ***Busque ayuda en los Recursos de la Empresa.*** En el caso inusual en que pudiera ser inapropiado discutir algún tema con su supervisor, donde usted no se sienta cómodo abordando el tema con su supervisor o si ya hubiera planteado el problema sin que haya sido manejado satisfactoriamente, hable con su supervisor a nivel local, su gerente de Recursos Humanos o con el Ejecutivo del Cumplimiento de Normas Corporativas o siga los procedimientos de la Línea de Comunicación que se detallan más adelante.
- ***Siempre pregunte antes de actuar.*** Si no está seguro de cómo proceder en cualquier situación, busque orientación antes de actuar.

Usted puede notificar violaciones a este Código confidencialmente y sin temor a represalias. Si su situación requiere que su identidad se mantenga en

secreto, su carácter anónimo será protegido hasta donde sea posible. La Empresa no permite represalias de ninguna índole en contra de empleados que reporten de buena fe violaciones a este Código.

D. Notificación Escrita, Telefónica, Electrónica o en Persona al Funcionario de Cumplimiento Corporativo. Cualquier sospecha de violaciones del Código o dudas acerca de la contabilidad, los controles internos contables o asuntos de auditoría también podrá ser notificada al Funcionario de Cumplimiento Corporativo por escrito (por correo o fax), por teléfono o por correo electrónico según está detallado en el Artículo 3.01). Toda información que se reciba por escrito, por teléfono, correo electrónico o en persona será manejada de la misma manera que las notificaciones hechas a través de la Línea de Comunicación. Para obtener por favor revise el Artículo 3.02.

E. Línea de Comunicación Se puede obtener acceso a la Línea de Comunicación 24 horas al día para notificar sospechas de violaciones al Código o dudas acerca de la contabilidad, los controles contables internos o asuntos de auditoría de la Empresa de forma confidencial o anónima. Revise el Artículo 3.02 para obtener información detallada sobre la Línea de Comunicación.

SECCION III. FUNCIONARIO DE CUMPLIMIENTO CORPORATIVO, LÍNEA DE COMUNICACIÓN Y MEDIDAS ANTIREPRESALIA

3.01 FUNCIONARIO DE CUMPLIMIENTO CORPORATIVO

- El Ejecutivo Encargado del Cumplimiento de Normas Corporativas es John Paul Aceves. Puede establecer contacto con él en persona, por correo o vía mensajero en la siguiente dirección: 5999 Center Drive, Los Angeles, California 90045. También puede comunicarse con él: (a) por teléfono al (310) 348-3674 durante horas hábiles y al (888) 273-2818 en caso de emergencia en horas no hábiles; (b) por fax al (310) 348-3679; o (c) por correo electrónico a jaceves@univision.net.
- Se puede hacer cualquier reporte directamente al Funcionario de Cumplimiento Corporativo en vez de otras opciones de notificación.
- Cualquier información que reciba directamente el Funcionario de Cumplimiento Corporativo será tratada de la misma manera en que se tratan los reportes realizados a través de la Línea de Comunicación.
- El Funcionario de Cumplimiento Corporativo tiene la responsabilidad de revisar todos los reportes recibidos. El Funcionario de Cumplimiento Corporativo y el personal asignado a esta dependencia de cumplimiento de normas mantendrán, en la medida de lo posible, la confidencialidad de la

identidad de cualquier empleado que de buena fe reporte sospechas de violaciones al Código o cualquier ley o inquietudes sobre la contabilidad, los controles contables internos o asuntos de auditoría de la Empresa.

3.02 LÍNEA DE COMUNICACIÓN

La Línea de Comunicación ha sido instalada para proporcionar un medio de comunicación 24 horas al día para que los empleados reporten **confidencialmente o de forma anónima** cualquier sospecha de violación al Código o cualquier ley o expresar inquietudes sobre la contabilidad, los controles contables internos o asuntos de auditoría de la Empresa. La Línea de Comunicación es mantenida por una empresa independiente y proporciona tres medios para comunicarse de forma confidencial o anónima con el Funcionario de Cumplimiento Corporativo: un mensaje de internet, correo electrónico o correo de voz. Los empleados pueden obtener acceso a la Línea de Comunicación seleccionando el ícono de “Intranet” que aparece en sus computadoras. También se puede obtener acceso a la Línea de Comunicación a través de <http://intranet.univision.net>. Para obtener acceso al correo de voz de la Línea de Comunicación se puede llamar gratis al (866)225-5924.

