

Cumplimiento antimonopolio

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



[Código de ética](#)

A. RESUMEN

La Sociedad y sus empleados cumplirán estrictamente con todas las leyes antimonopolio correspondientes (conocidas en algunos países como las leyes sobre la competencia) en cualquier lugar donde realice negocios la Sociedad. 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 importantes multas y restricciones comerciales para la Sociedad, así como multas y sentencias de prisión para empleados particulares. Además de las demandas gubernamentales, las personas particulares pueden demandar, y las adjudicaciones de daños y perjuicios pueden ser masivas, así como los honorarios legales incurridos para defender las demandas, incluso cuando la Sociedad finalmente prevalezca. Por consiguiente, cada persona, independientemente del cargo que ocupe en la Sociedad, es responsable del cumplimiento de las leyes antimonopolio correspondientes.

B. APLICABILIDAD

Esta Política se aplica a todos los empleados y actividades de la Sociedad, así como a todas sus filiales, divisiones y otras entidades comerciales controladas por esta a nivel mundial.

C. POLÍTICA

La Sociedad y sus empleados cumplirán estrictamente con todas las leyes antimonopolio correspondientes. Cada empleado debe cumplir con las políticas y los procedimientos antimonopolio de la Sociedad, lo que incluye cualquier política específica de una unidad comercial. La Sociedad y sus unidades comerciales realizarán programas educativos antimonopolio de 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 Sociedad de una manera legítima. Esta capacitación es de particular importancia cuando los deberes del empleado lo ponen en contacto con las competidoras o implican precios, políticas de precios, términos de venta u otras responsabilidades de marketing.

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

Las leyes antimonopolio son complejas, y su aplicación a un negocio o una transacción depende de diversos factores. A medida que surgen 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 las competidoras.* No llegue a un acuerdo, discuta ni se comunique (ya sea de forma verbal, por escrito o electrónicamente) con ninguna competidora (definida como una compañía que busca obtener negocios contra la Sociedad) 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;
 - costes, 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 marketing;
 - trato con cualquier tercero (clientes, competidoras o proveedores); e
 - información específica del cliente.
2. *Transacciones.* Consulte con el Departamento Legal antes de entablar cualquier comunicación con una competidora 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, y cuando adquieren 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 las competidoras; 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 las competidoras. También debe documentar la fuente de cualquier información sobre los precios de las competidoras u otra información confidencial de las competidoras en sus archivos. Consulte Recopilación de información competitiva. **Sección E. - REFERENCIAS.**
4. *Asociaciones comerciales.* Puesto que la afiliación a una asociación comercial normalmente implica el contacto con las competidoras, cualquier afiliación a una asociación comercial debe ser aprobada con antelación por la gerencia de su unidad comercial y el Departamento Legal, y toda participación en una asociación comercial debe realizarse de conformidad con la orientación antimonopolio que la Sociedad 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 Sociedad y contenidas en la Guía



antimonopolio para empleados globales. **Sección E. - REFERENCIAS.**

5. *Acuerdos con clientes y proveedores.* Por lo general, las leyes antimonopolio son menos restrictivas con respecto a los acuerdos con terceros que no sean competidoras (por ejemplo, clientes, distribuidores, proveedores, etc.). No obstante, cuando se observe que un negocio ocupa una significativa posición 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 coste, la agrupación de múltiples productos, vincular un producto o servicio con otro, o bien, finalizar la relación con un cliente, distribuidor o proveedor que también pueda ser una posible competidora. Comuníquese con el Departamento Legal y obtenga la aprobación legal antes de realizar cualquier arreglo mencionado.

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 antimonopolio y las políticas y los procedimientos de la Sociedad relevantes, consulte las referencias en la **Sección E. - REFERENCIAS** (a continuación).

E. REFERENCIAS

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