



United Technologies

Guía antimonopolio global para empleados



La política de United Technologies Corporation (UTC) y de sus afiliadas y filiales es cumplir con las leyes de cada jurisdicción en la que realicemos negocios. Esto incluye el cumplimiento riguroso con todas las leyes antimonopolio correspondientes. Cada empleado es responsable de asegurar que los negocios se realicen de conformidad con estas leyes y con el *Código de ética* de UTC.

Esta Guía se ha diseñado para ayudarle a reconocer las situaciones comerciales que plantean asuntos antimonopolio de modo que reciba la orientación necesaria. Esta Guía no constituye un resumen de las leyes antimonopolio correspondientes, que pueden ser complejas y sutiles cuando se aplican a circunstancias particulares. Asimismo, no aborda las leyes antimonopolio específicas de cada jurisdicción en la que UTC realiza negocios. Por el contrario, repasa los principios antimonopolio generales y lo desvía de la conducta que pudiera crear incluso la apariencia de una inquietud antimonopolio. Toda conducta que pueda plantear cuestiones antimonopolio debe ser analizada con su Departamento Legal de antemano.

Esta Guía no aborda las leyes antimonopolio conforme se aplican a las adquisiciones, venta de activos, fusiones y empresas conjuntas. Si considera una transacción en la que UTC adquirirá o renunciará al control de un negocio o sus activos, creará o formará una empresa conjunta, o bien, adquirirá o venderá una participación minoritaria en alguna entidad, debe consultar con su Departamento Legal.

I. Por qué las leyes antimonopolio merecen nuestra atención

El incumplimiento con las leyes antimonopolio plantea graves riesgos para la compañía, sus empleados y sus accionistas. Las sanciones por las violaciones son severas, lo que incluye el encarcelamiento de personas, multas masivas para las personas y la compañía, así como el perjuicio profundo y duradero a la reputación de UTC. Algunos de los peligros potenciales incluyen:

1. Los empleados que no cumplan con las leyes antimonopolio quedarán sujetos a medidas disciplinarias: dependiendo de la gravedad de la violación, tales medidas pueden incluir la finalización de la relación laboral.
2. Prisión: las leyes de algunos países estipulan las sanciones penales por la violación de las leyes antimonopolio. Por ejemplo, en muchos casos constituye un delito la violación de la Ley Sherman, la principal ley federal antimonopolio en los Estados Unidos. Para cada delito, una persona puede ser encarcelada hasta diez años y multada por hasta \$1 millón. El gobierno de EE. UU. prosigue con vehemencia las persecuciones por delitos e insiste en sentencias de prisión sustanciales por las graves

- violaciones antimonopolio tales como la fijación de precios, la manipulación de licitaciones y la asignación de clientes o de mercado. Si bien es posible que las leyes en otros países, incluyendo la Unión Europea y China, no estipulen sanciones penales, las violaciones de estas leyes todavía pueden ocasionar graves consecuencias para la compañía y usted.
3. **Grandes multas:** las sanciones económicas varían según la jurisdicción en donde se haga la violación de la ley. En los EE. UU. puede multarse a una compañía hasta el monto de \$100 millones o un monto que equivalga al doble del beneficio monetario o la pérdida que surja del delito. En la Unión Europea, las multas pueden totalizar hasta el 10% de los ingresos mundiales de UTC. Las multas recientes en varias jurisdicciones (lo que incluye EE. UU., la Unión Europea, México, Brasil, India, y Rusia) oscilan entre decenas a cientos de millones de dólares.
 4. **Grandes adjudicaciones de daños y perjuicios:** las adjudicaciones de daños y perjuicios en los casos civiles antimonopolio pueden totalizar cientos de millones de dólares o más. En EE. UU., los demandantes exitosos son adjudicados en forma automática tres veces los daños y perjuicios reales que se hayan hallado. Tentados por los daños y perjuicios triplicados, los distribuidores, clientes e incluso los proveedores a menudo convierten las controversias comerciales habituales en violaciones antimonopolio en EE. UU. Una cantidad creciente de jurisdicciones fuera de EE. UU. también ha comenzado a reconocer un derecho de acción por parte de litigantes particulares que han sido presuntamente perjudicados por las actividades anticompetitivas.
 5. **Responsabilidad mancomunada y solidaria:** cada persona y sociedad que participe en alguna violación de las leyes antimonopolio es responsable del 100% de los daños y perjuicios resultantes o recargos, incluso si la compañía únicamente cuenta con una porción extremadamente pequeña de ventas en el mercado afectado. Por otro lado, la compañía y su aseguradora no pueden indemnizar a las personas por esta responsabilidad.
 6. **Requerimientos judiciales/Acuerdos de consentimiento:** requerimientos judiciales, “órdenes de cese y desistimiento”, otros fallos judiciales y los acuerdos de consentimiento o conciliación pueden contener prohibiciones que van más allá del alcance de la violación original. Tales prohibiciones, pueden tardar décadas y exigir la supervisión habitual y entrometida del gobierno, y pueden obstaculizar gravemente las operaciones y oportunidades comerciales en el futuro.