- Cualquier persona que reporte información a través de la Línea de Comunicación podrá elegir permanecer anónima. **Los mensajes de internet y los correos electrónicos son codificados y los mensajes de voz son electrónicamente alterados/disfrazados para asegurar su carácter anónimo.**
- Si un empleado elige identificarse y la situación requiere que la identidad del empleado sea mantenida confidencialmente, el carácter anónimo del empleado será protegido en la medida de lo posible. Puede haber ocasiones en que un empleado que proporcione información de forma anónima sea contactado más adelante sobre dicha información si él o ella trabaja en el departamento bajo evaluación. En la mayoría de los casos, esto sería coincidencia.
- El empleado deberá estar preparado a describir las violaciones/infracciones o las inquietudes de la forma más completa posible, incluyendo fechas, nombres y departamentos. El empleado también deberá dar nombres de otras personas que puedan proporcionar información adicional sobre la inquietud del empleado.
- El Funcionario de Cumplimiento Corporativo revisará toda la información recibida y trabajará con el Departamento Legal para decidir si se debe iniciar una investigación o si se debe referir el problema a otro departamento como el Departamento Legal, Recursos Humanos o Finanzas.

3.03 NO REPRESALIAS NI DESQUITES POR REPORTAR

Univision entiende que sus empleados podrían dejar de reportar sospechas si piensan que estarán sujetos a represalias, desquites o acosos por notificar sus inquietudes. Por consiguiente, no se permite a supervisores, gerentes o a empleados que tomen represalias, se desquiten o acosen de ninguna manera a aquellos empleados que de buena fe notifiquen sus inquietudes sobre la contabilidad, los controles contables internos o asuntos de auditoria de la Empresa o alguna sospecha de violación a este Código.

Cualquier gerente, supervisor o empleado que tome represalias, se desquite o acose (incluyendo despido, descenso, suspensión, amenaza, acoso o cualquier forma de discriminación en contra de un empleado que notifique violaciones de normas, habiendo el empleado actuado legalmente) estará sujeto a medidas disciplinarias, hasta e incluyendo destitución por la primera falta.

Todos los casos de represalia, desquite o acoso contra empleados que notifiquen violaciones de normas serán remitidos al Funcionario de Cumplimiento Corporativo quien junto con el Departamento de Recursos Humanos y el Departamento Legal investigará y determinará las medidas disciplinarias apropiadas si las hubiere.

Revelar de inmediato y de forma directa algún error por parte de un empleado – aunque el error constituya desempeño indebido o inadecuado – será considerado como una acción positiva y constructiva por parte del empleado. Pero si cualquier empleado reporta preocupación sobre sus propias acciones indebidas o inadecuadas, el notificar tales preocupaciones no exime al empleado de las consecuencias de dichas acciones.

Univision está comprometida con el mantenimiento del más alto nivel de integridad y estándares éticos. Se espera que los empleados expresen sus inquietudes sobre la contabilidad y la auditoria y reporten cualquier sospecha de violación al Código o a la ley, sin miedo a represalia.

ANEXO A

POLÍTICA DE UNIVISION SOBRE EL CUMPLIMIENTO DE LA LEY ANTIMONOPOLIO

La Política de Univision del Cumplimiento de la ley Antimonopolio (la “Política”) está dirigida a todos los niveles de responsabilidad dentro de la Empresa. Aquellas personas que están en contacto con la competencia durante eventos especiales como reuniones de asociaciones de la industria o gremio o quienes estén en contacto con la competencia, clientes y proveedores en el curso ordinario de las transacciones de negocios deben observar esta política con especial atención. Esto incluye empleados en casi todas las áreas de nuestro negocio, especialmente la gerencia, mercadeo, ventas, compras, promociones y relaciones gubernamentales.

