

MANUAL DE CUMPLIMIENTO DE LAS NORMAS DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Código del documento:	POL-22
Versión:	1.0
Fecha entrada en vigor:	29/09/2022
Tipo de seguridad:	Información pública

Norma aprobada por el Consejo de Administración de Lorca Telecom Bidco, S.A. en su reunión del 29 de septiembre de 2022

Elaborado
Pedro Lois
Compliance Officer

Revisado
Juan Luis Delgado
D.G. Asesoría Jurídica y
Cumplimiento

Aprobado
Consejo
de Administración

Índice

	Página
1	Introducción 3
1.1	Conocimiento y cumplimiento del presente Manual..... 3
1.1.1	Funciones del departamento de Asesoría Jurídica..... 3
1.1.2	Formación..... 4
2	Resumen de las principales disposiciones de la normativa de defensa de la competencia..... 5
2.1	Acuerdos restrictivos..... 5
2.1.1	Tratos con competidores reales o potenciales..... 5
2.1.2	Resumen de los principios que han de presidir la relación con competidores o potenciales competidores..... 8
2.1.3	Tratos con Proveedores, Clientes y Distribuidores 9
2.1.4	Resumen de principios que han de regir los contratos o acuerdos con proveedores, clientes y distribuidores..... 11
2.2	Abuso de posición dominante/poder de mercado 11
2.2.1	¿Qué se entiende por "posición dominante" o "poder de mercado"? . 11
2.2.2	Ejemplos de abuso de posición de dominio..... 11
2.2.3	Resumen de principios de actuación para empresas dominantes..... 12
3	Investigaciones/inspecciones por sorpresa (<i>dawn raids</i>)..... 13
3.1	Registros de locales..... 13
3.2	Requerimientos de información 13
3.3	Deber de colaboración..... 13
4	Denuncias y sanciones 15
4.1	Denuncias..... 15
4.2	Sanciones 15
4.2.1	Multas 15
4.2.2	Otras consecuencias 15
4.2.3	Medidas disciplinarias..... 16

1 Introducción

El presente manual (el **Manual**) ha sido elaborado para ayudar a entender la forma en que la normativa en materia de defensa competencia resulta aplicable a las actividades desarrolladas por Lorca Telecom Bidco, S.A. y todas sus filiales (en adelante, todas ellas serán referidas indistintamente como la **Sociedad o MASMOVIL**), de forma que se puedan identificar y evitar incurrir o participar en acuerdos o conductas prohibidas.

En esencia, la normativa aplicable en materia de competencia tiene como objeto garantizar la igualdad de condiciones para las empresas. Dicha normativa consigue su objetivo (en términos generales) prohibiendo:

- acuerdos anticompetitivos entre dos o más empresas (por ejemplo, acuerdos de fijación de precios), y
- “prácticas abusivas” de empresas dominantes (por ejemplo, la venta por debajo del precio de coste).

Cualquier infracción de dicha normativa, incluso en el caso de operaciones o actividades empresariales menores, podría derivar en la imposición a MASMOVIL de importantes sanciones y, en algunos supuestos, en la derivación de sanciones para los propios empleados. Entre dichas sanciones se incluyen multas pecuniarias, daños y perjuicios, nulidad de contratos, e incluso penas privativas de libertad.

1.1 Conocimiento y cumplimiento del presente Manual

1.1.1 Funciones del departamento de Asesoría Jurídica

En cualquier situación que pueda afectar a cuestiones propias de la normativa de defensa de la competencia se debe contactar con el departamento de Asesoría Jurídica.

En particular, se debe consultar a Asesoría Jurídica:

- Antes de suscribir cualquier contrato (incluyendo cualquier contrato a efectos de la constitución o establecimiento de cualquier tipo de colaboración) con competidores reales o potenciales.
- Antes de entregar o recibir de un competidor cualquier información de naturaleza sensible desde un punto de vista de la normativa de defensa de la competencia.
- Antes de entablar negociaciones sobre cualquier fusión, adquisición o constitución de cualquier tipo de entidad con un competidor.
- Sobre cualquier modelo estándar de contrato que se pretenda suscribir con proveedores, clientes o distribuidores, así como antes de suscribir cualquier contrato significativo con dichas partes (p.ej., contratos a largo plazo o contratos que previeran cualquier forma de exclusividad).

