

## **GUIAS ANTIMONOPOLIO REUNIONES**

---

---

Mientras algunas actividades entre competidores son tanto legales como beneficiosas para la industria, actividades grupales de competidores son inherentemente sospechosas de infringir leyes antimonopólicas.

Los acuerdos entre competidores no necesitan ser formalizados para levantar dudas sobre prácticas antimonopólicas, sino simplemente pueden ser informales, públicos o privados, siempre que los participantes puedan razonablemente esperar que sus contrapartes sigan un patrón de acción.

Cada uno de ustedes es responsable de velar porque los temas que aparenten ser acuerdos que violarían leyes antimonopólicas no sean tratados en sus reuniones. En primera instancia, es responsabilidad de cada participante evitar temas de discusión inapropiados. Este recordatorio ha sido preparado para asegurar que los participantes en las reuniones conozcan de esta obligación.

Las prácticas prohibidas y recomendadas aquí expuestas son solo los principios antimonopólicos básicos. Cada participante de una reunión debe entender a profundidad sus responsabilidades bajo las leyes antimonopolio y asesorarse legalmente cuando casos particulares o interpretaciones así lo demanden.

### **PRÁCTICAS PROHIBIDAS:**

1. No realizar o aparentar realizar, discusiones o intercambios de información relacionados a:
  - (a) Precios de productos, cambios de precios, diferenciales de precios, aumentos de precios, descuentos, condiciones de crédito, o datos con relación a precios como costos y capacidad de producción, inventarios, ventas, etc.
  - (b) Políticas de empresa relacionada a precios, nivel de precios, cambios de precios o diferenciales, etc.
  - (c) Cambios de producción, capacidad de producción o inventarios.
  - (d) Licitaciones, contratos de productos particulares, o procedimientos para participar en licitaciones.
  - (e) Planes de compañías individuales con relación al diseño, producción, distribución o mercadeo de productos particulares, incluyendo propuestas sobre distribución de territorios o clientes.
  - (f) Temas relacionados a clientes, o proveedores actuales e individuales que puedan tener efecto en el mercado, o influir en el comportamiento empresarial de las compañías hacia esos proveedores o clientes.
2. No discutir o intercambiar información con relación a los temas arriba indicados durante actividades sociales o reuniones incidentales.

### **PRÁCTICAS RECOMENDADAS:**

1. Tener una agenda para todas las reuniones.
2. Redactar minutas y oponerse en caso de que no reflejen lo discutido y las acciones tomadas.
3. Asesorarse legalmente sobre cualquier duda con relación a prácticas antimonopólicas relativas a la reunión.
4. Protestar contra cualquier discusión o actividad donde parezca que se infringen leyes antimonopolísticas; apartarse de esas discusiones o actividades y salirse de la reunión de inmediato.