



Política de cumplimiento normativo en materia de defensa de la competencia

Aprobación del documento		
Cargo	Nombre	Firma
Dirección	Agustín Izzo Díaz	

Control de versiones			
Versión	Fecha	Responsable	Cambios
1	05/12/2024	Loreto Candanedo	Versión inicial del documento.

Índice de contenidos

1	Introducción	3
2	Marco normativo	3
2.1	Acuerdos o prácticas restrictivas.....	4
2.1.1	Acuerdos indirectos y facilitación de cárteles por empresas de consultoría	4
2.2	Abuso de posición dominante en el mercado	5
2.3	Fusiones, adquisiciones o <i>joint ventures</i>	6
2.3.1	Las Uniones Temporales de Empresas (U.T.E.s).....	7
3	Consecuencias incumplimiento de las normas de competencia.....	7
4	Cómo tratar con nuestros competidores.....	8
4.1	Cárteles	9
4.1.1	Fijación de precios.....	9
4.1.2	Reparto de mercados o clientes	9
4.1.3	Licitaciones colusorias.....	10
4.1.4	Boicots colectivos.....	10
4.1.5	Intercambios de información.....	11
5	Directrices para las reuniones con los competidores.....	12
6	Cómo actuar en caso de inspección domiciliaria por parte de las autoridades de competencia (<i>dawn raid</i>).....	13
6.1	Puntos clave	13
6.2	Llegada de los inspectores a la sede de la empresa.....	13
6.3	Durante la inspección	14
6.4	Tras la inspección	14
7	Cómo evitar malentendidos en nuestras comunicaciones corporativas.....	15
7.1	Qué se puede decir por escrito	15
7.1.1	Evitar uso de lenguaje ambiguo	16
7.2	Consciencia sobre el medio de comunicación utilizado.....	17
7.3	El secreto profesional de los abogados.....	17
7.3.1	Información amparada por secreto profesional.....	18
8	Protocolo de actuación.....	18

1 Introducción

La presente Política de Cumplimiento normativo en materia de Defensa de la Competencia desarrolla los documentos relativos a Compliance y Código Ético que actualmente tiene vigentes TUCA BIDCO, S.L. y sus participadas a excepción de CENTAURUS BIDCO, S.L. (en adelante, OLIN GROUP) en relación con el mantenimiento de una conducta respetuosa con las normas en materia de defensa de la competencia.

Que OLIN GROUP trabaje y opere siempre de forma ética y sea reconocida como tal es el objetivo principal que nos impulsa a respetar de forma estricta y escrupulosa las normas de defensa de la competencia.

Junto con las sanciones por incumplimiento, de extraordinaria entidad, para OLIN GROUP resulta especialmente relevante la reputación del grupo, la cual se vería seriamente dañada.

Por todo ello, la Dirección de OLIN GROUP tiene el firme compromiso de cumplir y hacer cumplir dentro del ámbito de las organizaciones que la integran la legislación *antitrust*. De forma que, el incumplimiento de lo contenido en la presente Política puede acarrear medidas disciplinarias.

2 Marco normativo

La legislación en materia de defensa de la competencia regula tres tipos de conducta:

- Los acuerdos o prácticas restrictivas.
- El abuso de poder en el mercado o de posición dominante.
- Las adquisiciones, fusiones y empresas en participación (también denominadas, *joint ventures*)

Las normas que regulan estas conductas se encuentran consignadas en el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea, así como en la mayoría de las legislaciones de los Estados miembros.

La normativa europea en materia de defensa de la competencia se desarrolló tomando como referencia el modelo existente en Estados Unidos, allí se denomina

legislación *antitrust*. Esta legislación es cada vez más frecuente también en países de América del Sur, Asia y África.

Con este manual se pretende incidir en el primer tipo de conductas que recogíamos al inicio, los acuerdos o prácticas restrictivas, ya que este es el área donde existe un nivel de exposición, real o potencial, más elevado a riesgos derivados de la infracción de las normas de defensa de la competencia.

2.1 Acuerdos o prácticas restrictivas

Un acuerdo restrictivo es un acuerdo o práctica restringe de forma indebida la competencia en el mercado. Este tipo de acuerdos pueden producirse entre competidores (por ejemplo, un acuerdo entre dos compañías para repartirse clientes o fijar precios de venta) o entre partes que operan a distintos niveles dentro de la cadena de suministro (por ejemplo, un acuerdo entre proveedor y un minorista que fija el precio mínimo al que puede revender el minorista).