1. Todos los empleados y personas que actúen en nombre de Univision deben personalmente cumplir con las leyes antimonopolio. Univision no justificará ninguna conducta que pudiera suscitar acusaciones de antimonopolio.
2. Los empleados en cargos gerenciales son personalmente responsables no sólo por su propia conducta sino también por la conducta de sus subordinados. Se espera que cada empleado de la gerencia: (a) informe a sus subordinados sobre la Política de Univision sobre el Cumplimiento de la Ley Antimonopolio; (b) se asegure de que los subordinados entiendan que tienen acceso a asesoría jurídica con respecto a nuestra Política y (c) ponga en marcha controles internos apropiados que reduzcan el riesgo de violaciones de la ley antimonopolio.
3. Ningún empleado de Univision tiene la autorización de dirigir, participar, aprobar o tolerar ninguna violación de la ley antimonopolio por parte de ninguna persona. Cualquier empleado que sea descubierto habiendo participado a sabiendas en una violación de la ley antimonopolio estará sujeto a medidas disciplinarias, hasta e incluyendo la destitución
4. Cualquier empleado que tenga preguntas sobre la aplicación de la ley antimonopolio a una conducta pasada, presente o futura debe consultar con el Departamento Legal. La identidad de empleados que lo hagan sin que ellos mismos estén implicados personalmente en dicha conducta dudosa será mantenida en estricta confidencialidad. El tratamiento de empleados que hayan estado involucrados en conductas dudosas será decidido caso por caso, según el grado de culpabilidad, pero el hecho de “auto-reportarse” siempre contará a favor del empleado. No habrá represalias por el hecho de reportar violaciones de las normas.
5. El Código de Univision requiere que todos los empleados estén familiarizados con nuestra Política de Cumplimiento de la Ley Antimonopolio y que observen todas las leyes antimonopolio aplicables. El ejecutivo de Univision a cargo de

supervisar el cumplimiento general de nuestros estándares y procedimientos es el Vicepresidente Ejecutivo y el Asesor Jurídico o su designado.

I. Directrices de Antimonopolio de Univision

Las Leyes

Las leyes antimonopolio se basan en la hipótesis fundamental de que el proceso competitivo incrementa la oferta y reduce el precio de bienes y servicios. Por lo tanto, estas leyes prohíben conductas que mitiguen la intensidad de la competencia. Las leyes antimonopolio también prohíben conducta exclusivista por parte de empresas predominantes que probablemente debilitaría la competencia.

El primer riesgo está ilustrado en el Artículo 1 de la Ley Sherman que prohíbe acuerdos o convenios entre dos o más personas o empresas que limiten injustamente la competencia de algún producto o servicio. Convenios entre competidores para fijar precios o distribución de mercados son los ejemplos más obvios de violaciones del Artículo 1 de la ley antimonopolio. Tales violaciones de la ley son muy graves y son normalmente encausadas agresivamente por el gobierno en lo penal. Ciertos acuerdos con proveedores y clientes pueden también estar en violación del Artículo 1. El segundo riesgo está ilustrado en el Artículo 2 de la Ley Sherman, el cual prohíbe cierta conducta individual por parte de un monopolista o alguien que intenta convertirse en monopolista. Bajo el Artículo 2 de la Ley Sherman es ilegal para cualquier persona monopolizar, intentar monopolizar o unirse o confabularse con otros para monopolizar cualquier sector del comercio o intercambio comercial. En general, este artículo prohíbe tener el poder de controlar precios o acceso al poder si este poder fue obtenido con la intención de monopolizar o si se usa para excluir a rivales. Ambos artículos de la Ley Sherman están expresados en términos generales y han sido definidos caso por caso en los tribunales durante años.

A pesar de que la Ley Sherman es de mayor importancia para personas que se dedican al mercadeo, es aplicable a todo el personal de Univision. Las personas responsables de las compras, relaciones laborales y otras actividades también necesitan estar informadas sobre la ley antimonopolio.

