

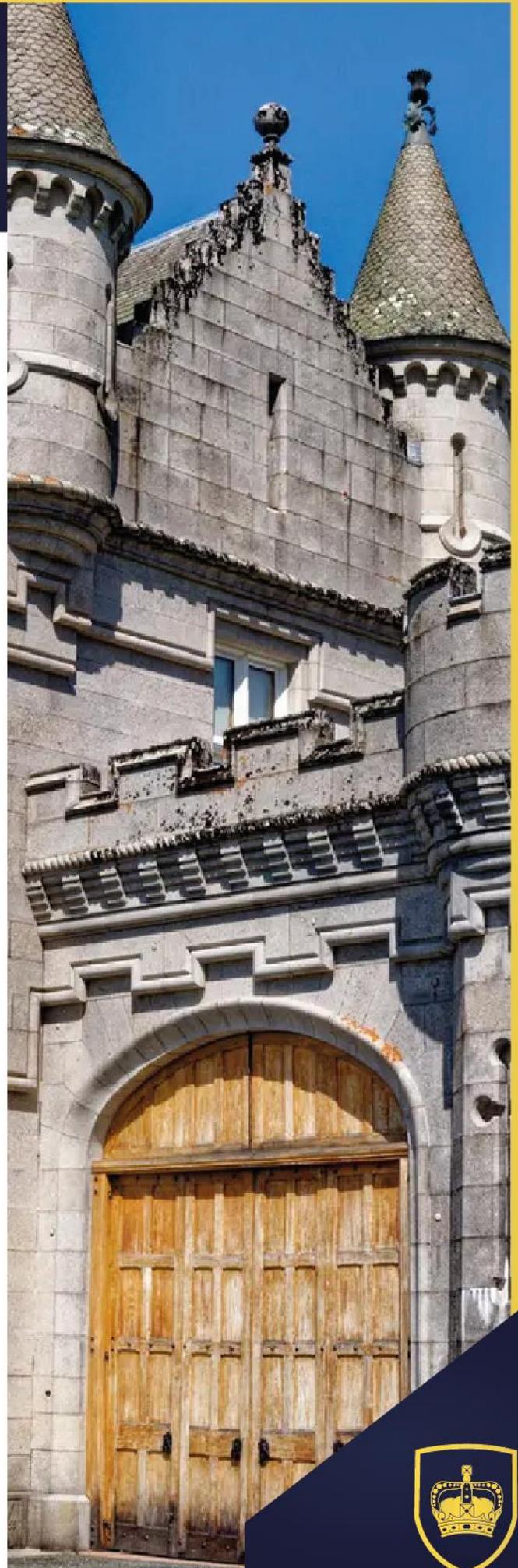


BALMORAL
ARISTOCRACIA GOURMET

Política Antimonopolio y Competencia Económica

El Palacio de Balmoral, S. de R.L. de C.V.

PROPIETARIO: OFICINA DE CUMPLIMIENTO
AMEC



Política Antimonopolio y Competencia Económica

En EL PALACIO, aceptamos el mandato de la Organización Internacional del Trabajo de promover la igualdad entre hombres y mujeres. Valoramos a todos los individuos independientemente del género, raza, edad, religión, nacionalidad y condición. La compañía dará la misma importancia a las necesidades y preocupaciones de las mujeres y de los hombres.

1.- INTRODUCCIÓN

La Competencia Económica tiene como objetivo que las empresas ofrezcan más variedad en sus productos y/o servicios, de mayor calidad y a mejores precios que el de sus competidores, lo cual permite que el consumidor tenga diversas opciones para elegir.

Para lograr dicho objetivo, la legislación mexicana señala ciertas conductas como prohibidas y sancionadas: **Prácticas Monopólicas absolutas o relativas**, cuyos efectos son contrarios a la competencia económica y perjudican no solo a los consumidores, sino al sector empresarial en general y por ende a la economía nacional.

En EL PALACIO tenemos el compromiso de llevar nuestras actividades en apego al marco normativo y a los principios en la materia, que buscan propiciar un mercado interno competitivo en donde haya libre competencia y concurrencia.