Es importante recalcar que el concepto de acuerdo no se circunscribe únicamente a un contrato formalizado por escrito. También cubre los denominados “pactos entre caballeros” e, incluso, las acciones que se adoptan con un entendimiento implícito de colaboración en mente, aunque no se haya explicitado por escrito.

2.1.1 Acuerdos indirectos y facilitación de cárteles por empresas de consultoría

Tanto los Tribunales europeos como el Tribunal Supremo español han confirmado recientemente que el término acuerdo no solo se refiere a los acuerdos directos entre competidores, sino también los indirectos; lo que incluye cualquier acuerdo entre dos competidores organizado por un tercero o una empresa de consultoría.

En la práctica, esto se traduce en que cualquier acuerdo alcanzado entre empresas competidoras infringirá las normas de competencia incluso en el supuesto de que no haya sido diseñado, coordinado o monitorizado por dichas empresas, sino por un tercero o una firma de consultoría. Por tanto, debes solicitar inmediatamente el asesoramiento del Comité de Cumplimiento cuando una consultora te pida que organices, asistas y/o participes en reuniones a las que vayan a asistir nuestros competidores, o te solicite que recopilas y/o suministres datos comercialmente sensibles de nuestro grupo.

2.2 Abuso de posición dominante en el mercado

La legislación en materia de defensa de la competencia prohíbe el abuso de posición dominante.

En la práctica esto se traduce en que, cuando una sociedad disfruta de una posición dominante, determinadas acciones unilaterales que en otro caso se considerarían prácticas empresariales normales pueden ser consideradas abusivas y, en consecuencia, estar prohibidas. Ejemplos frecuentes de comportamiento potencialmente abusivo son:

- Acuerdos de suministro o compra en exclusiva.
- Descuentos por fidelidad, es decir, descuentos basados en el porcentaje de lo adquirido al proveedor dominante.
- Ofrecer condiciones distintas (incluido el precio) a clientes en situaciones similares.
- Exigir a un comprador que compre un producto cuando esté comprando otro (“ventas ligadas” o “tying”) u ofrecer un descuento significativo por hacerlo (“empaquetamiento de productos” o “bundling”)

Aunque consideramos que OLIN GROUP no ostenta una posición dominante en el mercado, existe el riesgo de que, en un futuro, las autoridades de defensa de la competencia —en España, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en lo sucesivo, “CNMC”) y, a nivel comunitario, la Dirección General de Competencia de la Comisión Europea— consideren que sí disfrutamos de poder de mercado o de una posición dominante en determinados mercados. Si crees que pudiéramos tener una posición dominante en un sector o mercado determinado, ponte en contacto con el Comité de Cumplimiento (ver apartado 5.2 posterior).

Como norma general, se presume que existe posición dominante cuando una empresa tiene una cuota de mercado superior al 50%, si bien es posible tener posición dominante con una cuota de mercado que exceda del 40%. Aunque la información estadística sobre el mercado constituye un buen punto de partida para determinar si la compañía ostenta o no posición dominante, los segmentos identificados en estos datos no son necesariamente los que se tienen en cuenta a los efectos del cálculo de la cuota de mercado desde la perspectiva de las normas de competencia.

Sea como fuere, cualquier declaración que hagamos en nuestros propios documentos sugiriendo que podemos gozar de una posición dominante en un sector o de que tenemos un cierto poder de mercado pueden hacer más difícil nuestra defensa frente a alegaciones de abuso de posición dominante (sean o no ciertas desde un punto de vista económico). Por este motivo debe evitarse el uso

de expresiones como “poder de mercado”, “dominante” o “monopolio” para describir nuestra posición en cualquier sector, y usar en su lugar expresiones tales como “somos líderes en el mercado”, o “somos el proveedor líder”.

Si estás tratando con un operador de telecomunicaciones, o con un fabricante o proveedor de equipos, del que sospeches que puede tener una posición dominante, es posible que tenga prohibido realizar conductas como las que se han relacionado anteriormente. Por ejemplo, podría ser ilegal que intente forzar a OLIN GROUP a comprar el producto o servicio B (que no deseamos adquirir) para acceder al producto o servicio A (que es el que necesitamos).

