

Julio de 2020

# Política de Cumplimiento en Materia de Competencia Económica

Corporación Moctezuma  
S.A.B. de C.V.



## **CONTENIDO**

<b>1. Introducción a la Política</b> .....	<b>03</b>
1.1 Objetivo .....	03
1.2 Ámbito de Aplicación y Comunicación del Incumplimiento de la Política .....	03
1.3 Comité de Ética .....	04
<b>2. Introducción a la Competencia Económica</b> .....	<b>04</b>
<b>3. Principios de Actuación para Prevenir Conductas Prohibidas por la Ley de Competencia</b> .....	<b>04</b>
3.1 Evitar las Conductas .....	04
3.2 Solicitar Asesoría al Comité de Ética en Caso de Duda .....	08
3.3 Tomar Precauciones de Asociaciones y Cámaras .....	08
3.4 Tomar Precauciones en las Comunicaciones con Competidores, Proveedores y/o Clientes .....	09
<b>4. Qué Hacer en caso de Identificar que se ha Cometido una Práctica Anticompetitiva</b> .....	<b>09</b>
<b>5. Capacitación en Materia de Competencia Económica</b> .....	<b>10</b>
<b>6. Cumplimiento de la Política</b> .....	<b>10</b>
Anexo 1 .....	13
Anexo 2 .....	21
Apéndice .....	23

## 1. INTRODUCCIÓN A LA POLÍTICA

### 1.1 Objetivo

La presente Política de Cumplimiento en Materia de Competencia Económica (la “Política”) tiene como objetivo principal promover la estricta observancia de la Ley Federal de Competencia Económica (“**Ley de Competencia**”), en todas y cada una de las operaciones de Corporación Moctezuma, S.A.B. de C.V. (“**Corporación Moctezuma**”).

Mediante esta Política, Corporación Moctezuma materializa su compromiso de promover el desarrollo de prácticas comerciales éticas y responsables. El éxito de Corporación Moctezuma se fundamenta en sus valores institucionales.

Corporación Moctezuma también ha decidido fijar como uno de sus pilares operativos la promoción de la competencia en todos los segmentos en donde participa. Promover la competencia nos hará mejores prestadores de bienes y servicios en beneficio de nuestros clientes, generando un valor para la economía del país. La presente Política ha sido diseñada para Corporación Moctezuma y aprobada por el Consejo de Administración y sus directores, con la finalidad de generar un compromiso para actuar de forma responsable con apego estricto a la Ley de Competencia.

### 1.2 Ámbito de Aplicación y Comunicación del Incumplimiento de la Política

Esta Política es aplicable a todos los empleados, directivos, consejeros, accionistas de Corporación Moctezuma y de todas las empresas filiales y subsidiarias que forman parte de nuestro grupo corporativo en México (“**Grupo Corporativo**”), así como a cualquier tercero externo o colaborador que actúe en nombre y representación de nuestras empresas, incluyendo a las instituciones financieras, asesores, analistas y/o cualquier otro tercero que maneje información sensible del Grupo Corporativo quienes especialmente deberán de cumplir con lo establecido en el inciso 4 de esta Política (en adelante, los “**Colaboradores**”).

A continuación, se enlistan los individuos más expuestos al riesgo de violar la Ley de Competencia y, para los que es especialmente relevante que conozcan, entiendan e implementen la Política:

- Todas las personas que pertenezcan al departamento comercial;
- Todas las personas que participen en procesos de licitaciones públicas o concursos privados;
- Todas las personas que en el ejercicio de sus funciones tengan contacto con competidores, proveedores y/o clientes; y
- Todas las personas que asistan o participen en cámaras y asociaciones, especialmente la Asociación Mexicana de la Industria del Concreto Premezclado, A.C. (“**AMIC**”), y la Cámara Nacional del Cemento (“**CANACEM**”).

Todo el personal de Corporación Moctezuma debe cumplir con las Políticas de Integridad y demás políticas vigentes relacionadas con Gobierno Corporativo y Compliance que tenga implementadas dentro del Grupo Corporativo (“**Políticas de Integridad**”), y comunicar al Comité de Ética y Cumplimiento cualquier incumplimiento de las directrices y procedimientos que se describen en el presente documento en el menor tiempo posible y a través del canal establecido para ello. Corporación Moctezuma sancionará, de manera proporcionada la gravedad del hecho, al responsable directo del incumplimiento de las Políticas de Integridad y a quienes, teniendo el deber de impedir el incumplimiento, no lo haya evitado. También de manera proporcionada se sancionará a quienes, conociendo la existencia del incumplimiento, no lo hayan denunciado debidamente.

La Política se pone a disposición de todos los Colaboradores de Corporación Moctezuma y de todas las empresas que forman parte de nuestro grupo corporativo a efecto de contar con la mejor información disponible y con las herramientas necesarias para cumplir cabalmente con las disposiciones legales en materia de competencia económica.

### 1.3 Comité de Ética

El Comité de Ética y Cumplimiento será el encargado de supervisar el cumplimiento de la Ley de Competencia y de esta Política dentro de nuestra organización, así como establecer planes de acción contra los incumplimientos a la misma. En caso de tener cualquier duda, inquietud o comentario respecto al contenido de este documento por favor comuníquese al correo electrónico [comite.etica@cmoctezuma.com.mx](mailto:comite.etica@cmoctezuma.com.mx).

## 2. INTRODUCCIÓN A LA COMPETENCIA ECONÓMICA

Es de gran importancia que cada uno de nosotros entienda qué es la competencia económica, por lo que en el **Anexo 1** de esta Política se incluye una introducción al tema, en donde se explica, entre otras cosas: (i) cómo se define la competencia económica, (ii) cuál es el objeto de la Ley de Competencia, (iii) las razones por las que debemos familiarizarnos y cumplir con esta Ley, (iv) cuáles son las prácticas prohibidas por la Ley de Competencia –esto es, se incluye una descripción sobre las prácticas monopólicas absolutas y las prácticas monopólicas relativas–, y (v) las sanciones aplicables en caso de cometer una práctica prohibida por la Ley de Competencia.