7. Leyes antimonopolio a nivel mundial: muchos de los estados de EE. UU., la Unión Europea y la mayoría de los países alrededor del mundo, incluyendo los estados miembro de la Unión Europea, Brasil, Canadá, China, India, Japón, Corea, México, Rusia, Sudáfrica, el Reino Unido, y alrededor de 100 otros países, cuentan con leyes antimonopolio con mecanismos de aplicación similares pero independientes. Una violación de las leyes de una jurisdicción puede ocasionar una investigación de múltiples organismos reguladores o el litigio del mismo asunto en dos o varios tribunales al mismo tiempo, así multiplicando los costos asociados con la defensa, el tiempo desperdiciado y los daños a la reputación.
8. Exclusión como contratista gubernamental: UTC puede verse excluido de la contratación con el gobierno de EE. UU. (nuestro cliente más grande a nivel mundial) así como otros gobiernos federales, estatales, locales y extranjeros debido a una violación penal o civil de las leyes antimonopolio.
9. Divulgación de información confidencial, inconveniente comercial y vergüenza: las deposiciones del personal de la compañía y la presentación de documentos corporativos, incluyendo el correo electrónico y los diarios personales provistos en el término probatorio previo al juicio pueden ser publicados en un tribunal, en algún otro foro público o en la prensa. Dicha divulgación puede dañar nuestra reputación, incluso si la conducta en cuestión es legal.
10. Tiempo desperdiciado: además de las adjudicaciones de daños y perjuicios y los gastos, el litigio antimonopolio supone una gran carga para el tiempo y la energía de los empleados y ejecutivos de la compañía que deben asistir en la defensa del caso. Las actividades típicas incluyen encontrar, analizar y producir grandes cantidades de documentos corporativos y archivos electrónicos, prepararse para testificar, responder interrogatorios extensos por escrito, someterse a deposiciones por parte de abogados adversarios y testificar en el juicio.
11. Costos elevados para la defensa legal: defender el litigio antimonopolio y las investigaciones gubernamentales es costoso, requiere de abogados especializados en asuntos antimonopolio y economistas expertos en asuntos antimonopolio, contadores y otros testigos. Por otra parte, los demandantes prevaecientes son adjudicados con honorarios de abogados, incluso si los daños y perjuicios adjudicados son pequeños. La cobertura del seguro puede ser inexistente, inadecuada o inaplicable para pagar los costos de esta defensa legal. La consecuencia puede ser cargos considerables para el presupuesto operativo de UTC, incluso si la compañía es inocente de cualquier delito.

II. Investigaciones, registros e incautaciones del gobierno

Las autoridades gubernamentales cuentan con amplios poderes de investigación. Los organismos reguladores pueden visitar a las compañías sin advertencia, en lo que se denominan “redadas de madrugada”, registrar las instalaciones comerciales (y residencias particulares en algunas circunstancias) y realizar copias de todos los materiales que puedan constituir evidencia. Pueden tomar declaraciones verbales, exigir respuestas escritas a las preguntas y llevar a cabo audiencias que involucren a las compañías interesadas, las competidoras y otros terceros para establecer los hechos del caso.

Desde luego, una inspección en el sitio constituye un asunto grave pero no debe ocasionar una alarma indebida. No significa que la compañía haya violado alguna ley. Si se cumplen las directrices correspondientes, la inspección no debe producir más que una interrupción mínima. Sin embargo, es imperativo manejar la inspección en el sitio por parte de alguna autoridad gubernamental con cautela y de manera adecuada.

Debe informarle al Departamento Legal de inmediato cuando se vea confrontado con la solicitud de información o el registro de documentos por parte de una autoridad gubernamental. Debe realizar el mejor esfuerzo de asegurar que un abogado se encuentre presente antes de hablar cualquier asunto con los inspectores o investigadores pero no obstruya su investigación. También debe llevar un control minucioso de los documentos que analicen y/o copien los funcionarios.