Otra ley antimonopolio, la Ley Clayton, prohíbe cierta conducta específica que suscita inquietudes de competencia pero aún no ha constituye una violación de la Ley Sherman. La Ley Clayton cubre temas como las fusiones y operaciones conjuntas (Artículo 7), el desempeño de una persona como miembro de la Junta Directiva o ejecutivo de empresas competidoras (Artículo 8), la fijación discriminatoria de precios y promociones en la venta de bienes (Artículo 2) y la conducta exclusivista (Artículo 3).

(A) Acuerdos entre Competidores

Acuerdos entre la competencia para fijar precios u ofertas, reducir competencia de precios mediante asignación de clientes o mercados, o excluir otros competidores del

mercado son las violaciones más graves de la ley antimonopolio. Estos acuerdos casi siempre se consideran ilegales en sí, lo cual significa que no se pueden justificar con argumentos de que los precios ofrecidos son equitativos o razonables o argumentando la necesidades del mercado.

(1) *Fijación de Precios*

No siempre es fácil reconocer lo que es y lo que no es fijación de precios. No toda conversación sobre precios entre competidores resulta en fijación de precios. Por ejemplo, si una empresa proporciona bienes y servicios a un competidor, obviamente se tiene que establecer un precio. Esto no es fijación de precios.

Por otro lado, sí es fijación de precios cuando dos competidores se ponen de acuerdo en los precios que cada uno cobrará a sus propios clientes individuales. También puede ser fijación de precios si dos competidores hablan acerca de rangos y políticas de precios generales debido a que estas discusiones podrían impactar las cotizaciones reales de precio.

En estas Directrices, se usa el término “precio” como expresión abreviada de una variedad de condiciones de venta. Condiciones de crédito, descuentos y garantías son todos elementos de precio y como regla general no deberán ser debatidos con competidores.

(2) *Asignación de Mercados*

Acuerdos entre competidores para asignar mercados o clientes también constituyen graves violaciones de la ley antimonopolio debido a que estos reducen o eliminan la competencia de precios. Es ilegal hacer un acuerdo entre dos competidores para que uno de ellos no venda en una zona específica o a un cliente específico a quien ambos prestan o podrían prestar servicio. Tal acuerdo podría reducir la competencia. Esta regla general en contra de asignación de mercados es más complicada en el campo de contratos de licencias de propiedad intelectual. Se necesita asesoría jurídica en tales situaciones.

(3) *Boicoteo de Grupo*

En general, la ley antimonopolio no interfiere con el derecho de una empresa de escoger individualmente a los clientes con los que hace negocios. El rehusarse colectivamente o en grupo por parte de empresas competidoras, a veces conocido como “boicoteo de grupo”, presenta serios problemas de antimonopolio. Es ilegal que una empresa acuerde con otra empresa que ninguna de las dos hará negocios con un proveedor o cliente específico, o que solamente comerciará con ciertos proveedores o clientes y sólo bajo ciertas condiciones.

Es raro que las empresas practiquen boicoteos intencionalmente, pero pueden invitar acusaciones de boicoteo involuntariamente cuando acuerdan establecer

ciertos estándares y se adhieren a ellos. Algunos competidores no podrán satisfacer estos estándares y por consiguiente estarán impedidos en comerciar con las empresas que acordaron tales estándares. Esto no significa que establecer estándares es ilegal; mas sí significa que es necesario consultar con el Departamento Legal para asegurarse de que los estándares se puedan justificar objetivamente y que han sido establecidos de manera aceptable.

(4) Instrucciones Específicas

(a) Comunicaciones entre Competidores en General

Ya que no siempre es fácil demarcar los límites entre lo que es una violación de la ley antimonopolio y lo que no lo es, estas instrucciones son más rigurosas de lo que la ley en sí pudiera exigir. Están diseñadas para minimizar el riesgo de que una discusión completamente legal, aunque fuera involuntaria, pudiera desviarse hacia un área peligrosa o que en el futuro parezca que se desvió a un área peligrosa.

Las conversaciones entre competidores pueden ser peligrosas. Sin embargo, algunas empresas son competidores en un contexto y proveedores o clientes en otro contexto. Las conversaciones legítimas con competidores que son necesarias para consumar una relación de buena fe de proveedor/cliente no deberán extenderse hacia otros tópicos. La esencia de la conversación es la parte significativa, no la forma en que se la caracteriza. No se puede evadir la ley antimonopolio al anunciar inicialmente que el propósito de la reunión es el de discutir contratos de abastecimiento cuando la esencia de la discusión son las estrategias comerciales y de precios. Por consiguiente, las discusiones de “políticas” sobre precios son particularmente peligrosas.