## 3. PRINCIPIOS DE ACTUACIÓN PARA PREVENIR CONDUCTAS PROHIBIDAS POR LA LEY DE COMPETENCIA

### 3.1 Evitar las Conductas

La mejor forma de cumplir con la Ley de Competencia es evitar el riesgo de incurrir en prácticas prohibidas, mismas que se describen a continuación. Siempre evite tener cualquier tipo de comunicación con competidores para: (i) fijar precios, (ii) manipular la oferta y la demanda, (iii) coludirse en concursos o licitaciones, y; (iv) dividirse el mercado.

- **FIJAR PRECIOS**

Nunca se debe discutir con competidores precios de venta, estrategias comerciales y en general intercambiar información estratégica y privilegiada sin asesoría legal previa.

No se debe llegar a ningún tipo de acuerdo relacionado con factores que determinen el precio, tales como acuerdos para: (i) establecer/adherirse a descuentos; (ii) decidir mantener un nivel de precios; (iii) eliminar o reducir descuentos; (iv) adoptar una fórmula estándar para computar los precios; (v) mantener determinados precios diferenciados entre tipos, tamaños o cantidades de productos; (vi) adherirse a un cobro mínimo, o (vii) acordar términos comunes para dar créditos.

En caso de que nuestro competidor sea también cliente de la empresa, se debe segregar claramente un rol del otro.

- **MANIPULAR LA OFERTA Y LA DEMANDA**

En ningún caso se debe discutir con competidores el compromiso de no producir, procesar, distribuir, comercializar o adquirir una cantidad restringida o limitada de bienes o la prestación de un número, volumen o frecuencia restringida o limitada de servicios.

El acuerdo prohibido incluye conductas tales como fijar “cuotas” de mercado o determinar cantidades máximas de producción de forma conjunta.

Otros acuerdos entre competidores que están prohibidos son aquellos relacionados con fijar una participación de mercado para cada competidor, con sanciones para aquellos que excedan los porcentajes fijados. El resultado de este tipo de acuerdos prohibidos es que las participaciones de mercado de cada agente económico se mantienen constantes a pesar de que se produce menos de lo que se produciría si existiera competencia. Estos esquemas también producen un desincentivo para competir por nuevos clientes o para reducir precios y, en consecuencia, ganar clientes a otros competidores.

En mercados concentrados es recomendable evitar anuncios públicos relacionados con aumentos o disminuciones futuras de la producción. Lo anterior debido a que la Comisión Federal de Competencia Económica (“COFECE”), puede considerar que dichos anuncios son señales en mercados concentrados para estabilizar la producción. Nunca se debe intercambiar información entre competidores con el objeto y/o efecto de manipular la oferta y/o la demanda.

- **COLUDIRSE EN CONCURSOS O LICITACIONES**

Todo acuerdo entre competidores para establecer, concertar o coordinar posturas en concursos privados o licitaciones públicas está prohibido, por lo que toda comunicación relacionada se debe evitar por completo.

Resulta ilegal que los participantes acuerden que gane alguno de los competidores una licitación, con la promesa de que se apoyará a los otros competidores a ganar en las siguientes licitaciones. Esta conducta se reduce a designar al ganador y determinar los precios que ofertarán, los demás sólo tienen que ofrecer un precio más elevado.

Existen diferentes modalidades que resultan también ilegales, tales como acordar el abstenerse de licitar, lo cual tiene lugar cuando uno o más competidores que se esperaba que se presentarían a concursar o que han concursado en el pasado, acuerdan no presentar una postura o retirar la presentada con el fin de que obtenga la licitación el ganador designado en el acuerdo entre competidores.

Otra modalidad prohibida es la postura de acompañamiento, algunos competidores ofrecen propuestas altas con términos que saben serán inaceptables por parte del comprador o convocante.

Otros esquemas incluyen la rotación de ganadores, la cual implica que los concursantes presenten sus ofertas, pero a la vez tomen turnos para ser el ganador. Los términos de rotación pueden basarse en el tamaño de la licitación, distribuyéndose volúmenes de conformidad con el tamaño de cada agente económico participante en el concurso o licitación.

Una variable que también está prohibida consiste en acordar la subcontratación una vez que se gane el concurso, lo cual consiste en que aquél que presentó una oferta menor la retire en favor de aquél que presentó una oferta mayor, para obtener un subcontrato del ganador, y así ambos se repartan las ganancias derivadas de la oferta menos conveniente para el convocante.

#### ● **DIVIDIRSE EL MERCADO**

Está prohibida toda discusión con competidores con el objeto de dividir, distribuir, asignar o imponer porciones o segmentos del mercado actual o potencial de bienes o servicios, ya sea:

- » Territorial: en la que los competidores se dividen el mercado con un mapa y acuerdan no invadir sus respectivos territorios.
- » Por clientes o tipo de clientes: en la que los competidores se ponen de acuerdo para atender cada uno de forma exclusiva a un solo tipo de clientes o grupos de clientes, y de esta forma los competidores se pre-asignan a los clientes y evitan competir por ellos.
- » Por producto: cuando los competidores acuerdan producir de forma exclusiva un producto o tipo de producto en particular, evitando producir el producto o tipo de producto de sus competidores.

- **INTERCAMBIO DE INFORMACIÓN**

Está prohibido intercambiar información de manera directa o indirecta con el objeto o efecto de fijar precios, restringir el abasto, segmentar mercados o coordinar posturas en licitaciones. Esto es, cuando los intercambios de información tengan como objeto o efecto dañar, impedir o condicionar de alguna forma la competencia económica, podrían llegar a ser investigados por la Comisión Federal de Competencia Económica. Es importante señalar que, incluso si el intercambio de información se da a través de los clientes, los proveedores pueden ser penalizados por el intercambio de información cuando dicha información tenga por objeto o efecto dañar, impedir o condicionar de alguna forma la competencia económica.