III. Prácticas comerciales sujetas al escrutinio: Conducta conjunta y unilateral

Las leyes antimonopolio parten de la premisa de que la competencia vehemente producirá la mejor asignación de recursos económicos, así resultando en la disponibilidad de los productos y servicios a los precios más bajos y la más alta calidad. En apoyo a este objetivo, las leyes antimonopolio por lo general prohíben dos tipos de comportamiento: (1) las medidas conjuntas que restringen de manera irracional la competencia y (2) las medidas unilaterales indebidas que mantienen el poder monopolístico o impulsan a una compañía a una posición monopólica o amenaza seriamente con hacerlo (también denominado un “abuso del dominio”). Otros aspectos de las leyes antimonopolio prohíben determinados tipos de discriminación sobre los precios y otras prácticas comerciales injustas.

La siguiente plática resume y brinda orientación respecto a los asuntos antimonopolio más comunes que pueden surgir en nuestros tratos con los competidores, los clientes y los proveedores:

A. Trato con los competidores

Los contactos y acuerdos con los competidores plantean los asuntos más significativos conforme a las leyes antimonopolio y, por lo tanto, ocasionan el mayor escrutinio de los organismos reguladores y demandantes particulares. La política de UTC es tomar sus propias decisiones independientes con respecto a los productos y servicios que ofrece, dónde y cómo ofrecerlos, y cuánto cobrar por los mismos. Jamás debe involucrar a un competidor en la toma de decisiones acerca de cuándo y cómo ofrecer productos o servicios a clientes, salvo que el Departamento Legal lo haya autorizado con antelación.

Un competidor constituye cualquier rival que busque obtener negocios en contra la compañía. La compañía realiza negocios con firmas que sean clientes, proveedores o socios en algunos contextos pero competidores en otros. Si tiene alguna pregunta sobre la aplicación de las políticas de la compañía respecto al trato con los competidores en tales situaciones, debe comunicarse de inmediato con el Departamento Legal.

Las leyes antimonopolio generalmente prohíben los acuerdos entre los competidores que restringen la competencia. La noción de los “acuerdos” se interpreta de manera amplia y, por lo tanto, los empleados deben ejercer mucha cautela durante el contacto con cualquier competidor. A falta de un fin válido y legítimo, no debe existir ningún acuerdo (o intento de llegar a alguno) con cualquier representante de un competidor respecto a precios, políticas sobre precios, descuentos, asignaciones u otros términos de venta. Existen prohibiciones similares contra los acuerdos (o intentos de llegar a los mismos) con una competidora para limitar la producción, para asignar clientes, mercados o territorios geográficos, para boicotear a cualquier cliente o proveedor, o para suprimir los desarrollos tecnológicos.

Para evitar incluso la apariencia de colusión, los empleados que se incorporen a UTC luego de trabajar con un competidor no deben platicar, compartir, ni utilizar la información confidencial o de propiedad exclusiva a nivel competitivo de sus empleadores previos. Esto incluye la información sobre ofertas, listas de clientes, datos económicos o de precios, manuales técnicos, diseños, o planes estratégicos o comerciales. Si tiene alguna pregunta respecto a si la información de un empleador previo sería considerada confidencial o de propiedad exclusiva a nivel competitivo, consulte con el Departamento Legal antes de utilizar o compartir la información.

¿Qué es un acuerdo? Un acuerdo es un intercambio de garantías de que las partes del acuerdo actuarán o no de cierta manera. El concepto de “acuerdo” en el derecho antimonopolio es amplio y va más allá de un sencillo acuerdo expreso o escrito entre los competidores, por ejemplo, elevar o estabilizar los precios. Un demandante puede

probar un “acuerdo” entre los competidores sin ninguna evidencia de algún acuerdo expreso o por escrito. En cambio, los jurados pueden inferir un acuerdo o “entendimiento” a partir de todos los hechos y las circunstancias. Algunos tribunales y jurados hallan un acuerdo incluso cuando los participantes no se comunicaron directamente uno a otro acerca del propósito o los detalles del presunto acuerdo, o el medio por el cual lo realizarían. Los jurados pueden inferir un acuerdo solamente por la conducta o a partir de los acontecimientos del mercado, por ejemplo, un aumento de precio que supuestamente resultó del contacto con un competidor.

