

## **Cumplimiento de antimonopolio**

---

- A. [RESUMEN](#)
- B. [APLICABILIDAD](#)
- C. [POLÍTICA](#)
- D. [PROCEDIMIENTOS](#)
- E. [REFERENCIAS](#)



[Código de ética](#)

## A. RESUMEN

La compañía y sus empleados cumplirán estrictamente con todas las leyes de antimonopolio correspondientes (conocidas en algunos países como las leyes sobre la competencia) en cualquier lugar que realice negocios la compañía. Estas leyes están diseñadas para promover la competencia y proteger a nuestros consumidores de los arreglos y las prácticas comerciales injustas. Las violaciones de las leyes antimonopolio pueden ocasionar sanciones graves, lo que incluye grandes multas y restricciones comerciales para la compañía, así como multas y sentencias de prisión para empleados individuales. Además de las demandas gubernamentales, las personas particulares pueden demandar; las adjudicaciones de daños y perjuicios pueden ser masivas así como los honorarios legales incurridos para defender las demandas incluso cuando la compañía finalmente prevalezca. Por consiguiente, cada persona, independientemente del cargo que ocupe en la compañía, es responsable del cumplimiento con las leyes antimonopolio correspondientes.

## B. APLICABILIDAD

Esta política se aplica a todos los empleados y actividades de la compañía y a todas sus filiales, divisiones y otras entidades comerciales controladas por la misma a nivel mundial.

## C. POLÍTICA

La compañía y sus empleados cumplirán estrictamente con todas las leyes antimonopolio correspondientes. Cada empleado debe cumplir con las políticas y los procedimientos de antimonopolio de la compañía, lo que incluye cualquier política específica de una unidad comercial. La compañía y sus unidades comerciales realizarán programas educativos antimonopolio en forma periódica (lo que incluye programas ofrecidos electrónicamente por Internet) así como las revisiones de cumplimiento antimonopolio para asegurar que sus ejecutivos y empleados lleven a cabo los negocios de la compañía de una manera legítima. Esta capacitación es de particular importancia cuando los deberes del empleado lo ponen en contacto con los competidores o involucran precios, políticas de precios, términos de venta u otras responsabilidades de mercadeo.

Las actividades fuera de Estados Unidos pueden quedar sujetas a las leyes antimonopolio de Estados Unidos y otros países. Por consiguiente, las entidades que realicen negocios fuera de Estados Unidos deben tener presente y cumplir con todas las leyes de antimonopolio correspondientes, lo que incluye aquellas de la jurisdicción local, Estados Unidos, así como de cualquier otro país que se vea afectado por los negocios en cuestión. Para obtener orientación del antimonopolio específica para la región, consulte las referencias en la **Sección E. - REFERENCIAS**.

Las leyes de antimonopolio son complejas y su aplicación a un negocio o una transacción dependen de diversos factores. A medida que surjan problemas, debe revisar esta política y consultar con su Departamento Legal. No obstante, para prevenir incluso la apariencia de conducta indebida, debe acatar las siguientes directrices:

1. *Interacción con los competidores.* No llegue a un acuerdo, discuta ni se comunique (ya sea en forma verbal, escrita o electrónica) con ningún competidor (definido como una compañía que busca obtener negocios contra la compañía) o posible competidora respecto a:
  - Precios e información sobre precios,
  - Políticas sobre precios o cambios de precios propuestos o planificados,
  - Descuentos, asignaciones, abonos u otros términos o condiciones de venta,
  - Costos, ganancias, márgenes de ganancias, capacidad, o utilización de capacidad,
  - Planes pasados o futuros para ofertar o no con respecto a un negocio en particular,
  - Métodos continuos o planificados de investigación, desarrollo, lanzamiento de nuevos productos, mejora o mercadotecnia,
  - Rehusarse a tratar con cualquier tercero (clientes, competidores o proveedores) e
  - Información específica del cliente.
2. *Transacciones.* Consulte con el Departamento Legal antes de entablar cualquier comunicación con un competidor respecto a empresas conjuntas, fusiones, adquisiciones, desinversiones, arreglos para trabajar en equipo o transacciones de oferta.
3. *Información competitiva.* Nuestros negocios toman sus propias decisiones unilaterales cuando ofrecen o venden sus productos y servicios así como al adquirir suministros. Antes de establecer los precios y términos de venta de un negocio para algún producto o servicio, puede considerar los precios y términos de los competidores; no obstante, únicamente debe obtener dicha información mediante los canales de mercado habituales tales como los clientes y los datos del mercado a disposición pública, no comunicándose directa o indirectamente con los competidores. También debe documentar la fuente de cualquier información sobre los precios de los competidores u otra información confidencial de los competidores en sus archivos. Consulte Recopilación de información competitiva – **Sección E. - REFERENCIAS.**

4. *Asociaciones comerciales.* Puesto que la afiliación a una asociación comercial normalmente involucra el contacto con los competidores, cualquier afiliación a una asociación comercial debe ser aprobada con antelación por la gerencia de su unidad comercial y el Departamento Legal; toda participación en una asociación comercial debe realizarse de conformidad con la orientación antimonopolio que la compañía le brinda a todos los empleados, la política sobre asociaciones comerciales de su unidad comercial y las directrices de la asociación comercial emitidas por la compañía y contenidas en Orientación antimonopolio para empleados globales – **Sección E. - REFERENCIAS.**
5. *Acuerdos con clientes y proveedores.* Por lo general, las leyes de antimonopolio son menos restrictivas con respecto a los acuerdos con terceros que no sean competidores (por ejemplo, clientes, distribuidores, proveedores, etc.). No obstante, cuando se observe que un negocio ocupa una posición importante en el mercado, podrá considerarse que determinados arreglos contractuales con clientes, distribuidores o proveedores perjudican la competencia. Estos arreglos pueden incluir la exclusividad o las disposiciones nacionales más favorables, precios por debajo del costo, la agrupación de múltiples productos, vincular un producto o servicio a otro o finalizar la relación con un cliente, distribuidor o proveedor que también pueda ser un posible competidor. Comuníquese con el Departamento Legal y obtenga la aprobación legal antes de realizar cualquiera de dichos arreglos.

#### D. **PROCEDIMIENTOS**

Si tiene alguna pregunta respecto al cumplimiento antimonopolio o esta política, comuníquese con el Departamento Legal. Para ver un análisis más específico y detallado sobre las leyes y las políticas de antimonopolio, así como los procedimientos pertinentes de la compañía, consulte las referencias en la **Sección E. - REFERENCIAS** (a continuación).

#### E. **REFERENCIAS**

[Guía antimonopolio global para empleados](#)  
[Recopilación de información competitiva](#)