Es importante asimismo recordar que una corte podría dictaminar que se ha celebrado un “acuerdo” ilegal bajo la ley antimonopolio, aunque no exista un contrato por escrito ni “apretón de manos,” ni palabras que indiquen acuerdos. Hasta una conversación informal, seguida de acciones congruentes con la conversación, podría constituir una prueba o evidencia de un acuerdo ilegal.

De hecho, se podrían levantar acusaciones contra competidores de celebrar contratos ilegales aunque no existan comunicaciones directas en absoluto. Por ejemplo, si se anuncia un aumento de precios mucho antes de la fecha de vigencia, se podría argumentar que el anuncio era una “señal” para los competidores y que daba pie a un acuerdo para que tomaran medidas similares. Más aún sería ilegal hacer uso de un intermediario, como algún cliente en común, para transmitir información sobre intenciones de precios entre competidores. El intermediario también podría ser acusado de infracción en esta situación.

Para resumir:

1. LIMITE todas las conversaciones con competidores, ya sea en acuerdos de proveedores/clientes de buena fe o contactos con asociaciones comerciales, a tópicos para los cuales se convocó la reunión. Deberá haber una agenda y el diálogo deberá limitarse a los puntos de la agenda o programa. Si usted tiene cualquier pregunta sobre los tópicos a discutir y los tópicos a evitar, consulte con el Departamento Legal de antemano. Consulte también con el Departamento Legal si es beneficioso levantar actas escritas de la reunión y si debe estar presente el asesor jurídico.
- NO entable conversaciones con ningún competidor sobre los siguientes temas (a menos que se requieran negociaciones para consumir una relación comercial de buena fe de proveedor/cliente):
 - Precios o descuentos
 - Garantías
 - Condiciones de venta (incluyendo crédito)
 - Costos, cobertura de costos, márgenes y utilidades
 - Ofertas e intenciones de oferta
 - Territorios de ventas o clientes
 - Cualquier otro asunto sobre el cual sería indebido celebrar acuerdos bajo la Política Antimonopolio o Directrices Antimonopolio de Univision.
 - NO permanezca en ninguna reunión con competidores (incluyendo reuniones sociales informales) en donde se hable de alguno de los tópicos prohibidos. NO salga en silencio; haga que su partida sea notoria y haga un comentario al respecto para que los concurrentes lo recuerden y finalmente notifique rápidamente el incidente al Departamento Legal.
 - NO obtenga información sobre el negocio de algún competidor directamente de dicho competidor (a menos que sea necesario para consumir una relación de proveedor/cliente de buena fe o para prestar servicios conjuntamente a clientes). Puede obtener información sobre competidores de fuentes públicas o de clientes.
 - NO proporcione información comercial a ningún competidor (sujeto a la misma excepción anteriormente mencionada). Lógicamente, podrá proporcionarle a los clientes la información sobre precios, pero limite sus comunicaciones con los clientes a lo absolutamente necesario con el fin de evitar la apariencia de que los clientes están siendo usados como conductos de comunicación entre competidores.
 - NO anuncie acciones o decisiones sobre precios con demasiada antelación para “tantear el terreno” con el fin de averiguar la reacción del competidor; los anuncios anticipados son peligrosos a menos que se puedan justificar por la necesidad de informar a los clientes.

- NO solicite a los competidores que le envíen copias de sus listas de precios. Si usted recibe información de precios u otra información acerca de la competencia por parte de clientes u otros terceros, asegúrese de documentar la fuente de su información.
- USE su criterio independiente y en lo posible, evite toda apariencia de confabulación con competidores.
- TOME todas sus decisiones con respecto a precios independientemente de la competencia u otros ajenos a Univision, teniendo en cuenta los costos de la Empresa, las condiciones generales del mercado y los precios competitivos.