- Siempre que un proveedor, cliente o distribuidor manifestara su disconformidad con cualquier forma de trato desleal, o si existieran motivos que pudieran justificar dicha queja por dicha parte.

1.1.2 Formación

La Sociedad espera que todos sus empleados conozcan y cumplan la normativa aplicable en materia de defensa de la competencia. La Sociedad organizará sesiones de formación al respecto para empleados y distribuirá información periódica entre los mismos.

2 Resumen de las principales disposiciones de la normativa de defensa de la competencia

Ciertas prácticas comerciales habituales pueden plantear diversas dificultades (de forma inadvertida) en cuanto a su conformidad con la normativa de defensa de la competencia. El presente apartado resume algunas de las normas más importantes que han de observarse en la relación con competidores, clientes, proveedores y distribuidores.

2.1 Acuerdos restrictivos

La normativa de defensa de la competencia prohíbe la existencia de acuerdos y prácticas concertadas que puedan restringir la competencia. Un "acuerdo" a estos efectos puede ser escrito, oral, o incluso resultar de cualquier entendimiento tácito entre las partes.

Debe evitarse cualquier situación de la que pudiera inferirse la existencia de un acuerdo o entendimiento restrictivo de la competencia. Lo anterior es aplicable tanto a:

- Contratos formales;
- Acuerdos informales, compromisos y entendimientos entre las partes, aun cuando no fueran de naturaleza legalmente vinculante;
- Acuerdos de naturaleza verbal, por ejemplo los alcanzados en cualquier reunión o charla durante una pausa para el café;
- Decisiones de asociaciones empresariales; y
- "Prácticas concertadas" - a saber, aquellos supuestos en los que los competidores coordinan su comportamiento, por ejemplo, informándose entre sí con anticipación sobre aumentos de precios o tarifas ya planeados.

La adopción o suscripción de estos acuerdos puede traer consigo importantes consecuencias económicas en aquellos casos en que fueran impugnados con éxito por las autoridades de defensa de la competencia, o por cualquier competidor, cliente o proveedor ante un órgano judicial.

2.1.1 Tratos con competidores reales o potenciales

Las comunicaciones con competidores pueden ser perfectamente legítimas pero en ciertos casos pueden presentar riesgos de colusión.

Los acuerdos anticompetitivos/prácticas concertadas entre competidores (los llamados "acuerdos horizontales") se encuentran entre las infracciones más importantes de la normativa de defensa de la competencia. Entre los ejemplos de acuerdos anticompetitivos se incluyen los acuerdos de precios; de reparto de mercados, territorios o clientes; acuerdos que limitan la producción o el suministro de productos o servicios; o la participación en la manipulación o alteración de concursos y licitaciones. El propósito que subyace tras las normas de defensa de la competencia es garantizar que estas cuestiones sean resueltas por las fuerzas competitivas del mercado, y no determinadas a través de acuerdos o supuestos de colusión entre las partes.

(a) Fijación de precios

Es ilegal que empresas competidoras alcancen, directa o indirectamente, un acuerdo (por ejemplo, a través de los distribuidores) sobre el nivel de precios o las tarifas bajo las que venderán sus productos a terceros.

Con carácter general, la prohibición de fijación de precios se extiende a aquellos acuerdos o compromisos relativos a cualquier aspecto del “precio”, incluyendo acuerdos sobre términos y condiciones de venta, términos de pago, tarifas, descuentos, rebajas o bonificaciones.

(b) Reparto de mercados, territorios o clientes

Cualquier tipo de acuerdo o compromiso alcanzado con un competidor al objeto de compartir o dividir mercados, territorios o clientes es ilegal. Por ejemplo, no está permitido llegar a un acuerdo con un competidor a efectos de que la Sociedad se abstenga de vender sus productos o servicios a los clientes del competidor si este último no vende a los clientes de la Sociedad.