Debes solicitar el asesoramiento del Comité de Cumplimiento siempre que sospeches que un operador, fabricante o proveedor intenta imponer condiciones comerciales a OLIN GROUP que podrían constituir un abuso de su posición dominante. En tal caso, es factible que podamos con-vencer al fabricante o proveedor de que retire las condiciones comerciales ilegales o adoptar otras medidas legales para proteger los intereses de la compañía.

2.3 Fusiones, adquisiciones o *joint ventures*

Las normas de defensa de la competencia pueden tener un impacto muy significativo en los proyectos de adquisición e integración de nuevos negocios por parte de nuestro grupo, incluidas las fusiones y las adquisiciones de control exclusivo o conjunto (con otros socios) de empresas en común o *joint ventures* (sean negocios existentes o de nueva creación). Por este motivo, antes de adoptar cualquier decisión al respecto, debes consultar obligatoriamente con el Comité de Cumplimiento en la fase inicial del proyecto, de forma que podamos ofrecerte un asesoramiento adecuado en materia de competencia.

En la Unión Europea y en otros muchos países, las fusiones y las adquisiciones de control exclusivo o conjunto sobre otras empresas están sometidas a un régimen de control de concentraciones. Por este motivo, antes de proceder con cualquier proyecto de adquisición debe hacerse una evaluación previa para determinar los países en los que se cumplen los umbrales de notificación. Aunque las normas de defensa de la competencia en materia de control de concentraciones varían de un país a otro, en términos generales, si la operación supera ciertos umbrales de mercado y/o facturación:

- Será preciso obtener una autorización de la autoridad de competencia competente (en España, la CNMC),
- No podrá ejecutarse hasta la obtención de la autorización o autorizaciones pertinentes, y

- Podrá ser prohibida si se considera posible una reducción considerable de la competencia en el mercado y/o la creación o reforzamiento de una posición dominante.

Ten en cuenta que la necesidad de obtener la autorización preceptiva de una o más autoridades de defensa de la competencia antes de poder cerrar la operación va a incidir inevitablemente en el calendario de la operación. En el supuesto de que una operación sea objeto de notificación, durante la fase preparatoria, deberá presentarse a la CNMC (o a la autoridad de competencia de que se trate) documentación corporativa y de negocio muy detallada que podría tener un impacto significativo en la forma en que perciban la operación y en la decisión de autorizarla o no y en qué condiciones.

2.3.1 Las Uniones Temporales de Empresas (U.T.E.s)

Aunque el artículo 59 de Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público permita a las Uniones Temporales de Empresas (conocidas por su acrónimo, U.T.E.s) que se constituyan temporalmente contratar con el sector público, esta figura suele plantear problemas desde el punto de vista de competencia cuando los actores son empresas competidoras. Y ello porque su mera constitución supone un riesgo muy elevado desde la perspectiva de la fijación de precios, repartición del mercado o intercambio de información sensible; conductas todas ellas consideradas infracciones muy graves, y en consecuencia prohibidas, por las normas de competencia.

En consecuencia, antes de adoptar cualquier decisión relacionada con la constitución de una U.T.E. (lo que incluye las conversaciones y/o intercambios de información previos previas con representantes de un competidor) debes consultar obligatoriamente con el Comité de Cumplimiento, de forma que podamos ofrecerte un asesoramiento adecuado en materia de competencia.

3 Consecuencias incumplimiento de las normas de competencia

Las consecuencias de incumplir la legislación de competencia son muy severas. A continuación, pasamos a relacionar las más importantes:

- Multas a la compañía y a sus representantes – las multas pueden alcanzar el 10% de la facturación mundial en el ejercicio anterior a la imposición de la multa. Por su parte, la responsabilidad personal de la dirección y los empleados implicados en el cartel llega a hasta 60.000 euros a ejecutivos/

representantes (pronto 400.000 euros, v. Anteproyecto de Modificación de la Ley de Defensa de la Competencia).