Por consiguiente, los empleados deben evitar cualquier situación en la que otros pudieran inferir un acuerdo entre competidores. La medida más segura es declinar participar en cualquier reunión o comunicación con algún competidor salvo que pueda probar fácilmente que existe un fin válido y legítimo. Un empleado jamás debe discutir con un competidor información sobre precios, ofertas propuestas, clientes o territorios particulares o cualquier información relevante a los precios, costos, márgenes, o el mercadeo de productos o servicios. Si un competidor comienza a discutir cualquiera de estos asuntos, debe rehusarse a participar de inmediato, abandonar la reunión de una manera notable o de otro modo finalizar la discusión y comunicarse oportunamente con el Departamento Legal. Las excepciones a estas directrices, tales como las transacciones legítimas de demanda interempresarial o empresas conjuntas, deben ser autorizadas con antelación por el Departamento Legal. Asimismo, no debe utilizar a terceros, incluyendo consultores y proveedores, para transmitir información a un competidor que fuera indebido comunicar directamente al mismo.

¿Qué tipos de acuerdos son ilegales? Los tribunales han determinado que determinados tipos de acuerdos son tan propensos a perjudicar a la competencia que no se requiere una indagación detallada para evaluarlos. Estos tipos de acuerdos son tratados como ilegales per se ya que los tribunales presumen que afectan adversamente a la competencia, sin considerar su propósito o efecto. Incluso un intento de celebrar dicho acuerdo puede ser ilegal y contrario a las políticas de UTC.

Fijación de precios. Entre los acuerdos ilegales per se más prominentes se encuentran aquellos relevantes a la fijación de precios. El concepto de fijación de precios es amplio e incluye los esfuerzos colectivos para determinar ofertas, fijar o estabilizar precios, establecer una fórmula o un método para calcular precios, acordar descuentos estándares o niveles de rebaja, establecer términos crediticios estándares o garantías o acordar el momento del anuncio de los cambios de precios.

Esta conducta es propensa a la persecución criminal como la fijación de precios ilegal.

En los entornos muy competitivos donde realiza negocios UTC, puede ser aconsejable supervisar la información pública sobre los precios de la competencia y reaccionar ante los cambios de precios por parte de terceros para permanecer competitivos. Nada nos impide tomar nuestras propias decisiones independientes en torno a los precios, elevar los precios en respuesta a las condiciones del mercado o bajarlos para igualar los precios ofrecidos por los competidores.

Por consiguiente, salvo que de otro modo lo prohíba la ley, los empleados podrán obtener la información sobre precios o costos de los competidores a partir de fuentes legítimas tales como clientes, proveedores y publicaciones del sector. Los empleados siempre deben documentar claramente dónde obtuvieron la información sobre los precios, costos u otra información confidencial a nivel competitivo de los competidores. No obstante, las políticas de UTC no permiten el intercambio de listas de precios, costos, ofertas o cotizaciones con los competidores. Esta conducta puede contribuir a la apariencia de conspiración, incluso si de hecho no hubo ningún acuerdo relevante a los precios entre los competidores.

Asignación de clientes o territorios. Los acuerdos entre competidores de no competir para determinados clientes o territorios podría ser considerado ilegal per se. Por lo tanto, no acepte ni intente acordar con ningún competidor vender o abstenerse de vender a cualquier cliente o clase de clientes. No acepte ni intente acordar con ningún competidor vender o abstenerse de vender en cualquier zona geográfica o asignar, dividir, o compartir los negocios de algún cliente. Tampoco debe participar jamás en la conducta con la que pueda inferirse un acuerdo para asignar clientes. Las excepciones en el contexto de los canales de distribución deben ser autorizadas con antelación por el Departamento Legal.

Boicoteos de grupos y negativas colectivas de hacer negocios. Los acuerdos entre competidores para rehusarse a hacer negocios con algún otro competidor (o algún cliente o proveedor) pueden ser ilegales per se en determinadas circunstancias, especialmente cuando los competidores tienen poder de mercado, o cuando le niegan a la parte excluida el acceso a alguna facilidad, oferta o mercado que necesite para competir de manera eficaz. Para evitar incluso la apariencia de impropiedad, no discuta las controversias o quejas de terceros con los competidores ni sugiera la colaboración para castigar, perjudicar, o boicotear a cualquier proveedor, cliente o competidor sin consultar de antemano con el Departamento Legal.