(c) Intercambio de información sensible

En general, el intercambio entre competidores de información sensible desde un punto de vista del derecho de la competencia plantea serias dudas y ha de evitarse. Existe el peligro de que dichos contactos puedan derivar en coordinación anticompetitiva entre competidores, por ejemplo, si dichos competidores alinean sus estrategias comerciales, lo que a su vez puede resultar en una reducción de la competencia en el mercado.

Aunque es difícil definir con precisión qué debe entenderse por “información sensible desde el punto de vista del derecho de la competencia”, sí es posible identificar tres patrones de carácter general.

- En primer lugar, es probable que la información pueda entenderse como sensible desde el punto de vista de la competencia si MASMOVIL no desearía que fuera conocida por sus competidores.
- En segundo lugar, es probable que la información pueda calificarse como sensible desde el punto de vista de la normativa de defensa de la competencia si el hecho de compartirla con otro competidor pudiera llevar a este último a modificar cualquier decisión o estrategia comercial.
- En tercer lugar, la información debe considerarse sensible desde el punto de vista de dicha normativa si cualquier cliente o proveedor, actual o potencial, pudiera objetar al intercambio de dicha información.

En general, cualquier información sobre los siguientes extremos es considerada sensible desde un punto de vista del derecho de la competencia: información sobre precios, tarifas, costes, márgenes de beneficio, términos y condiciones de venta, territorios de venta, desarrollo de ventas (información de facturación), estrategia comercial, clientes, estado de las negociaciones, niveles de inventario, desarrollo tecnológico, esfuerzo en I+D, etc.

No está permitido recopilar dicha información sensible desde un punto de vista comercial directamente de empresas competidoras. Sin embargo, sí es admisible recabar información al respecto de terceros, en particular de empresas u organizaciones de investigación de mercado. Si bien la información sobre la competencia, en particular la información sobre precios, en ocasiones es facilitada de forma voluntaria por los propios clientes (por ejemplo, en el marco de cualquier negociación de precios), no se ha de utilizar a los clientes para recabar de forma activa información comercial de carácter sensible sobre los competidores.

Es probable que la información sobre la competencia sea considerada altamente sensible cuando sea reciente, actual o futura. Generalmente se admite el intercambio de información "histórica" (sin que exista un límite predeterminado a partir del cual la información pueda considerarse efectivamente "histórica", si bien, como regla general, es probable que aquella información de antigüedad superior a un año pueda ser considerada como tal), siempre que no permita llegar a conclusiones sobre conductas actuales o futuras. El intercambio de información actualizada puede admitirse excepcionalmente si se trata de información pública y/o que ha sido facilitada de forma agregada (i.e., en forma tal que no sea posible identificar la entidad a la que se refiere).

Por último, la divulgación de información sensible puede infringir la normativa de defensa de la competencia si no fuera acompañada de un acuerdo ilícito, o si su revelación fuera unilateral. Basta que un competidor transmita información y que otro la acepte, incluso en el transcurso de una única reunión.

(d) "Licitación fraudulenta" (*bid-rigging*): manipulación de concursos y subastas

La manipulación de concursos y subastas se refiere a la existencia de un acuerdo con cualquier otra persona para no presentar oferta, retirar la oferta presentada o presentar una oferta de cualquier forma o con cualesquiera características en particular en respuesta a una subasta o proceso de licitación competitivo. Los acuerdos de manipulación de concursos y subastas están prohibidos incluso cuando el volumen de ventas fuera reducido.

(e) Boicots

El acuerdo con otra entidad conforme al cual la Sociedad se comprometiera a no vender o adquirir productos o servicios a un cliente o de un proveedor en particular puede ser contrario a derecho (si bien tales disposiciones, en el marco de acuerdos verticales tales como contratos de distribución, con frecuencia se permiten con sujeción a ciertas condiciones).

(f) Asociaciones sectoriales/empresariales

Si bien las asociaciones empresariales pueden cumplir funciones importantes y significativas para el sector, también constituyen un foro que brinda a los competidores la oportunidad de actuar en connivencia.