2.- OBJETIVO

El presente documento se elabora con la finalidad de establecer los lineamientos que deben aplicarse a todas las relaciones comerciales de EL PALACIO, y subsidiarias, a través de sus colaboradores (en adelante AMEC) y cualquier dependencia o entidad pública y/o privada y/o tercero. Lo anterior, a fin de evitar incurrir en las prácticas señaladas y así promover un entorno de competencia justa, honesta y leal.



3.- ALCANCE

La presente política es de observancia obligatoria para todos los colaboradores de las empresas de EL PALACIO en relación con el ejercicio de sus funciones, particularmente para aquellos colaboradores que llevan a cabo actividades de comercialización, compra, venta y quienes tengan contacto con otros competidores.

4.- DEFINICIONES

- **Agente Económico**

Persona física o moral, tales como individuos, empresas, asociaciones, dependencias y entidades de la administración pública, o cualquier otra forma de participación económica.

- **Prácticas Monopólicas Absolutas**

Se refiere a contratos, convenios, arreglos, o combinaciones entre agentes económicos competidores entre sí cuyo objeto o efecto sea fijar o manipular precios, restringir la oferta de bienes y servicios, segmentar mercados (dividirlos), concertar posturas en licitaciones (públicas o privadas) e intercambiar información a efecto de que se den las anteriores.

- **Prácticas Monopólicas Relativas**

Se refiere a actos, contratos, convenios o procedimientos que realizan empresas con poder sustancial en el mercado, con la intención de desplazar a otros agentes económicos, impedirles su acceso o establecer ventajas exclusivas a favor de uno o más agentes económicos.

- **Poder Sustancial en el Mercado**

Se entiende por la capacidad de un agente económico para fijar precios, restringir el abasto o establecer ventajas exclusivas en un mercado sin que existan presiones competitivas por parte de otros agentes económicos que puedan contrarrestar dicho poder.



5.- CONTENIDO

Con la finalidad de no incurrir en alguna actividad considerada como ilícita, en materia de Competencia Económica, se señalan a continuación las obligaciones y prohibiciones que están sujetos a los colaboradores de EL PALACIO.

Obligaciones:

1. Cumplir con las leyes, reglamentos, y demás normativa aplicable en materia de competencia económica en México y en los países donde opere EL PALACIO o donde tenga relaciones comerciales.
2. Hacer cumplir la presente política con clientes, proveedores y en general con aquellas personas con las que se pretenda celebrar o se celebre alguna relación comercial a nombre de EL PALACIO.

Prohibiciones:

1. Prácticas Monopólicas Absolutas, celebrar contratos, convenios, o cualquier tipo de arreglo, ya sea escrito o verbal, con otros competidores, que tengan como objeto o efecto:

- Establecer, aumentar, acordar, o manipular el precio de venta o compra de bienes y servicios.
- Restringir la producción, procesamiento, distribución, comercialización, adquisición o compra de bienes o la prestación de servicios.
- Repartirse los mercados entre competidores, ya sea por tipo de cliente, zonas geográficas, o tiempos determinados.
- Establecer, pactar, o coordinar posturas o abstención en licitaciones, concursos, subastas, o almoneda, ya sean de carácter público o privado.
- Intercambiar información con el objeto o efecto de llevar a cabo las conductas señaladas en los puntos anteriores.

Estas conductas resultan especialmente dañinas, puesto que son consideradas ilícitas por sí mismas. En otras palabras, basta con que se realice cualquiera de las conductas antes mencionadas para caer en el ilícito.