De esta forma cualquier intercambio de información sobre precios resulta peligroso y debe evitarse entre competidores. Es más peligrosa si se trata de información sobre precios actuales, futuros o planes en materia de fijación de precios.

El tipo de información cuyo intercambio se considera generalmente sancionable es aquella que se aleja de la sana competencia y concurrencia y permite reducir la “incertidumbre” en relación con precios futuros, promociones, cotizaciones, participaciones de mercado, o estado de negociaciones con proveedores y clientes.

***Todo acuerdo de no-competencia con competidores es considerado una práctica monopólica absoluta penada por la Ley de Competencia y el Código Penal Federal.***

- **SANCIONES POR CONDUCTAS PROHIBIDAS POR LA LEY DE COMPETENCIA**

Una compañía puede ser sancionada por cometer estas conductas, ya sea directa o indirectamente, o por coadyuvar, propiciar o inducir a que se realicen. La sanción por participar directa o indirectamente en estas conductas puede ser tan alta como el equivalente a 200,000 veces la Unidad de Medida y Actualización (“UMA”) (\$16,898,000 Pesos Mexicanos), así como la inhabilitación para ejercer cargos directivos y de representación de una persona moral hasta por 5 años. Por coadyuvar, propiciar o inducir a que terceros comentan prácticas colusorias, la multa puede ser tan alta como el equivalente a 180,000 veces la UMA (\$15,388,200.00 Pesos Mexicanos).

También existe sanción penal de 5 a 10 años de prisión por celebrar, ordenar o ejecutar este tipo de conductas.

Por otro lado, es de gran importancia tener en cuenta que la Ley de Competencia sanciona la conducta independientemente del resultado –aunque no se materialice en el mercado–. Esto es, la intención es suficiente para incurrir en una práctica prohibida que puede ser sancionada por la autoridad competente. En este contexto, todo intercambio de información entre competidores cuyo objeto sea llevar a cabo alguna de las conductas prohibidas, puede ser sancionado por la autoridad competente, aunque el acuerdo no se materialice en el mercado –esto es, aunque no exista como tal un efecto–.

De la misma forma, pueden sancionarse este tipo de conductas cuando se genere el efecto, aunque no necesariamente exista un propósito colusorio.

### 3.2 Solicitar Asesoría al Comité de Ética en Caso de Duda

En caso de tener cualquier duda respecto a la legalidad de una práctica o conducta, siempre se deberá contactar a cualquiera de los integrantes del Comité de Ética y Cumplimiento o al Departamento Legal, para que, junto con un especialista en materia de competencia económica, se determine la legalidad de las mismas y evitar incurrir en prácticas anticompetitivas sancionadas por la Ley de Competencia y el Código Penal Federal.

Las prácticas monopólicas absolutas, conocidas como “colusorias” o “cárteles”, y que se explican en el apartado 3.1 anterior y en el **Anexo 1** de esta Política, están prohibidas en todo caso. En caso de duda, NO las realice.

Respecto de las prácticas monopólicas relativas, conocidas como “abuso de poder dominante”, y que se explican en el **Anexo 1** de esta Política, la legalidad de las mismas debe revisarse caso-por-caso. En caso de determinar que una práctica de este tipo es aceptable se deberá documentar debidamente el resultado favorable para la competencia derivado de la realización de la práctica.

### 3.3 Tomar Precauciones en Asociaciones y Cámaras

Las asociaciones y cámaras de la industria son foros legítimos de discusión, sin embargo, al ser foros donde se reúnen competidores dentro de una misma industria o mercado, se debe de tomar en cuenta una serie de precauciones para evitar incurrir en conductas prohibidas por la Ley de Competencia y el Código Penal Federal. Estas precauciones incluyen:

- Evitar toda discusión dentro de las asociaciones y cámaras con competidores que pueda resultar en la realización de una práctica monopólica absoluta.
- En caso de considerar que alguno(s) de lo(s) participante(s) en las sesiones de las asociaciones o cámaras menciona alguno de los temas sensibles que podrían resultar en la comisión de una práctica prohibida o solicita algún tipo de información al respecto, el representante de Corporación Moctezuma en dicha cámara o asociación deberá:
  - » Excusar de la sesión inmediatamente de manera expresa y clara;
  - » Contactar a cualquiera de los integrantes del Comité de Ética y Cumplimiento para reportar lo sucedido; y
  - » Solicitar que la cámara o asociación a las que pertenezca Corporación Moctezuma cuente con protocolos antimonopolio y la presencia de un abogado especialista en la materia que supervise las sesiones.

### 3.4 Tomar Precauciones en las Comunicaciones con Competidores, Proveedores y/o Clientes

En las comunicaciones con competidores, proveedores y/o clientes, e inclusive en comunicaciones internas relacionadas con temas sensibles, siempre se debe cuidar tanto el fondo del mensaje como el lenguaje utilizado. Para evitar malas interpretaciones de dichas comunicaciones todos los Colaboradores de Corporación Moctezuma deberán tomar las siguientes precauciones:

- Evitar frases como “no copiar” “solo para tus ojos”, “borrar después de leer”, “acuerdo de la industria o sector”, “acuerdo de caballeros”, “comercialización ordenada o acordada” y otras similares.
- Se sugiere especificar que los comunicados son “confidenciales”.
- Revisar a quien se envían las comunicaciones, teniendo cuidado con funciones como “responder a todos”.
- Nunca destruir, alterar o falsificar documentos o registros.

## 4. QUÉ HACER EN CASO DE IDENTIFICAR QUE SE HA COMETIDO UNA PRÁCTICA ANTICOMPETITIVA

Todos los Colaboradores de Corporación Moctezuma son responsables de vigilar que se cumpla y respete esta Política. En caso de considerar que alguien dentro de Corporación Moctezuma ha cometido o puede estar cometiendo una práctica anticompetitiva, se debe detener inmediatamente la conducta y reportarla inmediatamente al Comité de Ética y Cumplimiento y/o realizar la denuncia respectiva en el canal de denuncia llamado “Alza la Voz” que se detalla más adelante.