En consecuencia, la incorporación o adhesión a cualquier asociación sectorial o empresarial ha de ser aprobada por el departamento de Asesoría Jurídica.

Cuando asistamos a cualquier reunión de una asociación empresarial, debemos asegurarnos de que:

- Se ha preparado con la suficiente antelación, copia del orden del día de las cuestiones a tratar en la reunión;
- Se levantan actas de lo tratado en la reunión, y dichas actas (sin editar) son enviadas al Departamento Jurídico para su conocimiento y/o aprobación;
- Los participantes en la reunión se ajustan estrictamente al orden del día elaborado, debiendo limitarse el contenido de la reunión a los asuntos propios de las inquietudes comunes a todo el sector; y
- De abordarse cualquier tema no previsto en el orden del día de la reunión (*p.ej.*, conversaciones sobre precios, tarifas, términos y condiciones de venta, clientes, costes, producción o suministro futuro, planes de marketing, *etc.*), debemos insistir en el cese de tales conversaciones y, a falta de dicho cese, deberemos abandonar la reunión, indicando claramente los motivos (para evitar que el silencio pueda interpretarse como consentimiento). Debe exigirse que quede constancia en el acta de nuestro abandono de la reunión (así como de los motivos de dicho abandono) y, en todo caso, dejar igualmente constancia de dicho abandono mediante notas internas o correspondencia al respecto con la persona que hubiera organizado la reunión.

Cualquier asociación empresarial a la que perteneciera la Sociedad deberá disponer de procedimientos formales a efectos de la elaboración y circulación por escrito entre sus miembros del orden del día y de las actas de sus reuniones. Las actividades de dichas asociaciones y las actas y el orden del día correspondientes habrán de ser revisados de forma regular por los asesores jurídicos de la asociación en cuestión, a efectos de asegurarse de que la misma no incurre en ninguna conducta ilícita.

Por último, debe advertirse que:

- Estas asociaciones no pueden imponer ni acordar normas vinculantes en cuanto a los términos y condiciones en los que sus miembros realizan sus operaciones con terceros;
- Al resolver sobre la admisión de sus miembros, las asociaciones empresariales han de ser transparentes, objetivas y no discriminatorias; y
- Si una asociación empresarial infringe las normas propias del derecho de la competencia, es posible que todos sus miembros puedan ser declarados responsables.

2.1.2 Resumen de los principios que han de presidir la relación con competidores o potenciales competidores

La siguiente lista ofrece una guía general sobre los principios que han de regir la relación de MASMOVIL con sus competidores o potenciales competidores. No podrá suscribirse contrato alguno (incluyendo acuerdos de constitución de cualquier empresa en participación o de formación de cualquier alianza u otra forma de asociación) con un competidor sin la previa autorización del departamento de Asesoría Jurídica.

- NO suscribas ningún contrato ni llegues a acuerdo alguno (oral o escrito, expreso o tácito, formal o informal) con ningún competidor sobre precios o sobre cualquier elemento constitutivo del precio (tales como tarifas, recargos, comisiones, rebajas o descuentos, márgenes de beneficio, etc.); sobre cualesquiera costes, términos o condiciones de venta, cantidad o calidad de la producción o suministro; sobre cualesquiera mercados; sobre clientes y/o territorios; ni sobre canales o formas o métodos de distribución o suministro.
- NO trates sobre ofertas de subastas o concursos pasados, presentes o futuros con ninguna persona ajena a MASMOVIL. Esto incluye contratos o acuerdos sobre el importe de cualquier oferta, la intención de presentar o no dicha oferta o de retirar la misma, calendarios de la oferta o sobre los presupuestos que subyacen a los cálculos de los importes o parámetros de la oferta.
- Bajo ninguna circunstancia se podrá advertir a un competidor con “tomar represalias” a menos que el competidor acceda a rebajar sus precios o reducir el nivel de competencia.
- NO comentes con competidores la respuesta que pudiera dar MASMOVIL ante cualesquiera presiones competitivas.
- NO comentes ni intercambies con ningún competidor, ni aceptes de ningún competidor información sensible en términos de competencia, salvo que ello hubiera sido previamente aprobado por el departamento de Asesoría Jurídica.
- NO intentes de forma activa recabar información de los clientes sobre los precios/tarifas de los competidores u otras condiciones impuestas por tales competidores a dichos clientes.
- En cualquier reunión (formal o informal) en la que se encontrara presente cualquier competidor (incluyendo reuniones de cualquier asociación empresarial o meros encuentros de carácter social) deberás abstenerte de comentar o abordar cualquier tema ajeno al motivo legítimo que justificara tu presencia en dicha reunión y, particularmente, cualquier cuestión competitiva. Si se abordaran cuestiones inadecuadas en dicha reunión, deberás abandonar la misma tras dejar constancia de tus objeciones al respecto, e informar al departamento de Asesoría Jurídica de dicho incidente.