- Demandas de daños y perjuicios – adicionalmente, los clientes, las asociaciones de consumidores o los competidores pueden entablar demandas cuando hayan sufrido pérdidas. En tal caso, los integrantes del cártel responderán de forma solidaria a todos daños ocasionados (salvo, en su caso, el denunciante, que solo responderá de los suyos).
- Responsabilidad penal – en algunos países, entre los que se cuentan los EE.UU., el Reino Unido, Irlanda y Noruega, se puede condenar a penas de prisión a las personas que hayan colaborado con sus competidores en la constitución u operativa de un cártel (p.ej., fijando precios, repartiéndose clientes o falseando licitaciones).
- Publicidad negativa – cualquier participación de nuestra compañía en prácticas anticompetitivas será publicada en prensa, lo que conllevará publicidad negativa para nuestro negocio.
- Nulidad de pleno derecho – los contratos que contravienen las normas de defensa de la competencia son nulos de pleno derecho y no pueden ejecutarse.

OLIN GROUP tiene una política de *tolerancia cero* a las infracciones de las normas en materia de defensa de la competencia. Su incumplimiento, sea accidental o deliberado, puede acarrear medidas disciplinarias de conformidad con lo dispuesto en el Procedimiento Sancionador.

4 Cómo tratar con nuestros competidores

En un mercado competitivo las empresas deben poder fijar autónomamente su política comercial y de precios. En consecuencia, cualquier contacto con un competidor de OLIN GROUP, real o potencial, supone un riesgo muy elevado desde la perspectiva de la normativa en materia de defensa de la competencia. Por este motivo, es esencial que sigas estas directrices siempre que tengas contacto con un competidor (sea directa o indirectamente).

Este apartado se centra en dos asuntos clave:

Primero: Los cárteles.

- Fijación de precios.

- Reparto de mercados o clientes.
- Licitaciones colusorias.
- Boicots colectivos.

Segundo: Los intercambios de información entre competidores.

4.1 Cáteles

Entendemos por cártel como todo acuerdo o práctica concertada entre dos o más competidores cuyo objetivo consista en coordinar su comportamiento competitivo en el mercado o influir en los parámetros de la competencia.

4.1.1 Fijación de precios

La fijación de precios con competidores está prohibida estrictamente. La existencia de cualquier acuerdo o entendimiento verbal o escrito entre competidores que tenga como objeto fijar, elevar o reducir los precios, se considera fijación de precios y, por tanto, es una práctica ilegal.

El concepto de precio en el ámbito de defensa de la competencia es un concepto más amplio que el que podemos entender desde el punto de vista económico y abarca cualquiera de las siguientes condiciones comerciales:

- Métodos o fórmulas para el cálculo de los precios,
- Márgenes comerciales,
- Recargos,
- Ofertas, descuentos y/o bonificaciones,
- Promociones especiales, y/o
- Otras condiciones del suministro (por ejemplo, las condiciones de crédito)

Adicionalmente, debemos precisar que la fijación de precios de forma indirecta entre competidores a través de intermediarios, también se encuentra estrictamente prohibida. Por lo que es muy importante que prestemos especial atención al facilitar cualquier tipo de información sobre nuestro negocio a terceros.

4.1.2 Reparto de mercados o clientes

Los acuerdos de reparto de mercado o de clientes están estrictamente prohibidos. Este tipo de acuerdos incluyen los acuerdos o entendimientos entre competidores (verbales o por escrito) para repartirse mercados, ventas, territorios

o clientes por regiones geográficas o por gama de productos y/o servicios (p.ej., acordar que nuestro grupo se centrará en determinados mercados geográficos y no se expandirá a otros a condición de que ellos hagan lo mismo, o que nos centraremos en canales de venta distintos, o llegar a un acuerdo de no captación de clientela).

4.1.3 Licitaciones colusorias

Otra conducta absolutamente prohibida por la normativa de defensa de la competencia son las licitaciones colusorias. Se entiende por licitaciones colusorias todos aquellos acuerdos o entendimientos (verbales o por escrito) celebrados entre competidores, en respuesta a una solicitud de ofertas por parte de la Administración Pública o de un cliente, relativos a:

- Precios o condiciones a presentar en la licitación
- Si tú o el competidor vais a licitar y, en su caso, la presentación previamente acordada de “ofertas de cobertura” (ofertas más caras y/o que incluyan menos productos/ servicios a propósito),
- Qué competidor se pretende que gane el concurso

En el supuesto de que las bases del concurso hagan deseable, recomendable o necesario la constitución de una U.T.E. para el proyecto de que se trate, debes consultar obligatoriamente con el Comité de Cumplimiento antes de adoptar cualquier decisión relacionada con la constitución de una U.T.E. (lo que incluye las conversaciones y/o intercambios de información previos previas con representantes de un competidor)

4.1.4 Boicots colectivos

Los acuerdos o entendimientos (verbales o por escrito) celebrados entre competidores con el objetivo, directo o indirecto, de perjudicar a un tercero —ya sea un proveedor, un cliente o un competidor— también están absolutamente prohibidos por la normativa de defensa de la competencia.