2.- Prácticas Monopólicas Relativas, celebrar cualquier acto, contrato, convenio, procedimiento o combinación de estos, que tenga como objeto las siguientes conductas:

- Segmentación vertical de mercados. Imponer a personas que no sean competidores, restricciones contractuales para la comercialización o distribución de manera exclusiva de bienes o servicios, por razón de sujeto, situación geográfica o tiempo determinado.
- Restricción vertical del abasto. Imponer la restricción de no fabricar o distribuir bienes y servicios o prestar servicios por un tiempo determinado.
- Imposición del precio de reventa. Imponer precios u otras condiciones, que un distribuidor o proveedor deba observar al prestar, comercializar o distribuir bienes y servicios.
- Ventas o compras atadas. Condicionar la compra o venta de un bien o servicio, a la compra o venta de otro bien o servicio.
- Ventas sujetas a exclusividad. Sujetar alguna venta a condición de no usar, adquirir o vender bienes o servicios de terceros.
- Boicot. Pactar con otros fabricantes, productores, distribuidores, y comercializadores o invitarlos para ejercer presión sobre otro agente o para negarse a vender o adquirir bienes o servicios con el mismo.
- Depredación de precios. Vender por debajo de los costos, con la finalidad de sacar a los competidores del mercado y recuperar las pérdidas mediante el incremento de precios en el futuro.
- Descuentos o incentivos a cambio de exclusividad. Ofrecer rebajas, incentivos, o beneficios, bajo la condición de que no se compren productos o servicios de la competencia.
- Subsidios cruzados. Usar las ganancias obtenidas por la venta de un bien o prestación de servicio, para financiar las pérdidas por la comercialización de otro bien o servicio.
- Discriminación de precios. Establecer distintos precios o condiciones de compra o venta para diferentes compradores o vendedores situados en condiciones iguales.
- Incremento de costos del rival. Realizar acciones cuyo efecto sea incrementar los costos, obstaculizar el proceso productivo o reducir la demanda que enfrentan otros competidores.
- Restricción del acceso a insumos esenciales. Denegar, restringir u otorgar acceso de forma discriminatoria a un insumo esencial.



- Estrechamiento de márgenes. Reducir el margen existente entre el precio de acceso a un insumo esencial y el precio del bien o servicio ofrecido al consumidor final, utilizando para su producción el mismo insumo.

Estas conductas no son ilícitas por sí mismas y, de hecho, son conductas comunes en el curso normal de los negocios. Para que sean ilícitas, es necesario contar con poder sustancial en el mercado. Por ello, se deberá tener especial cuidado en el mercado en donde se realicen estas conductas cuando AMEC tenga una participación de mercado superior al 20 por ciento y/o cuando en el mercado participen menos de 5 competidores. Favor de contactar al Área Jurídica para cualquier duda en relación con la implementación de estas prácticas.

PROCEDIMIENTO EN CASO DE VIOLACIÓN A LA POLÍTICA

EL PALACIO pone a disposición los siguientes medios confidenciales y permanentes, en los que recibirá todas las denuncias sobre cualquier posible violación a esta Política y les dará seguimiento: correo electrónico **confianza@amec-world.com** y/o el teléfono **800 CONFIANZA** sin costo y/o los buzones de quejas y sugerencias de cada localidad. Se sugiere al personal hablar con su Jefe inmediato, Gerente o Director, cuando tenga dudas del mejor curso de acción a tomar en una situación particular.

Por política de **EL PALACIO** no se permiten represalias por denuncias hechas por cualquier persona de buena fe. Además, es importante que el personal coopere con las investigaciones internas que se lleven a cabo por violaciones a esta Política.

Se mantendrá confidencialidad absoluta de las personas que realicen denuncias y solicitamos que la información proporcionada se fundamente en hechos demostrables, con el fin de evitar el mal uso de estos medios de comunicación. Cualquier denuncia será investigada a profundidad por un equipo interdisciplinario, por lo que el denunciante o quejoso deberá evitar hacer cualquier investigación por su cuenta.

De confirmarse la infracción a esta Política, se podrá solicitar al responsable llevar a cabo las acciones que al efecto se consideren necesarias. Lo anterior, sin perjuicio de las



medidas disciplinarias que se lleguen a aplicar y/o el ejercicio de las acciones legales que correspondan. Se notificará al Comité de Auditoría a efecto de que informe al Consejo de Administración sobre este tipo de incidencias.

Lic. Alan Oliver Rodriguez Mellado

Presidente del Consejo de Administración