2.1.3 Tratos con Proveedores, Clientes y Distribuidores

Muchos acuerdos con empresas que operan en un nivel distinto de la cadena de producción o distribución, tales como acuerdos con proveedores, clientes o distribuidores (los denominados “acuerdos verticales”) pueden lícitamente incluir disposiciones que generalmente estarían prohibidas si el acuerdo lo fuera con un competidor. En ciertos supuestos, sin embargo, incluso los acuerdos verticales pueden plantear problemas desde el punto de vista del derecho de la competencia. Dada la complejidad de las normas que regulan los acuerdos verticales, deberá consultarse al departamento de Asesoría Jurídica antes de suscribir cualquier acuerdo vertical cuyo contenido se desvíe del previsto en los modelos estándares de la Sociedad o fuera inusual (por ejemplo, por tratarse de acuerdos a largo plazo o que incluyeran disposiciones sobre exclusividad).

(a) Fijación / mantenimiento de precios de reventa

Cuando se trabaja con distribuidores u otros revendedores, la normativa de defensa de la competencia generalmente prohíbe a las empresas fijar precios mínimos de reventa de sus productos o servicios a clientes finales. Sí se admiten precios máximos o recomendados, siempre que no vayan acompañados de incentivos a su utilización como precios mínimos.

(b) Reparto de territorios

En general, se permite asignar un territorio específico a distribuidores u otros revendedores, así como restringir sus actividades para captar clientes en otros territorios. En la Unión Europea, no obstante, los distribuidores/revendedores deben poder atender solicitudes de servicios en aquellos casos en que provinieran de compradores ubicados fuera del territorio asignado al distribuidor o revendedor en cuestión (las denominadas “ventas pasivas”).

(c) Exclusividad

Los acuerdos de exclusividad incluyen contratos conforme a los cuales el cliente/distribuidor se compromete a cubrir todas sus necesidades de un determinado producto o servicio exclusivamente de la Sociedad. Tales acuerdos no son automáticamente ilícitos (por ejemplo, no lo son cuando hubieran sido suscritos por un plazo de duración razonable y tuvieran como efecto garantizar la disponibilidad del producto), si bien se debe consultar al Departamento de Asesoría Jurídica antes de suscribir un contrato o acuerdo de esta naturaleza.

De manera similar, los acuerdos de exclusividad que obligan al proveedor a vender sus productos o servicios exclusivamente a la Sociedad en detrimento de los competidores de esta última pueden ser contrarios a derecho en determinadas circunstancias. Consulta con el Departamento de Asesoría Jurídica si estuvieras considerando la posibilidad de suscribir un acuerdo de este tipo.

(d) Obligaciones de no competencia

Los acuerdos en cuya virtud un proveedor, cliente o distribuidor se compromete a no producir, comprar, vender o distribuir productos o servicios que compitieran con los productos o servicios de la Sociedad pueden suscitar problemas con la normativa de defensa de la competencia, en aquellos casos en que hubieran sido suscritos a largo plazo (i.e., por plazo superior a cinco años).

(e) Cláusula de “nación más favorecida” (*most favored nation*)

Las cláusulas de “nación más favorecida” (NMF) generalmente obligan al proveedor a vender sus productos o servicios a una empresa al precio más bajo o en las condiciones más favorables que hubiera ofrecido el proveedor a cualquier otro cliente. Tales disposiciones pueden plantear importantes problemas jurídicos. Consulta al Departamento de Asesoría Jurídica antes de firmar un contrato o alcanzar un acuerdo en el que se prevea una cláusula de esta naturaleza.