Por otro lado, si se tiene conocimiento de que alguno de los competidores de Corporación Moctezuma u otros participantes del mercado pudieron haber cometido algún hecho que pueda constituir alguna práctica anticompetitiva, también resulta importante reportarlo inmediatamente al Comité de Ética y Cumplimiento y/o realizar la denuncia respectiva en el canal de denuncia llamado “Alza la Voz” que se detalla más adelante.

Todo reporte se puede hacer por los siguientes medios:

- Vía correo electrónico durante las 24 horas de los 365 días del año a la siguiente cuenta: correo electrónico [comite.etica@cmoctezuma.com.mx](mailto:comite.etica@cmoctezuma.com.mx).
- Personalmente de lunes a viernes de 9 a.m. a 6 p.m. con cualquiera de los miembros del Comité de Ética y Cumplimiento.

y/o:

- Vía correo electrónico durante las 24 horas de los 365 días del año a las siguientes cuentas: [tuvoz@alzalavozmoctezuma.com](mailto:tuvoz@alzalavozmoctezuma.com).

- Vía telefónica de lunes a viernes de 9 a.m. a 6 p.m. a los siguientes números: 800-10-TU VOZ (88-869).
- Personalmente de lunes a viernes de 9 a.m. a 6 p.m. con cualquiera de las Personas Encargadas de Cumplimiento en la oficina ubicada en: <https://www.alzalavozmoctezuma.com/>.

## 5. CAPACITACIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA

La capacitación en materia de competencia económica es uno de los principales pilares para implementar una cultura ética y de cumplimiento, es por ello que todos los Colaboradores de Corporación Moctezuma deben conocer, entender e implementar esta Política, especialmente aquellas que están más expuestas a violar la Ley de Competencia, por lo cual:

- Todos nuestros empleados deberán cubrir una capacitación inicial en la materia;
- Aquellas personas con mayor exposición a violar la Ley de Competencia deberán cubrir la capacitación inicial y de forma recurrente deberán realizar una evaluación, repetir la capacitación y conocer las actualizaciones correspondientes; y,
- Como parte de la introducción a nuestra empresa, todo nuevo empleado será capacitado sobre esta Política.

Todo empleado que reciba la capacitación deberá firmar de conformidad y conocimiento esta Política, manifestando su compromiso con la adopción y cumplimiento de la misma, a través de la declaración de adhesión que se adjunta como **Anexo 2**.

## 6. CUMPLIMIENTO DE LA POLÍTICA

El cumplimiento de la Ley de Competencia y de esta Política es obligatorio para todos los Colaboradores y representantes de Corporación Moctezuma, por lo que su observancia será monitoreada de forma constante.

Asimismo, se llevarán a cabo auditorías de cumplimiento a efecto de identificar desviaciones en su cumplimiento y posibles infracciones a la normatividad aplicable. El debido cumplimiento será considerado como un aspecto positivo para la evaluación de nuestros Colaboradores. En caso de identificar violaciones a la misma por parte de algún Colaborador, se aplicarán las medidas disciplinarias correspondientes.

Es necesario que todos nos comprometamos y hagamos nuestro mayor esfuerzo para lograr que la presente Política funcione con éxito y así alcanzar el objetivo planteado.

## Revisión del Documento

<b>Documento:</b> Política de Cumplimiento en Materia de Competencia Económica	<b>Versión:</b> 0.1
<b>Elaborado por:</b> Greenberg Traurig, S.C.	<b>Unidad 1</b>
<b>Revisado por:</b> Dirección de Asuntos Jurídicos	
<b>Aprobado por:</b> Consejo de Administración Corporación Moctezuma, S.A.B. de C.V.	
<b>Fecha de Aprobación:</b> 16 de mayo de 2019	
<b>Fecha de publicación:</b> 06 de junio de 2019	
<b>Lista de distribución:</b> Todos los empleados de Corporación Moctezuma, S.A.B. de C.V.	



---



Anexo 1



## INTRODUCCIÓN A LA COMPETENCIA ECONÓMICA

La Comisión Federal de Competencia Económica ha definido la competencia económica como “el esfuerzo que realizan dos o más personas, comercios o empresas, para incrementar su participación en el mercado, ofreciendo más opciones de productos y servicios de mayor calidad, a mejores precios”.

### ¿CUÁL ES EL OBJETIVO DE LA LEY DE COMPETENCIA?

El objeto primordial de la Ley de Competencia es:

- Promover, proteger y garantizar la libre concurrencia y la competencia económica, y
- Castigar conductas que afecten la competencia, es decir, prevenir, investigar, combatir, perseguir y castigar severamente las, prácticas monopólicas, concentraciones ilícitas, barreras a la competencia y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados.

### ¿CUÁL ES LA AUTORIDAD QUE APLICA LA LEY DE COMPETENCIA?

La Comisión Federal de Competencia Económica (“COFECE”) es la autoridad encargada de velar por el cumplimiento de la Ley de Competencia.

### ¿QUIÉNES ESTÁN SUJETOS A LA LEY DE COMPETENCIA?

Todos los agentes económicos están sujetos a la Ley de Competencia. Son considerados “agentes económicos” todas las personas físicas o morales, con o sin fines de lucro, dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, Estatal o Municipal, asociaciones, cámaras empresariales, agrupaciones de profesionistas, fideicomisos o cualquier otra forma de participación en la actividad económica.

### ¿POR QUÉ DEBEMOS FAMILIARIZARNOS Y CUMPLIR CON LA LEY DE COMPETENCIA?

La Ley de Competencia le es aplicable a Corporación Moctezuma, sus Colaboradores y representantes, con respecto a todos los negocios que realice en México. Todo empleado, agente o contratista de Corporación Moctezuma es responsable de asegurarse de no violar la Ley de Competencia, ni esta política, para evitar:

- **Afectación en su reputación y en la de Corporación Moctezuma;**

El buen nombre que Corporación Moctezuma y cada uno de nosotros tiene en el mercado, así como la reputación que hemos construido a través de los años puede verse afectada irreversiblemente por una práctica anticompetitiva.