Este tipo de conductas nacen en no pocas ocasiones en el seno de asociaciones profesionales. Aunque el boicot puede manifestarse de diversas formas, con carácter general implicará una res-puesta coordinada de las empresas asociadas que perjudique directamente a otro operador u operadores con los que guarden alguna relación.

Como decimos, esta vulneración de la libertad empresarial del boicoteado es contraria a las normas de defensa de la competencia y no puede encontrar justificación alguna. En particular, no resulta aceptable el boicot que pretenda

justificarse por ser una respuesta ante una actuación ilícita del operador boicoteado: la defensa frente a una conducta competitiva ilegal es la denuncia y la persecución de la infracción y no la comisión de otra infracción del derecho de la competencia.

4.1.5 Intercambios de información

A diferencia de los cárteles, que están siempre prohibidos por las normas antitrust y, en consecuencia, son ilegales con independencia de los efectos que puedan producir en el mercado, los intercambios de información entre competidores estarán prohibidos cuando de la naturaleza de la información intercambiada y otros factores como la frecuencia de los intercambios se pueda deducir la existencia de un efecto restrictivo en el mercado.

En la práctica, todo intercambio entre competidores de información actualizada, desagregada y comercialmente sensible está generalmente prohibido por las normas de defensa de la competencia. La razón estriba en que autoridades de competencia como la Comisión Europea y la CNMC parten de la presunción de que el conocimiento de este tipo de información confidencial procedente de competidores reduce automática y drásticamente el nivel de competencia en el mercado.

En la medida en que los competidores accedan a información comercial sensible de OLIN GROUP (entre otros, precios, facturación, márgenes, inversiones, gastos en publicidad, costes, clientes) y desagregada, mayor será el riesgo de distorsión de la competencia en el mercado, especialmente cuanto mayor sea la frecuencia de los datos que se intercambian y más actuales sean los mismos.

Como regla general, no reveles ni intercambies nunca información con tus competidores en relación con:

- La política de fijación de precios de OLIN GROUP, incluyendo descuentos, márgenes, bonificaciones, etc.
- Planes y proyectos comerciales para el futuro, incluyendo operaciones específicas con clientes o proveedores.

Adicionalmente, nunca ofrezcas a nuestros competidores información que generalmente considerarías confidencial, o que se refiera a factores sensibles de nuestra política comercial, incluyendo listados de clientes y las condiciones de compra.

Dicho lo anterior, no toda la información que se intercambia con competidores es ilegal, y dependerá del tipo de información que se intercambia y de las circunstancias en que se produce el intercambio. Por ejemplo, puede resultar admisible:

- Intercambiar información sobre asuntos no confidenciales o técnicos relevantes para el sector, tales como asuntos de seguridad y salud;
- Compilar estadísticas (desagregadas e históricas) de cuotas de mercado;
- Intercambiar información sobre iniciativas de relaciones públicas o de influencia política a nivel sectorial.

En cualquier caso, siempre debes informar al Comité de Cumplimiento antes de iniciar conversaciones con competidores relacionadas con un eventual intercambio de información comercial de OLIN GROUP, sea del tipo que sea.

5 Directrices para las reuniones con los competidores

Asociaciones profesionales y ferias comerciales juegan un papel esencial como foro de discusión de las preocupaciones del sector del cable y constituyen eventos señalados para operadores, fabricantes, proveedores y posibles clientes de OLIN GROUP. Dicho esto, debes tener siempre muy presente que estas reuniones plantean riesgos especiales dado que en ellas te encontrarás con competidores.