2.1.4 Resumen de principios que han de regir los contratos o acuerdos con proveedores, clientes y distribuidores

El siguiente listado ofrece una guía general sobre los principios que han de regir la relación de la Sociedad con sus proveedores, clientes y distribuidores. Se deberá consultar al departamento de Asesoría Jurídica si se pretende suscribir cualquier contrato o acuerdo en términos distintos de los previstos en los modelos estándares de la Sociedad, o que fueran particularmente significativos:

- NO impongas un precio de reventa fijo, ni un precio de reventa mínimo.
- NO exijas al distribuidor/revendedor que se adhiera a los precios de reventa recomendados ni ofrezca incentivos financieros que pretendan el mismo efecto.
- NO prohíbas las ventas pasivas por parte de distribuidores/revendedores exclusivos fuera del territorio asignado a los mismos.
- NO impongas ni pactes ninguna obligación de exclusividad de larga duración.
- NO impongas obligaciones de no competencia a largo plazo o ajenas al objeto del contrato en cuestión.

2.2 Abuso de posición dominante/poder de mercado

La legislación de defensa de la competencia prohíbe el abuso de "posiciones dominantes" existentes en los mercados, o la "monopolización" de dichos mercados. Esta prohibición se aplica a conductas unilaterales -esto es, incluso cuando no existe acuerdo o entendimiento alguno con otra empresa- atribuibles a la empresa que dispone de una "posición dominante" o de "poder de mercado" en el mercado en cuestión.

2.2.1 ¿Qué se entiende por "posición dominante" o "poder de mercado"?

Una posición de dominio es una posición de fortaleza económica y poder de mercado que permite a la empresa comportarse en buena medida de forma independiente de sus competidores, clientes y, en última instancia, consumidores. En general, la existencia de una posición dominante deriva de una combinación de varios factores, si bien las cuotas de mercado constituyen una primera indicación al respecto. En la Unión Europea, una empresa puede ser considerada dominante si dispone de una cuota en el mercado en cuestión de alrededor del 40% o superior.

2.2.2 Ejemplos de abuso de posición de dominio

En aquellos casos en que la empresa ocupa una posición dominante en el mercado, es necesario considerar atentamente, en prácticamente todas sus relaciones comerciales, la normativa de defensa de la competencia, la cual exige a las empresas dominantes ciertas obligaciones en particular, incluyendo la obligación de no abusar de dicha posición dominante. A continuación se incluyen algunos ejemplos de abuso por parte de una empresa que ocupa una posición dominante:

- **Precios por debajo del coste.** La normativa de defensa de la competencia generalmente exige que, en aquellos mercados donde la empresa disponga de una sólida posición, la empresa en cuestión fije el precio de sus productos y servicios por encima del coste (generalmente el coste marginal u otro parámetro similar). Se trata de evitar que la fijación de precios por debajo del coste pueda expulsar del mercado a otros competidores menores. Existen algunas excepciones de carácter limitado, por ejemplo, en el caso de promociones de nuevos productos o en el supuesto en que se pretenda asegurar la obtención de ingresos por servicios accesorios.
- **Precios abusivos.** Los precios también pueden estar sujetos a limitaciones por arriba. El precio impuesto por una empresa dominante podría ser considerado abusivo por ser excesivamente alto, en función del grado de poder de mercado que ostentase dicha empresa y otras condiciones del mercado.
- **Negativa a contratar.** La negativa unilateral a contratar puede generar problemas en términos de derecho de la competencia, p.ej., en situaciones en las que se deniega a un cliente potencial acceso a recursos o a derechos de propiedad intelectual e industrial que resultan esenciales para la capacidad de competir del cliente. Sin embargo, la negativa a contratar puede estar justificada por razones empresariales legítimas (por ejemplo, la falta de solvencia o capacidad del cliente, etc.).