- **Imposición de multas a los individuos y para Corporación Moctezuma;**

Las multas para la empresa pueden ser tan altas como el 10% de sus ingresos anuales.

Por su parte, la sanción para las personas que participen directa o indirectamente en estas conductas puede ser tan alta como el equivalente a 200,000 veces la Unidad de Medida y Actualización (“UMA”) (\$16,898,000 Pesos), y por coadyuvar, propiciar o inducir a que terceros comentan prácticas colusorias puede ser tan alta como el equivalente a 180,000 veces la UMA (\$15,208,200.00 Pesos).

- **Ser inhabilitados para ejercer determinados puestos y cargos, y**

- **Ser sancionados penalmente.**

Las sanciones penales por cometer prácticas monopólicas van de cinco a diez años de cárcel.

## **¿CUÁLES SON LAS CONDUCTAS PROHIBIDAS POR LA LEY DE COMPETENCIA?**

Es importante saber identificar las prácticas prohibidas por la Ley de Competencia, por tres motivos principales:

- Tenemos la obligación de ser competitivos para crecer;
- Debemos saber qué conductas evitar para cumplir con la Ley de Competencia, y
- Debemos saber si somos víctimas de una práctica anticompetitiva y cómo actuar al respecto.

Existen dos tipos de prácticas monopólicas sancionables que se deben aprender a identificar:

- Prácticas monopólicas absolutas, y
- Prácticas monopólicas relativas.

## **¿CUÁLES SON LAS PRÁCTICAS MONOPÓLICAS ABSOLUTAS?**

Las prácticas monopólicas absolutas también son conocidas como “colusorias” o “cárteles”. La Ley de Competencia las llama “absolutas” porque son ilegales independientemente de la motivación o de su eficiencia y las define como convenios, arreglos o combinaciones entre competidores –estos acuerdos no necesariamente deben constar por escrito para estar prohibidos–, con cualquiera de los siguientes propósitos o efectos:

- Fijar, elevar, concertar o manipular el precio de venta o compra;
- Establecer, concertar o coordinar propuestas en concursos privados o en licitaciones públicas;
- Restringir la producción o la compra de bienes y/o servicios;

- Repartirse mercados; e,
- Intercambiar información con el objeto o efecto de llevar a cabo estas conductas.

### **¿NUNCA SE DEBE INTERCAMBIAR INFORMACIÓN CON COMPETIDORES?**

Nunca se debe intercambiar información con competidores sin la asesoría correspondiente, incluyendo, de forma enunciativa y no limitativa:

- Información de tarifas y/o precios;
- Información sobre estrategias de crecimiento;
- Información sobre costos;
- Información sobre niveles de venta;
- Información sobre producción;
- Información sobre la identidad de clientes o proveedores;
- Información sobre negociaciones pasadas y/o presentes con clientes o proveedores; y/o
- Información sobre los tipos y formas de crédito que se utilizan en las transacciones.

Existen escenarios en que el intercambio de información podría estar permitido (benchmarking) si se comprueba que tiene como resultado mayor transparencia, y que los consumidores y productores puedan tomar decisiones más informadas. Sin embargo, tales intercambios pueden tener efectos negativos y actualizarse una práctica anticompetitiva. En virtud de lo anterior, antes de intercambiar información con competidores siempre se debe consultar al Comité de Ética y Cumplimiento o al Departamento Legal a efecto de que se cuente con la asesoría adecuada.

Corporación Moctezuma debe ejercer prudencia y llevar a cabo actividades de recolección de información en relación con la inteligencia de mercado con los siguientes parámetros generales:

- Obtener información sobre actividades empresariales de un competidor a partir de fuentes públicas, o a través de fuentes normales del mercado.
- No requerir ni incitar a los clientes para que faciliten información sensible (precios, producción, clientes, estado de negociaciones, etc.) de un competidor.
- Si la información relativa a los precios de los competidores se obtuviera de clientes durante negociaciones sobre precios, asegúrese de dejar constancia de la fuente específica de la información y la fecha de obtención.

- Si la información relativa a precios de los competidores se obtuviera de clientes fuera del ámbito de las negociaciones sobre precio, aísle dicha información y deje constancia de que no fue solicitada y no conllevó la adopción de ninguna medida.
- Documentar el propósito del intercambio de información es crítico. Se puede realizar un intercambio limitado con fines procompetitivos documentados. Es importante no generar la impresión que el intercambio de información sea utilizado para vigilar o monitorear el cumplimiento de un acuerdo colusorio.
- La reciprocidad es otro factor clave. Si la información fluye solo en una dirección, entonces el riesgo se reduce significativamente. Si los clientes se utilizan como un canal bidireccional para intercambiar información, incluso si los proveedores no están informados de esta práctica, puede resultar en multas significativas.
- No facilite información sensible desde el punto de vista de la competencia de un cliente a otro cliente (por ejemplo, información de precios legítimamente obtenida durante negociaciones comerciales).
- La información de precios que deba proporcionarse a los clientes deberá ir identificada siempre como “confidencial”.
- La naturaleza de la información también es crítica. La Comisión analizará atentamente el intercambio de información sensible, como el precio y el aumento futuro de los precios (en oposición a datos históricos), descuentos o decisiones para retirar descuentos y la cartera de clientes. Además, cuanto más específica sea la información, más fácil será restringir la competencia y, por lo tanto, mayor será el riesgo antimonopolio.
- La frecuencia del intercambio es otro factor relevante. Cuanto más frecuente es el intercambio de información, más peligroso se vuelve.

Es importante mencionar que un acuerdo para intercambiar información puede ser inferido de evidencia circunstancial, que sugiere que las partes llegaron a un acuerdo sin necesidad de un acuerdo explícito ni un intercambio directo entre competidores.