Actividades de asociaciones comerciales. Algunos empleados pueden participar ocasionalmente en diversas asociaciones comerciales y organizaciones profesionales. Las asociaciones comerciales desempeñan funciones legítimas tales como supervisar las reglamentaciones gubernamentales, proponer legislación o códigos de salud y seguridad que afectan al sector o mejoran la seguridad del producto. No obstante, estas organizaciones, de ser utilizadas indebidamente, pueden brindar una oportunidad para que los competidores hablen de asuntos que pudieran ser considerados confidenciales a nivel competitivo. Por lo tanto, es importante que cualquier comunicación en las reuniones de asociaciones comerciales u otras actividades conjuntas del sector contengan únicamente la información necesaria para el funcionamiento legítimo del grupo. Evite las discusiones que de manera retrospectiva pudieran ocasionar alegaciones o respalden la inferencia de que tuvo lugar un acuerdo ilegítimo. La mera presencia en cualquier reunión donde se hayan discutido temas confidenciales a nivel competitivo puede ser utilizada como evidencia de que usted y UTC constituyen partes intervinientes en un acuerdo ilegal, incluso si no participó en tales discusiones.

En primer lugar, es política de UTC que cualquier asociación comercial a la que pertenezca UTC o algún empleado cuente con abogados que asesoren a la asociación en torno a los asuntos del derecho antimonopolio. Cualquier desviación de esta política requiere la autorización del Departamento Legal.

En segundo lugar, deben acatarse los siguientes procedimientos con respecto a todas las reuniones entre miembros de asociaciones comerciales sobre los temas de interés común en el sector:

- Debe circularse una agenda con antelación a cada reunión y, de ser factible, el Departamento Legal debe revisarla para determinar si incluye temas confidenciales a nivel competitivo. No asista a la reunión si se incluyen temas inapropiados en la agenda. En caso de no ser práctico hacer circular una agenda con antelación a una reunión, debe proporcionarle la agenda al Departamento Legal después de la reunión para permitirle llevar un registro sobre las actividades de la asociación. La asociación comercial también debe mantener las actas de la reunión y el representante de la compañía debe enviar estas actas al Departamento Legal al momento de recibirlas.
- En caso de que se plantee cualquier asunto confidencial a nivel competitivo en la reunión, el representante de la compañía debe apartarse de inmediata y públicamente de la compañía y de dicha plática, solicitar que esto sea señalado en las actas de la reunión, abandonar la reunión de inmediato e informarle oportunamente al Departamento Legal.

- Lo que es más importante, ningún representante de la compañía debe celebrar ningún acuerdo o entendimiento, formal o informal, con respecto a precios, márgenes, términos y condiciones de venta, volúmenes de producción, proyectos de investigación y desarrollo, clientes o mercados. Asimismo, no puede intercambiarse ninguna información sobre los precios o costos, la mercadotecnia, la producción, los planes de investigación o cualquier estadística reciente de ventas o envíos de alguna compañía individual. Es posible que se admita proporcionar determinados datos históricos a la asociación comercial con el fin de recopilar las estadísticas generales del sector, siempre que tales datos divulgados a los competidores sean aglomerados y presentados en forma anónima. Antes de compartir cualquier dato con alguna asociación comercial, debe obtener el análisis y la aprobación de la compartición de datos por parte del Departamento Legal.
- Cualquier membresía en alguna asociación comercial debe ser aprobada con antelación por la unidad comercial relevante y el Departamento Legal, y debe cumplir con estas directrices y cualquier directriz de asociaciones comerciales emitida por la unidad comercial.

Muchos problemas de antimonopolio surgidos de las actividades de asociaciones comerciales ocurren en escenarios informales o sociales junto con las reuniones de asociaciones comerciales. Todas las normas establecidas en esta sección con respecto a las asociaciones comerciales corresponden a las actividades y los escenarios tanto formales como informales.

El contacto con los competidores constituye la inquietud de antimonopolio más delicada y grave, y debe ejercerse bastante cautela cuando exista la posibilidad de dicho contacto. Cualquier pregunta sobre las comunicaciones apropiadas con los competidores o la participación en alguna asociación comercial debe remitirse al Departamento Legal.

B. Trato con los clientes

Algunas actividades con respecto a clientes, tales como los precios por debajo del costo, la discriminación de precios, el menosprecio de los productos o servicios de un competidor, la vinculación de un producto o servicio a otro, los tratos exclusivos, la restricción de los términos para la reventa por parte de los clientes o cortar lazos con algún cliente sin un propósito legítimo, pueden plantear asuntos antimonopolio. Muchas de estas prácticas son particularmente susceptibles al escrutinio antimonopolio cuando la unidad operativa de UTC cuenta con una posición en el mercado significativa o dominante. Esta sección describe estas prácticas de manera general e identifica aquellas situaciones en las que es importante consultar con el Departamento Legal antes de tomar cualquier medida.