2.2.3 Resumen de principios de actuación para empresas dominantes

El siguiente listado ofrece una serie de recomendaciones generales respecto a la forma en que la Sociedad, para el caso en que se entendiera que dispone de una posición dominante en un mercado en particular, debiera comportarse. No obstante, deberás consultar con del departamento de Asesoría Jurídica si prevés suscribir cualquier operación en particular en un mercado en el que la Sociedad fuera un actor particularmente significativo.

- NO ofrezcas precios por debajo de coste.
- NO impongas ni pactes ninguna obligación de exclusividad de larga duración.
- NO discrimines de forma ilícita entre clientes (por ejemplo, aplicando distintos precios sin atender a consideraciones económicas o de costes por modificaciones).
- NO participes en prácticas ilícitas consistentes en ligar o agrupar productos o servicios conforme se ha descrito anteriormente (*tying/bundling*).
- Salvo por razones legítimas, NO te niegues a contratar con ningún cliente o potencial cliente. Las razones legítimas en cuestión (por ejemplo, falta de capacidad, inquietudes sobre garantías, sobre calidad y solvencia del cliente, etc.) han de ser objetivas y estar documentadas.

3 Investigaciones/inspecciones por sorpresa (*dawn raids*)

Las autoridades de defensa de la competencia están facultadas para enviar a miembros de su personal, en ocasiones sin previo aviso, a inspeccionar las oficinas de la Sociedad. Una inspección *in situ*, aun siendo un asunto serio, no debe ser motivo de alarma injustificada. La apertura de un procedimiento de inspección no significa que la Sociedad haya infringido ninguna ley. No obstante, es esencial gestionar la inspección *in situ* de forma adecuada.

3.1 Registros de locales

Los funcionarios participantes en la investigación disponen de amplias facultades para revisar y copiar libros y registros empresariales relevantes para el procedimiento, incluyendo documentos confidenciales, archivos electrónicos y mensajes de correo electrónico.

3.2 Requerimientos de información

El objeto de una inspección *in situ* es principalmente recopilar documentación y no interrogar a los empleados, aunque los funcionarios sí están facultados para hacer ciertas preguntas. Si las autoridades de defensa de la competencia te solicitan una entrevista o te piden información o copia de cualquier documento, debes comunicar dicha solicitud inmediatamente al Departamento de Asesoría Jurídica.

3.3 Deber de colaboración

La Sociedad está obligada a colaborar de forma activa durante cualquier investigación que lleven a cabo las autoridades de defensa de la competencia en sus instalaciones. La Sociedad deberá abstenerse de cualquier actuación que pudiera constituir una obstrucción a la investigación, ya que ello pudiera derivar en la imposición de fuertes multas y/o, en determinadas circunstancias, en responsabilidad penal de la Sociedad o de su personal.

En el supuesto de que se presentaran funcionarios de cualquier autoridad de defensa de la competencia en la Sociedad para llevar a cabo cualquier inspección:

- Verifica la documentación que acredite su identidad y la autorización para actuar que exhiban, antes de permitirles el acceso a las instalaciones.
- Ponte en contacto inmediatamente con el Departamento de Asesoría Jurídica, y facilítale copias de la documentación presentada por los funcionarios.
- NO deniegues el acceso a los funcionarios ni impidas su función sin previo asesoramiento jurídico. Los funcionarios están autorizados a revisar los archivos y bases de datos correspondientes, que habrán de serles facilitados. Esta colaboración incluye la apertura de armarios archivadores y maletines, así como la obligación de instruir a los funcionarios sobre el uso del sistema informático de forma que puedan revisar la documentación y archivos informáticos.
- NO ocultes, destruyas ni alteres ninguna documentación, incluyendo mensajes de correo electrónico.
- NO alteres ni rompas los sellos que cualquier funcionario hubiera colocado sobre cualquier documentación u otro elemento.

- NO ordenes o coloques nuevamente los archivos hasta después de cualquier reunión de seguimiento.
- NO intentes engañar a los funcionarios y/o directivos o abogados que estuvieran interviniendo.
- NO adelantes voluntariamente ninguna información ni manifiestes ninguna opinión sobre la investigación.
- NO intentes responder a ninguna pregunta si no estás seguro de su significado o relevancia. En caso de duda, solicita aclaraciones a los inspectores y al Departamento de Asesoría Jurídica.