### **¿EL INTERCAMBIO INDIRECTO DE INFORMACIÓN EN UN ACUERDO “HUB-AND-SPOKE-TYPE” PODRÍA SER ILEGAL?**

Ni un acuerdo explícito ni un intercambio directo entre competidores es necesario para una violación a la Ley de Competencia. Un intercambio indirecto de información -de manera “concentrada y radial” - en base a la cual se toman decisiones puede justificar una larga investigación y, posiblemente, multas significativas e incluso una condena. Es importante destacar que los acuerdos de “*hub-and-spoke*” indican que el flujo de información a través de los clientes no es del todo seguro. En otras palabras, incluso si la información fluye a través de los clientes, los proveedores pueden ser penalizados por el intercambio de información. Si el tercero que recopila la información fuera un analista de mercado, por ejemplo, podría crear ciertas salvaguardas contra una colusión hipotética, pero si ese tercero es un cliente que distribuye productos de diferentes fabricantes, el riesgo probablemente persista.

## ¿CUÁLES SON LAS PRÁCTICAS MONOPÓLICAS RELATIVAS?

Las prácticas monopólicas relativas son aquellos **actos que realizan una o varias empresas con poder sustancial en el mercado**, con el objeto o efecto de:

- Desplazar indebidamente a un agente económico del mercado;
- Impedir el acceso de nuevos competidores en el mercado; o,
- Establecer ventajas exclusivas en favor de uno o varios agentes económicos.

A este tipo de prácticas también se les conoce como “abuso de poder dominante”. Estas prácticas son “relativas” porque no son necesariamente ilegales.

## ¿CÓMO SE DETERMINA EL PODER SUSTANCIAL EN EL MERCADO?

El poder sustancial es considerado como la capacidad que tiene un agente económico de fijar precios o restringir el abasto, sin que los competidores puedan contrarrestar dicho poder.

## ¿QUÉ CONDUCTAS SE CONSIDERAN PRÁCTICAS MONOPÓLICAS RELATIVAS?

- **Segmentación de mercado;**

La fijación, imposición o establecimiento entre agentes económicos que no son competidores entre sí, de la comercialización o distribución exclusiva de bienes o servicios por razón de sujeto, situación geográfica o por periodos determinados. La imposición de la obligación de no fabricar o distribuir en un periodo de tiempo también encuadra en este supuesto.

- **Fijación de precios de reventa;**

La imposición del precio o demás condiciones que un distribuidor o proveedor deba observar al prestar, comercializar o distribuir bienes o servicios.

- **Ventas atadas;**

La venta condicionada a comprar, adquirir, vender o proporcionar otro bien o servicios normalmente distinto o sobre bases de reciprocidad.

- **Exclusividades;**

La venta o compra sujeta a la condición de no usar, adquirir o vender los bienes o servicios de un tercero.

- **Negativas de trato;**

La acción unilateral de negarse a vender a personas determinadas bienes o servicios disponibles y normalmente ofrecidos a terceros.

- **Boicot;**

La concertación entre varios agentes económicos o la invitación a éstos para ejercer presión sobre algún tercero o para rehusarse a vender o adquirir los bienes y/o servicios de dicho tercero.

- **Depredación de precios;**

La venta por debajo de costos acompañada de elementos que permitan presumir la posibilidad de expulsar a los competidores fuera del mercado, o crear barreras a la entrada de potenciales nuevos competidores, y posteriormente recuperar las pérdidas con aumentos futuros en los precios.

- **Descuentos por lealtad o compras sujetas a condiciones;**

El otorgamiento de descuentos, incentivos o beneficios a un comprador condicionándolo a no usar, adquirir o vender los productos o servicios de un tercero; o condicionar la venta al requisito de no proporcionar o vender estos productos a terceros.

- **Subsidios cruzados;**

El uso de las ganancias obtenidas por la venta o prestación de un bien o servicio para financiar las pérdidas incurridas por la venta o prestación de otro bien o servicio a un precio inferior.

- **Discriminación de precios;**

El establecimiento de distintos precios o condiciones de venta o compra para diferentes compradores o vendedores en condiciones equivalentes.

- **Elevar los costos o reducir la demanda del comprador.**

La acción de uno o varios agentes económicos cuyo objeto o efecto sea incrementar directa o indirectamente los costos, obstaculizar el proceso productivo o reducir la demanda que enfrenta otro agente económico.

## ¿QUIÉNES PUEDEN INCURRIR EN ESTE TIPO DE PRÁCTICAS?

Este tipo de conductas pueden ocurrir:

- Unilateralmente (por ejemplo, en una negativa de trato);

- Verticalmente, entre agentes no competidores entre sí que participen en distintos eslabones de la cadena productiva (por ejemplo, cuando se imponen precios de reventa de los servicios o exclusividades); y,
- Horizontalmente, entre agentes competidores entre sí (por ejemplo, cuando existe un boicot entre competidores contra una empresa nueva).

### **¿SON SIEMPRE ILEGALES LAS PRÁCTICAS MONOPÓLICAS RELATIVAS?**

No, este tipo de conductas son consideradas ilegales cuando:

- Se tiene poder sustancial en el mercado correspondiente; y,
- Se daña la competencia.

No será considerada ilegal una práctica de este tipo, aún y cuando se tenga poder sustancial en el mercado, si ésta constituye una estrategia comercial eficiente y se puede demostrar que no se daña la competencia. Para demostrar beneficios a la economía habrá que demostrar que:

- Se generan ganancias en eficiencia;
- Exista una justificación válida de negocios para llevarla a cabo;
- Incide favorablemente en el proceso de competencia y libre concurrencia;
- Resulta en una mejora del bienestar del consumidor; y,
- Por las razones anteriores se superan los posibles efectos anticompetitivos.

En todo caso se debe contar con asesoría legal antes de realizar la práctica.