Precios por debajo de los costos. En algunas circunstancias, las leyes antimonopolio exigen que las compañías fijen los precios de sus productos y servicios a niveles por encima de un costo apropiado, tales como el costo variable promedio. Este asunto surge cuando los precios por debajo del costo de alguna empresa dominante pudiera sacar del mercado a rivales más pequeños y permitirle a la empresa posteriormente elevar los precios y recuperar sus costos no cubiertos y el lucro cesante. Las normas antimonopolio en esta área son complejas puesto que las leyes antimonopolio buscan asegurar la competencia vehemente y debe contactarse al Departamento Legal cuando cualquiera de nuestros precios pudiera considerarse por debajo del costo.

Vinculación y agrupación. Los arreglos de vinculación ocurren cuando un vendedor le exige a un comprador que desea un producto (o servicio) adquirir un segundo producto (o servicio) que el comprador posiblemente no desea como una condición para la compra del primer producto. Si el vendedor ocupa una posición dominante en el mercado con respecto al producto deseado del cliente y se rehúsa a vender el producto a falta del acuerdo por parte del cliente de comprar el otro producto o servicio, el vendedor arriesga una alegación de que el arreglo constituye un arreglo de vinculación ilegal. Debe consultarse con el Departamento Legal antes de proponer dicho arreglo al cliente.

Del mismo modo, la “agrupación” ocurre cuando un vendedor le ofrece un descuento a un cliente que compra múltiples productos (o servicios). Si el vendedor ocupa una posición dominante en el mercado con respecto a uno de los productos en el “grupo” y le ofrece al cliente un descuento por la compra del “grupo” de productos, el vendedor arriesga una alegación de que el arreglo constituye un arreglo de agrupación ilegal. Por otro lado, los arreglos de agrupación a menudo favorecen a la competencia y son legales puesto que les permiten a los clientes comprar productos a precios más bajos que lo normal. Por consiguiente, debe consultarse con el Departamento Legal antes de proponer lo que pudiera interpretarse como un arreglo de agrupación al cliente.

Arreglos de negociación exclusiva. Los arreglos de negociación exclusiva incluyen los contratos en los que un comprador acuerda comprarle todos (o prácticamente todos) sus requerimientos para un producto o servicio en particular a un proveedor. Tales arreglos pueden favorecer a la competencia, por ejemplo, cuando el acuerdo existe durante un tiempo limitado y el comprador se beneficia al estabilizar el precio que paga o al asegurar la disponibilidad. No obstante, en algunos casos tales arreglos pueden plantear asuntos antimonopolio cuando sean celebrados por una compañía con una cuota de mercado significativa (denominada una empresa “dominante” o una empresa con “poder de mercado”) en la medida

que disminuyan de manera irrazonable las oportunidades de alguna rival. Por estos motivos, tales arreglos deben ser autorizados con antelación por el Departamento Legal.

Disposiciones nacionales más favorables. Las disposiciones “nacionales más favorables” (Most Favored Nation, MFN) normalmente obligan a un proveedor a vender productos o servicios a un cliente al precio más bajo del vendedor o con los términos más favorables. Estas disposiciones pueden plantear inquietudes de antimonopolio si perjudican a la competencia (por ejemplo, reduciendo el incentivo de algún proveedor para descontar o facilitar los precios coordinados). Si un compromiso contractual en particular constituye una disposición nacional más favorable que pueda perjudicar a la competencia requiere de una indagación sobre hechos específicos. Por lo tanto, debe consultar con el Departamento Legal respecto a si la promesa a alguna contraparte de un contrato constituye una obligación sobre disposiciones nacionales más favorables que pudiera perjudicar a la competencia, lo cual requeriría el análisis legal adicional.

Relaciones con clientes de reventa. No acuerde con distribuidores los precios de reventa (mínimos o máximos) para nuestros productos. Los precios de reventa recomendados a menudo son admisibles pero debe consultar con el Departamento Legal antes de realizar tal recomendación. Sin la aprobación previa del Departamento Legal, no seleccione a clientes con el entendimiento de que revenderán únicamente en los mercados y territorios o a las personas que especifique la compañía.

La distribución de nuestros productos a través de canales de distribución independientes y de propiedad de la compañía (arreglos de distribución dual) puede plantear inquietudes de antimonopolio porque la compañía puede ser, al mismo tiempo, un proveedor para nuestros clientes y un competidor de los mismos. La ley no exige que los distribuidores independientes y de propiedad de la compañía sean concedidos el trato equitativo con respecto a precios, la asignación de productos o la comercialización de servicios pero los distribuidores independientes a menudo reclaman si perciben que no están recibiendo términos y condiciones equitativos. Los arreglos de distribución dual son complicados y debe consultar con el Departamento Legal antes de establecer dicho arreglo. Además, puesto que los distribuidores de propiedad la compañía compiten con los distribuidores independientes, no pueden existir acuerdos sobre precios entre ellos.