(b) Asociaciones Comerciales

Es importante tener especial cuidado durante reuniones de asociaciones comerciales. Estas reuniones o juntas, que por definición son reuniones de competidores, pueden ocasionar graves problemas de antimonopolio. Debido a que los representantes de la competencia asisten a estas reuniones con frecuencia, llegan a conocerse bien entre sí y existe el riesgo de que los contactos sociales normales puedan desviarse hacia otras zonas peligrosas. Más aún, por motivos ya explicados, el establecimiento de estándares por parte de estas asociaciones comerciales puede ocasionar problemas antimonopolio. Las reglas generales de lo que se puede y no se puede discutir también aplican a estas reuniones.

Para resumir:

- NO participe en ninguna reunión de asociaciones comerciales o profesionales que no tengan una agenda o programa determinado y explícito.
- NO participe en ninguna discusión de negocios, por informal que fuere, que no figure en la agenda o programa.
- INSISTA en que las actividades de las asociaciones comerciales que tengan potencial de ocasionar problemas antimonopolio obtengan la aprobación del Departamento Legal por anticipado y sean monitoreadas por un asesor jurídico de antimonopolio. Las actividades de fijación de estándares forman parte de esta categoría.
- DOCUMENTE las fuentes de cualquier información delicada que pueda haber obtenido sobre un competidor para evitar toda especulación de que dicha información se obtuvo de modo indebido.
- CONSULTE con el Departamento Legal cuando tenga cualquier duda o inquietud respecto a conversaciones que haya entablado en alguna asociación comercial u otro lugar.

(B) Acuerdos con Proveedores y Clientes

A diferencia de los llamados acuerdos “horizontales” con competidores, los llamados acuerdos “verticales” con proveedores y clientes (aparte de aquellos relacionados con precios mínimos de reventa) son usualmente legales a menos que se pueda demostrar algún efecto anticompetitivo. Más aún, estos acuerdos pueden ser justificados en base a que son razonables. Igualmente, es más probable que estén incorporados en contratos específicos a que sean inferidos de conversaciones, y por consiguiente, existe menor riesgo de que una conducta ambigua sea mal interpretada. Estos acuerdos pueden surgir en muchos campos de las actividades de Univision. Los siguientes tipos de acuerdos “verticales” son los más propensos a suscitar preguntas o dudas legales, por lo que es esencial consultarlos con el Departamento Legal.

(1) *Transacciones Exclusivas o contratos de necesidades del cliente*

Un contrato puede estipular que un proveedor abastecerá y/o que un cliente comprará todas, o un porcentaje establecido, de las necesidades de compra del cliente. Estos acuerdos podrían impedirles a los competidores del proveedor que participen en la actividad comercial objeto del contrato. La legalidad de estos arreglos depende de una variedad de factores. En general, un contrato a corto plazo, por ejemplo, de un año o menos, no suscita inquietudes antimonopolio. Contratos a más largo plazo pueden ocasionar problemas según la participación de mercado en cuestión y la justificación comercial.

(2) *Tratamiento preferencial*

Surgen preguntas o dudas legales cuando el mismo producto se vende a diferentes clientes a diferentes precios, o si se favorece a ciertos clientes en programas de promoción. Puede haber justificaciones comerciales legítimas, como descuentos de precios basados en volumen, pero se requiere asesoría legal ya que la ley en este campo es bastante técnica.

Es normalmente inexpugnable y seguro celebrar un contrato de “la nación más favorecida,” el cual garantiza que ningún otro cliente será tratado más favorablemente que el cliente firmante de dicho contrato. Por otro lado, puede surgir un problema si un contrato garantiza que el cliente firmante del contrato recibirá mejor tratamiento que todos los demás.

(3) *Convenio de Ataduras y Reciprocidad*

Puede presentarse un problema cuando una empresa trata de extender cualquier poder que posea en algunos segmentos de su negocio (los productos “de atadura”) hacia otros segmentos del negocio (los productos “atados”).

Sin embargo, no es ilegal la venta en paquete (package) o combinada de bienes y servicios a un precio especialmente favorable, siempre y cuando el cliente tenga una opción real de comprar los bienes y servicios individualmente por separado.