---



Anexo 2



---

**DECLARACIÓN DE ADHESIÓN A LA POLÍTICA DE CUMPLIMIENTO  
EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA**

El que firma al calce, manifiesto que conozco y entiendo la Política de Cumplimiento en Materia de Competencia Económica de Corporación Moctezuma, S.A.B. de C.V. (Corporación Moctezuma), y que he recibido la capacitación por parte de Corporación Moctezuma sobre el contenido de la misma. Por lo tanto, me obligo a que en el desempeño de mis funciones en Corporación Moctezuma siempre cumpliré cabalmente tanto con los valores de Corporación Moctezuma, como con la presente Política, absteniéndome de realizar prácticas que violen o puedan violar la Ley Federal de Competencia Económica.

Lo anterior implica que conozco mis derechos y obligaciones en materia de competencia económica y que estoy informado de las sanciones económicas y penales que me podrían ser impuestas en lo personal, así como a Corporación Moctezuma por mi incumplimiento o violación a la Ley Federal de Competencia Económica.

Asimismo, me comprometo a informar de inmediato a la Compañía cualquier violación de la que llegare a tener conocimiento.

Protesto lo necesario.

---

**Nombre, apellido y puesto que ocupa**  
(en letra de molde)

---

**Firma**

---

**Fecha**

---



Apéndice



## EJEMPLOS DE SANCIONES QUE HA IMPUESTO LA COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA

<b>EXPEDIENTE:</b> DE-014-2010	<b>FECHA DE RESOLUCIÓN:</b> marzo 2012
<b>TIPO DE PRÁCTICA</b>	Práctica Monopólica Absoluta.
<b>MERCADO</b>	Comercialización de tortillas de maíz en Tuxtla Gutiérrez.
<b>CONDUCTA</b>	Segmentación de mercados mediante la firma de un acuerdo, avalado por la autoridad municipal, para delimitar territorialmente la comercialización de la tortilla de maíz en el municipio. El territorio se dividió en cuatro cuadrantes y se establecieron derechos de exclusividad para la distribución y comercialización de tortillas. Asimismo, en el acuerdo se establecieron mecanismos de vigilancia y sanción, estableciendo las posibles consecuencias en caso de invadir los sectores establecidos.
<b>SANCIONES</b>	Multa global de \$920,000.00 pesos.
<b>ESTATUS JURÍDICO</b>	Sentencia firme.

<b>EXPEDIENTE:</b> IO-003-2006	<b>FECHA DE RESOLUCIÓN:</b> marzo 2010
<b>TIPO DE PRÁCTICA</b>	Práctica Monopólica Absoluta.
<b>MERCADO</b>	Licitaciones de insulina y suero ante el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS).
<b>CONDUCTA</b>	Colusión entre empresas farmacéuticas para establecer, concertar y coordinar propuestas en licitaciones públicas celebradas por el IMSS para la compra de insulina humana, así como para la compra de sueros y soluciones electrolíticas.
<b>SANCIONES</b>	Multas de 151 millones de pesos.
<b>ESTATUS JURÍDICO</b>	Resolución firme por determinación de la Suprema Corte de Justicia de la Nación. Amparo únicamente para los efectos de recalcular la multa.

<b>EXPEDIENTE:</b> IO-006-2013	<b>FECHA DE RESOLUCIÓN:</b> junio 2006
<b>TIPO DE PRÁCTICA</b>	Práctica Monopólica Absoluta.
<b>MERCADO</b>	Venta de azúcar estándar y refinada comercializada por los ingenios.
<b>CONDUCTA</b>	Los agentes económicos participaron y/o coadyuvaron, indujeron o propiciaron un acuerdo e intercambio de información con el objeto y/o efecto de fijar, elevar, concertar o manipular el precio de venta de azúcar estándar y refinada. Además, restringieron la venta de dicho producto a distribuidores y mayoristas.
<b>SANCIONES</b>	Multas por 88.8 millones de pesos.

<b>EXPEDIENTE:</b> IO-001-2010	<b>FECHA DE RESOLUCIÓN:</b> septiembre 2011
<b>TIPO DE PRÁCTICA</b>	Práctica Monopólica Absoluta.
<b>MERCADO</b>	Mercado de la prestación de autotransporte de carga en el Estado de Baja California Sur.
<b>CONDUCTA</b>	Celebración de acuerdos para fijar precios, segmentar el mercado y restringir la oferta de los servicios de autotransporte de carga en el Estado de Baja California Sur por parte del Sindicato Único de Transportistas Hombre, Alianza de Transportistas La Paz, A.C., Operadora Logística Geos, S.A. DE C.V., y Operadora Logística Geos, S.A. DE C.V.
<b>SANCIONES</b>	Multas de 13 millones 763 mil 243 pesos.

<b>EXPEDIENTE:</b> DE-153-2008	<b>FECHA DE RESOLUCIÓN:</b> junio 2006
<b>TIPO DE PRÁCTICA</b>	Práctica Monopólica Absoluta.
<b>MERCADO</b>	Autotransporte de carga.
<b>CONDUCTA</b>	Acuerdo entre competidores para fijar el cobro uniforme a los usuarios de servicios de autotransporte de carga, por concepto de Cargo por Ajuste de Combustible (CPAC). El acuerdo fue publicitado en la página de internet de la Cámara Nacional del Autotransporte de Carga (CANACAR) y en una página de internet específica con el objetivo de que los miembros de la CANACAR se ajustaran a él.
<b>SANCIONES</b>	Multas de 30 millones 981 mil 240 pesos.

<b>EXPEDIENTE:</b> DE-017-2006	<b>FECHA DE RESOLUCIÓN:</b> enero 2012
<b>TIPO DE PRÁCTICA</b>	Práctica Monopólica Absoluta.
<b>MERCADO</b>	Producción, distribución y comercialización de materiales para la construcción.
<b>CONDUCTA</b>	<p>Ciertas empresas pretendían importar cemento a través del puerto de Tampico para su comercialización en el territorio nacional.</p> <p>Invitación de Cemex a la Administración Portuaria de Tampico, a través de su Director General, con el propósito de disuadirla para que ésta no realizara los actos necesarios a efectos de autorizar la entrada y operación del buquesilo <i>Mary Nour</i> (que transportaba cemento comprado en el extranjero para su importación y comercialización en el territorio nacional) al puerto de Tampico.</p>
<b>SANCIONES</b>	Multa a Cemex de \$10,179,000.00.