Rescisiones. La rescisión de nuestra relación con algún cliente o distribuidor debe basarse en motivos comerciales legítimos, los cuales deben documentarse plenamente y discutirse con el Departamento Legal antes de la rescisión.

Negativas unilaterales de hacer negocios. Las compañías generalmente pueden decidir libremente y en forma unilateral no hacer negocios con cualquier cliente, competidor o proveedor. No obstante, una negativa unilateral de hacer negocios por parte de una compañía con una cuota de mercado significativa (“poder de mercado”) puede plantear inquietudes antimonopolio en algunas situaciones. Por ejemplo, si una compañía cuenta con el poder de mercado sobre un producto en particular y se rehúsa a hacer negocios con los distribuidores que venden productos de sus competidores, estos pueden tener acceso denegado a los distribuidores que necesitan para poder competir. Del mismo modo, si alguna compañía cuenta con el poder de mercado y se rehúsa a hacer negocios con algún competidor en contra de los intereses económicos a corto plazo de la compañía, podría violar las leyes antimonopolio en determinadas circunstancias. Si contempla una negativa de hacer negocios, consulte con el Departamento Legal antes de proceder.

Discriminación de precios. Otra práctica sobre precios que puede plantear inquietudes antimonopolio o reglamentarias es discriminar entre distintos compradores con respecto a los precios, las asignaciones promocionales o los servicios para un producto. En algunas circunstancias, un tribunal puede observar el precio “neto” del producto vendido a distintos compradores luego de deducir el valor de los incentivos, las asignaciones y otros servicios. Por otro lado, la ley estipula defensas si los precios diferentes son necesarios para igualar a la competencia o reflejar los distintos costos de hacer negocios. Nuevamente, las leyes sobre precios discriminatorios son complejas y debe consultar con el Departamento Legal en cualquier momento que nuestros precios pudieran considerarse discriminatorios.

Menosprecio. Si bien podemos comparar nuestros productos y servicios a los de nuestros competidores, debemos tener cautela en nuestros contactos de mercadeo cotidianos con nuestros clientes para no realizar comparaciones o comentarios injustos o falsos sobre los productos o servicios de nuestros rivales. Por lo general es admisible en términos legales explicarle a los clientes los aspectos negativos de los productos y servicios de un competidor siempre que la descripción no sea engañosa y sea relevante a la situaciones de ventas en particular pero debe consultarse el Departamento Legal con antelación.

C. Trato con los proveedores

Muchos de los principios antimonopolio que corresponden a nuestros tratos con los clientes también se aplican en nuestras relaciones con los proveedores, especialmente cuando la compañía cuenta con una posición significativa o dominante en el mercado. Estos incluyen los arreglos de vinculación o agrupación, la discriminación de precios, las disposiciones nacionales más favorables, las rescisiones y los tratos

exclusivos. Debe consultar con el Departamento Legal antes de participar en esta conducta con los proveedores.

Reciprocidad. Acordar comprar los productos o servicios de algún proveedor con la condición de que el proveedor además acuerde comprar productos o servicios de nosotros se ha visto como un asunto antimonopolio en determinadas circunstancias. Una compañía con poder de mercado en un mercado particular debe evitar usar ese poder de adquisición a fin de coaccionar a sus proveedores para que compren sus productos y servicios. En la mayoría de los casos es posible estructurar arreglos legítimos para comprar los productos de cada uno. Tales arreglos deben ser autorizados con antelación por el Departamento Legal.

Recepción de precios discriminatorios. En determinadas condiciones, las leyes antimonopolio prohíben que un comprador induzca deliberadamente a un vendedor para que ofrezca un precio discriminatorio a las competidoras del comprador. Debido a la complejidad de los asuntos sobre precios discriminatorios, todos deben remitirse al Departamento Legal para el análisis.

Funciones duales de los proveedores. Generalmente, debe tener presente que una compañía puede operar en una transacción con nosotros como proveedor (o cliente) y como competidor en otra situación. Cuando cualquier proveedor (o cliente) sea o pueda ser un competidor potencial para nosotros, debe procurar no transferir información que sea inapropiada compartir con un competidor y no llegar a ningún acuerdo sobre precios o términos de venta con respecto al producto competitivo. Consulte con el Departamento Legal para desarrollar los resguardos diseñados para prevenir la transferencia de información competitiva a un proveedor que también sea un competidor.