La reciprocidad es distinta de las ataduras ya que en tratos recíprocos el vendedor de un producto o servicio es el comprador del otro. Es difícil diferenciar entre reciprocidad ilegal y relaciones comerciales legales por lo cual se precisa asesoría legal.

(4) Restricciones de precios de reventa

A diferencia de otros contratos “verticales,” los acuerdos con clientes sobre los precios mínimos que ellos cobrarán a sus clientes son ilegales sin excepción. Por consiguiente, Univision no debe acordar con sus clientes los precios que ellos cobrarán a sus propios clientes.

(5) Instrucciones Específicas

La ley que cubre los acuerdos con proveedores y clientes es complicada, pero abogados con experiencia normalmente pueden estructurar acuerdos legales para objetivos comerciales legítimos.

Para resumir:

- CONSULTE con el Departamento Legal cualquier propuesta de contrato que presente algún problema mencionados en este apartado. El Departamento Legal puede dar instrucciones generales para individuos o grupos específicos sobre la negociación de transacciones exclusivas o contratos de necesidades del cliente, con el fin de evitar la necesidad de consultar en cada caso individual.
- NO COMPARTA información entre los departamentos de compras y ventas sobre negociaciones con algún proveedor/cliente específico, sin autorización explícita del Departamento Legal. El intercambio de información crediticia, por ejemplo, sí es permitido.

(C) Monopolización

La acusación de monopolización ilegal puede ser imputado en contra de empresas aunque tengan menos que un monopolio completo (un 70% de “participación del mercado” podría bastar) y las empresas pueden ser acusadas de intento de monopolización con una participación aún más pequeña. Ya que los tribunales de justicia a veces consideran zonas geográficas relativamente pequeñas o segmentos limitados de productos y servicios como “mercados” separados que pueden ser monopolizados, este campo de la ley antimonopolio es de especial cuidado para cualquier empresa importante. Más aún, los tribunales son muy críticos si las actividades en cuestión parecen haber sido originadas por el deseo de perjudicar a un competidor o a la competencia y no por el deseo de competir vigorosamente. La razón es que los a los tribunales probablemente les ofende la intención anticompetitiva y que el intento de perjudicar a un competidor específico puede

ser prueba de que la empresa tiene el poder de socavar la competencia. Es igualmente importante advertir que los delitos de monopolización no requieren un acuerdo con otra parte; la ley aplica a actos individuales.

Las demandas de monopolización pueden surgir principalmente en las siguientes áreas:

(1) *Rehusar a Negociar*

Surge esta situación cuando una empresa se rehúsa a establecer relaciones con otra parte. Normalmente, una empresa tiene la libertad de elegir sus propios clientes, pero puede haber imputación de antimonopolio si el cliente potencial no tiene otras opciones factibles. Si un cliente, proveedor u otra firma solicita establecer una relación comercial con Univision que parece beneficiar a Univision, se debe remitir el asunto al Departamento Legal antes de tomar ninguna decisión.

(2) *Terminación de Relaciones Comerciales*

Esta situación involucra la terminación de una relación continua ya establecida. Normalmente es de mayor riesgo terminar una relación comercial existente que rehusarse a establecer una relación desde el comienzo, en parte porque es más fácil para el negocio rescindido comprobar daños y perjuicios. Cualquier propuestas de terminar una relación importante con un proveedor o cliente, aparte de las rescisiones mutuamente acordadas, deberán ser remitidas al Departamento .

(3) *Fijación de precios desleales*

Esta situación involucra la fijación de precios de productos o servicios a niveles muy bajos con el fin de ganar participación de mercado. A veces es difícil distinguir entre fijación agresiva de precios en pro de la competencia, y fijación de precios desleales para socavar el proceso competitivo, ya que ambas modalidades podrían afectar adversamente a ciertos competidores. Como regla general, cualquier precio que no cubra el costo “marginal” del servicio o de la fabricación del producto tiene el potencial de crear dudas sobre la práctica de fijación de precios desleales. La intención de una empresa y la probabilidad de que los precios bajos alejen a los competidores creando así una monopolización real y precios futuros más altos, también son consideraciones pertinentes para determinar la existencia de fijación de precios desleales. Es difícil explicar una estrategia de fijación de precios que cause pérdidas marginales, a menos que se esté contemplando fijar precios muy altos en el futuro para recobrar las pérdidas. Nuevamente, cualquier pregunta sobre este tema debe ser dirigida al Departamento Legal.