<b>EXPEDIENTE:</b> DE-019-2017	<b>FECHA DE RESOLUCIÓN:</b> mayo 2014
<b>TIPO DE PRÁCTICA</b>	Práctica Monopólica Absoluta.
<b>MERCADO</b>	Servicios proporcionados por profesionales del ramo inmobiliario.
<b>CONDUCTA</b>	Acuerdo con el objeto de fijar la comisión a cobrar por la prestación de servicios proporcionados por asesores en bienes raíces, agentes, administradores y profesionales del ramo inmobiliario en los municipios de Chapala, Ajijic, Jocotepec y San Antonio Tlayacapan, en el Estado de Jalisco.
<b>SANCIONES</b>	Multas de hasta \$5,111,344.11 pesos.

<b>EXPEDIENTE:</b> DE-006-2015	<b>FECHA DE RESOLUCIÓN:</b> octubre 2018
<b>TIPO DE PRÁCTICA</b>	Práctica Monopólica Absoluta.
<b>MERCADO</b>	Prestación de servicios de traslado, custodia y procesamiento de valores.
<b>CONDUCTA</b>	Los representantes de ciertas empresas dedicadas al traslado, custodia y procesamiento de valores se reunían constantemente en diversos foros para establecer el cobro coordinado de una cuota de peaje, la fijación de precios de referencia para los servicios que ofrecían mediante el establecimiento de precios mínimos y la segmentación del mercado por clientela.
<b>SANCIONES</b>	Multas de hasta \$17,946,000.00 pesos.

<b>EXPEDIENTE:</b> DE-024-2013	<b>FECHA DE RESOLUCIÓN:</b> febrero 2018
<b>TIPO DE PRÁCTICA</b>	Práctica Monopólica Absoluta.
<b>MERCADO</b>	Producción, distribución y comercialización de guantes de látex para cirugía y para exploración adquiridos por el sector salud en el territorio nacional.
<b>CONDUCTA</b>	Ciertas empresas implementaron acuerdos para establecer, concertar o coordinar posturas, en términos de precios y descuentos, o abstenerse de hacerlas, a través de las cuales se repartieron el volumen de compra de guantes de látex que realizó el IMSS, ISSSTE, PEMEX y la Secretaría de Salud durante marzo de 2009 hasta abril de 2015.
<b>SANCIONES</b>	Multa total de \$112,850,638.68 pesos.

<b>EXPEDIENTE:</b> IO-008-1998	<b>FECHA DE RESOLUCIÓN:</b> junio 1999
<b>TIPO DE PRÁCTICA</b>	Práctica Monopólica Absoluta.
<b>MERCADO</b>	Cemento y productos relacionados.
<b>CONDUCTA</b>	Fijación de precios de cemento, mortero y cal dentro de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo en Ciudad Cuauhtémoc, Chihuahua.
<b>SANCIONES</b>	Multa por \$1,550.25 pesos.

<b>EXPEDIENTE:</b> IO-003-1015	<b>FECHA DE RESOLUCIÓN:</b> abril 2017
<b>TIPO DE PRÁCTICA</b>	Práctica Monopólica Absoluta.
<b>MERCADO</b>	Prestación de servicios de administración de fondos para el retiro de los trabajadores en territorio nacional (Afores).
<b>CONDUCTA</b>	Celebración de distintos convenios entre las Afores con el objeto y efecto de dividir, distribuir, asignar e imponer segmentos del mercado a través del establecimiento de pactos bilaterales entre dichas afores para reducir el número de traspasos de cuentas de trabajadores administradas por éstas, logrando así disminuir la competencia entre ellas.
<b>SANCIONES</b>	Multa de hasta \$428,834,204.81 pesos.

<b>EXPEDIENTE:</b> IO-001-1015	<b>FECHA DE RESOLUCIÓN:</b> febrero 2019
<b>TIPO DE PRÁCTICA</b>	Práctica Monopólica Absoluta.
<b>MERCADO</b>	Generación, procesamiento y comercialización de información crediticia.
<b>CONDUCTA</b>	Negativa de trato en el mercado de recopilación y procesamiento de información crediticia de personas morales y físicas con actividad empresarial. Dun & Bradstreet abusó de su poder de mercado, mediante la negativa de intercambiar su base de datos con Círculo de Crédito.
<b>SANCIONES</b>	Multa de hasta \$27.4 millones de pesos.

## EJEMPLOS DE SANCIONES IMPUESTAS POR AUTORIDADES ANTIMONOPOLIO EN EL ÁMBITO INTERNACIONAL

Resolución 81391 de la Superintendencia de Industria y Comercio del Ministerio de Comercio Industria y Turismo de Colombia.	<b>FECHA DE RESOLUCIÓN:</b> diciembre 2017
<b>TIPO DE PRÁCTICA</b>	Práctica Monopólica Absoluta.
<b>MERCADO</b>	Cemento.
<b>CONDUCTA</b>	Holcim, Cementos Argos y Cemex celebraron un acuerdo para fijar los precios del cemento entre el 2010 y 2013 y para repartirse el mercado estableciendo zonas exclusivas para la comercialización del mismo en Colombia.
<b>SANCIONES</b>	Multas de hasta \$73,771,700.00 pesos colombianos.

Expediente S/DC/0525/14 CEMENTOS De la Sala de Competencia de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia en España.	<b>FECHA DE RESOLUCIÓN:</b> septiembre 2016
<b>TIPO DE PRÁCTICA</b>	Práctica Monopólica Absoluta.
<b>MERCADO</b>	Cemento y concreto.
<b>CONDUCTA</b>	Se sancionaron a veinticuatro empresas cementeras y concreteras en España (entre ellas Holcim España y Cemex España) por celebrar acuerdos y prácticas concertadas para fijar precios y otras condiciones comerciales, intercambiar información sensible, así como repartirse el mercado.
<b>SANCIONES</b>	Multas de hasta €10,256,152.00 euros.