En consecuencia, extrema la precaución cuando asistas a estas reuniones poniendo en práctica las siguientes directrices:

- Mantén informado al Comité de Cumplimiento con carácter previo a la celebración del evento o reunión de que se trate (remitiéndole copia de la agenda y/u orden del día, que deberás solicitar por adelantado).
- Presta gran atención a todo lo que se discuta.
- Si la conversación deriva hacia asuntos inadecuados (p.ej., políticas de precios, licitaciones, clientes específicos) debes solicitar que se cambie de tema inmediatamente. Si no se hace, debes abandonar inmediatamente la reunión de forma que se haga evidente a todos los presentes la razón por la que te vas, y asegurarte de que queda constancia de tu marcha en el acta de la reunión.
- Si tienes alguna duda sobre la legalidad de los asuntos que se están tratando, solicita que se posponga ese punto del orden del día hasta que hayas tenido oportunidad de recibir asesoramiento jurídico.
- Revisa las actas de las reuniones de asociaciones profesionales y demás reuniones con competidores y corrige cualquier falta de exactitud.
- Mantén los contactos con competidores que sean estrictamente necesarios. Recuerda que la finalidad de las ferias comerciales es reunirse y negociar con proveedores y clientes; no tratar con nuestros competidores.

6 Cómo actuar en caso de inspección domiciliaria por parte de las autoridades de competencia (*dawn raid*)

Tanto los funcionarios de la Comisión Europea como los de la CNMC (o, en su caso, las autoridades autonómicas de la competencia) pueden realizar inspecciones sin aviso previo en las oficinas de las empresas para investigar posibles violaciones de la normativa de defensa de la competencia.

Los inspectores disponen de amplios poderes, que incluyen la posibilidad de examinar los documentos de la empresa y su sistema informático, así como solicitar explicaciones verbales in situ. No obstante, dichos poderes no son ilimitados. Para proteger los intereses de OLIN GROUP, en caso de inspección por parte de la Comisión Europea o de las autoridades españolas de competencia, hay que cumplir con las siguientes directrices.

6.1 Puntos clave

- Avisa de forma inmediata al Comité de Cumplimiento y, en su caso, a los abogados externos.
- Actúa serena y educadamente – No predispongas a los inspectores en nuestra contra negándoles tu ayuda.
- Mantente alerta en todo momento – Controla lo que hace el equipo de inspectores y no entregues documentación que pudiera estar amparada por secreto profesional (abogado–cliente) o que quede fuera del ámbito de la inspección.
- Mantener una actitud colaboradora en todo momento.
- En ningún caso deberán destruirse documentos, incluyendo aquellos que no se encuentren relacionados con el objeto de la inspección.

6.2 Llegada de los inspectores a la sede de la empresa

- No impidas la entrada.
- Comprueba la identidad de los inspectores.
- Acomoda a los inspectores en una sala en la que no haya documentos.
- Contacta inmediatamente con el Comité de Cumplimiento y con los abogados externos, de forma que estos puedan revisar la autorización de entrada de los inspectores (auto judicial, orden de inspección, etc.), que podrá ser remitida por email una vez escaneada.

- Comprueba especialmente el ámbito de la investigación (productos y mercados afectados, supuesta infracción, etc.)
- Solicita un tiempo de espera prudencial hasta la llegada de los abogados externos. Si los inspectores comienzan antes de que lleguen los abogados (suelen esperar unos 30 minutos):
 - Solicita de forma expresa que no se realicen entrevistas personales hasta la llegada de los abogados.
 - Acuerda con los inspectores que comiencen por revisar la documentación poco problemática como pueden ser, actas societarias, cuadros de la organización de la sociedad, etc.

6.3 Durante la inspección

- Asigna un equipo de empleados que se ocupen de atender a los inspectores y que harán de “sombra”:
 - Fotocopiará lo que el inspector fotocopie (marcando como “confidenciales” los documentos que lo sean o puedan serlo).
 - Anotará lo que se hace y, sobre todo, sus preguntas (y a quién se las hace).
 - Dará la alerta al Comité de Cumplimiento y/o los abogados si el inspector trata de hacerse con información que: (1) podría estar sujeta a secreto profesional (abogado–cliente) o (2) está fuera del ámbito de la inspección.
- Si la inspección se prolonga más de un día laborable, los inspectores procederán a precintar una oficina o zona de la empresa, en cuyo caso:
 - No se entrará bajo ningún concepto ni se alterará en modo alguno el precinto de seguridad.
 - Se alertará al equipo de limpieza para que no limpie la sala hasta que se haya desprecintado la sala de que se trate.