(4) *Instrucciones Específicas*

La existencia de o el potencial para ejercer poder en el mercado es importante en los casos de monopolización y la intención es relevante en la medida en que ayuda a un tribunal a entender el efecto probable de la conducta de una empresa. Estos factores son determinados en base a documentos de la época en que hayan tenido lugar las acciones en cuestión y no en base a testimonios posteriores. Por consiguiente, el problema más serio es la tendencia natural de la gente de negocios de hacer afirmaciones exageradas sobre sus intenciones y sus logros y exagerar la fortaleza de su empresa y la debilidad de sus competidores. Igualmente, a nivel inconsciente, las personas de negocios pueden utilizar ciertos “términos de moda claves” (por ejemplo: usar el término, “mercado” para describir ventas de algún producto o servicio en particular o para referirse a alguna zona geográfica) que sugieren conclusiones legales no intencionadas. El Departamento Legal durante el curso normal de su revisión de documentos proporcionará asesoría específica sobre este tipo de terminología en cada caso.

Para resumir:

- NO AFIRME, oralmente o por escrito, nada que exagere el poder competitivo de Univision o que pueda sugerir una intención desleal.
- NO ESCRIBA informes o reportes que sugieran que Univision puede proyectar ventas o ganancias sin tener en cuenta la competencia en el mercado.
- NO ESCRIBA NI DIGA nada que pudiera interpretarse como una expresión de intención de monopolizar, de apoderarse de una participación dominante del mercado o de causar el cierre de negocios de los competidores.
- NO EXPRESE sus objetivos de ventas en términos negativos. Es decir, el objetivo declarado deberá ser incrementar las ventas de Univision y no reducir las ventas de otros. Evite la retórica negativa.
- NO SUGIERA que el tamaño y alcance de Univision aumentan su capacidad de hacer cosas en contra de sus competidores; es correcto sugerir verazmente que el tamaño y alcance de Univision elevan su capacidad de hacer cosas positivas para sus clientes.

Algunas de estas sugerencias parecerían enfatizar la semántica más que la esencia. Aún así, las palabras que se eligen pueden tener efecto significativo. El uso de términos acertados también fomenta una mentalidad en pro de la competencia y promueve las políticas empresariales del cumplimiento de la ley antimonopolio de Univision.

(D) Asuntos de Procedimiento

Univision desea cumplir con las leyes antimonopolio en todo sentido y también desea disminuir la probabilidad de ser acusada injustamente de infringir la ley. Las

afirmaciones erróneas realizadas por personas que no tienen un total conocimiento de los hechos pueden causar grandes perjuicios.

Instrucciones Específicas

- **TENGA EN MENTE** estas directrices al preparar su correspondencia comercial cotidiana, incluyendo su correo electrónico. Cuando se presente algún caso relacionados con cualquiera de los asuntos mencionados, consulte de antemano con el Departamento Legal o con un miembro de la gerencia para determinar cómo preparar la documentación necesaria.
- **NOTIFIQUE** al Departamento Legal inmediatamente si recibe alguna indagación por parte de alguna dependencia gubernamental o de algún abogado que represente a un cliente algún reclamo sobre prácticas comerciales.

II. Conclusión

Como se mencionó al principio, no es la intención de la Política de Univision sobre el Cumplimiento de la Ley Antimonopolio convertirlo en un experto en la ley antimonopolio ni tampoco puede cubrir todos los problemas que se pueden presentar. Usted debe consultar con su supervisor y con el Departamento Legal cuando tenga alguna duda sobre la legalidad de cualquier actividad de negocios. Aún en casos en que nuestra Política no parezca pertinente, consulte con el Departamento Legal cuando alguna actividad propuesta le parezca “injusta,” que va demasiado lejos o es probable que sea desafiada o cuestionada por otras partes. No proceda hasta que haya recibido aprobación sobre cualquier propuesta en la cual Usted tenga dudas.