4 Denuncias y sanciones

4.1 Denuncias

Todos los empleados están obligados a denunciar de inmediato la existencia de cualquier posible infracción de la normativa de defensa de la competencia. La identificación a tiempo de cualquier posible infracción es crucial, entre otras razones porque varias jurisdicciones, incluyendo la Unión Europea, disponen de programas de clemencia que permiten a las empresas evitar ser declaradas responsables si son las primeras en denunciar la participación en cualquier actividad ilícita de conformidad con la normativa de defensa de la competencia.

La denuncia se puede comunicar al inmediato superior, así como a cualquier otro superior responsable, al Departamento de Asesoría Jurídica o a través de canaletico@masmovil.com.

Independientemente de la forma en que decida denunciar la existencia de cualquier actividad sospechosa, la Sociedad tratará la denuncia de forma confidencial y adoptará todas las medidas a su alcance para mantener dicha confidencialidad y garantizar la protección del denunciante frente a cualquier posible represalia.

4.2 Sanciones

4.2.1 Multas

Las sanciones económicas previstas para aquellas empresas que infrinjan las normas de defensa de la competencia pueden ser muy elevadas. En la Unión Europea, las multas pueden alcanzar hasta el 10 por ciento del volumen de negocio total del grupo.

En el caso de acuerdos anticompetitivos, la mayor multa impuesta hasta la fecha por la Comisión Europea al conjunto de miembros de un único cártel supera los 3.800 millones de euros, mientras que la mayor multa individual impuesta a un único miembro de un cártel asciende a más de 1.000 millones de euros.

En el caso de procedimientos por abuso de posición dominante, la mayor multa impuesta por la Comisión Europea supera los 4.300 millones de euros.¹

4.2.2 Otras consecuencias

La infracción de la legislación de defensa de la competencia puede igualmente acarrear otras consecuencias:

- **Riesgo contractual.** Las disposiciones contractuales que infringen las normas de defensa de la competencia se consideran generalmente nulas, sin que puedan tener efecto alguno.

¹ Esta multa ha sido recurrida en apelación ante los tribunales de la Unión Europea.

- **Responsabilidad civil.** Los terceros afectados por el contrato que hubiera sido declarado contrario a la normativa de defensa de la competencia pueden exigir una indemnización por daños y perjuicios ante los juzgados y tribunales nacionales.
- **Responsabilidad penal.** Bajo determinadas circunstancias, las empresas y sus directivos y empleados que hubieran participado en prácticas ilícitas (i.e., en supuestos de infracción de la normativa de defensa de la competencia) pueden ser sancionados penalmente.
- **Riesgo reputacional.** Los grupos de interés consideran de forma creciente las infracciones de la legislación de defensa de la competencia como conductas faltas de ética, que pueden afectar gravemente a la imagen y reputación de la Sociedad por falta de cumplimiento de los más altos estándares que exige un buen gobierno corporativo.

A la luz de lo anterior, es de suma importancia que entiendas plenamente que cualquier incumplimiento de la normativa de defensa de la competencia aplicable y/o de las disposiciones previstas en el presente Manual podría causar graves perjuicios para la Sociedad.

4.2.3 Medidas disciplinarias

El cumplimiento del presente Manual es obligatorio. La Sociedad adoptará medidas disciplinarias (que pudieran incluir la resolución de la relación laboral) contra cualquier empleado que directamente participara o consintiera cualquier conducta que infringiera la legislación aplicable en materia de defensa de la competencia, con independencia de la sanción que al respecto pudiera prever la legislación en cuestión. Asimismo, quien no colaborare con cualquier inspección, incluyendo mediante la retención de cualquier información, podrá ser igualmente objeto de medidas disciplinarias.

5. REGISTRO DE REVISIONES

Versión actual	<i>1.0</i>	
Historial de Cambios	Fecha	Versión
	<i>29/09/2022</i>	<i>1.0</i>