IV. Tenga cuidado con las declaraciones ambiguas que puedan ser malinterpretadas.

Los casos de antimonopolio a menudo involucran cuestiones subjetivas de intención y motivo, y los jurados pueden inferir los acuerdos o la existencia del poder de mercado a partir de lo que se dice en los documentos de la compañía. A continuación, se establecen algunos ejemplos de las frases sujetas a la mala interpretación:

Respecto a la posición en el mercado:

“El plan de nuestra compañía es lograr el dominio en el mercado de aparatos pequeños”.

Inquietud: Un organismo regulador o demandante puede malinterpretar la frase “el plan de nuestra compañía es lograr el

dominio” como evidencia de un intento ilegal de monopolizar el mercado. Asimismo, la palabra “mercado” o “cuota de mercado” tiene un significado específico en el derecho antimonopolio. El uso de la palabra “mercado” al caracterizar ventas, una oferta de productos, una región o un panorama competitivo puede ocasionar que el organismo regulador o los litigantes utilicen esa descripción como el mercado para el análisis antimonopolio independientemente del fin previsto por el autor.

Respecto a sus competidores:

“Deberíamos cortar su suministro de aire”.

Inquietud: Un organismo regulador o demandante puede malinterpretar “cortar”, “aplastar”, “bloquear”, “destruir” y otros términos similares como la admisión de algún esquema predador o exclusivista, a diferencia de la competencia agresiva y legítima por sus méritos.

Respecto a la fijación de precios:

“Parece existir un consenso en el sector de que subirán los precios”.

Inquietud: Un organismo regulador o demandante puede tergiversar una interpretación legítima de los acontecimientos y las condiciones del mercado como una admisión de que las competidoras han discutido y acordado elevar los precios.

Respecto a las respectivas áreas de competencia:

“Dejemos que permanezcan en su mercado; este es nuestro territorio”.

Inquietud: Un organismo regulador o demandante puede malinterpretar la frase “su mercado” y “nuestro territorio” como si señalara que los rivales coludieron para asignar los mercados.

Respecto a sus documentos:

“Destruya después de leer”.

Inquietud: Un organismo regulador o demandante puede tergiversar esta frase o frases similares para demostrar que el documento contenía información indebida o para indicar la conducta ilegal.

En resumen:

Tenga cautela en su escritura y lenguaje para evitar cualquier declaración, incluso si es un chiste, que pudiera ser malinterpretada. Es posible que se solicite la presentación de todos los documentos en una investigación o demanda gubernamental, lo que incluye los borradores de cartas o memorándums antiguos (incluyendo los borradores almacenados electrónicamente), notas manuscritas, mensajes de

teléfono, correos electrónicos, mensajes de texto o instantáneos, diarios personales, agendas y calendarios, y declaraciones realizadas en las plataformas de medios sociales. Asimismo, es posible que se deban presentar documentos al gobierno con respecto al análisis antimonopolio de una adquisición o empresa conjunta propuesta. Es de suma importancia tener presentes los principios antimonopolio al escribir y hablar, y asegurarse que escriba y hable con exactitud en todo momento. Por otro lado, cuando le solicitamos a un tercero elaborar un documento en nombre de nosotros o para nuestro beneficio, es importante que estos documentos de terceros sean elaborados tomando en cuenta estos principios antimonopolio puesto que los mismos pueden ser reclamados en cualquier procedimiento antimonopolio.

V. La función del Departamento Legal

Al desempeñar sus responsabilidades laborales, en ocasiones afrontará conducta o situaciones que plantean asuntos antimonopolio. Si afronta alguna situación que involucre asuntos antimonopolio, o si no está seguro de si una situación involucra asuntos antimonopolio, no proceda con la conducta o conversación hasta que haya consultado con su supervisor y se haya comunicado con el Departamento Legal.

VI. Informes

Todos los empleados tienen la obligación de informar de inmediato cualquier presunta violación antimonopolio. Uno de los motivos por lo que esto es esencial es que si la compañía identificara un asunto, varios países (incluyendo EE. UU.) cuentan con programas de indulgencia que permiten a las sociedades evitar la responsabilidad penal si son los primeros en informar la participación en alguna violación penal antimonopolio.

Puede presentarse un informe a cualquiera de los siguientes:

- Su supervisor, salvo que sospeche que el supervisor ha participado en la violación o ha condonado la misma;
- El Departamento Legal;
- Su Director de Ética y Cumplimiento o representante de Ética y Cumplimiento Global; o
- El Programa de defensor/DIÁLOGO de UTC.