6.4 Tras la inspección

- Asegúrate antes de que se marchen los inspectores de que:
 - El acta de inspección refleja de forma clara y precisa lo acontecido. En caso contrario se firmará el acta bajo reserva y se aportará documento en el que se consignen las objeciones oportunas.
 - Se conserva una copia de todos los documentos incautados (tanto en formato papel como en formato electrónico).
 - Se ha solicitado que se salvaguarde la “confidencialidad” de los documentos sensibles de la compañía y que no se incorporen al expediente los documentos que queden fuera del ámbito de la

inspección (estos documentos se precintarán en sobre cerrado para su evaluación posterior)

- Se ha tomado nota de los asuntos controvertidos
- Después de que se marchen los inspectores:
 - Debe celebrarse una reunión de equipo.
 - Informarle de todo lo acontecido, en el caso de que no hubiere estado presente, al director del departamento jurídico y, en su caso, al Consejo de Administración de la compañía.
- Debe realizarse un seguimiento de la inspección por parte del Departamento Jurídico y/o por Abogados externos.

7 Cómo evitar malentendidos en nuestras comunicaciones corporativas

Aunque una empresa cumpla plenamente con las leyes de competencia, existe el riesgo de que sus comunicaciones (sean internas o externas, orales o por escrito) puedan sugerir lo contrario. Esto se traduce en que, en la práctica, una conducta perfectamente legítima desde la perspectiva de competencia puede parecer sospechosa simplemente por un e-mail o un WhatsApp mal redactado.

Por ese motivo, nunca des tu opinión por escrito sobre la legalidad o no de una determinada conducta. Aunque estés equivocado al manifestar tus dudas sobre un determinado comportamiento, el mero hecho de que te lo plantees llamará la atención de la autoridad de competencia. Si te encuentras en esta tesitura, ponte inmediatamente en contacto con el Comité de Cumplimiento.

Debes tener especial cuidado con las formas de comunicación más informales (p.ej., e-mails, mensajes de WhatsApp o equivalentes, presentaciones de PowerPoint, etc.). Ten en cuenta que eliminar estos documentos de tu ordenador o móvil no impide que sean recuperados (de hecho, los mensajes borrados tienen mayor interés para las autoridades por razones obvias).

El mensaje de esta sección es que tengas cuidado con lo que dices al abordar cualquier tema consignado en este Manual. Recuerda que el documento que redactas puede ser leído por otros empleados, por nuestros competidores y por las autoridades de competencia (la CNMC o la Comisión Europea).

7.1 Qué se puede decir por escrito

El empleo de un lenguaje cuidadoso no evitará la responsabilidad cuando se haya incurrido en una conducta contraria a la competencia, pero puede impedir que

una conducta legal se pueda considerar sospechosa por haber elegido un lenguaje inadecuado.

7.1.1 Evitar uso de lenguaje ambiguo

Debes evitar el uso de determinadas palabras en el vocabulario escrito:

- Palabras que expresan culpabilidad – frases como “destrúyase tras su lectura” y “no hacer copias” sugieren la posibilidad de infracción aun cuando el objetivo que se persiga al usar estas palabras sea simplemente preservar el carácter confidencial de un documento. Es preferible utilizar expresiones como “estrictamente confidencial” o “secreto empresarial”.
- Palabras que expresan poder – (por ejemplo, “dominar”, “aprovecharse”, “expulsar del mercado”, “eliminar a la competencia”, “machacar a la competencia”) que implícitamente se refieren al uso del poder de mercado para expulsar a los competidores. En lugar de ello, debes hacer referencia a que la sociedad tiene una posición “significativa” o a que es un “líder del mercado”.
- Palabras vagas sobre competencia y precios – usar un lenguaje vago o impreciso al referir-se a áreas problemáticas desde el punto de vista de la defensa de la competencia, como los precios o los competidores, puede resultar peligroso. Las autoridades de defensa de la competencia pueden malinterpretar dicho lenguaje de forma contraria a nuestros intereses. Habla con propiedad y precisión. Por ejemplo, decir “hay consenso en el sector en cuanto a la subida de los precios” sugiere un acuerdo ilegal, cuando en realidad puede significar simplemente que las novedades del sector (incremento de la demanda, subidas de los costes) sugieren que es previsible que los precios suban. Sé específico y huye de ambigüedades: “En nuestra opinión, las importantes subidas en los costes apuntan a una probable subida de precios”.
- Especulaciones en cuanto a la adecuación jurídica o a las consecuencias jurídicas de una conducta – por ejemplo, “estos acuerdos es muy posible que infrinjan la legislación en materia de defensa de la competencia, por lo que se hace necesaria la discreción”. Una redacción así sugiere de forma inmediata un comportamiento ilegal a los ojos de las autoridades de defensa de la competencia, cuando es posible que no exista en absoluto. No debes especular sobre la legalidad de los acuerdos. Si tienes dudas, ponte en contacto con el Comité de Cumplimiento.

7.2 Consciencia sobre el medio de comunicación utilizado

Debes tener especial cuidado con lo que dices en todos los documentos, incluidos los mensajes de correo electrónico o de WhatsApp. Antes de enviar este tipo de mensajes, tómate siempre el tiempo de pensar si deberías tener la conversación o enviar la información en cuestión. Pregúntate qué sucedería si la comunicación fuese leída ante un Tribunal y/o saliera publicada en los periódicos.

Ten especial cuidado al reenviar e-mails. ¿De verdad quieres enviar el mensaje anterior y los adjuntos a los empleados que aparecen? Si no lo haces, corres el riesgo de enviar, sin pretenderlo, información a las personas equivocadas. Si te ocurre esto, no te limites a borrar el correo e intentar "enterrarlo". Debes pedir asesoramiento inmediato al Comité de Cumplimiento.

Adicionalmente, ten en cuenta que:

- Casi todos los documentos, sean en formato electrónico o en papel, formales o informales (por ejemplo, notas privadas y agendas) pueden ser requisados por orden judicial o sujetos a investigación por parte de las autoridades de defensa de la competencia. Por tanto, todos los documentos –aún aquellos que sean de carácter puramente interno de la compañía–, deben escribirse asumiendo que es posible que sean leídos por terceros, incluidos funcionarios de las autoridades de la competencia.
- Las llamadas telefónicas pueden dejar un rastro por escrito. Las partes a ambos lados de la línea suelen tomar notas durante las conversaciones telefónicas. No asumas que no hace falta tener el mismo cuidado en las conversaciones telefónicas.
- Las autoridades de defensa de la competencia (incluidas la CNMC y la Comisión Europea) disponen de amplias facultades de inspección que pueden autorizarles a realizar investigaciones domiciliarias sin previo aviso, intervenir documentación física o electrónica, acceder a tus mensajes del móvil, etc.

7.3 El secreto profesional de los abogados

Es muy frecuente que las autoridades de defensa de la competencia basen sus alegaciones de infracción de las normas de defensa de la competencia en pruebas extraídas de documentos e información recopilada de las empresas investigadas. Dicho esto, las empresas pueden negarse a facilitar información a las autoridades de defensa de la competencia cuando dicha esté amparada por el "secreto profesional de los abogados".

En términos generales, toda la correspondencia que solicita, presta o se refiere a asesoramiento jurídico de abogados está amparada por este privilegio. Si crees que tienes un problema especialmente sensible de legislación en materia de defensa de la competencia, debes inmediatamente llamar por teléfono al Comité de Cumplimiento, que se encargará de decidir si es conveniente involucrar a abogados especializados en la materia, y podrá asesorarte sobre la forma más adecuada de comunicarte para conseguir la máxima protección de nuestras comunicaciones.

7.3.1 Información amparada por secreto profesional

A continuación, recogemos las recomendaciones para identificar y proteger la información amparada por el secreto profesional de forma efectiva:

- Inclusión en el encabezamiento y en cada página la alusión a "Secreto profesional" o "*Privileged and Confidential*", seguida de "Comunicación abogado-cliente". En la correspondencia por correo electrónico, debe aparecer también en el campo del asunto.
- Si estás resumiendo asesoramiento jurídico, identifícalo como "Secreto profesional" / "*Privileged and confidential*" – "Resume el asesoramiento de abogados".
- Las copias en formato papel deben archivarse en carpetas separadas identificadas como "Secreto Profesional" / "*Privileged and Confidential*", y es preferible que se guarden en un armario bajo llave.
- Los mensajes de correo electrónico y demás información en formato electrónico debe guardarse en una carpeta electrónica (de nuevo, identificada como "Secreto Profesional" o "*Privileged and Confidential*").

8 Protocolo de actuación

En caso de duda, dirígete al Comité de Cumplimiento en el buzón de denuncias habilitado denuncias@olingroup.es